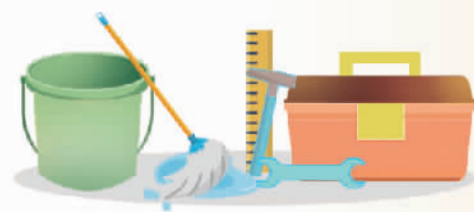


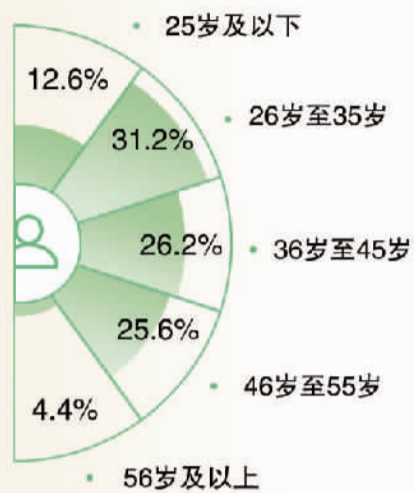
在这里读懂中国消费

# 生活服务消费活力强劲

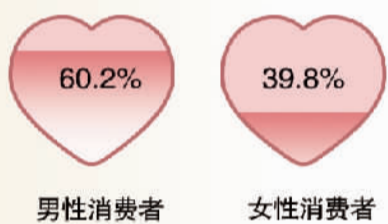


## 消费者特征

不同年龄段消费者成交额占比情况



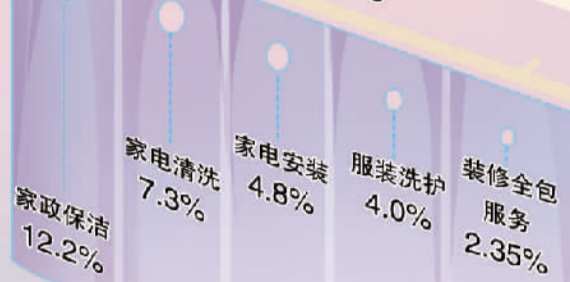
不同性别消费者成交额占比情况



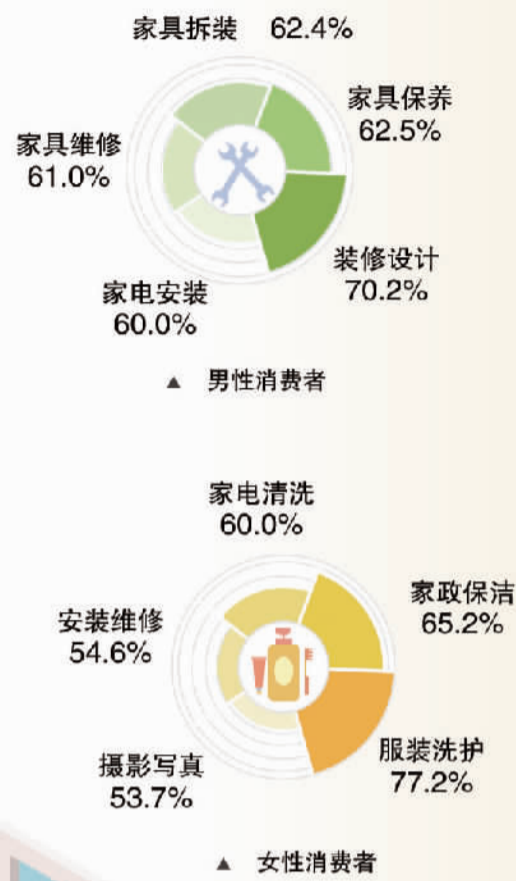
## 整体消费情况

我国家政服务从业人员  
已超过3000万人，  
行业企业100多万家，  
行业规模超过1.1万亿元

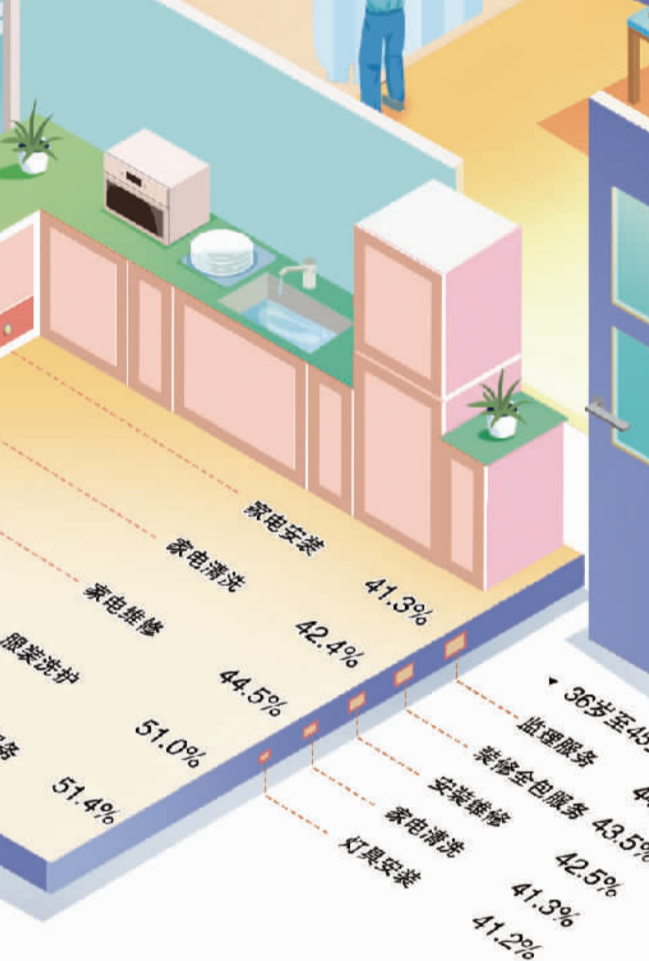
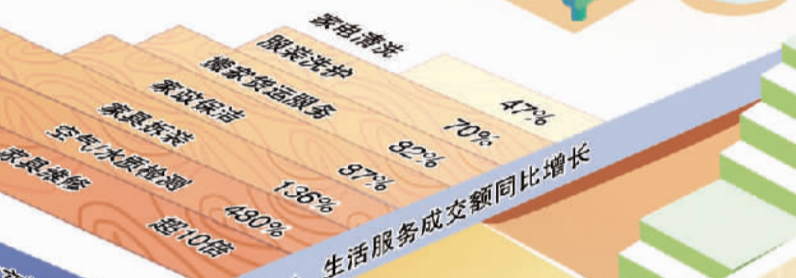
生活服务成交额占比TOP5



不同性别消费者购买偏好TOP5品类 (成交额占比)



不同年龄段消费者购买偏好TOP5品类 (成交额占比)



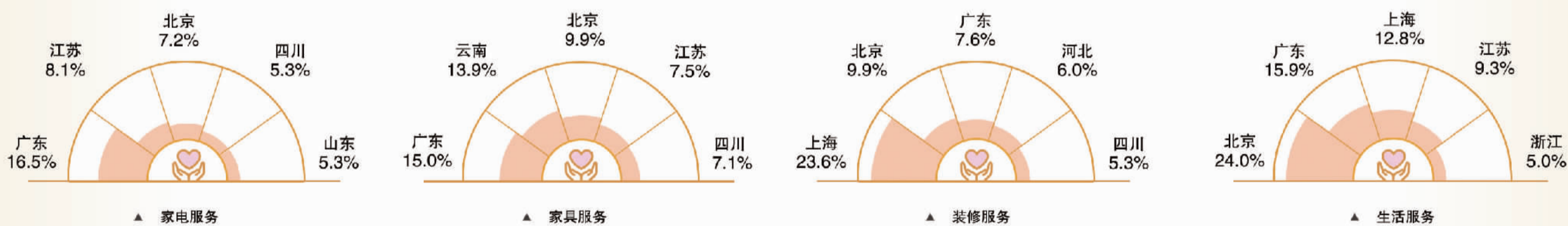
56岁及以上



居民消费需求正由商品消费为主向商品消费和服务消费并重转变，这不仅要求企业提供多元化的服务内容，还对从业人员的服务质量提出了更高要求。因此，企业需要通过各类技能培训课程，不断提升从业人员的专业化水平，确保服务人员合规上岗。

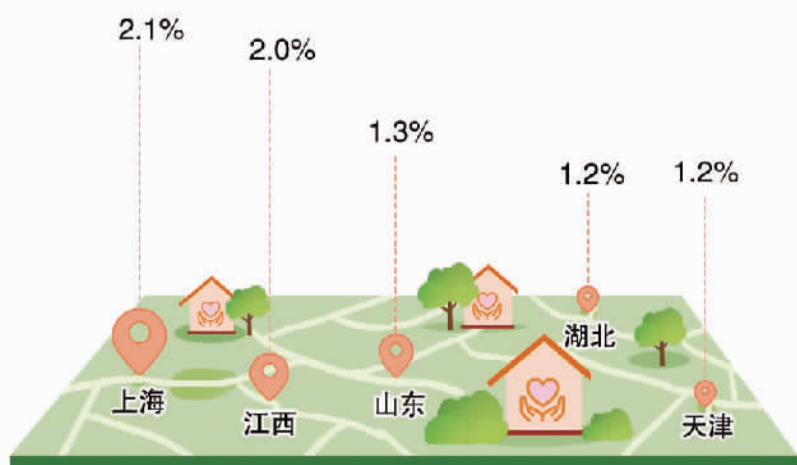
## 地域消费特征

生活服务成交额占比TOP5省份



从地域消费来看，广东、江苏、北京的消费者使用家电服务较为频繁；上海、北京、广东的消费者装修服务成交额更高，其中，上海装修服务成交额占比23.6%；北京、广东、上海的消费者对洗衣服务有高频需求，成交额合计占比超过45%。

生活服务成交额占比提升TOP5省份



## 说数

本期点评 曹凤娟

随着居民生活水平不断提高及生活方式的变迁，生活服务需求日渐高涨，越来越多消费者倾向于通过各类专业服务完成生活中的大小事。生活节奏快、无太多闲暇时间处理家务的一二线城市消费者，尤其青睐选择专业服务。

目前，生活服务场景丰富多样，既包括上门保洁、家电维修清洗等静态服务场景，也在向老年人陪护、月嫂等动态服务场景拓展。数据显示，生活服务中家政保洁、家电维修、家电维修、服装洗护的成交额排名靠前，家具维修和空气/水质检测成交额同比分别增长超10倍、480%，家具拆装、家政保洁、搬家货运、服装洗护、家电维修等生活服务均实现显著增长。

生活服务的消费主力人群趋于年轻化，“90后”成交额占比最高，为31.2%。与“70后”“80后”相比，“90后”消费者对服装洗护、家电维修、家电维修、家电维修等服务的依赖性更强。从不同性别看，男性消费者生活服务成交额占比超过六成，他们偏好购买装修设计、家具拆装、家具维修等服务，而多数女性消费者更关注服装洗护、家政保洁等家务相关服务。从地域消费看，不同省份的生活服务消费偏好各有不同，上海、江西、山东、湖北、天津等省份生活服务成交额占比提升较多。

生活服务消费是消费提质扩容的重要组成部分。持续激活生活服务消费，相关企业需进一步扩大高质量生活服务供给、优化服务体验，并借助数字技术创新提高服务消费的便利化、标准化和品质化，让消费者在购买和使用各种服务时更加安心、放心。



更多内容 扫码观看

数据周期：2024年1月至9月