

中国家政服务行业 发展报告 2017

商务部服务贸易和商贸服务业司

2017 年 8 月

目 录

前 言	1
一、家政服务业发展基本状况	2
(一) 行业规模分析	2
1. 企业数量	2
2. 从业人数	2
3. 营业收入	3
(二) 行业结构分析	4
1. 规模化程度	4
2. 业态结构	6
(三) 行业效益分析	7
1. 资产规模	7
2. 盈利能力	8
3. 运行效率	8
(四) 行业现代化程度分析	9
1. 电子商务	9
2. 连锁经营	10
(五) 行业贡献度分析	11
1. 国内需求贡献	11
2. 税收贡献	11
3. 就业贡献	12
二、行业发展基本情况分析	12

（一）世界经济发展概况	12
（二）党和国家重大政策文件概况	12
（三）各地贯彻落实党和国家重大政策情况	14
1. 重视程度不断提高	14
2. 法规标准建设不断加强	15
3. 公共服务平台日益健全	15
4. 服务内容不断拓展	16
5. 服务质量和水平有力提升	17
6. 连锁化、品牌化日趋提高	17
三、存在的问题及其原因分析	18
（一）存在的问题	18
1. 市场供需矛盾突出，数量与结构缺口并存	18
2. 规范化、信息化、集约化水平有待提升	18
3. 从业人员专业化、职业化水平有待提高	19
4. 服务质量和水平亟待提升	20
5. 营商环境有待改善	21
（二）原因分析	21
1. “用工荒”已成行业发展常态	21
2. 家政服务人员社会地位偏低	22
3. 从业人员培训并未引起足够重视	22
4. 法律法规保障不够	22
四、行业趋势预测	23

（一）趋势预测	23
1. 行业持续快速发展，市场竞争加剧	23
2. 家政服务 O2O 网络平台应用逐步深入	23
3. 家政服务与其他行业融合发展渐成潮流	24
4. 社区化发展渐成趋势	24
5. 家政服务市场日益细分、精细化发展	24
（二）主要依据及影响因素分析	25
1. 政策因素	25
2. 市场因素	25
3. 技术因素	26
4. 资本因素	26
五、行业可持续发展对策措施	27
（一）加大行业宣传力度，营造良好氛围	27
（二）树立先进典型，培育行业荣誉感	27
（三）加强标准化工作，推进行业规范化建设	27
（四）强化培训工作，推进行业职业化建设	28
（五）引导行业变革创新，更新盈利模式	28
（六）推进“互联网+”战略，提升行业现代化水平	29
（七）充分发挥协会组织作用，促进行业健康有序发展	29

前 言

本报告主要依据 2016 年商务部商贸服务典型企业统计数据进行了测算,鉴于典型企业统计方法的局限性,考虑到行业非法人经营单位、从业人员的流动性和不宜统计等因素,相关统计数据可能存在偏差。本报告由商务部研究院起草,力求准确反映 2016 年家政服务业发展现状、存在问题,并结合行业发展趋势,提出相关政策建议。

一、家政服务业发展基本状况

(一) 行业规模分析

1. 企业数量

根据商务部商贸服务典型企业统计数据测算(下同),2016年,全国家政服务业企业66万家,同比增长3.1%。其中,规模以上企业14万家,占全国行业企业总数的比重为21.3%,比2015年下降0.6个百分点;规模以下企业52万家,占比为78.7%,比2015年增加0.6个百分点。

表1 家政服务企业数量情况(单位:万家)

	2015年	2016年
企业总数	64	66
规模以上企业占比	21.9%	21.3%
规模以下企业占比	78.1%	78.7%

(数据来源:根据商务部商贸服务典型企业统计数据测算)

2. 从业人数

据测算,2016年,全国家政服务业从业人员2542万人,同比增长9.3%。从人员结构看,规模以上家政服务企业从业人数1093万人,同比增长12%;规模以下家政服务企业从业人数1449万人,同比增长7.3%。

表2 家政服务业从业人数情况(单位：万人)

	2015 年	2016 年	增幅
行业从业人数	2326	2542	9.3%
规模以上企业从业人数	976	1093	12%
规模以下企业从业人数	1350	1449	7.3%

(数据来源：根据商务部商贸服务典型企业统计数据测算)

3. 营业收入

据测算，2016 年，全国家政服务企业营业收入 3498 亿元，同比增长 26%。其中，规模以上企业营业收入 2144 亿元，收入同比增长 41.8%，占全国家政服务企业营业收入的比重为 61.3 %；规模以下企业营业收入 1354 亿元，收入同比增长 7.1%，占全国家政服务企业营业收入的比例为 38.7%。

表3 家政服务业营业收入情况(单位：亿元)

	2015 年	2016 年	增幅
行业营业收入	2776	3498	26%
规模以上企业营业收入	1512	2144	41.8%
规模以上企业营业收入占比	54.5%	61.3%	6.8%
规模以下企业营业收入	1264	1354	7.1%
规模以下企业营业收入占比	45.5%	38.7%	-6.8%

(数据来源：根据商务部商贸服务典型企业统计数据测算)

（二）行业结构分析

1. 规模化程度

从企业数量看，规模以下企业占据家政服务企业总数的 73.7%，同比下降 4.3 个百分点；规模以上企业占比为 26.3%，同比有所回升，但规模以下企业数量仍是规模以上企业数量的近 3 倍，表明家政服务业中的经营主体仍以小型企业为主，行业规模化程度仍然不高。

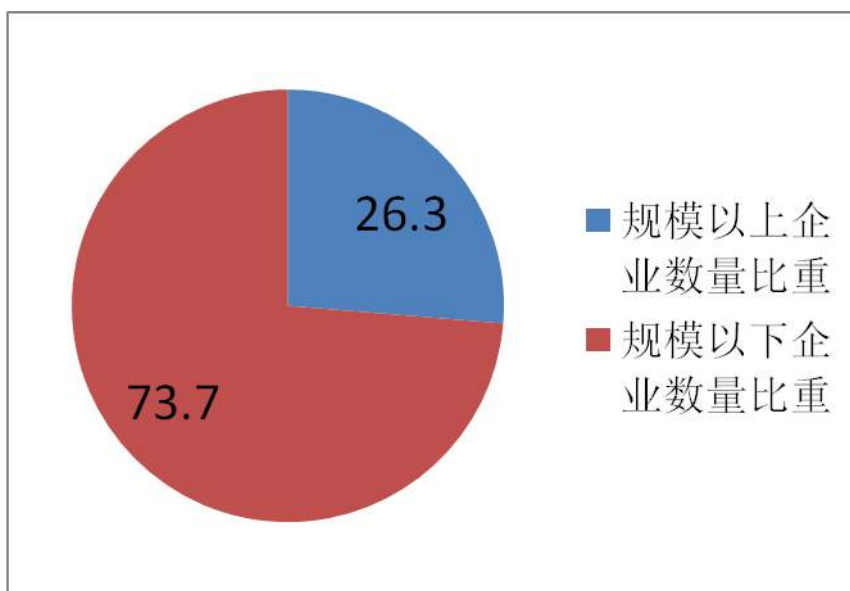


图1 分规模企业数统计情况

（数据来源：根据商务部商贸服务典型企业统计数据测算）

从从业人员看，规模以上家政服务企业从业人数占比 45%，同比增长 3 个百分点；规模以下家政服务企业从业人数占比 55%，同比下降 3 个百分点。规模以下企业仍是家政服务业吸收就业的主要力量，但近年来由于竞争激烈导致行业结构有所调整，规模以上企业占比有所上升，也即规模以上企业吸纳就业人员能力进一步提升。

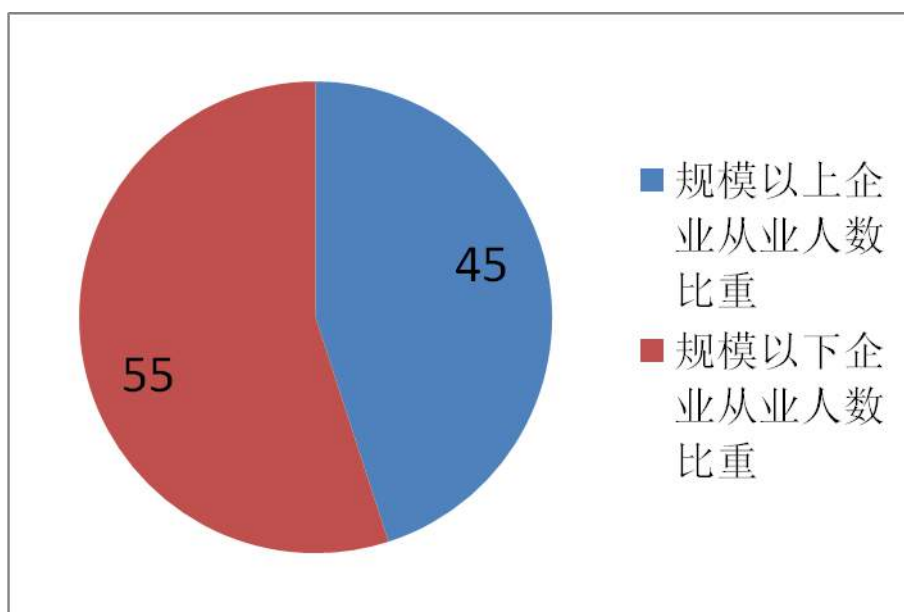


图2 分规模从业人数情况

（数据来源：根据商务部商贸服务典型企业统计数据测算）

从营业收入看，规模以上企业营业收入占家政服务行业营业收入的比重为61.3%，比2015年增加6.8个百分点；规模以下企业营业收入占比为38.7%。如前所述，规模以上企业数量占比为26.3%、从业人数占比为45%，但规模以上企业营业收入却占家政服务总营收的60%以上，表明规模以上企业比规模以下企业的经营效率更高、在市场竞争中更具有竞争力。

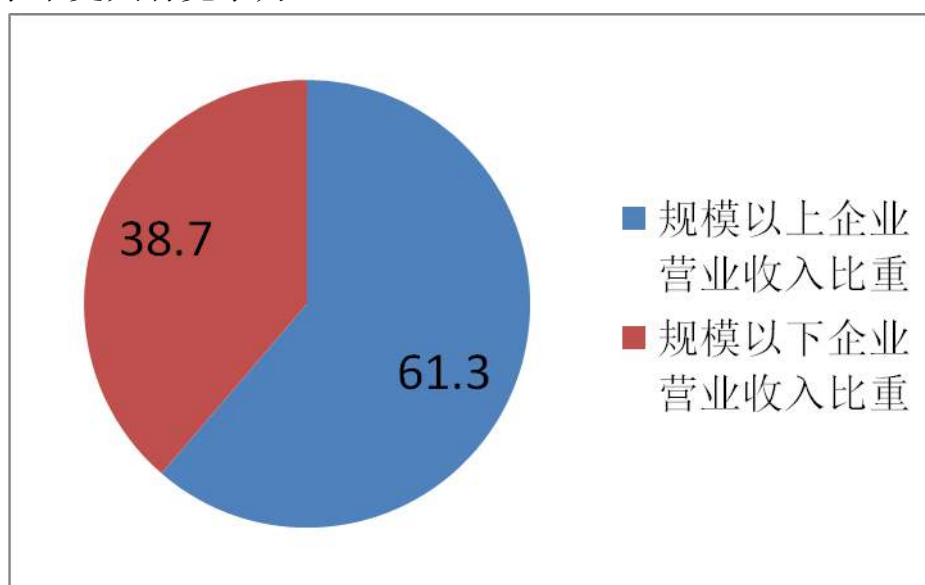


图3 分规模营业收入情况

（数据来源：根据商务部商贸服务典型企业统计数据测算）

2. 业态结构

根据商务部商贸服务典型企业统计制度，家政服务业经营业态可以划分为母婴护理、养老看护、小时工及其他四类。从2016年家政服务业经营业态数据来看，家政服务业中母婴护理占比30.2%，养老看护占比16.3%，小时工占比26.2%，其他27.4%。

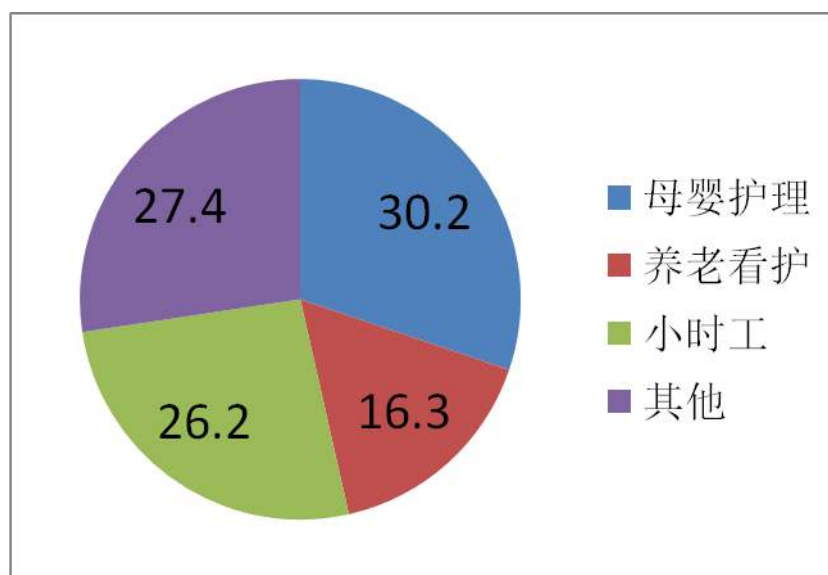


图4 2016年家政服务业分业态比重（%）

（数据来源：根据商务部商贸服务典型企业统计数据测算）

表4 家政服务业分业态营业收入情况（单位：亿元）

	2015 年	2015 年 占比	2016 年	2016 年 占比	增幅 (%)
行业营业收入	2776	—	3498	—	26
母婴护理	847	30.5	1055	30.2	24.6
养老看护	491	17.7	570	16.3	16.1

中国家政服务行业发展报告

小时工	705	25.4	916	26.2	30
其他	733	26.4	957	27.4	30.6

（数据来源：根据商务部商贸服务典型企业统计数据测算）

从家政服务业经营业态同比数据来看，与 2015 年相比，母婴护理营收占比基本与上年持平，养老看护营收占比下降 1.4 个百分点，小时工营业收入占比上升 0.8 个百分点，其他类收入占比提高近 1 个百分点。总的来说，2016 年整个市场对家政行业四大业态的用工需求基本保持高速增长，增速在 16%-31%之间，其中尤以小时工、其他增速较快。

（三）行业效益分析

1. 资产规模

据企业数据测算，2016 年，全国家政服务业企业总资产 3143 亿元，同比增长 8.7%。规模以上企业总资产 2065 亿元，占全国家政服务业企业总资产的 65.7%，同比增长 7.4%；规模以下企业总资产 1078 亿元，占行业企业总资产的 34.3%，同比增长 11.4%。

表5 家政服务企业资产情况（单位：亿元）

	2015 年	2016 年	增幅
企业总资产	2891	3143	8.7%
规模以上企业总资产	1923	2065	7.4%
规模以下企业总资产	968	1078	11.4%

（数据来源：根据商务部商贸服务典型企业统计数据测算）

2. 盈利能力

据测算,2016年,家政服务业利润总额248亿元,同比增长27.8%,利润率(利润总额除以营业收入)为7.1%,下降0.3个百分点;家政服务企业平均收入费用(管理费用、营业费用、财务费用三大费用)226亿元,同比增长15.4%。

表6 家政服务企业利润情况(单位:亿元)

	2015年	2016年	增幅
利润总额	194	248	27.8%
利润率	7.4%	7.1%	-0.3%

(数据来源:根据商务部商贸服务典型企业统计数据测算)

3. 运行效率

家政服务业人效指标稳步提高。据测算,2016年,家政服务业人均营业收入为1.4万元,同比增长16%。规模以上家政服务企业人均创造收益1.9万元,同比增长26.7%;规模以下家政服务企业人均创造收益0.9万元,与2015年持平。规模以上企业人均创造收益较规模以下企业高出近1万元,规模以上企业运行效率显著优于规模以下企业。

表7 家政服务企业运行效率情况(单位:万元)

	2015年	2016年	增幅
人均营业收入	1.2	1.4	16%
规模以上企业人均营业收入	1.5	1.9	26.7%
规模以下企业人均营业收入	0.9	0.9	0

(数据来源:根据商务部商贸服务典型企业统计数据测算)

（四）行业现代化程度分析

1. 电子商务

近年来，家政 O2O 高速发展。与传统家政服务不同，家政 O2O 提供的家政服务，打通了线上线下界限，加强了用户体验，有力促进家政服务业的发展。

（1）市场规模不断扩大

自 2013 年以来，e 家洁、云家政、阿姨帮、阿姨来了、小马管家、嘉佣坊等众多家政 O2O 创业公司不断涌现。2014 年以来，BAT、京东、58 同城、大众点评、美团等领军企业也纷纷布局包括家政服务在内的上门服务业务。在资本的推动下，家政 O2O 市场规模迅速扩大。

（2）资本推动行业发展

家政服务业的快速发展，受到各路资本的青睐。由表 8 可知，e 家洁、管家帮、58 到家等家政企业受到腾讯、鼎晖、阿里巴巴等企业投资大量资本进入家政服务领域，有力促进了家政服务业标准化、特色化、品质化发展。

表8 家政O2O平台融资情况

企业名称	时间	轮次	融资金额	投资机构
阿姨来了	2014.8	A 轮	数百万美元	清科创投等
	2016 年底	/	上千万人民币	北京市生活性服务业发展基金
E 家洁	2014.9	A 轮	400 万美元	盛大资本、腾讯

中国家政服务行业发展报告

	2015.2	B 轮	数千万美元	德同资本及其他三家机构
	2015.7	C 轮	1 亿人民币	天风证券（领投）、鼎晖资本、盛景母基金、腾讯产业共赢基金、德同资本、德丰杰资本
小马管家	2015.7	A+轮	5000 万人民币	经纬中国、浙商创投
好慷在线	2014.5	A 轮	数千万人民币	未透露
	2015.8	B 轮	7000 万人民币	赛富基金、海尔家庭创业投资中心、蒙发利集团
58 到家	2015.10	A 轮	3 亿美元	阿里巴巴、KKR、中国平安（平安创新投）
云家政	2014.12	A 轮	数千万美元	蓝驰创投
	2015.11	B 轮	1200 万美元	SIG 海纳亚洲、蓝驰创投
牛家帮	2016.1	A+轮	数千万人民币	Colony Capital 柯罗尼资本、东方富海、英诺天使基金
管家帮	2011.7	A 轮	5000 万元人民币	天图资本
	2015.5	B 轮	1.2 亿人民币	未透露
	2016.1	C 轮	2 亿人民币	碧桂园
尊爵家服	2016.2	天使轮	500 万人民币	南京天笑投资
助家生活	2016.5	Pre-A	3000 万元人民币	未透露
超级阿姨	2016.6	Pre-A	600 万人民币	深圳恒裕

（资料来源：网上公开资料整理）

2. 连锁经营

连锁经营不仅有利于提高企业运行效率和组织化程度，而且有利于提高企业竞争力，是家政服务行业提质增效的重要经营模式之一。根据典型调查企业数据测算，2016 年，连锁家政服务企业数在去年

13 万家的基础上下降了 5.5 个百分点，为 12 万家，占家政服务企业总数的 18.2%；连锁家政服务企业营业收入 1438 亿元，收入同比增长 3.7%，表明家政服务行业受整体经济放缓的影响，连锁经营数量有所收缩，但营业收入仍保持增长态势。

（五）行业贡献度分析

1. 国内需求贡献

当前，服务业在产业结构中的比重已超过 50%并将继续增加，在促进经济增长和经济发展方式转变中发挥越来越重要的作用。家政服务与居民生活息息相关，是生活性服务业的重要组成部分，在稳增长、调结构、惠民生中发挥了重要作用。据测算，2016 年，家政服务业实现增加值 2246 亿元，同比增长 15.4%，占第三产业增加值的比重为 0.58%，增幅较服务业增加值高 7.6 个百分点。

2. 税收贡献

近年来，随着家政服务业的营业收入、总资产都在不断增长，家政服务业的纳税总额一直处于持续增长态势。据测算，2016 年，家政服务业应付税金 100 亿元，同比增长 15.1%，占当年营业收入的 3%，同比增加 1.7 个百分点。由于家政行业全面贯彻执行营改增政策，税收贡献稳中有升。由于家政服务业的快速发展，对国家财政收入贡献度仍在不断提高。

3. 就业贡献

作为劳动密集型行业，家政服务业在吸纳就业方面发挥了重要作用。据测算，2016 年，家政服务业就业人数 2326 万人，占全社会就业总人数的 3%。其中，家政服务业吸纳了大量进城务工人员、城镇失业人员，在促进社会就业和失业人员再就业方面做出了重要贡献。

二、行业发展基本情况分析

（一）世界经济发展概况

目前，全球经济持续行进在低速增长轨道。国际货币基金组织预测，“2017 年按购买力平价（PPP）计算的世界经济增长率为 3.4%。其中发达经济体经济增长率为 1.8%，新兴市场与发展中经济体为 4.6%。亚洲新兴与发展中经济体增长最快，经济增长率为 6.3%¹。”其中，中国和印度的中高速增长较为亮眼。据报道，2016 年我国 GDP 增速 6.7%，印度 GDP 增速则为 6.5%-6.75%²。

（二）党和国家重大政策文件概况

经过改革开放近 40 年的高速增长，我国已成为世界第二大经济体，人均 GDP 也已突破 8000 美元大关。目前，我国已处于经济发展新常态的历史阶段，经济结构面临深度调整、增长速度有所放缓，但增长活力依旧充沛。2016 年，我国服务业占 GDP 比重为 51.6%，高出

¹张宇燕，“世界经济依然在低速增长通道中艰难前行”，《求是》，2017（1）。

²源自印度财政部发布的《经济调查报告》。

第二产业 11.8 个百分点，已成为国民经济的第一大产业，对国民经济增长的贡献率进一步提高，推动作用更加明显。

《国务院办公厅关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见（国办发〔2015〕85号）》明确指出，居民和家庭服务业是 10 大重点发展的生活性服务业之一，要在市场发展、公共平台、规模经营、网络发展、品牌企业等方面大力推进，提升服务质量和水平。2015 年中央经济工作会议明确提出，我国今后要在适度扩大总需求的同时，加强供给侧结构性改革，扩大有效供给，减少无效供给。商务部《居民生活服务业转型发展行动计划（2015-2017）》提出，要在全 国范围内推动实施居民生活性服务业转型发展行动计划，以此增加服务供给，构建居民生活服务体系；创新发展方式，推动生活服务业转型发展；创新体制机制，优化生活服务业发展环境。为促进员工制家政服务业的发展，财政部、国家税务总局《关于员工制家政服务营业税政策的通知（财税〔2016〕9号）》指出，自 2014 年 10 月 1 日至 2018 年 12 月 31 日继续执行财税〔2011〕51 号规定的员工制家政服务营业税免税政策。此外，财政部、国家税务总局《关于全面推开营业税改增值税试点的通知》（财税〔2016〕36号）已将居民生活服务业纳入营改增范围，并于 2016 年 5 月 1 日起全面实施。营改增之后，生活服务业统一适用的税率为 6%，小规模纳税人征收率 3%，与原有的 3%-5%的营业税税率有一定差别。

（三）各地贯彻落实党和国家重大政策情况

为顺应世界经济发展潮流，贯彻落实党和国家重大政策文件精神，各级政府及商务主管部门、行业组织和企业积极创新经营模式，拓展服务内容，促进家政服务业标准化、职业化、品质化发展。

1. 重视程度不断提高

全国各地高度重视家政服务业，纷纷把家政服务业的发展作为满足居民生活需要、提高居民生活质量、增加社会就业的重要举措来推行。

（1）颁布政策文件。上海市连续多年将家政服务业工作列为市政府实施项目，列入政府年度工作计划，项目资金纳入年度预算，并由专门机构负责跟踪督查，确保当年立项当年完成。为鼓励全省家政服务业快速健康发展，福建省发布《关于印发家政服务业补短板实施方案的通知》，提出培育龙头企业、打造示范性家政服务站、促进线上线下融合发展、加大职业技能培训力度、推动标准化建设、加强诚信建设等主要任务。云南省昆明市将 2016 年定为“昆明市家政服务提升年”，通过评选优秀家政企业、金牌家政人等活动，提升全行业品质。

（2）加大政策支持力度。2016 年，陕西省在省级商贸专项资金中专门设立了家政服务体系建设项目，重点支持中小型家政服务业完善网络规范服务。同年，内蒙古利用自治区内贸专项资金，大力开展家政、养老服务业从业人员培训，提升了从业人员职业素养和水平。

2016 年，北京市设立生活性服务业发展基金，重点支持“互联网+生活性服务业”的融合发展，北京市的多个家政服务企业已获得该基金的数千万元融资。

2. 法规标准建设不断加强

法规标准的完善是家政服务业健康发展的根基。2016年，四川省商务主管部门相继出台了《家政服务：居家养老服务规范》和《家政服务：家务服务规范》等地方标准，并与省级相关部门联合印发了《关于加强家政服务标准化工作的指导意见的实施方案》，促进行业规范化、标准化发展。同年，山东省制定全省家政服务标准化建设规划和标准体系框架，重点围绕家庭看护、家务管理、家庭保洁、家政培训、家政信息化建设等领域制定和实施一批地方标准和团体标准。2016年，北京市商务主管部门大力加强《家庭母婴护理服务规范（SB/T 10984-2013）》、《家政服务母婴生活护理服务质量规范（GB/T31771-2015）》等生活性服务业法规标准的宣贯工作。在宣贯工作中，北京市商务主管部门指导行业协会开展了多次家政服务业法规标准的宣贯活动，倡导家政服务业企业增强主体意识，共有数千名行业企业负责人及从业人员参加。

3. 公共服务平台日益健全

公共服务平台的健全是家政服务业健康发展的保障。福建省不断完善家政诚信服务管理平台，截至 2016 年底，录入平台的家政员人

数已达 2 万人。江西省家政公共服务平台继 2015 年底上线后，不断创新服务形式，完善服务内容，截至 2016 年 11 月底，入驻企业 400 多家、实现供需对接 1000 多单。2016 年 3 月，湖南省长沙市启动市级家政 O2O 公众服务云平台，采用家政服务员实名注册，用户可通过平台查询家政服务员的历史工作记录和服务评价。截至 2016 年 11 月 30 日，共有 300 家企业和 20000 多名家政服务员在长沙市家政 O2O 平台注册。

4. 服务内容不断拓展

服务内容的拓展是家政服务业健康发展的关键。2016 年以来，全国各地着重从以下三个方面拓展服务内容：一是促进家政服务与养老服务的融合发展。北京市某家政企业以共建国家养老服务综合改革试点和北京市养老服务社会化示范区建设为契机，构建以信息化为切入点、以培训体系为依托、以评估体系为依据、以服务商整合为支撑的“四位一体”居家养老服务体系，开展产妇与新生儿护理、家庭保洁、家庭餐制作、病患陪护和老人护理等培训业务，促进家政服务与养老服务融合发展。二是以标准化为切入点加以拓展。济南的家政企业以标准化为切入点，制订企业标准 1100 余项，其中 10 多项已成为地方标准或国家标准，服务领域涉及母婴生活护理、家务服务、养老服务 and 医院陪护 4 大模块、12 大门类、31 种家政服务项目，并将服务延伸至母婴用品配送、儿童早教、女性健康服务等 10 个领域。三是利用家政 O2O 平台加以拓展。青海西宁、家政企业杭州“的家政企

业，业务范围涵盖保洁、保姆、月嫂、搬家、维修疏通等 5 大类 18 个小类，100 多项服务内容，并将逐步加载医疗服务、孕期教育、幼儿教育、养老健康等延伸服务门类。

5. 服务质量和水平有力提升

服务质量和水平的提升既是家政服务业健康发展的核心，又是家政服务业供给侧结构改革的重要内容，全国各地对此高度重视。一是加强从业人员培训。2016 年，云南省商务主管部门联合省妇联、昆明学院等单位以“校厅合作”方式建立培训基地，开展家政服务员和养老服务员培训，提高从业人员素质。同年，北京市商务委支持了包括家政服务业在内的多个生活性服务企业完成了 1.7 万人次的岗位技能培训。二是促进从业人员规范化、专业化发展。如：在商务主管部门的支持下，北京某家政公司对孕产妇护理人员提出以下三点细化要求：（1）服务模块化。把孕产护理过程分解成 900 多个小项并要求每个动作到位；（2）流程规范化。针对婴儿年龄大小和肤质等的不同，分门别类制定出一整套可量化的洗衣、换尿布、吃饭、洗澡、睡眠等流程，提供细心周到、专业化的服务。（3）考核条理化。制定具有操作性和实效性的考核标准，并引导月嫂和育儿嫂不断重复、反复练习，直至正确为止。

6. 连锁化、品牌化日趋提高

连锁化、品牌化发展是家政服务业健康发展的重要举措。近年来，由于家政服务业的快速发展和行业主管部门的有序管理，众多垂直细

分、有服务特色的中小企业崭露头角，一批品牌企业脱颖而出，引领家政服务行业连锁化、品牌化发展。

三、存在的问题及其原因分析

（一）存在的问题

1. 市场供需矛盾突出，数量与结构缺口并存

（1）**存在数量缺口。**近年来，我国家政服务业的需求日益旺盛，行业从业人数增速保持 10%以上增长，行业营业收入增速则保持 20%以上增长。但与日益旺盛的服务需求相比，家政服务供给数量明显不足。以北京市为例，全市家政服务人员缺口 20-30 万。

（2）**存在结构缺口。**一是中高端家政服务供给不足。孕产妇护理、老人照护需求日渐增多，相较于传统的洗衣、做饭、保洁等技能水平要求不高的家政服务，专业性强的家政服务需求更大。但目前我国家政从业人员中 90%左右仅有高中及以下学历，拥有大专及以上学历人员凤毛麟角，很难满足消费者个性化、品质化的家政需求。二是春节、农忙时节供给不足。每到春节、农忙时节，非本地家政服务人员纷纷返乡，导致用工市场出现季节性缺口，工资也随之上涨。2016 年 1 月春节期间，天津市家政服务人员用工缺口达 6 万人左右。

2. 规范化、信息化、集约化水平有待提升

（1）**规范化发展不够。**当前，由于我国家政服务企业良莠不齐、

行业诚信体系尚不完善，导致有些企业恶性竞争、对消费者隐瞒真实信息甚至欺诈消费者现象时有发生，严重影响了行业形象。

（2）信息化程度不高。近年来，尽管“互联网+家政服务”发展迅速，但目前家政 O2O 还处于起步时期，能以 O2O 平台为依托，开展深度应用的家政企业不多，家政企业有待加速与互联网的融合，进一步改善消费者体验，整合和延长产业链等。如：将家政 O2O 平台与阿姨和用户互联起来，让用户充分体验家政、养老、健康、理财等综合服务；以家政 O2O 平台为依托，推广智能家居健康服务及产品，利用大数据系统收集、整理、分析用户的消费行为和个人健康资料并提供针对性服务和产品等。

（3）集约化程度不高。我国家政服务企业“小散弱”特点明显，大型企业尤其是有较强带动、引领能力的上规模、跨地区、宽领域、优服务的企业较少。此外，由于大多数家政服务企业提供的是中介式服务，集约化、专业化、规模化程度有待进一步提高。

3. 从业人员专业化、职业化水平有待提高

（1）从业意愿低、人员流动性大。近年来由于市场供不应求，家政服务员工资上涨较快。北上广等大中城市，家政服务员工资大都在每月 3500 元以上，月嫂的平均工资早已过万。即便这样，家政服务业仍存在人难招、人难管、人难留的局面。从业人员没有职业归属感、流动过于频繁。调查显示，65%的家政从业人员在一个公司工作时间不会超过半年。

(2) **从业人员老龄化趋势明显。**现有家政从业人员大都出生在60、70年代，通常被称为“4050”人群。80年代出生人员较少，90后出生人员更少。调查显示，成都市超过70%的家政服务员年龄超过45岁，25岁以下的家政服务员不足1%，行业老龄化趋势严重，急需补充新鲜血液。

(3) **专业化人才缺口明显。**随着居民生活水平的提高和消费结构的转型升级，消费者对于家政行业的细分程度的要求明显提高，除了洗衣、做饭、保洁、育儿等基本服务外，部分家庭还需要从业人员提供专业育儿、早教、膳食搭配、家庭理财、室内美化等更为专业的服务，有的家庭还希望从业人员掌握英语、计算机等技能，能充当“管家”、“助手”等角色。而当前的从业人员文化程度和综合素养偏低，难以满足专业化的需求。

4. 服务质量和水平亟待提升

总体来看，我国家政服务人员整体服务质量和水平不高，存在服务不规范、信誉缺乏等问题，服务纠纷时有发生，服务质量亟待规范和提高。尤其是春节前夕，各类家政服务人员的需求基本处于全年最集中的时间节点，服务质量问题突出，易出现盗窃或损坏财物等案件。有些家政服务员缺乏良好的职业心态、职业道德和沟通能力，与雇主互不相容、互不满意。部分企业招聘家政服务员较为随意，不经培训直接上岗。大多数家政企业没有建立家政服务员持续性的、经常化的培训机制，导致从业人员技能低、服务差、服务纠纷不断。

5. 营商环境有待改善

(1) **法规标准不够健全。**近年来，为促进家政服务业规范发展，行业主管部门已经制定了多项标准，对主体设立、服务流程、服务技能、服务质量等进行了明确规定。但由于家政服务业缺乏上位法依据，已有标准推荐性居多、强制力低，对行业的规范作用有限。

(2) **现有行业管理制度亟待改进。**一些家政企业没有建立健全内部管理制度、培训标准、考核制度等，未能对家政服务员形成规范化的管理。由于注册成本低、手续较为简单等原因，家政行业准入门槛较低。面对巨大市场需求，大量家政企业应运而生，行业企业鱼龙混杂、良莠不齐。不少家政企业管理方式粗放，有的仅仅起到中介介绍作用，缺乏对企业的有序管理，缺乏对从业人员的信息甄别、考核管理和专业技能培训，不利于行业的可持续发展。

(二) 原因分析

1. “用工荒”已成行业发展常态

我国经济发展进入新常态阶段，人口老龄进程日渐加速，“人口红利”已基本消失，劳动力短缺成为各行各业的普遍现象。从家政服务业的劳动力供需来看，随着我国居民生活水平的不断提高、消费结构转型升级、“二孩”政策全面放开、生活节奏加快等因素的影响，人们对家政服务需求尤其是对专业化、定制式、中高端服务需求日益旺盛。但由于家政从业人员供给有限，导致家政服务供不应求、供不

适求的问题日益突出。

2. 家政服务人员社会地位偏低

受传统就业观念影响，不少人对家政服务的看法落后，认为是低人一等的苦差事，没有职业发展空间。即便工资上涨较快，但因家政服务员这一职业没有受到社会应有的认可，不少适龄适业人员并不愿意从事家政服务。此外，有些雇主对待家政服务员过于苛刻和挑剔，不能给予起码的尊重，也导致劳动力从家政市场上流失。

3. 从业人员培训并未引起足够重视

当前，家政服务消费市场日趋细分，已逐步形成基本服务、专业服务、个性化特色化服务等多层次、多样化的细分市场。面对多层次、多样化的家政服务需求，家政服务供给质量有待提升。一是从业人员参加培训的意愿不强，影响质量提升。大多数从业人员担心参加培训耽误工作时间、影响收入，缺少持续提高技能的动力。二是行业企业不太重视可持续发展，影响质量提升。一些家政企业更加关注短期利益，忽视培训环节，企业内部的培训更多的是入职培训而非面对有一定基础的提高式培训。

4. 法律法规保障不够

我国家政服务行业缺少国家的法律法规支撑，不利于行业长期健康发展。比如，在目前从业人员最多的中介制家政服务企业里，从业

人员不受《劳动合同法》保障，只有占比较小的员工制家政服务企业的员工才有法律保障，长此以往，将不利于行业队伍的稳定。

四、行业趋势预测

（一）趋势预测

1. 行业持续快速发展，市场竞争加剧

今后，家政服务业还将延续前几年快速增长的势头，营业收入年均增长仍超过 20%。同时，由于近年来人工成本、租房成本上涨较快，一些粗放经营的小型家政服务企业很难可持续发展，家政服务业竞争日渐加剧，行业兼并、重组时有发生。

2. 家政服务 O2O 网络平台应用逐步深入

近年来，随着用户需求量上升、用户在线上寻找家政服务的习惯不断养成以及政府、风投、天使等基金的助力，家政 O2O 将如火如荼发展。不少家政服务 O2O 平台（包括官网、手机 APP、微博、微信）除了提供基本的助小养老服务外，还充分利用平台优势，拓展服务内容，延伸上中下游产业链条（建立从业人员数据库、从业人员考核、成立研究院或培训学校、开展与家政有关的家居服务产品、健康生态产品销售与服务等），健全行业发展体系。

3. 家政服务与其他行业融合发展渐成潮流

当今社会，跨界发展、融合发展已成家政服务业的一种潮流和趋势。基于互惠互利、合作共赢理念的考量，不少家政服务企业越来越注重与住宿、美容美发、家电维修、养老等其他居民生活服务业的融合发展。此外，家政服务业还借助旅游业、健康服务、中医药服务快速发展的有利时机，加强与这些行业的融合发展。

4. 社区化发展渐成趋势

社区一般是指聚居在一定地域范围内的人们所组成的社会生活共同体，社区服务一般包括社区居家服务和社区公共服务。在我国，由于社区用户黏性强、便利化程度高，能够节约服务成本和人力成本、贴近居民生活，有利于拓展服务范围，因而社区也成为政府给予政策最多的单位之一。为此，一些个性化、特色化的家政服务企业可充分利用和挖掘社区资源，开展社区家政、居家养老、日间照料、陪护等服务项目，建立便民综合服务体系，推进家政服务社区化发展，提升社区居民的幸福感和获得感。

5. 家政服务市场日益细分、精细化发展

当前，从事家政服务业行业的公司种类较多，主要包括家政公司、保洁公司、物业公司、清洗公司、人力资源公司、早教中心、母婴服务中心、老年养护、老年公寓等；服务业态日渐细分，包括母婴护理、养老看护、小时工和其他等；行业管理日益规范，基本形成了“招工

-培训-考核-定级”的服务流程。今后，家政服务市场还将进一步细分，促进专业化、精细化发展。

（二）主要依据及影响因素分析

1. 政策因素

针对家政服务业的公益性和微利性的特点，国家和各级地方政府部门有必要进行资金和政策的扶持。如切实贯彻落实国家关于社区商业和综合服务设施面积占社区总建筑面积的比例不得低于 10%的政策；贯彻落实国家关于家政服务业的营改增政策，对小规模纳税人征税 3%，对其他纳税人征税 6%；加大对小微企业税收减免的支持力度（自 2017 年开始年应纳税所得额在 50 万元以下的小微企业都可以享受企业所得税减半征收，此前门槛是 30 万元）并切实贯彻执行；利用产业发展引导基金支持创新型、特色型家政服务企业的可持续发展。

2. 市场因素

从需求层面来看，随着“二孩”政策的全面放开、人口老龄化程度的加深和居民收入水平的逐步提高，今后家政服务需求尤其是家庭教育、家庭理财、家庭秘书、家庭司机、家庭美化等智家型、管家型的中高端家政服务需求日益增加。从供给层面来看，一方面，由于适龄进城务工人员更愿意就近就业而非远离家乡、奔赴大中城市从事家政服务，导致大中城市家政服务供给缺口较大。另一方面，由于大中

院校培养的专业化人才偏少、职业培训力度明显不足等因素的影响，大中城市优质家政服务不足且流动性较大。今后，家政服务尤其是优质、中高端家政服务供需仍然存在较大缺口。

3. 技术因素

随着高新技术、互联网络、智能通信的迅猛发展和快速普及，不仅促进了行业的大发展，还改变的人们的生活方式。随着越来越多家政服务业企业 O2O 平台的建立，企业运营成本明显降低，用户黏性得以增加，用户体验得以提升，营业收入得以增长，供求信息交流更为通常，有利于整个行业的服务质量和水平的提升。与此同时，也需注意防范 O2O 平台所导致的信息、安全、管理等的风险。

4. 资本因素

如前所述，2016 年我国家政服务从业人员为 2542 万人。若以家政服务员月均工资 5000 元来计算，2016 年我国家政服务市场总规模则突破 1.5 万亿元，发展前景广阔。在各路资本大量注入、多元竞争格局基本形成、市场规模不断扩大的背景下，今后各路资本对家政服务业的融资力度将有所减弱，融资重点将放在特色化、专业化、中高端化、品质化发展方面，力促人无我有、人有我优、人优我转，促进家政服务的提质增效和可持续发展。

五、行业可持续发展对策措施

（一）加大行业宣传力度，营造良好氛围

通过广播电视，网络纸媒等宣传渠道，宣传家政服务业的社会价值与意义，推广行业品牌和服务标准，引导社会公众认可、支持、尊重行业发展，在全社会形成尊重家政服务的新风尚。同时，推动企业、社会组织、志愿者、社区等社会资源进入家政服务业，努力营造家政服务规范化、职业化发展的良好社会氛围。加强对客户和消费者的培训和宣传，通过社区讲堂、老年课堂等方式加以引导，提高消费者对家政服务的认识、对家政从业人员的尊重和重视，保障家政服务员合法权益，提升家政服务员的社会职业地位。

（二）树立先进典型，培育行业荣誉感

宣传先进集体和个人，激发家政服务员职业荣誉感和工作积极性。研究家庭服务认证标准和流程，开展家庭服务认证试点，对于通过国家级认证的优秀家政企业和优秀家政服务员予以大力宣传。打造城市家政节，引爆行业热点，引导政府、社会媒体和个人家庭广泛参与，提升家庭服务行业美誉度，增强家庭服务从业人员的荣誉感。

（三）加强标准化工作，推进行业规范化建设

加大标准制修订的工作力度，在居家养老服务、育婴服务、家庭保洁服务、家政服务信息化、家政服务培训等领域加快标准制修订工

作；加强家政服务标准宣贯培训工作，通过专家解读、专题报道、走进社区等形式宣传家政服务标准；强化家政服务标准实施监督，根据《家政服务机构等级划分及评价标准》（GB/T 31772-2015），对家政服务企业考核评级、动态监管；开展家政服务标准化试点示范。紧抓服务业标准化试点示范契机，对家政服务相关试点示范项目加大支持力度，以试点示范引领行业转型升级；推动家政服务标准化与信息化融合发展。推进移动互联网与家政服务的对接，线上线下融合发展，提高家政服务行业信息化水平。

（四）强化培训工作，推进行业职业化建设

按照人力资源和社会保障部、国家发改委、商务部等八单位关于开展家庭服务业职业化建设的要求，加强家政服务培训，积极完成政府主管部门安排下达的家政服务培训任务，组织开展家政服务企业经理人培训，推动协会培训机构积极开展和做好家政服务员岗前培训和岗中提升培训。鼓励开展家政服务网络培训，鼓励龙头企业、行业协会与院校合作，建立家政服务网络培训平台，利用家政实训场地，开发培训课程与教材，将家政培训视频化、网络化，保障学员随时随地参与学习，开展家政服务员终身升级培训。

（五）引导行业变革创新，更新盈利模式

从目前的市场环境来看，家政服务企业单一依靠收取中介费的传统盈利模式，已经难以支撑日益高涨的用工成本。各级家庭服务行业

协会应引导家政企业积极变革创新，更新盈利模式，将传统单一收取服务中介费的赢利模式，更新为“服务中介费赢利+家政技能专业培训服务赢利+家政服务兼销商品赢利+家政与养老融合发展赢利”的多元化赢利模式，促进家庭服务企业成长壮大。

（六）推进“互联网+”战略，提升行业现代化水平

加强家政服务网络预约平台建设，为用户提供经过行业组织审核认可筛选或权威机构服务认证的优质家庭服务机构和家政服务员，提升家政服务效率与质量水平。加快家政服务产业大数据建设，借助大数据等互联网技术提升服务水平，针对用户的兴趣、消费习惯，制定出最适合用户的家政服务方式，更好地服务用户。利用人工智能技术，开发辅助陪护机器人，开展老年简单陪护（如陪聊）、幼儿早教（如百科知识问答）等。推进营销模式创新，积极利用电商、微商等加强家庭服务营销渠道建设，实现线上电商、微商和线下实体家政企业的融合发展。

（七）充分发挥协会组织作用，促进行业健康有序发展

各级家政服务行业协会积极发挥自律、服务、协调职能，积极宣传贯彻党和国家方针政策，组织家政企业学习专业知识，积极反映企业诉求，研究国内外行业发展动态，助力家政企业拓展国内外市场，努力提高家政服务行业市场竞争力。