

家政



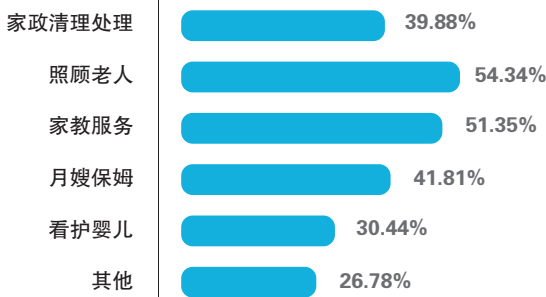
养老需求走高
专业技能才是“刚需”

家政服务的进步带着“消费升级”的光环，行业企业也跟着增加新的服务品类。作为朝阳产业，家政行业既保障了部分人员的求职需求，也满足了不少家庭育儿、养老的现实需求。不过，调查也显示，消费者更期盼家政企业、服务不断成熟，满足多元化、明晰的诉求，不再让乱象问题稀释消费者对行业的认可度。

养老需求居首位

在家政行业来看，“一老一小”对于家政服务的需求只增不减。在调研中，54.34%的受访者表示，因家中老人需要人照顾，所以接触、使用家政服务。其中，51.35%的受访者需要给孩子提供家教服务，30.44%的受访者因需要看护婴儿而请家政员。与此同时，年轻人常常挂在嘴边的“工作忙”，也促使保洁行业壮大。有39.88%的受访者认为家庭需要家政员打扫、清洁，处理家务。这都催生了家政服务万亿的市场规模。

消费者使用家政服务时主要需求

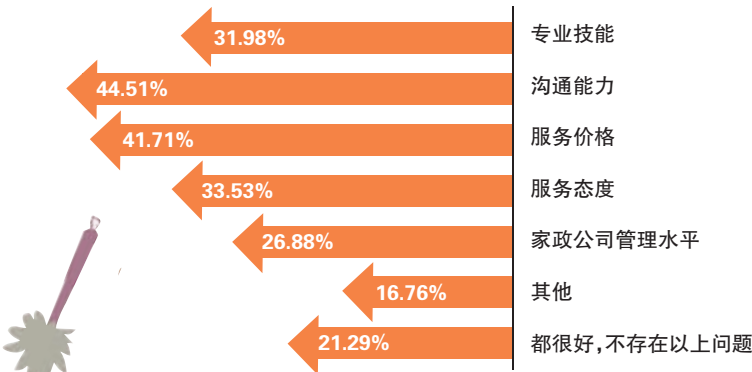


从业者个人素养待提升

家政员需要在雇主家庭内完成工作任务，这不仅考验家政员的业务能力，还考验从业者的EQ。在调研中，有近80%的受访者认为家政服务仍待提升。受访者认为家政行业从业者需要改善的内容包括专业技能、沟通能力、服务态度，行业企业需要提高管理水平。

从业者也应该时刻保持学习的态度、与时俱进，迎合客户的新需求，不断完善技能、提高业务能力。

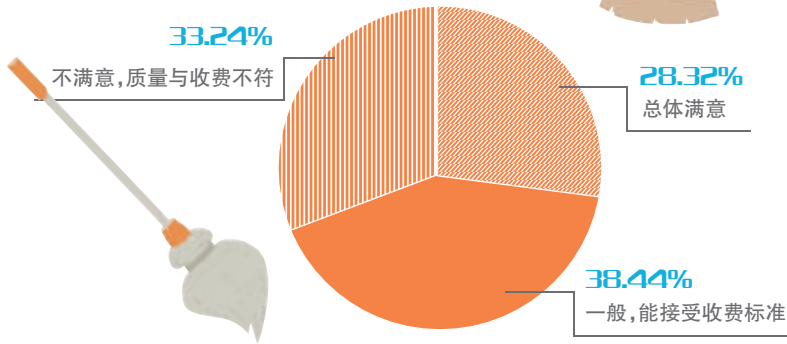
消费者认为家政服务从业者需要提升的内容



质量与价格不成正比

庞大的需求促使家政服务价格不断走高，但不少消费者表示家政服务的质量却并不与价格成正比。举例来看，北京月嫂、住家保姆等工作的雇佣价格水涨船高，综合能力较好的月嫂每个工作周期会得到上万元的收入。调查显示，有超三成的受访者不满意家政行业的收费标准，认为家政服务质量与其所收取的费用并不匹配。家政服务行业热度持续攀升，但是仍需提质，让消费者感受到“物有所值”。

消费者对于家政服务费用与质量满意度

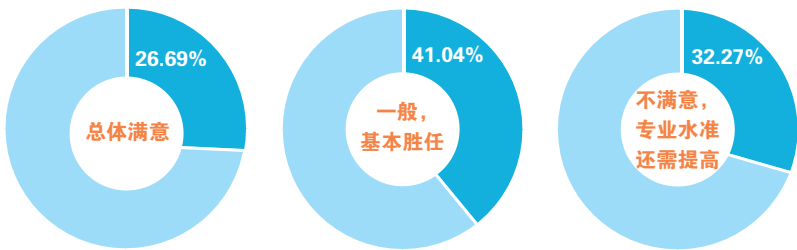


需建立技能培训体系

家政行业一面关系着数万家庭的“幸福感”，一面联动服务消费增长。北京家政行业用工缺口渐显，技能好的月嫂、育儿嫂、老人陪护等人员供不应求。部分家政服务人员能力与客户提出的要求仍有较大差距。

调查显示，32%的消费者对所接受的家政服务并不满意，认为专业水准还需提高。41%的消费者认为家政服务人员仅能基本胜任工作。随着“菜鸟”家政员进入市场，经验丰富的老员工比例降低，这需要大型企业加强承担家政员招聘、培训、服务支出、售后等责任，保证服务质量可控。

消费者对于家政服务人员专业技能水平满意度



企业声音

58到家副总裁曹继忠：

面对家政市场高品质、个性化、多样性的消费升级新趋势，58到家主要通过技术、产品、培训、思维助推家政服务能力提升。比如建立从业人员征信体系，实现对家政人员及服务质量的实时监控，并借助数据信息精准捕捉用户需求，细化服务流程。

管家帮董事长傅彦生：

一直以来，家政行业的人员流动性较大，随着家政员对职业有了规划设计，行业稳定性、规范性会进一步提升。同时可以吸引年轻人进入到家政行业，行业向专业化、职业化转变，打破家政行业年龄瓶颈，以供给升级适应用户需求。