

3 18—35岁群体主导赛道消费 不再执着于物资囤积与极致性价比

服务型即时履约业态的崛起，不同于传统大宗消费、囤货的理性克制，新生代消费不再执着于物资囤积与极致性价比，而是愿意为时间、体验、松弛感、私密性付费，完成从“物质刚需消费”到“情绪价值消费、效率价值消费”的时代转型。

用户画像数据显示，服务型小时达核心客群高度年轻化，18—35岁青年群体占比达85%，其中26—35岁职场白领占比54%，18—25岁年轻群体占比31%。职业结构上，职场白领占59%、在校青年占22%、自由职业者占13%，青年群体主导整个赛道消费市场。

消费动机层面，新时代青年的消费逻辑彻底告别传统消费思维。调研数据显示，73%的消费者选择即时上门服务，核心诉求是节省通勤与排队时间、降低生活成本；65%用户希望即时解决居家应急需求；58%用户偏爱上门服务的私密性、无社交压力场景；仅有少数用户为优惠活动、新鲜体验消费。消费金额上，赛道呈现小额高频、轻量化悦己的典型特征，80元以内消费占比48%，80—200元中端消费占比41%，200元以上大额消费仅占11%，契合当代青年轻消费、低负担、即时治愈的生活理念。

从消费场景迭代来看，传统即时零售与新型“服务小时达”，形成了新旧业态的鲜明代际分化。传统实物即时零售依托标准化SKU、稳定库存、简单配送链路，依靠规模化复制实现高速增长，但如今面临同质化严重、客单价透明、平台补贴收缩、用户审美疲劳的发展瓶颈。而新兴的上门服务赛道，涵盖美护、宠物、家电、收纳、理疗五大核心品类，虽然属于非标服务、高度依赖人力、难以标准化量产，但凭借低渗透率、高复购率、强刚需属性，避开实物赛道的内卷困境，成为平台、资本、从业者共同押注的新蓝海。

4 “服务小时达”风口正劲 行业规范化发展仍有多重关卡

从产业与资本维度来看，实物即时零售增长见顶后，服务型即时履约成为同城生活服务中具有较高确定性增量的赛道，持续获得资本关注与产业加持。

当前，赛道资本来源呈现多元化格局，互联网平台产业资本占比64%、PE/VC消费赛道基金占25%、地方文旅与生活服务产业基金占11%。资本不再追逐实物配送的规模化体量，而是重点布局服务标准化搭建、技师品控体系、同城履约调度、用户私域运营、多品类矩阵复制五大核心能力，推动非标服务从“野蛮生长”向“规范化运营”转型。

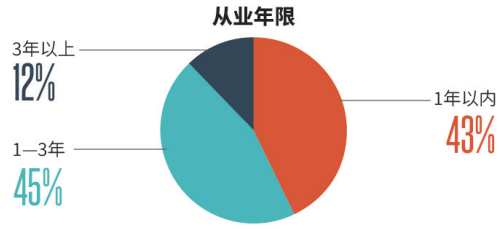
历经多年发展，“服务小时达”赛道已形成完整成熟的产业链体系。上游依托个体技能从业者、小微服务工作室、专业耗材供应商，搭建充足的服务供给；中游以美团小时达、京东到家、饿了么即时服务频道等为核心平台，搭配本地聚合运营机构、同城履约配套体系，完成供需精准匹配；下游覆盖海量青年消费者、家庭用户，适配居家应急、日常悦己、节假日便民、大促体验消费等多元场景，形成闭环商业生态。同时赛道构建了清晰的盈利模式，平台依托佣金、推广费、活动招商增收，从业者依靠单次订单、高峰溢价、套餐卡包盈利，产业良性循环持续成型。

在高速增长的背后，服务型小时达赛道仍存在显著的行业短板与发展痛点，制约行业高质量规范化发展。首先，赛道高度非标，缺乏统一行业服务标准，技师专业水平、服务质量参差不齐，用户体验稳定性不足；其次，上门服务涉及人身安全、隐私保护、入户服务纠纷，取证难、维权难、监管难，合规体系尚不健全；第三，兼职从业者占比过高，人员流动性大，服务稳定性、专业性难以保障；第四，行业定价体系混乱，上门距离溢价、高峰时段溢价无统一规范，市场乱象频发；最后，非标服务难以规模化复制，相较于标准化实物配送，扩张成本更高、效率更低，头部品牌尚未形成。

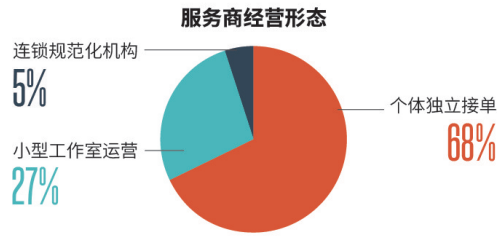
在新时代消费升级与就业多元化的大背景下，“服务小时达”赛道的中长期发展趋势清晰明确。行业将迎来全面精细化洗牌，零散个体接单模式逐步淘汰，规范化工作室、连锁机构、平台标准化服务体系成为主流；平台持续输出统一的服务SOP、定价规则、考核机制、售后赔付体系，逐步推进解决非标业态的种种行业弊端。

消费端，以“双十一”为代表的大促节点，将持续完成消费逻辑迭代，体验式服务套餐、即时上门服务，将持续替代传统实物囤货消费，轻体验、高效率、低负担的消费理念进一步普及。就业端，“服务小时达”将持续发挥就业蓄水池的社会价值，持续吸纳青年灵活就业、技能创业，提供更多元的技能变现渠道。

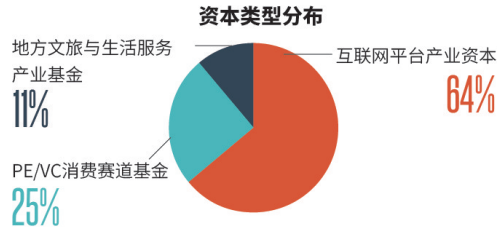
从业者 & 服务商画像



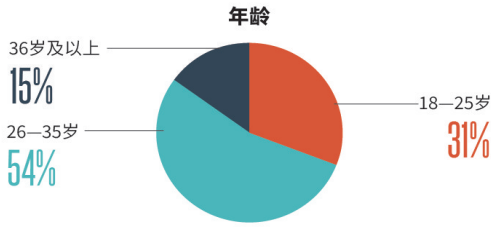


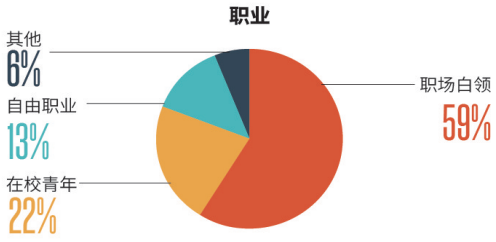


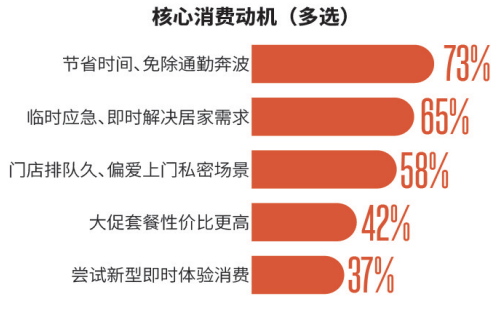


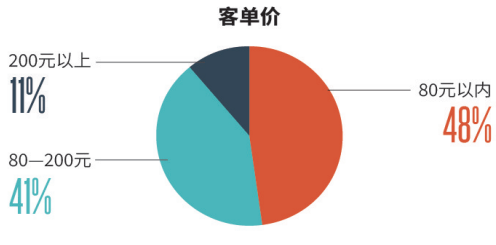


服务型小时达消费者用户画像











（请点击“数据”频道）

数据来源

商务部研究院《即时零售行业发展报告(2025)》
艾瑞咨询《即时零售下半场，“服务”定输赢》行业专栏研究(2026)
头豹研究院《中国本地生活服务行业研究报告(2026)》
美团研究院《便利化需求激活万亿消费空间——即时零售的发展特征及趋势研究》
京东消费及产业发展研究院X达达集团研究院X中国国际电子商务中心《即时零售发展趋势白皮书》
CBNData第一财经商业数据中心《Z世代悦己消费与懒人经济洞察(2026)》