

一群 20 多歲的年輕人穿著統一的作業服上門保潔，又破又擠的屋子在清潔之後變得潔淨規整。相似這樣的畫面經常出現在 B 站賬號「馬俐管家」的視頻中，吸引了許多的用戶觀看。這些視頻並非只為網友供給「解壓」效果——它已經成為許多年輕人的作業，是他們成為「家庭衛生管理師」的成長記載。



從成都一家國企脫離後，楊春美在 2021 年正式建立家政企業馬俐管家，招聘了一批年輕的退伍軍人從事高端保潔作業。馬俐管家的規劃並不大，但幾乎都是 95 後。90 後的楊春美笑稱，自己是公司最「老」的人。就在馬俐管家建立後的一年多，在間隔成都 1800 多公裏的姑蘇，1997 年出生的王育凱相同決議創業，開了一家家政公司「松鼠管家」。在這之前，他在互聯網公司做招商和運營，但總覺得自己是個「螺絲釘」。前瞻工業研究院統計的數據顯示，估計到 2023 年，中國家政服務商場規劃將增至 1.16 萬億元，

但仍存在大約 2000 萬人的缺口。與之同步的另一個現實是，越來越多的年輕人期望找到有價值感的作業。即便在傳統的觀念裏，做保潔並不「光鮮」，但在楊春美和王育凱興辦的公司中，年輕人正在實踐並驗證自己做出的挑選。在大多數人的刻板印象中，家政行業是中年人從事的體力勞動，與 95 後、學歷高、創業這些詞相去甚遠。

能够遏制消费欲望与月光一族的方式逐渐背道而驰

但時機往往屬於那些嗅覺敏銳的人——楊春美和王育凱都是愛潔淨的人，決議創業的時候，他們的一致調查是，商場上有許多家政公司，但很難找到專業的、服務質量比較高的渠道。商場需求這麼大、痛點卻沒有被處理，這成為他們創業的最大契機。楊春美決議創業做家政的挑選並非心血來潮。她的父母長時刻從事裝修作業，發現別人清掃得不夠好之後，楊春美想，為什麼不自己做一個公司？關於當時已經做到管理層崗位的她來說，去另一家公司持續在職場上競賽紛歧定是更好的挑選。實際上，楊春美之前已經在企業積累了新媒體和品牌孵化的閱歷，這給了她創業的底氣。但興辦一家公司需要更加周全的考慮。2021 年的成都商場上，已經有了一些小規劃的家政企業做上門清潔服務，想要吸引客戶，就必須供給差異化的服務。楊春美和合夥人們決議從高端清潔切入商場。在每平方米 20 到 60 元的收費規範下，馬俐管家的許多訂單需要幾個人經過

一整天甚至更久的時刻完結清掃，客單價達到幾千元。不過，這也造就了 B 站的「粉絲圍觀」。馬俐管家上門深度清潔的視頻走紅，不僅在視頻渠道積累許多粉絲，也讓他們有時機開辟線上出售。

而退伍軍人和清一色的年輕人隊伍，相同讓馬俐管家和商場上其他公司區別開來。

正如所有創業團隊前期要閱歷的那樣，吸引新人的參加並不簡略，尤其是在傳統擇業觀念中被忽視的家政行業。前期公司招人難，楊春美稱，想要招聘一個年輕人，她要像路演一樣說清楚馬俐管家是什麼、做什麼、未來要成為什麼樣的公司。機緣巧合之下，楊春美的表弟，一名退伍軍人，帶領了幾位「戰友」一起參加馬俐管家，而退伍軍人「吃苦耐勞」的形象也為馬俐管家帶來了優勢。



松鼠管家相同是一個充滿「新鮮血液」的創業團隊，幾乎都是 90 後。在參加公司之前，這些職工有的做過出售、財政，有的修過飛機，來自於各行各業。現在，松鼠管家的規劃擴張到了 30 人，家政服務、收購、財政、運營等崗位分工清晰。王育凱告知界面新聞，許多職工看中的是公司的團隊氛圍和年輕氣味，並且，在「基本工資+績效」的機製下，他們獲得的待遇也超越進廠打工。「只需作業幹得好，就能夠當隊長，還能夠轉崗做別的作業。」