



2025 年家政服务行业 消费调查报告



青海省消费者协会

重庆市消费者权益保护委员会

四川省保护消费者权益委员会

陕西省消费者权益保护委员会

甘肃省消费者协会

宁夏回族自治区消费者协会

新疆维吾尔自治区消费者协会

联合调查

目录

一、 调查背景	3
二、 调查主要结论	4
(一) 家政服务消费需求旺盛，中青年成为消费主力军	4
(二) 消费行为呈现“灵活化、中度预算、定期化”特征	4
(三) 消费动机务实，服务质量与人员素质为核心关注点	4
(四) 满意度整体良好，但资质、价格与诚信问题突出	4
三、 调查结果分析	5
(一) 行为偏好特征	6
1. 消费渠道主要来源中介、熟人推荐及 O2O 平台	6
2. 消费者更倾向于选择灵活便捷的小时工服务形式	7
3. 家政年度消费预算主要集中在 1000-4999 元区间	8
4. 家政消费频次呈现“月度”和“季度”常态化特征	8
(二) 消费动机特征	9
1. 实际消费经历以“病人护理”和“水电维修”为主	9
2. 消费动因主要为特殊时期刚需、技能补充及工作繁忙	10
3. 消费者最关注服务质量和从业人员素质	11
(三) 消费满意度评价	11
1. 家政服务整体满意度较高，但仍有提升空间	11
2. 从业人员专业度、态度及售后服务满意度良好	12
(四) 存在的问题	13
1. 家政服务人员问题主要集中在服务资质与专业规范方面	13
2. 家政服务中的费用争议多与定价机制和交易规范相关	14
3. 家政服务市场营销诚信与履约保障方面仍有不足	15
四、 相关建议	16
(一) 监管层面：强化标准执行与信用监管	17
(二) 家政服务提供者：提升专业化与规范化水平	17
(三) 线上 O2O 平台：加强审核与信息透明	17
(四) 行业组织：推动自律与标准化建设	18
五、 消费提醒	18
(一) 选择正规渠道，核实资质信息	18
(二) 签订服务合同，明确权责内容	18
(三) 增强证据意识，维护自身权益	18
(四) 理性看待营销，警惕消费陷阱	18
(五) 主动参与监督，共建消费环境	19
附件：2025 年家政服务行业消费调查问卷	20

一、调查背景

家政服务行业是健全基本公共服务体系、提高人民生活品质的重要行业。近年来，全国家政服务市场呈现强劲增长态势。据华经产业研究院报告显示，2024 年家政服务市场规模已达 1.08 万亿元，O2O 模式渗透率为 17.44%，线上服务的便捷性正持续吸引更多消费者。随着需求不断释放，预计 2025 年市场规模将突破 1.15 万亿元，O2O 渗透率进一步提升至 18.7%。

国家高度重视家政服务业规范化发展，持续出台政策推动行业提质扩容。2025 年 3 月，《母婴护理服务质量规范》新国标正式实施；同年 4 月，商务部等 9 部门联合印发《关于促进家政服务消费扩容升级的若干措施》，从提升服务质量、促进便利消费、完善支持政策和优化消费环境等方面提出一系列新举措，标志着家政行业标准化进程迈入新阶段。各省市积极响应国家政策，结合自身实际情况制定特色政策，持续引导家政服务行业朝着专业化、规范化、品牌化方向发展，体现了政策层面的系统规划和坚定决心。

然而，从整体来看，我国家政行业仍处于发展的初级阶段，在标准化、规范化进程中仍面临诸多共性挑战。当前存在的区域共性问题主要包括：服务质量参差不齐、消费纠纷频发、市场秩序不够统一规范，以及消费者和服务人员权益保障机制尚不完善等。

在此背景下，为系统掌握各地家政服务消费现状与共性问题，切实保障消费者合法权益，畅通行业消费环节，推动

家政服务业高质量发展，青海省消费者协会联合重庆、四川、陕西、甘肃、宁夏、新疆等六省（区、市）消费权益保护组织，共同开展了本次家政服务行业消费问卷调查。

二、调查主要结论

（一）家政服务消费需求旺盛，中青年成为消费主力军

调查显示，家政服务消费普及率已达 81.69%，消费市场日趋成熟。26-40 岁中青年群体是消费核心人群，占比 50.79%，中等收入家庭（月收入 3000-9999 元）构成消费主体，显示出家政服务已成为家庭常态化生活消费的重要组成部分。

（二）消费行为呈现“灵活化、中度预算、定期化”特征

消费者更倾向选择小时工（38.57%）等灵活服务形式，年度消费预算主要集中在 1000-4999 元区间（51.87%），消费频次以每月或每季度为主，显示家政消费正从“应急型”向“计划型”转变，消费习惯逐步理性化、常态化。

（三）消费动机务实，服务质量与人员素质为核心关注点

家庭特殊时期刚需（40.33%）、技能不足（36.35%）和工作繁忙（31.82%）是三大主要消费动因。在选择服务时，消费者最关注服务质量（34.46%）和服务人员素质（年龄、性别、技能等），而对品牌知名度和外部评价依赖较低，反映出消费决策更加理性务实。

（四）满意度整体良好，但资质、价格与诚信问题突出

七成以上消费者对从业人员专业度、态度及售后表示满意，但服务资质不透明（37.51%）、价格不透明（40.43%）、过度营销（33.10%）及售后维权难（8.67%）等问题仍较突

出，显示行业在标准化、诚信体系和监督机制方面仍有较大提升空间。

三、调查结果分析

本次调查采用线上问卷调研的方式开展，通过七地消协组织官方微信公众平台进行问卷推送，共回收有效样本 15479 份，其中有家政消费经历的答题者 12645 人。

家政服务已较为普及，市场需求旺盛，消费日趋成熟。调查显示，在 15479 名参与答题的受访者中，绝大多数表示曾在日常生活中消费过家政服务，占比高达 81.69%（12645 人），仅有 18.31%（2834 人）的受访者表示未曾消费过。

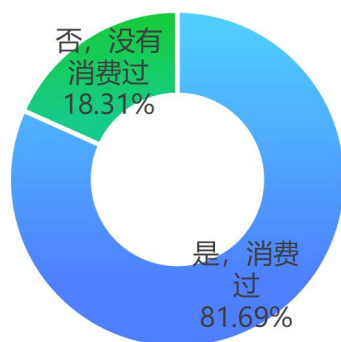


图 1 您在日常生活中是否消费过家政服务？（N=15479）

家政服务消费主要集中在 26-40 岁的中青年群体。调查数据显示，26-40 岁消费者占比最高，达 50.79%（6422 人），是家政服务的绝对主力消费人群；18-25 岁群体占比 25.44%（3217 人），位列第二；41-60 岁群体占比 21.83%（2760 人）。值得注意的是，18 岁以下及 61 岁以上消费者占比较低，分别为 1.35%（171 人）和 0.59%（75 人）。这表明中青年群体是推动家政服务消费市场发展的核心力量。

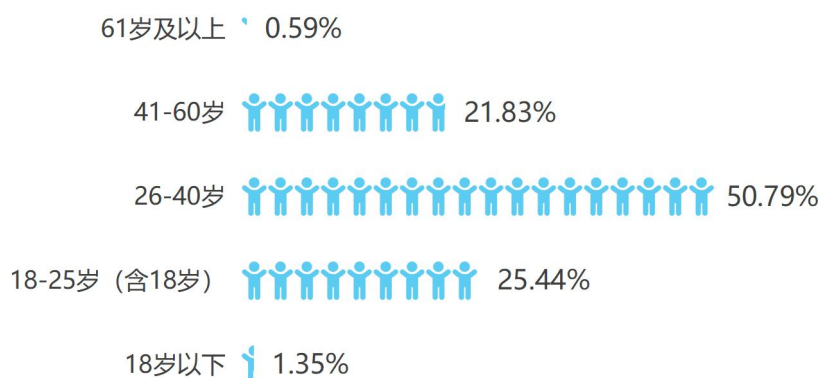


图 2 您的年龄？(N=12645)

家政服务消费群体呈现以中等收入为主的特征。调查显示，家庭月收入在 3000-5999 元和 6000-9999 元的中等收入群体占比最高，分别为 45.34%（5733 人）和 28.42%（3594 人），两者合计超过七成。低收入群体（0-2999 元）占比 17.43%（2203 人），而高收入群体（10000 元及以上）占比 8.81%（1115 人）。这表明家政服务已广泛覆盖各收入阶层，但中等收入家庭是消费市场的主体力量。

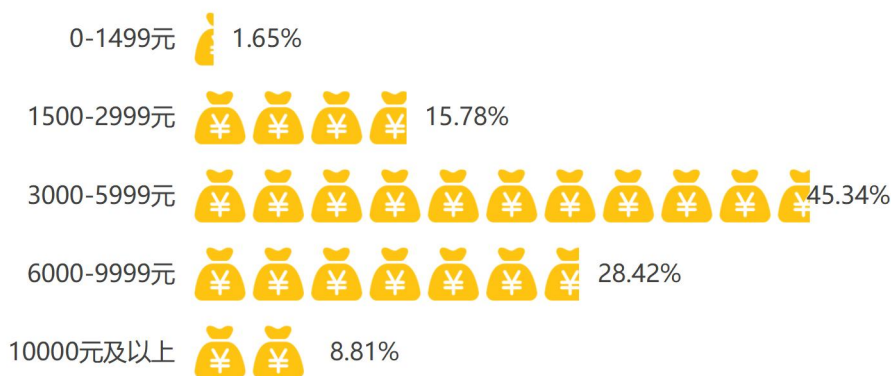


图 3 您的收入情况？(N=12645)

（一）行为偏好特征

1. 消费渠道主要来源中介、熟人推荐及 O2O 平台

调查显示，消费者最常通过家政服务中介公司雇佣服务

人员，占比 42.78%（5410 人）；经熟人介绍和通过美团等 O2O 平台购买套餐分列二三位，占比分别为 36.98%（4676 人）和 36.71%（4642 人）。此外，自行前往当地人才市场招聘和网上发布需求或联系平台也占有一定比例，分别为 26.02%（3290 人）和 23.41%（2960 人）。而通过社区范围内寻找和其他方式占比较低，分别为 6.34%（802 人）和 0.94%（119 人）。结果表明，专业化、平台化及信任关系是消费者选择家政服务渠道的重要考量。

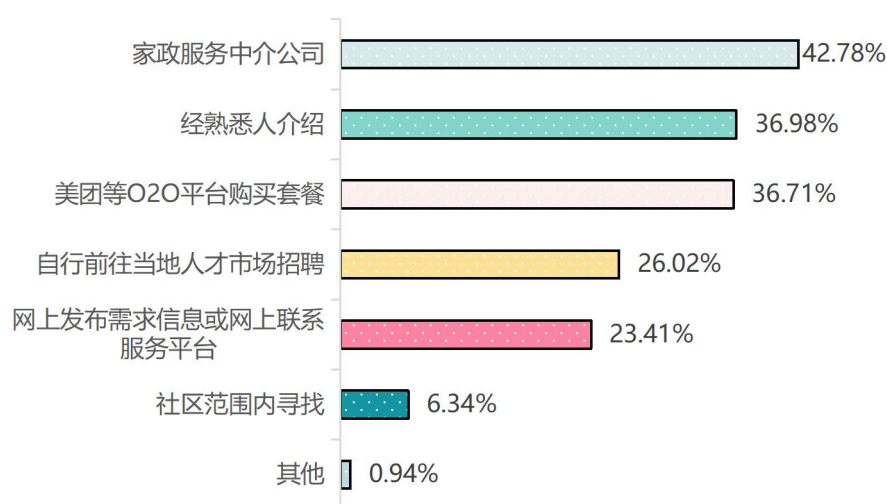


图 4 您会通过哪种途径雇请家政服务人员？（多选，N=12645）

2. 消费者更倾向于选择灵活便捷的小时工服务形式

调查显示，小时工成为最受欢迎的服务形式，占比 38.57%（4877 人）；包月上门服务紧随其后，占比 35.83%（4531 人）；而传统的住家保姆形式选择率相对较低，占比 25.60%（3237 人）。这显示，当前家政服务消费呈现明显的灵活特征，消费者更偏好按需、分次服务的灵活消费模式。

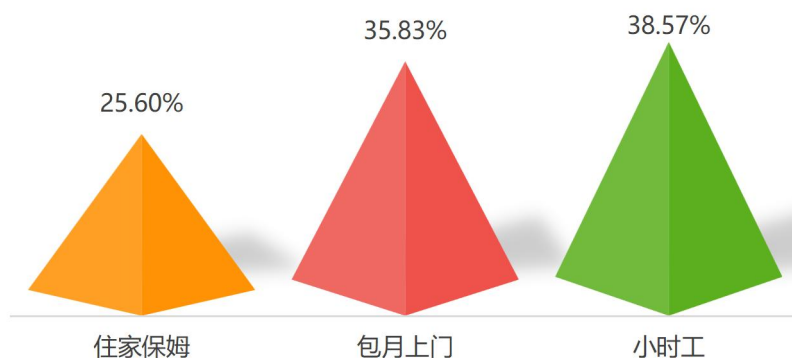


图 5 您更倾向哪种家政服务形式？（单选，N=12645）

3. 家政年度消费预算主要集中在 1000-4999 元区间

调查显示，1000-2999 元预算区间占比最高，达 29.65%（3749 人）；3000-4999 元区间紧随其后，占比 22.22%（2810 人）。500-999 元和 5000-10000 元区间分别占比 20.90%（2643 人）和 10.01%（1266 人）。10000 元以上和 0-499 元预算的消费者相对较少，占比分别为 7.37%（932 人）和 9.85%（1245 人）。由此可见，大多数消费者倾向于安排中等额度的年度预算用于家政消费，家政服务已成为家庭常态化支出项目。

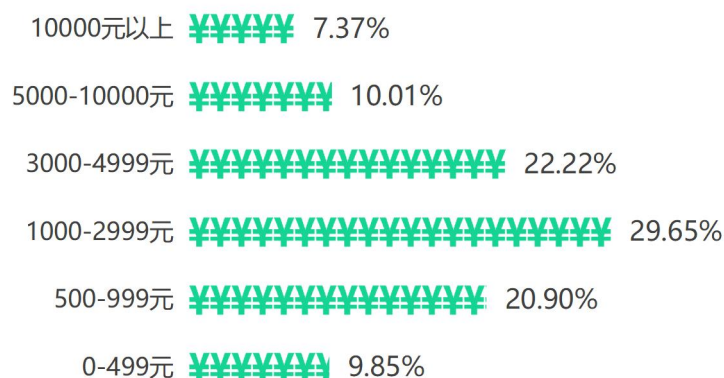


图 6 您大概一年给家政服务消费的预算是多少？（单选，N=12645）

4. 家政消费频次呈现“月度”和“季度”常态化特征

调查显示，年消费 5~11 次的群体占比最高，达 26.23%

(3317 人)；年消费 2~5 次的群体紧随其后，占比 24.14% (3052 人)；选择月均一次的消费者也占较大比例，为 20.49% (2591 人)。高频消费（一周一次及以上）占比较低，合计不足 10%，其中一周一次占 7.23% (914 人)，几乎每天仅占 1.27% (161 人)。这说明，多数家庭已将家政服务纳入日常定期消费范畴，但消费节奏仍以中度频次为主。

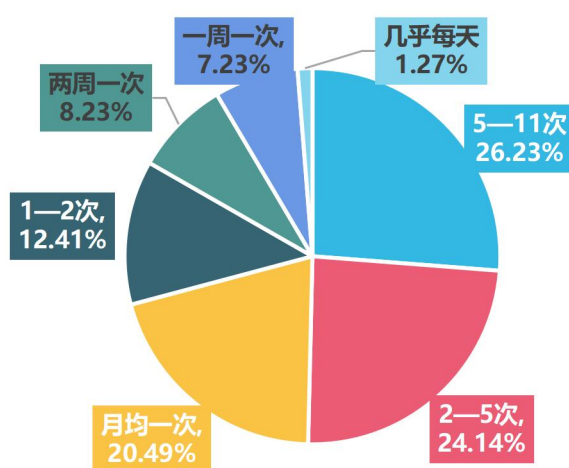


图 7 您一般一年大致会消费多少次家政服务？（单选，N=12645）

（二）消费动机特征

1. 实际消费经历以“病人护理”和“水电维修”为主

调查显示，病人护理服务消费占比最高，达 37.86% (4788 人)；水电维修、管道疏通类紧随其后，占比 36.56% (4623 人)；家庭清洁与母婴护理占比相近，分别为 31.33% (3962 人) 和 31.30% (3958 人)。养老护理、家庭餐制作及其他服务占比较低，分别为 18.23% (2305 人)、9.11% (1152 人) 和 1.30% (164 人)。以上数据反映出，当前家政消费仍集中于刚需型生活服务和专业护理领域，家庭日常便利型服务仍有较大市场潜力。

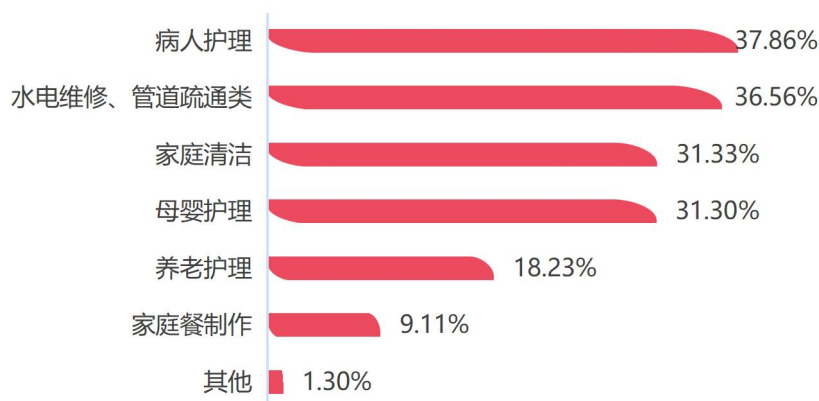


图 8 您曾经消费过以下哪几类家政服务？（多选，N=12645）

2. 消费动因主要为特殊时期刚需、技能补充及工作繁忙

调查显示，家庭特殊时期的需要（如月子、重点大扫除）是首要原因，占比 40.33%（5100 人）；某些家务技能不足和工作繁忙占比分别为 36.35%（4597 人）和 31.82%（4024 人）。家庭经济条件合适也占较高比例，为 30.49%（3855 人）。因亲朋好友推荐和家中有老人或小孩需要照料选择服务的比例相对较低，分别为 15.64%（1978 人）和 13.55%（1714 人）。由此可见，家政消费行为多由实际功能需求驱动，同时经济承受能力与时间精力限制亦构成重要消费动因。

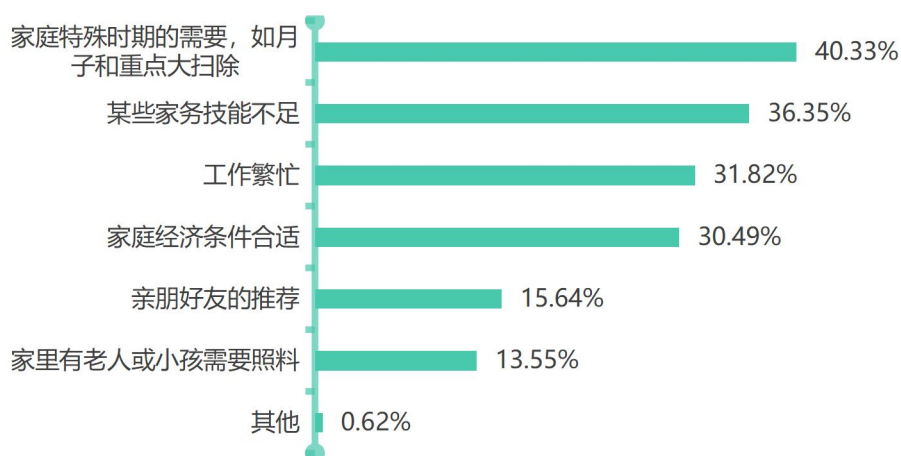


图 9 您消费家政服务的原因是什么？（多选，N=12645）

3. 消费者最关注服务质量和从业人员素质

调查显示，服务质量是最核心的考量因素，占比 34.46%（4358 人）；服务人员年龄和价格占比分别为 31.14%（3938 人）和 28.99%（3666 人）。服务人员性别及学历技能也是重要参考，分别占 27.69%（3502 人）和 25.64%（3242 人）。公司正规度与知名度、以往消费者评价及安全保障等因素占比相对较低，分别为 23.35%（2952 人）、13.97%（1766 人）和 11.95%（1511 人）。综合来看，消费者决策时优先关注服务本身的质量、人员匹配度及性价比，对机构品牌和外部评价的依赖相对较弱。

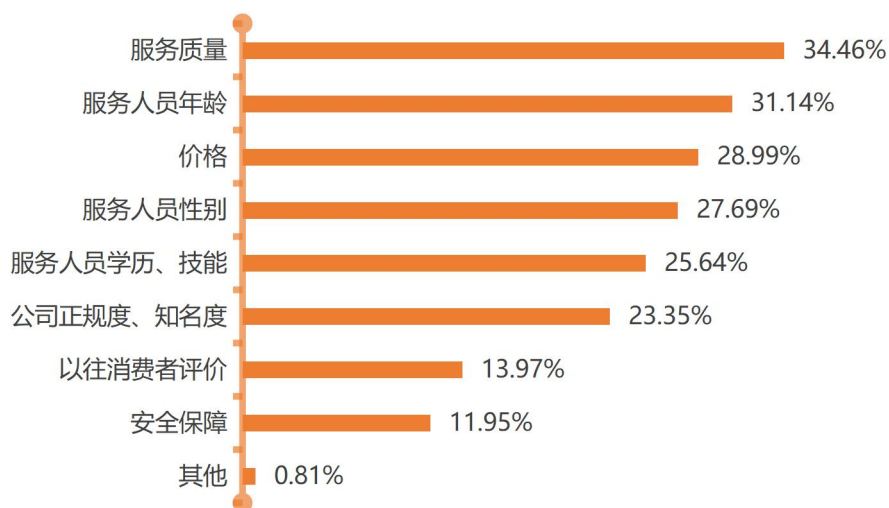


图 10 您使用家政服务有哪些考量因素？（多选，N=12645）

（三）消费满意度评价

1. 家政服务整体满意度较高，但仍有提升空间

调查显示，近七成消费者对家政服务持满意态度，表明服务质量基本获得市场认可，然而超过一成的负面评价也反映出行业在规范性和体验一致性方面仍需加强。具体来看，满意（比较满意+十分满意）：占比 69.37%（8772 人），其

中比较满意占 39.61% (5009 人)，十分满意占 29.76% (3763 人)；一般：占比 18.80% (2378 人)；不满意（比较不满意+非常不满意）：占比 11.83% (1495 人)，其中比较不满意占 7.69% (972 人)，非常不满意占 4.14% (523 人)。

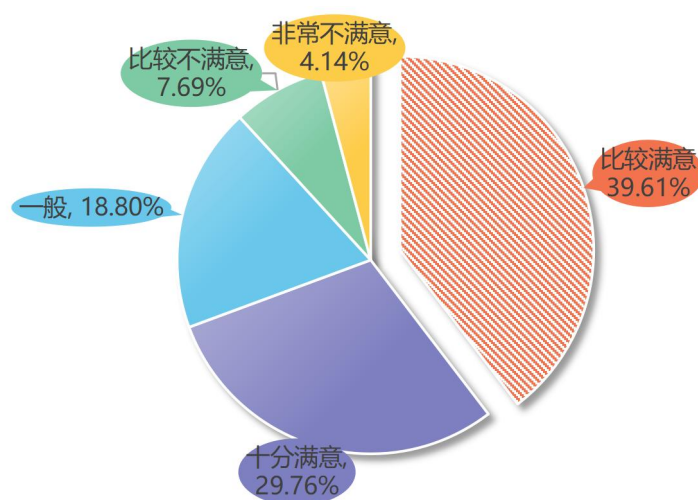


图 11 您对以往的家政服务消费满意度评价如何？（单选，N=12645）

2. 从业人员专业度、态度及售后服务满意度良好

调查显示，专业度、态度及售后服务三项服务指标的满意度均超过七成，表明家政服务在核心环节的表现获得消费者普遍认可，但专业度方面的不满意度相对较高，提示行业在技能培训和标准化服务方面仍需加强。

在服务人员专业度方面，满意度（比较满意+十分满意）占比 74.93% (9475 人)，其中比较满意占 42.26% (5344 人)，十分满意占 32.67% (4131 人)；一般评价占 13.84% (1750 人)；不满意度（比较不满意+非常不满意）为 11.23% (1420 人)。

在服务人员工作态度方面，满意度（十分满意+比较满意）占比 73.12% (9245 人)，其中十分满意占 39.00% (4931

人），比较满意占 34.12%（4314 人）；一般评价占 17.01%（2151 人）；不满意度（比较不满意+非常不满意）为 9.87%（1249 人）。

在消费售后方面，满意度（比较满意+十分满意）占比 74.69%（9444 人），其中比较满意占 41.21%（5211 人），十分满意占 33.48%（4233 人）；一般评价占 15.62%（1975 人）；不满意度（比较不满意+非常不满意）为 9.70%（1226 人）。

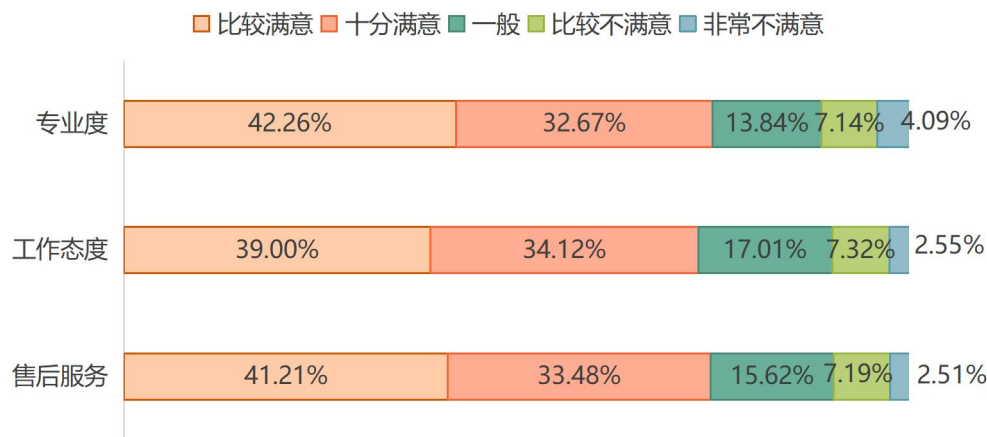


图 12 您对家政从业人员服务满意度评价如何？（单选，N=12645）

（四）存在的问题

1. 家政服务人员问题主要集中在服务资质与专业规范方面

调查显示，服务人员未出示相关证件（如身份证、健康证）成为最突出的问题，占比 37.51%（4743 人）；服务质量不达标（打扫/维修不到位）和服务态度差占比分别为 31.32%（3960 人）和 20.53%（2596 人）。穿着或举止不得体及清洁剂使用未事先核对等问题也占一定比例，分别为 18.90%（2390 人）和 14.45%（1827 人）。而未严格遵守信

息保密制度及其他问题反映较少，占比分别为 6.09%（770 人）和 0.66%（83 人）。有 17.83%（2255 人）的消费者表示未遇到相关问题。以上情况表明，当前家政服务行业在人员资质审核、服务过程标准化及职业素养培训等方面仍存在明显短板，需进一步强化行业规范和监督管理。

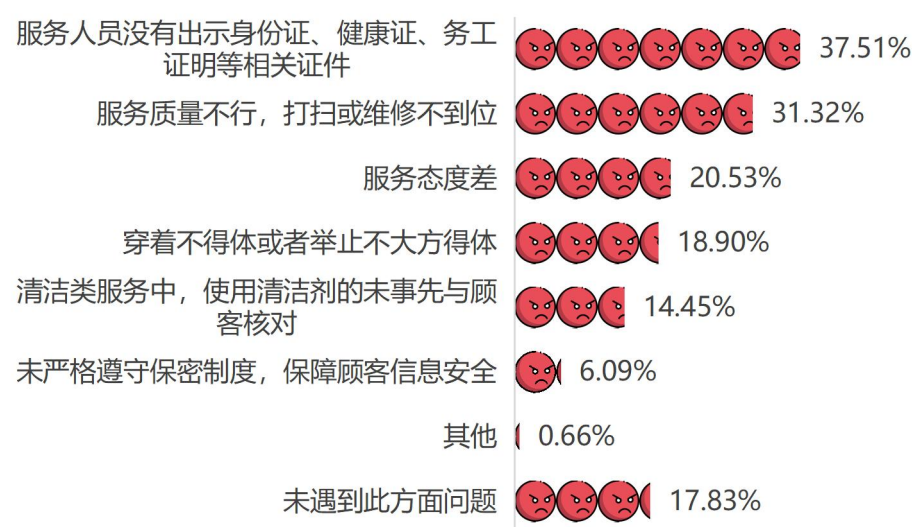


图 13 您遇到与从业人员服务相关的问题有哪些？（多选，N=12645）

2. 家政服务中的费用争议多与定价机制和交易规范相关

调查显示，收费标准不透明，预约价格与实际价格有差异是最集中的消费痛点，占比 40.43%（5112 人）；线下单独收费却不开具凭证及收费远超市场价紧随其后，占比分别为 34.76%（4396 人）和 29.96%（3789 人）。另有 18.62%（2355 人）曾遇到预约付款后取消消费却被告知不可退款的问题。不过，也有 20.47%（2589 人）的消费者表示未在费用方面遇到问题。整体来看，价格透明度低、收费行为不规范已成为影响家政服务消费体验的重要因素，反映出行业在

标准化定价和诚信经营方面仍有待加强。

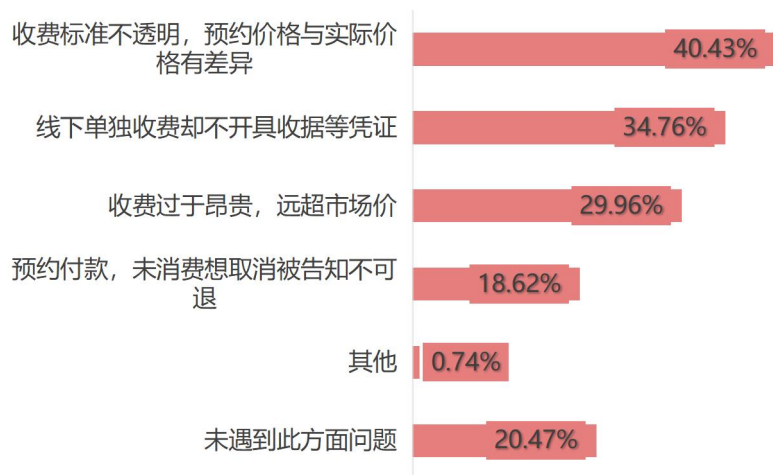


图 14 您遇到与费用相关的问题有哪些？（多选，N=12645）

3. 家政服务市场营销诚信与履约保障方面仍有不足

调查显示，过度营销、虚假营销是消费者反映最普遍的问题，占比 33.10%（4186 人）；损坏家中物品难赔偿和合同服务内容缩水分别位列第二和第三，占比为 26.68%（3374 人）和 23.87%（3018 人）。此外，未签订书面协议及公司和人员资质掺假也占有一定比例，分别为 20.10%（2542 人）和 11.01%（1392 人）。另有 8.67%（1096 人）的消费者遭遇售后困难、投诉不畅的问题。这些情况表明，家政服务市场在营销真实性、合同履约、损害赔偿和售后维权等环节仍存在明显短板，亟须加强行业监管和信用体系建设。

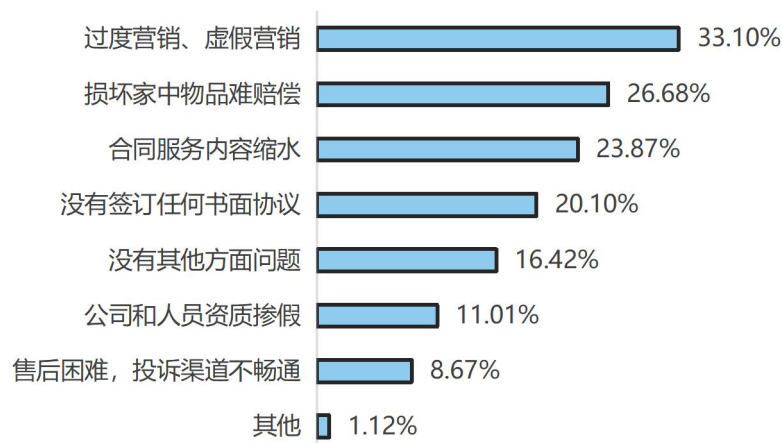


图 15 您是否还遇到过其他问题？（多选，N=12645）

四、相关建议

调查显示，增强规范化，明确家政行业标准被视为最有效的措施，占比 50.61%（7834 人）；利用信息化，维护家政行业准入门槛紧随其后，占比 40.84%（6322 人）。另外，提高专业化，系统培育从业人员和评选家政服务优秀示范企业也获得较高支持，分别占比 33.39%（5168 人）和 32.75%（5070 人）。完善家政服务相关法律法规及设置投诉公示、年度红黑榜等监督机制分别占 29.10%（4504 人）和 19.98%（3092 人）。这些数据表明，消费者期待通过标准化建设、技术赋能和专业培训等多维度措施，共同推动家政服务行业向更加透明、规范、优质的方向发展。

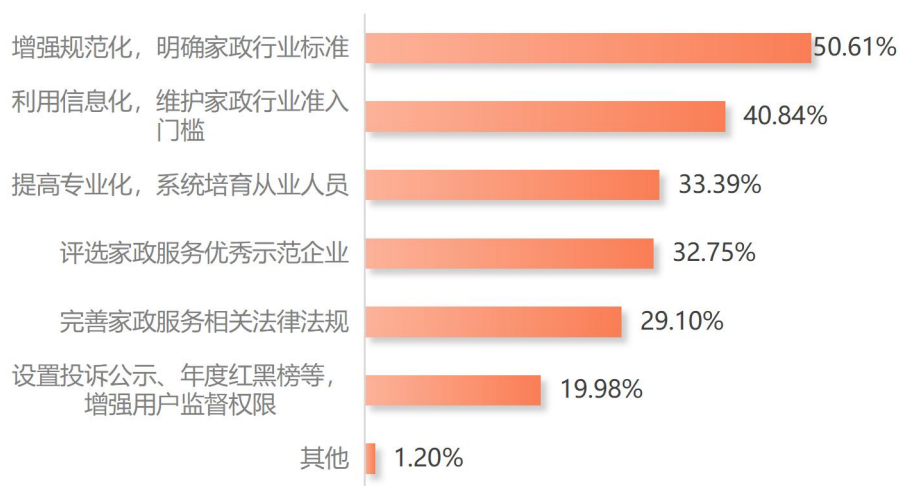


图 16 您认为提高家政行业服务质量的举措有哪些？（多选，N=15479）

（一）监管层面：强化标准执行与信用监管

建议行业主管部门加快建立健全家政服务地方标准体系，尤其强化服务定价、人员持证、合同履行等方面的规范要求。推动建立行业统一的家政服务信用信息平台，推行服务人员“持码上岗”、企业“红黑榜”公示制度，实现信用信息透明化和可追溯。

（二）家政服务提供者：提升专业化与规范化水平

家政企业应严格人员招聘与培训流程，落实身份、健康、技能等证件公示制度。推广使用示范合同，明确服务内容、价格、赔偿责任等条款。建立快速响应的客户投诉和处理机制，切实保障消费者知情权和索赔权。

（三）线上 O2O 平台：加强审核与信息透明

平台应强化入驻企业资质审核，建立服务价格监控机制，杜绝虚假宣传和价格误导。优化售后保障流程，明确退赔规则，畅通消费纠纷解决渠道。探索建立服务过程记录与评价共享机制，帮助消费者做出更科学选择。

（四）行业组织：推动自律与标准化建设

支持行业协会制定行业自律公约，开展服务质量认证和企业等级评定。定期组织职业技能竞赛和从业人员培训，推广优秀服务案例和标杆企业，引导行业良性竞争和持续提质。

五、消费提醒

（一）选择正规渠道，核实资质信息

消费者应优先选择证照齐全、信誉良好的家政公司或平台，注意核查服务人员的身份证、健康证、技能证书等资质，切勿因低价诱惑选择无照服务提供者。

（二）签订服务合同，明确权责内容

建议消费者与服务方签订书面合同，明确服务项目、收费标准、服务时长、服务标准、违约责任、损害赔偿等条款，尤其对可能出现的物品损坏、人身意外等情形提前约定处理方式，避免纠纷无据可依。

（三）增强证据意识，维护自身权益

服务过程中可通过拍照、录像等方式记录服务重要环节及存在问题，保留合同原件、服务单据付款凭证、沟通记录等证据。发生消费纠纷时，可首先与家政公司或平台协商，协商不成可及时向消费者权益保护组织或家政服务行政主管部门投诉维权。

（四）理性看待营销，警惕消费陷阱

面对各类促销宣传，消费者应仔细核实服务内容和价格细节，警惕“低价引流、中途加价”等陷阱。预付式消费时需注意资金安全，避免一次性大额充值。

（五）主动参与监督，共建消费环境

消费者积极参与家政服务消费评价和监督，通过正规渠道反映问题建议，共同促进家政服务行业规范健康发展。

附件：2025 年家政服务行业消费调查问卷

一、基本情况

1. 您在日常生活中是否消费过家政服务？

☐ 是，消费过

☐ 否，没有消费过

2. 您的年龄？

☐ 18 岁以下

☐ 18-25 岁（含 18 岁）

☐ 26-40 岁

☐ 41-60 岁

☐ 61 岁及以上

3. 您的收入情况？

☐ 0-1499 元

☐ 1500-2999 元

☐ 3000-5999 元

☐ 6000-9999 元

☐ 10000 元及以上

二、行为偏好

4. 如果需要，您会通过哪种途径雇请家政服务人员？

☐ 美团等 O2O 平台购买套餐

☐ 家政服务中介公司

☐ 自行前往当地人才市场招聘

☐ 经熟人介绍

☐ 网上发布需求信息或网上联系服务平台

☐ 社区范围内寻找

☐ 其他【请备注】

5. 您更倾向哪种家政服务形式？

☐ 住家保姆

☐ 包月上门

☐ 小时工

6. 如果需要，您大概一年给家政服务消费的预算是多少？

☐ 0-499 元

☐ 500-999 元

☐ 1000-2999 元

☐ 3000-4999 元

☐ 5000-10000 元

☐ 一万元以上

7. 您一般一年大致会消费多少次家政服务？

☐ 1~2 次

☐ 2~5 次

☐ 5~11 次

☐ 月均一次

☐ 两周一次

☐ 一周一次

☐ 几乎每天

三、消费动机

8. 以下哪几类家政服务场景，是您曾经消费过的？

- ☐ 家庭清洁
- ☐ 水电维修、管道疏通类
- ☐ 母婴护理
- ☐ 病人护理
- ☐ 养老护理
- ☐ 家庭餐制作
- ☐ 其他【请备注】

9. 您消费家政服务的原因是什么？

- ☐ 工作繁忙
- ☐ 家庭经济条件合适
- ☐ 某些家务技能不足
- ☐ 家庭特殊时期的需要，如月子和重点大扫除
- ☐ 亲朋好友的推荐
- ☐ 家里有老人或小孩需要照料
- ☐ 其他【请备注】

10. 您使用家政服务有哪些考量因素？

- ☐ 价格
- ☐ 服务人员年龄
- ☐ 服务人员性别
- ☐ 服务人员学历、技能
- ☐ 服务质量
- ☐ 公司正规度、知名度
- ☐ 以往消费者评价
- ☐ 安全保障

☐ 其他【请备注】

四、满意度评价

11. 总体来说，您对以往的家政服务消费满意度评价如何？

- ☐ 十分满意
- ☐ 比较满意
- ☐ 一般
- ☐ 比较不满意
- ☐ 非常不满意

12. 在家政服务消费中，您对服务人员专业度满意度评价如何？

- ☐ 十分满意
- ☐ 比较满意
- ☐ 一般
- ☐ 比较不满意
- ☐ 非常不满意

13. 在家政服务消费中，您对服务人员工作态度满意度评价如何？

- ☐ 十分满意
- ☐ 比较满意
- ☐ 一般
- ☐ 比较不满意
- ☐ 非常不满意

14. 在家政服务消费中，您对于消费售后满意度评价如何？

- ☐ 十分满意
- ☐ 比较满意
- ☐ 一般

☐ 比较不满意

☐ 非常不满意

五、问题与建议

15. 您在家政服务消费中，关于家庭服务员方面遇到过什么问题？

☐ 服务人员没有出示身份证、健康证、务工证明等相关证件

☐ 服务态度差

☐ 服务质量不行，打扫或维修不到位

☐ 穿着不得体或者举止不大方得体

☐ 清洁类服务中，使用清洁剂的未事先与顾客核对

☐ 未严格遵守保密制度，保障顾客信息安全

☐ 未遇到此方面问题

☐ 其他【请备注】

16. 您在家政服务消费中，关于费用方面遇到过什么问题？

☐ 收费标准不透明，预约价格与实际价格有差异

☐ 收费过于昂贵，远超市场价

☐ 线下单独收费却不开具收据等凭证

☐ 预约付款，未消费想取消被告知不可退

☐ 未遇到此方面问题

☐ 其他【请备注】

17. 您在家政服务消费中，还遇到过什么其他问题？

☐ 没有签订任何书面协议

☐ 过度营销、虚假营销

☐ 损坏家中物品难赔偿

☐ 合同服务内容缩水

- ☐ 公司和人员资质掺假
- ☐ 售后困难，投诉渠道不畅通
- ☐ 没有其他方面问题
- ☐ 其他【请备注】

18. 您认为什么举措可以提高家政服务行业服务质量？

- ☐ 提高专业化，系统培育从业人员
- ☐ 增强规范化，明确家政行业标准
- ☐ 利用信息化，维护家政行业准入门槛
- ☐ 评选家政服务优秀示范企业
- ☐ 完善家政服务相关法律法规
- ☐ 设置投诉公示、年度红黑榜等，增强用户监督权限
- ☐ 其他【请备注】

您已完成本次问卷，感谢您的帮助与支持！