

内容目录

一、前言	3
二、2023-2028年家政服务市场前景及趋势预测	4
2.1 2022-2023年家政服务行业发展情况分析	4
2.1.1 家政服务行业发展阶段	4
2.1.2 家政服务行业市场规模	4
2.1.3 中国家政服务业产业链	7
2.1.4 家政服务劳动者薪酬水平	8
2.1.5 家政服务用户线上渗透率	9
2.1.6 《中国家政服务业高质量发展指数报告（2022）》	10
2.2 2022-2023年家政服务行业市场运行形势分析	16
2.2.1 中国家政服务消费者画像	16
2.2.2 中国家政服务业获客途径分析	17
2.2.3 中国消费者不使用家政服务的原因	18
2.2.4 中国消费者使用家政服务的频率与形式	18
2.2.5 中国消费者使用家政服务的场景	19
2.2.6 中国消费者月收入与家政服务支出情况	20
2.2.7 中国消费者选择家政服务人员时的考量因素	21
2.3 2022-2023年家政服务行业市场竞争形势分析	22
2.3.1 家政服务行业竞争格局分析	22
2.3.2 互联网+家政服务行业竞争特征分析	22
2.3.3 家政服务行业竞争策略分析	23
2.3.4 家政服务企业核心竞争力分析	24
2.3.5 家政服务行业竞争态势预测	24
2.4 2023-2028年家政服务市场发展前景形势预测	24
2.4.1 2023-2028年家政服务市场发展潜力	24
2.4.2 2023-2028年家政服务市场发展前景	25
2.4.3 2023-2028年家政服务市场规模预测	26
2.4.4 2023-2028年家政服务细分领域发展前景	27
（一）社会变迁带来家政服务消费的潜在需求	27
（二）居民消费习惯演变促使潜在的家政服务需求向现实需求转化	28
（三）由政府牵头建立第三方互联网平台，整合信息资源	28
（四）“一老一幼”将成为家政服务行业关键的增量市场	29
（五）用户需求日渐精细化，服务种类多元化	29
2.4.5 高端家政服务市场前景预测	29
2.5 2023-2028年家政服务行业发展趋势预测	34
2.5.1 产业政策趋向	34
2.5.2 我国家政服务业未来发展方向	34
（一）家政服务社会化	35
（二）家政服务市场化	35
（三）家政服务信息化	35

(四) 家政服务规范化	35
(五) 个性化、多元化、精细化	35
(六) 规范化标准化职业化是未来趋势	36
(七) 市场良性发展需多方共同努力	37
2.5.3 我国家政服务业未来发展趋势	38
(一) 行业数字化转型加快	38
(二) “互联网+家政”成新热潮	38
(三) 家政服务需求多样性和即时性	38
(四) 要求服务质量标准化，专业化要求更高	39
(五) 朝阳产业营收规模持续扩大，行业朝规范化发展	39
(六) 家政服务与其他行业融合发展渐成潮流	39
(七) 社区化发展渐成趋势	39
(八) 家政服务市场日益细分、精细化发展	40
三、如何打造一个成功的家政服务品牌策略及建议	40
3.1 企业品牌战略规划	40
3.1.1 品牌战略规划的基本内容	40
3.1.2 品牌战略规划的五大核心	40
3.1.3 企业制定品牌战略规划的方法	41
3.2 打造一个成功的品牌的核心	41
3.2.1 产品	41
3.2.2 体验	41
(1) 产品体验	41
(2) 服务体验	41
(3) 氛围体验	42
3.2.3 场景	42
3.3 塑造品牌策略	42
3.3.1 价值提炼	43
(1) 感知价值	44
(2) 符合认知	45
(3) 前因后果	45
(4) 一看就懂	45
(5) 有效信息	46
(6) 善用数字	46
(7) 朗朗上口	47
(8) 难以验证	47
3.3.2 价值呈现	48
(1) 视觉文案	49
(2) 原材料工艺	50
(3) 服务传达	50
(4) 利益承诺	50
3.3.3 峰值体验	51
(1) 提升感官享受	51
(2) 打破消费脚本	53
(3) 提供标准化的定制服务	53

(4) 增加刺激性	53
3.3.4 行为设计	54
(1) 行动成本	54
(2) 决策成本	54
四、家政服务企业《打造成功品牌策略》制定手册	56
4.1 动员与组织	56
4.1.1 动员	56
4.1.2 组织	57
4.2 学习与研究	57
4.2.1 学习方案	57
4.2.2 研究方案	58
4.3 制定前准备	59
4.3.1 制定原则	59
4.3.2 注意事项	60
4.3.3 有效战略的关键点	61
4.4 战略组成与制定流程	63
4.4.1 战略结构组成	63
4.4.2 战略制定流程	64
4.5 具体方案制定	65
4.5.1 具体方案制定	65
4.5.2 配套方案制定	67
五、家政服务企业《打造成功品牌策略》实施手册	68
5.1 培训与实施准备	68
5.2 试运行与正式实施	68
5.2.1 试运行与正式实施	68
5.2.2 实施方案	69
5.3 构建执行与推进体系	69
5.4 增强实施保障能力	70
5.5 动态管理与完善	71
5.6 战略评估、考核与审计	71
六、总结：商业自是有胜算	72

一、前言

谈到企业品牌战略规划，我们可以将之分为基本内容和核心两个部分，这对于想要打造品牌的企业来说，具有十分重要的意义和价值，从根本上说，就是要解决企业发展中遇到的发展瓶颈，从而突破企业品牌发展的困境。

那么，打造一个成功的品牌的核心是什么？如何塑造品牌策略？

下面，我们先从家政服务行业市场进行分析，然后重点分析并解答以上问题。

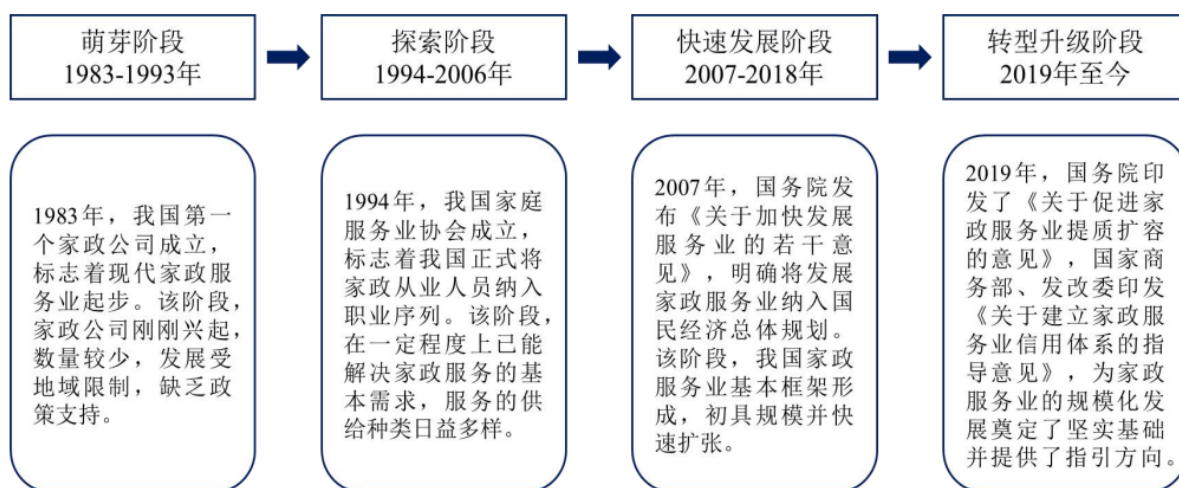
相信通过本文全面深入的研究和解答，您对这些信息的了解与把控，将上升到一个新的台阶。这将为您的经营管理、战略部署、成功投资提供有力的决策参考价值，也为您抢占市场先机提供有力的保证。

二、2023-2028 年家政服务市场前景及趋势预测

2.1 2022-2023 年家政服务行业发展情况分析

2.1.1 家政服务行业发展阶段

家政服务业作为劳动密集型产业，历经近 40 年的发展和转型升级后，呈现出蓬勃发展的良好势头，拥有巨大的市场潜力。从整体上大致可分为四个发展阶段：萌芽阶段（1983-1993 年）、探索阶段（1994-2006 年）、快速发展阶段（2007-2018 年）、转型升级阶段（2019 年至今）。



资料来源：章文光. 家政“兴农”的深意、特点与前景[J]. 人民论坛, 2022 (5) :40-43.]

2.1.2 家政服务行业市场规模

近年来，我国家政服务业市场规模逐年稳定增长，从 2015 年的 2776 亿元已提升至 2021 年的 10149 亿元，突破万亿元大关，增长近 4 倍，并将延续这一增长趋势，预计到 2023 年将增至 11641 亿元。在行业规范化政策的落地与发展、居民消费水平提高、养老托育服务需求日益旺盛等因素的共同推动下，家政服务业拥有广阔的市场前景和发展潜力。

图：2015-2023 年家政服务行业市场规模

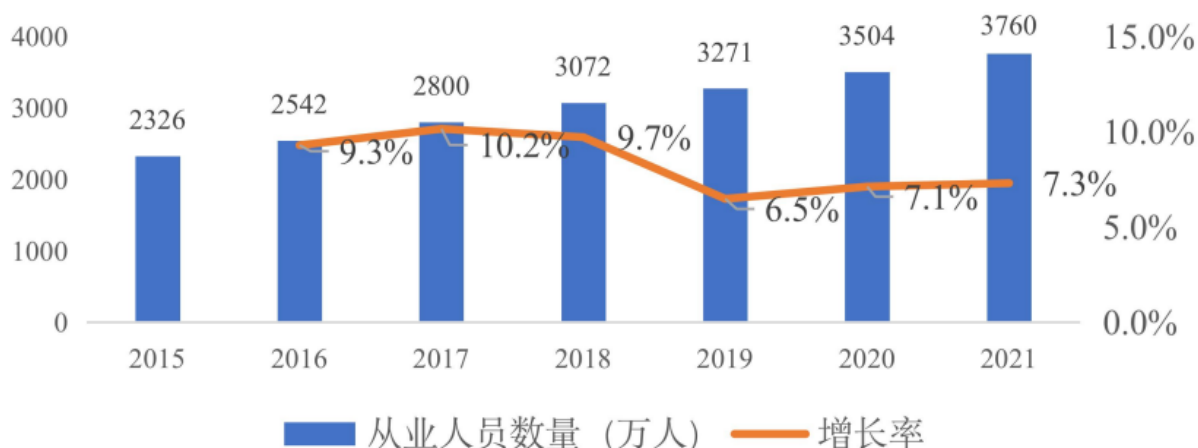
家政服务企业打造成功品牌策略研究报告



数据来源：艾媒咨询

2015年至2021年我国家政服务行业吸纳就业人数稳步增长，其中约90%的人员来自农村地区。2021年我国家政服务人员数量为3760万人，同比增长7.3%。但由于服务需求空前暴涨，目前家政服务行业人员缺口仍然较大，存在供不应求的现象。

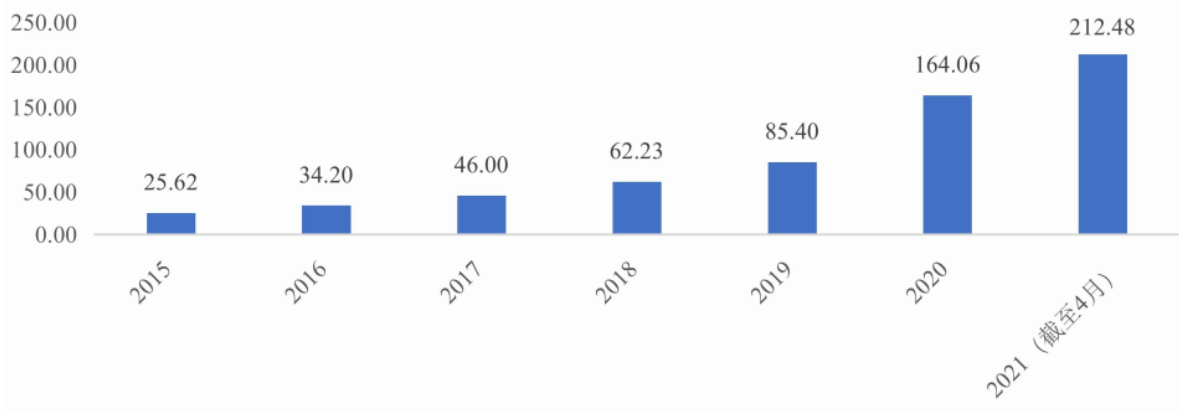
图：2015-2021 年家政服务从业人员数量及增长率



数据来源：艾媒咨询

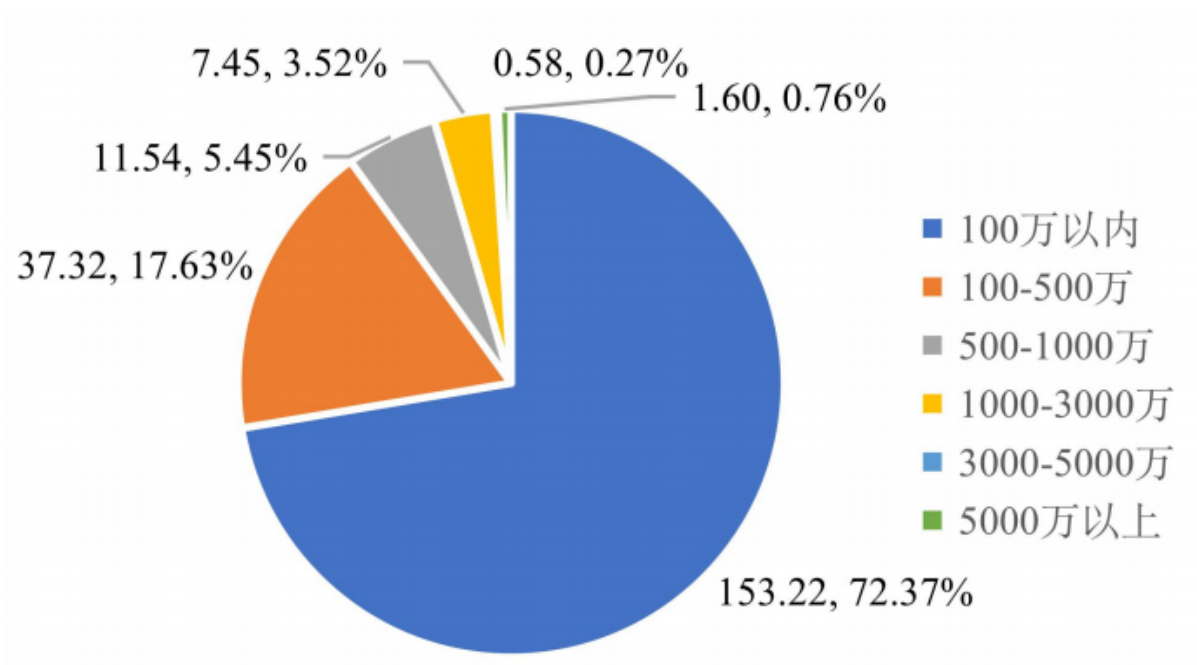
数据显示，截至2021年4月我国共有超过200万家企业的注册名称或经营范围含“家政服务”其中，注册资本在100万以内有约153万家，占比约72%，注册资本在100至500万之内约有37万家，占比约18%。越来越多的家政服务平台在市场中涌现。

图：2015-2021 年我国家政机构数量（单位：万）



数据来源：艾媒咨询

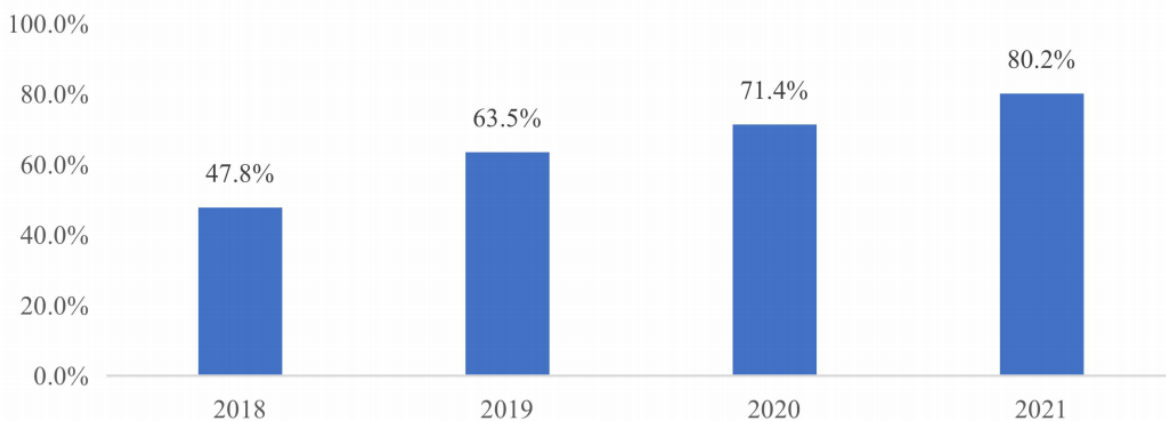
图：2021年家政服务业资产规模情况



数据来源：艾媒咨询

数据显示，2018至2021年间，家政服务用户的线上渗透率从47.8%上升至80.2%。家政服务消费预订线上化趋势明显增强，互联网家政服务平台活跃用户大幅增加，线上需求已成为家政行业重要的业务来源。

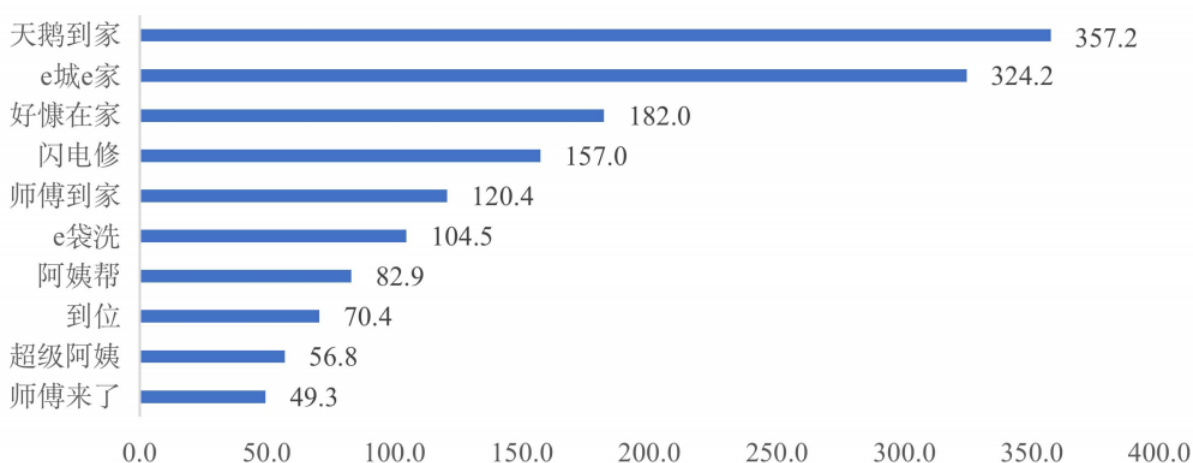
图：2018-2021年家政服务用户线上渗透率



数据来源：艾媒咨询

凭借家政服务的多品类覆盖，家政服务平台天鹅到家（357.2万）及e城e家（324.2万）月活跃用户规模均超过300万排名榜单前二，远远领先于其他APP。好慷在家和闪电修紧随其后，截至2021年6月，平台分别拥有182.0万和157.0万活跃用户。

图：2021年6月互联网家政服务平台月活用户排名（单位：万）



数据来源：Fastdata 极数

家居保洁是消费者最常使用的家政服务类别与场景，占比达到64.8%。此外，家庭收纳整理、搬家、家装保养、母婴护理或月嫂服务也是家政服务消费的热门项目，占比均超三成。

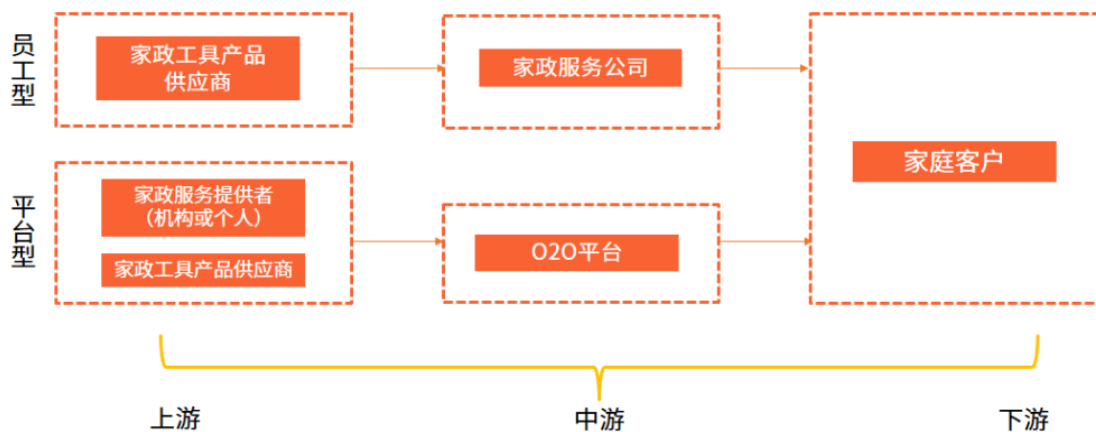
2.1.3 中国家政服务业产业链

中国的家政服务业产业链根据其商业模式发生变化。在员工型模式下，上游为家政工具产品供应商，中游为家政服务公司，下游为家庭用户；在平台型模式下，上游为家政工具产品供应商和家政服务提供机构或家庭服务员个人，中游为O2O平台，负责吸引家政服务提供者进驻，下游为家庭

客户。

中国家政服务业产业链

艾媒咨询
iiMedia Research



艾媒报告中心: report.iimedia.cn ©2022 iiMedia Research Inc

中国家政服务业商业模式优劣对比

中国家政服务业商业模式优劣对比

艾媒咨询
iiMedia Research



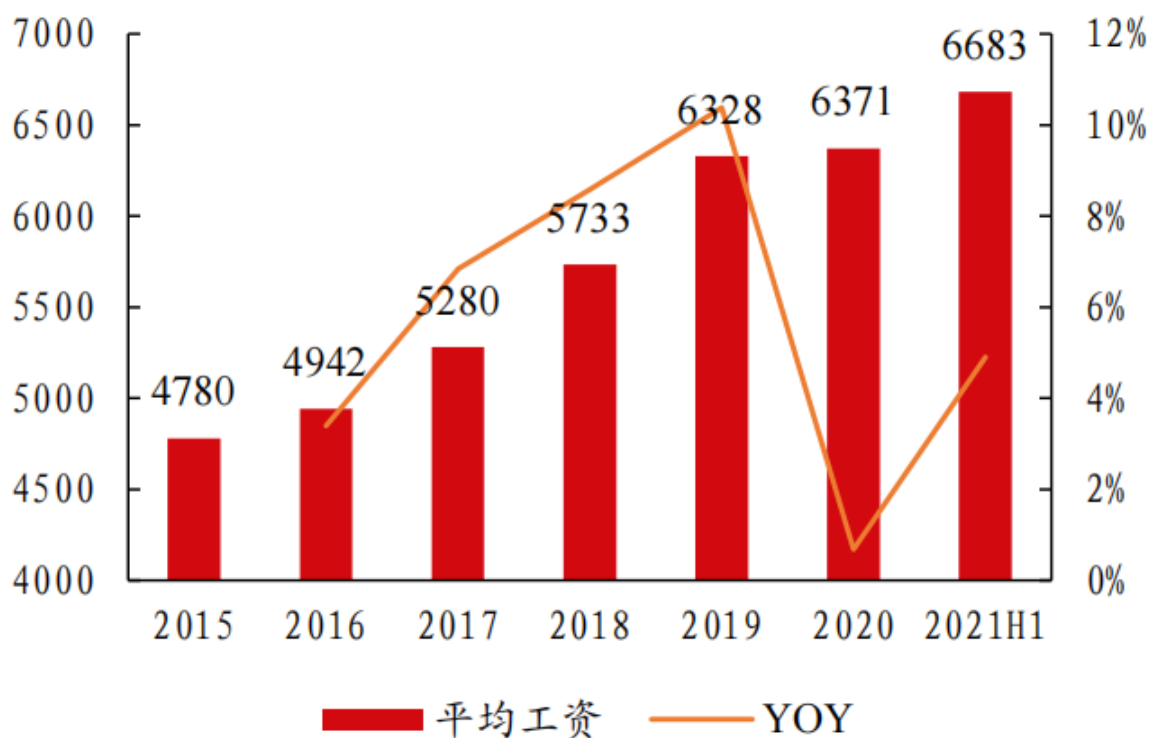
艾媒报告中心: report.iimedia.cn ©2019 iiMedia Research Inc

2.1.4 家政服务劳动者薪酬水平

家政市场近年持续火热，也让家政从业人员的薪酬水涨船高。58 到家报告显示，57.2%的家政人员月收入在 6000 元以上，其中，月收入在 6000-7999 元的家政从业者占比最高，达 26.5%。随着中国老龄化程度日益加深，中国劳动力成本不断上涨，中国急需大量价格低廉服务质量上乘的家政人员。菲佣是世界最佳保姆，可有效缓解中国家政供不应求，价格高昂的问题，中国拟开放包括北京、上海、厦门等在内的五大城市雇佣菲佣。

据 Fastdata 网站研究，近年来家政服务劳动者薪酬水平逐年增高，2015-2021 年平均工资从 4780 元/月上升至 6683 元/月。

图表：家政服务劳动者薪酬水平逐年增高（元）

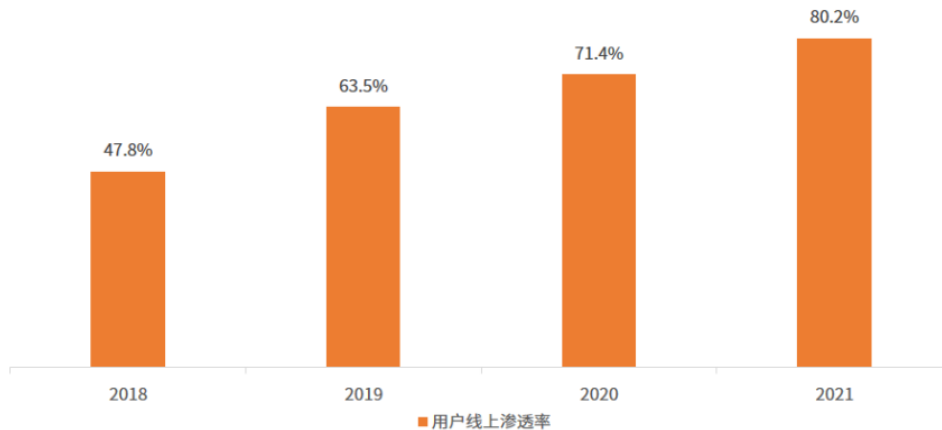


来源：Fastdata 极数

2.1.5 家政服务用户线上渗透率

数据显示，2018 至 2021 年间，家政服务用户的线上渗透率从 47.8% 上升至 80.2%。艾媒咨询分析师认为，家政服务消费预订线上化趋势明显增强，互联网家政服务平台活跃用户大幅增加，线上需求已成为家政行业重要的需求来源。

2018-2021年家政服务用户线上渗透率
Online penetration of domestic service users, 2018-2021



数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

注：家政用户线上渗透率=互联网家政用户/家政用户*100%

艾媒报告中心: report.iimedia.cn ©2022 iiMedia Research Inc

2.1.6 《中国家政服务业高质量发展指数报告（2022）》

2022年，商务部研究院信用研究所联合启信宝公司发布《中国家政服务业高质量发展指数报告（2022）》。报告聚焦中国家政服务业的发展实力、发展活力、创新动能和信用水平4个方面，形成了包含4个分类指数（共16个指标）的发展指数体系。报告在概述国内外家政服务业发展情况基础上，基于2011-2021年家政服务业的公开数据，对家政服务业高质量发展总指数及各分类指数进行了系统分析，客观反映了近年来中国家政服务业发展所取得的成绩，以及不同区域、不同省份家政服务业发展的特点和差异。最后，对中国家政服务业高质量发展提出了对策建议。

报告指出，近年来，中国政府部门陆续出台促进家政服务业提质扩容、积极推进落实家政扶贫、推动家政服务信用体系建设等系列政策，家政服务业发展迅速，经营规模持续保持两位数增长。家政服务需求潜力大，家政劳务输出基地建设、组合就业模式创新、数字化创新应用、服务人员人文关怀、诚信追溯管理快速发展。从国际经验看，目前美国家政服务业发展处于成熟期，英国高度重视家政服务人员的职业教育，法国家政服务业及劳动法完善，澳大利亚的家政服务业专业、严格、规范，日本家政服务业已经进入繁荣发展阶段，菲律宾在世界范围形成“菲佣”家政品牌。这些国家家政服务业起步早，具有多样化、专业化、规模化、规范化的发展特点，并配备较完善的法律法规，值得我国借鉴。

主要研究结论

1. 中国家政服务业有较大提升空间

中国家政服务业高质量发展总指数不高，发展实力、发展活力和创新动能分类指数低位运行，信用水平分类指数相对于其他分类指数较高。中国大陆31个省份总指数数据差异较大，高于均值

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/906122020130010133>