



整理师,叠衣服叠出大市场



整理师,逐渐从小众变得更大众。他们梳理着人与空间的关系与秩序,还梳理着人与人内心深处的情感纠葛。不同于家政保洁,整理师要对建筑规划、美学设计乃至幼儿教育、艺术品收藏等方面有所涉猎,才能算得上是成功的整理师。有“空间设计师”之称的整理师,正在成为很多“00后”们的职业新取向,这是一个让工作和生活离得更近、给周围人都能带来美好的职业。

2019-2020年

我国新增职业整理师2000多人

85%的中国人不懂空间规划,他们当中91%的人患有囤积症,舍不得扔衣服;83%的人衣柜衣物数超过500件;75%的人浪费大量储物空间

从业者基本实现月入过万,超过4成的整理行业从业者可以实现10万元以上的年收入



订单破圈“人手不够了”

互联网让整理师打破依靠熟人获取订单的被动局面。近一年,我国新增职业整理师2000多人,迎来发展高峰。

人行十几年,谈檀将整理师从社交圈带到了互联网圈,让无数人认识了整理师,直到成为生活中的一部分。

现如今,谈檀已经是安安整理的创始人,有了一家属于自己的公司。不过,初做整理师算是机缘巧合。12年前的一天,当谈檀收纳好客户书房内的文玩字画之后,对方问:“你可以帮忙把衣柜、客厅也整理一下吗?”有类似诉求的用户不在少数。提起人行经历,谈檀认为,自己是从用户需求中找到了商机,找到了一片广阔的蓝海市场。

2015年谈檀成立了整理工作室,2017年注册公司,正式进入收纳整理行业。彼时,安安整理只有两三名员工,工作量并不饱和。直到2019年,公司迎来了转机。这一年,谈檀在淘宝上开了网店,打破了依靠社交的熟人圈获取订单的被动局面。

“之前,收纳整理业务范围就像一个圈子,熟人重复下单、熟客介绍,现在更多的新流量流入,团队人数越来越多。”她的团队,从最初的两三个员工增长到100多人,还在持续招聘中,因为生意好到“人手有点不够了”。

最近一两年,谈檀发现越来越多的年轻人愿意加入到这个行业中。而她更愿意接收有着设计学习、幼师经历、环境管理经验的新人接受培训,并留在行业里。《2020中国整理行业白皮书》(以下简称《白皮书》)中提到,目前我国接受过职业收纳师培训的有7000多人,以从事人数来看,整理师仍是一个小众职业,然而2019年到2020年我国新增职业整理师2000多人,整理师这个职业在近两年迎来了发展高峰。

“一年至少叠30万件衣服,帮200多个家庭做整理收纳,归置面积达两个足球场大小”,两年前转行进入整理行业的“00后”整理师魏婉晴提到自己的战绩,有着骄傲:“两年前选择跳槽,我赌对了。”

区隔空间 让生活更有条理

整理师像家政服务的延伸,但又有别于传统的家政保洁。顺手,是整理师重新规划空间时遵循的重要原则。

整理师更追求利用空间美学与设计进行空间管理,在家庭空间内协调人与物之间的关系。

当下的年轻人家庭,已经有别于传统家庭对空间的管理,他们希望在有限的空间内有属于自己独立的区域,还要保持有序整洁。随着经济社会的持续发展以及人们对生活品质的要求越来越高,整理师这个小群体正面临着越来越大的市场机遇。

魏婉晴进入客户家庭,带着理解的心情开始了工作。“老人过惯了苦日子,舍不得丢东西,总想着留着。可一同生活的年轻人看不惯房间里堆满杂物,长期下来就会有家庭矛盾。”正如魏婉晴所预料的,当他们进入房间,老人家选择躲在屋内避而不见。

不过,当房间逐渐整洁,老人对整理师们也逐渐“热情”。“我们整理完之后,老人先是为我们倒了水,之后想让我们吃点东西补充体力。老人家态度的变化,也让我们感到了认可。”

年轻一代的消费观念以及对高品质生活的追求不断推动着家政服务业向精细化、专业化的方向发展。

如今,“00后”“90后”的用户量已经显露出占据安安整理半壁江山的趋势。“年轻人对新事物的接纳程度远超预期,他们愿意为好奇和更好的生活品质买单。此外,宅家、动手能力有限、缺少时间等也让整理师走进了‘90后’和‘00后’的生活。”谈檀很清楚用户在哪以及用户该是什么样子的。

的确,新生的年轻一代让整理师的外延也得以扩展。“60后”“70后”钟爱收藏品,因此需要专业人士做整理。“80后”对奢侈品更为执着和痴迷。现如今,“85后-90后”逐渐成为挑选家庭物品的主要人群,他们的生活习惯促使整理师做出改变。

需求升级 高薪改变求职观

整理收纳作为消费升级领域的新项目,专业整理师市场缺口较大,在未来越来越细分的市场需求中,也许会迎来更大机遇。

“整理师不是简单的保洁打扫工作,有过设计工作经验、懂美学搭配,对职业更有帮助”,谈檀认为具备上述知识,才能算得上是合格的专业整理师。

谈檀表示:“整理收纳行业让更多的女性有了就业机会,企业入驻线上也让不同地域的从业者转向一线城市,行业规模也将实现成倍的增长”。

在谈檀看来,整理收纳行业尚处于野蛮生长的阶段。行业虽处于上升期,但没有进入蓬勃发展阶段。行业想要升级,并获得更多关注,需要实现企业品牌化、行业规范化。在互联网的催化下,很多非职业人员借社交平台分享自己的日常收纳活动,但简单的整理与职业的整理收纳存在很大的区别。

谈檀希望,未来整理收纳内容的规范化、标准化,以及行业企业实现品牌化,可以助力整理师行业更好发展,让整理收纳服务更加常态化、亲民化,不再是小众人的选择。随着行业从业者的增加、行业进一步细分,收费也将做出调整,实现家庭服务的整体升级。

《白皮书》显示,85%的中国人不懂空间规划,他们当中91%的人患有囤积症,舍不得扔衣服;83%的人衣柜衣物数超过500件;75%的人浪费大量储物空间。显然,如此巨大的市场空缺为整理师提供了职业空间。

如今,北京、上海、深圳等一线城市纷纷设立了整理师培训课程,不少消费者在体验了整理师的服务后,加入了该行业。他们或将整理师当作第一职业,亦或是周末的兼职。

人们越来越看重生活品质,职业家庭整理师的出现和崛起成为必然。《白皮书》显示,从业者基本实现月入过万,超过四成的整理行业从业者可以实现10万元以上的年收入。国内整理行业从业人员和消费者呈现年轻化趋势。