



# 到家服务升级扩容

## 让生活更加便捷

从上门保洁到上门整理收纳、从上门清洗家电到维修智能设备；未来，年轻人“上门代厨”，老年人“上门护理”——随着居民生活水平的提高，到家服务正在不断升级扩容。受益于居民消费水平的提高以及移动互联网和在线支付的普及，到家服务让国人家庭生活更加便捷。

### 到家服务进入万亿级市场行列

到家服务行业是指为客户提供上门服务的企业，其服务领域包括到家维修、家居服务和家政服务等。

近年来，随着移动互联网和在线支付技术的普及，以及经济发展和居民消费能力提升，到家服务行业得到了快速增长。《2023年中国到家服务行业发展情况蓝皮书》（以下简称《蓝皮书》）显示，通过在线平台，用户可以方便地预约和支付服务，而服务提供商则能够通过互联网拓展服务范围和提高服务质量。这种便捷的服务模式极大地降低了客户的寻找成本，提升了供给与需求的匹配效率，到家服务的兴起正是得益于移动互联网技术的普及。

在过去十年间，随着经济增长、人民可支配收入不断增加，居民消费能力得到提升，为到家服务行业提供了坚实的经济基础，推动了行业的蓬勃发展。

调查显示，到家服务行业的市场规模在2017年为4400亿元，2021年起已进入万亿级市场行列，并仍在不断增长。而随着人们生活水平的提高、生活习惯的转变，对到家服务的需求越来越大，使得行业得到快速发展，并逐渐形成多元化、多层次、高质量的发展格局。同时，随着互联网技术和智能设备在到家服务行业中的应用，行业与平台规模进一步扩大，服务内容更加丰富，预计市场发展前景将更加广阔。

家政、洗衣、装修、教育、按摩、美容、美甲、美发、厨师、二手回收……如今，几乎所有你能想到的传统领域服务，都可以到家。

### 从业人数增加 提供专业技能服务

经过数个小时的整理、收纳，原本杂乱无章的房间变得井井有条——随着人们精致生活理念的转变，整理收纳师这个职业被越来越多的人熟悉。2021年人社部公示的新职业目录中，“整理收纳师”被纳入“家政服务员”类别。

新职业的涌现，促进了到家服务行业的从业人员数量不断增加，越来越多的人选择从事到家服务行业，提供专业技能和服务，这也为行业发展提供了重要支持。

政策对到家服务行业的支持也是其快速发展的关键因素之一。政府在推动共享经济发展和就业增加方面采取了积极的举措，出台相关政策，鼓励企业创新、提高服务质量，并加强对行业的监管等，为到家服务行业创造了良好的发展环境。

共享经济的兴起，改变了传统服务业需要面对面、同时同地交易且不可复用的低效率特性，通过“互联网+”创新使得随时随地、批量复制的服务型消费成为可能，并且扩大了服务半径，有力提升了服务业生产效率。同时，共享经济让供需双方的信息不对称被打破，过去未能得到充分利用的存量资源和劳动力被充分调动，大大强化了服务业的供给能力。此外，共享经济降低了创新创业的门槛和成本，过去必须依赖企业等组织才能完成的商业行为，如今靠小微个体即可达成，增加了服务供给的丰富性、多样性。

### 到家服务覆盖静态动态“家”场景

在家一失手，手机屏幕摔碎了！这时，无论出门维修还是寄送维修，都需要花费相当的精力和时间成本，上门维修就成了省时省力的新选择：小程序下单，半个小时后师傅拎着工具箱登门，经过半个小时的换屏操作，手机屏幕焕然一新。

仅以上述手机上门维修服务为例，随着业务的高速发展，这一服务场景正在不断升级，平台正在将单一的手机维修业务提升为集合手机、智能设备、机器人、无人机维修等3C数码及家电维修的综合性服务，并且纵向覆盖更多场景，包括提供原厂配件、高品质配件、安装等多样化服务。

互联网、人工智能技术的飞速发展，为共享经济和到家服务行业的高质量发展提供了技术支持。在互联网和数字技术的加持下，到家服务行业围绕“家”的场景充分挖掘用户需求，不但逐步覆盖了家电维修、家居服务、室内保洁、整理收纳、家电清洗等静态服务场景，还在月嫂、家教、老人陪护等动态服务场景拓展，囊括了居家生活的饮食起居、养老育儿等需求。这些服务场景的丰富多样化满足了人们对生活便利和高质量的需求。

同时，互联网的发展与应用，有效地降低了到家服务客户的寻找成本，增加了客户与到家服务企业之间信息的透明度，有效提升了行业供给与需求的匹配效率。

在这个充满潜力的市场中，诞生了许多到家服务平台，如闪修侠、Hi维修、91畅修保、神州联保、快可立全国联保、啄木鸟家庭维修、叮叮快修等。每个平台都拥有自己独特的特点和商业模式，为消费者和服务提供者提供了更多选择和机会。

不过，各平台也存在着不同的经营痛点，例如维修依赖于精细作业的技术，容易形成透明度模糊导致小病大修等问题；家政服务则存在劳动者流动性大、专业化人才缺口明显等问题。

### “懒人经济”催生新兴到家服务

近年来，由于生活节奏的加快和生活水平的提高，越来越多的人倾向于通过“购买服务”来提升生活幸福指数，“懒人经济”走进大众视野。“上门代厨”“上门护理”等新兴到家服务开始涌现。

据某在线平台统计数据，今年2月以来，以“上门代厨”“上门收纳”等为代表的平台“上门经济”快速发展，相关服务订单量环比增长40%。五花八门的上门服务形态中，有一部分还成为时下年轻人的“刚需”。

随着消费者需求愈发多样化，“上门经济”所衍生的新兴职业分工也更加精细，囊括了生活的方方面面。除了传统的家政保洁、家电维修等，还出现了喂宠宠物、代厨做饭、美甲按摩、化妆理发、收纳整理等。

美团一项数据显示，最近“上门代厨”的搜索量环比上涨533%。部分电商平台也瞄准契机，推出了代厨的增值服务。部分生鲜产品购买页面下方提供了私厨上门烹饪、清洁等增值服务，烹饪服务价格按照烹饪数量计费，6至14道菜的服务费用在600元至900元不等。

不同领域的上门服务在为消费者提供便捷的同时，也创造了更多的就业机会。例如收纳师自2021年后逐渐走俏成为最热门的新兴职业之一，遛狗师也已成为很多年轻人愿意兼职或全职从事的职业。

如今的上门生意更侧重顾客需求的个性化和多样化，从业人员更多的是自由就业群体，他们在线上平台发布服务内容招揽顾客，通过双方协商完成交易。社交平台在生意达成的过程中发挥着巨大作用，如微信朋友圈、微信小程序、58同城网、美团等。

企查查数据显示，我国现存上门服务相关企业共有1.45万家，涵盖了外卖、家政、洗衣、美甲、按摩、维修、生鲜等多个领域。数字经济和电子商务的成熟，为花钱买便利的“上门经济”提供了业态支撑，也是社会分工精细化、专业化的体现。

上门护理也呈现出良好的发展势头。据国家统计局统计，2021年，我国患慢性病的老年人已经超过1.8亿，占老年人总数的65%。失能、半失能的老年人有4400万左右。失能、高龄、空巢老人的增多，使得很多带病生存的老年人对上门护理服务需求激增。

当前上门护理服务平台运营主要通过医疗机构合作或医疗机构入驻平台的方式，由患者提出上门护理申请，由平台派遣覆盖范围内的注册护士，提



供专业的护理服务。同时，部分平台还与保险公司合作，以保险产品为补充，打造“健康+保险服务”的模式，吸引更多患者关注。提供的上门护理项目主要集中在基础护理、母婴护理、专科护理、检验服务等方面。

与生活照护不同，护理是具有不确定性、高专业性、高风险性和侵袭性的医疗行为，亟须明确医疗规范以保证医疗安全。《蓝皮书》提出，虽然当前平台主要依靠专业医疗机构护理人员开展上门服务，但是仍然面临相关行业规范缺失、护理服务范围及责任不明确等问题。此外，由于护理内容多且复杂，不同的护理内容需要的护士水平不一，如何做好护士分级并根据护理内容精准派单给护士也是平台继续发展的突破点。

## 对「上门经济」该有「开门思维」

唐山客

随着人民生活水平提高，以上门代厨、上门整理收纳、上门养老为代表的“上门经济”日趋走俏，不仅满足消费者多元化、个性化需求，还拓宽就业渠道，丰富了服务场景，让消费模式变得更为自由灵活。不过与此同时，“上门经济”也面临监管盲区、消费者维权难、取证溯源难等问题，需要加强规范引导。

“上门经济”本质上是服务类市场的细分。随着互联网信息发布功能和社交功能的日益强大，人与人之间的联系更加方便、快捷，劳动提供方的技能或服务更容易被消费者看见，更容易与消费者的需求对接，更容易“变现”。点对点的交流支撑起了点对点的劳务交易，也激活了上门新业态的创新和消费端的需求，促进了新兴市场的活跃。

当然，按照当前的监管维权模式，上门代厨、上门按摩、上门养老等“上门经济”还存在着一些盲区，存在着不完善、不规范之处，存在着风险和隐患。但总体而言，“上门经济”顺应了社会和市场发展的潮流，顺应了消费者和劳动者的需求，是一种积极的、有前景的业态，其风险和隐患可控，利大于弊。

任何一种市场行为、社会行为、新业态的创新与突破，往往都涉及对旧规则、旧模式的摩擦与挑战，而规则具有天然的滞后性，总是随着前者的脚步不断更新、完善、升级。这就意味着，具有创新意义的“上门经济”与规则之间势必会有一个适应、调试与磨合的过程。在这个磨合过程中，相关各方对“上门经济”应该有“开门思维”，而不应该有“关门思维”，不能因噎废食。也就是说，我们应该看清“上门经济”的主流发展趋势，秉持建设性理念观察“上门经济”，梳理“上门经济”存在的问题，监测和评估“上门经济”的风险，以包容审慎的态度允许“上门经济”探索发展，建立适度容错机制，并不断调整监管策略和措施，保障、支持、引导“上门经济”规范、健康、有序发展。

对于“上门经济”应该分类分级看待和逐步规范，不宜一刀切，不宜操之过急。对于达到一定规模，建立了一定管理制度的“上门经济”活动，应该比照常规服务业态要求企业或服务提供者取得营业执照、健康证等资质，履行缴税、劳动保障等义务；对于个人以单打独斗、小打小闹的方式零星、偶尔提供上门服务的情况，应放宽监管条件，简化监管要求，降低准入门槛，给出更宽松的监管措施，让上门服务者拥有更自由的市场空间。

监管部门、消协与行业协会、相关网络平台等有必要结合法律法规的要求，针对“上门经济”业态的特点和问题，制定行业规则与服务标准，推出各业态的服务合同示范文本，并需要根据需要不断动态调整，明确各方的权利和义务，给各方提供行为指引，引导“上门经济”进入发展正轨。

## “上门经济”：敞开门也要守好门

随着人民生活水平提高，以上门代厨、上门整理收纳、上门养老为代表的“上门经济”日趋走俏，不仅满足消费者多元化、个性化需求，还拓宽就业渠道，丰富了服务场景，让消费模式变得更为自由灵活。不过与此同时，“上门经济”也面临监管盲区、消费者维权难、取证溯源难等问题，需要加强规范引导。

### “上门经济”渐热，新业态涌现

“擅长家常菜，六菜一汤88元，额外付费可代买食材及打扫厨房卫生……”在某社交平台上，广西南宁市“95后”自由职业者小陈发布了提供上门代厨服务的信息。她说，自己不是厨师但喜欢做饭，兼职做上门代厨后，每月可接10多单业务。

部分电商平台也瞄准契机，推出了代厨的增值服务。部分生鲜产品购买页面下方提供了私厨上门烹饪、清洁等增值服务，烹饪服务价格按照烹饪数量计费。

当前，越来越多的消费者倾向于花钱买服务来提升生活品质。且随着消费者需求愈发多样化，“上门经济”所衍生的新兴职业分工也更加精细，上门代厨、上门收纳整理、上门家政、上门按摩、上门养老等新业态不断涌现。

广西社科院社会学研究所所长姚华认为，数字经济和电子商务的成熟，为花钱买便利的“上门经济”提供了业态支撑，也是社会分工精细化、专业化的体现。

### 面临消费痛点、监管难点

根据《中华人民共和国电子商务法》规定，电子商务经营者应当依法办理市场主体登记，但个人利用自己的技能从事依法无须取

得许可的便民劳务活动和零星小额交易活动的除外。这在法律上为“上门经济”提供了支持，同时也给监管溯源、维权取证增加了难度。

“我们总是在接到消费者投诉后才去被动‘灭火’，有时还找不到人。”广西壮族自治区市场监督管理局综合改革处副处长张宏杰表示，传统行业的经营者需要登记在册，但“上门经济”的服务提供者只需与消费者点对点联系，一旦双方发生劳动纠纷，相关的侵权责任认定、权益保护难以得到高效解决。

同时，部分从业人员专业技能及服务水平未得到有效认定及相关审核，消费者的权益也容易受到侵害。以上门代厨为例，相关法律法规明确禁止未取得健康证明而从事食品生产经营的行为，但目前部分上门代厨人员只做兼职工作，未取得健康证明，对食品安全及消费者的健康构成潜在威胁。

此外，部分平台对服务提供者的资质审核及监管也不到位，加之经营者大多没有线下门店，最终成为市场监管的灰色地带。

### 规范引导，促进良性发展

受访人士认为，为促进“上门经济”良性发展，需强化监管部门职能，对“上门经济”加强规范引导，优化平台服务，为消费者提供优质服务。

姚华、张宏杰等建议，及时出台完善相关条例文件，提供清晰且更具操作性的行业标准，避

▶2022年10月9日，福州市台江区瀛洲社区卫生服务中心的家庭医生陈铭(左)、主管护士李凌波前往签约居民家中提供医疗服务。

(本报综合：人民网 江苏经济报 哈尔滨日报等) 本版图片均为新华社发