

# 打破職業性別偏見 細緻思維成為優勢

## 內地興起「女子維修隊」 獨居人群青睞

### 新聞故事



獨自拎着約十斤重的工具包上門，「95後」維修工小克熟練地架起梯子、貼好防塵膜，動作利落地拆解空調；周樂曼則輪番使用電鑽、鉗子，不到十分鐘便修好一把損壞的門把手……這些看似尋常的作業場景裏，有一處特別的細節：在崗的維修人員全都是女性。

隨着中國獨居女性群體持續壯大，社會傳統觀念也不斷更新，家電維修、家居改造等以往由男性主導的行業，迎來了越來越多女性從業者。「女子維修隊」陸續在廣州、成都、杭州、深圳、昆明等多個城市落地生根。她們手握電鑽、電錘，用細緻思維觀察問題，打破職業領域的性別偏見，既滿足了獨居人群對於安全、可信服務的需求，也為傳統維修行業探索出全新的發展路徑。



▲「滇滇女工」創始人之一小錘。大公報記者李紫妍攝

「滇滇女工」是一支活躍在廣州、昆明兩地的女子維修隊伍，現有成員約20人。創始人小錘本職做互聯網營銷，創辦維修隊的初衷源於一次不甚愉快的裝修經歷。當時她希望按照自身生活習慣設計新家，卻多次被施工人員否決。這件事讓她深有感觸，意識到即便女性擁有經濟能力和獨立生活空間，在屬於自己的生活領域裏，有時依然難以掌握話語權。此後，她便攜手建築專業出身的合夥人，在昆明組建了「滇滇女工」。去年，團隊正式將業務拓展至廣州。

### 服務全面升級 鬆動行業壁壘

在大眾固有印象裏，維修工作是專屬於男性的行當。而這群女性從業者，正用實際行動打破這樣的刻板認知。「滇滇女工」資深維修師傅周樂曼坦言，體力是女性入行面臨的第一道門檻，「不過體力可以通過健身訓練逐步提升」。好在當下日益輕便的電動工具，也能幫助女性更快上手作業，提升工作效率。「女性普遍思維細緻，善於觀察問題，這是我們相對突出的優勢。」周樂曼說。真正難以逾越的，是行業沿襲已久的「師徒傳承」壁壘。「即便考了電工證，沒有師傅傳授經驗，還是不容易上手。」小錘說，而女子維修隊的興起，正逐步鬆動這一行業壁壘。

女子維修隊試圖帶來的，並不僅限於從業者性別的轉換，更是整套服務模式的全面升級。小錘運用互聯網運營思維構建服務體系：團隊除一線維修人員外，還配套設立客服、售後、公關等中後台崗位，搭建起流程清晰的接單、報價、回訪服務體系，契合都市年輕人追

求省心、便捷消費訴求。在周樂曼看來，女性從業者的加入也帶來了全新的思維模式，同行之間的良性競爭，會倒逼傳統從業者補齊服務短板，進而推動整個行業提質升級。這群年輕女工還善用互聯網，運營多個社交媒體賬號，記錄日常工作點滴，同時分享基礎維修技巧，許多人正是通過線上渠道了解到這支特殊的隊伍。

### 女子維修隊遍地開花 市場需求大

「之前請過男維修師傅上門，對方態度十分敷衍，問題沒徹底修好，依舊照常收取上門費。我獨自在家，也不敢提出異議，擔心發生衝突。」曾小姐和女性朋友合租在廣州，了解到同城的「滇滇女工」團隊後果斷下單。維修作業大多會安排在下班時段，她坦言，女性工作人員上門服務，能讓人更有安全感。這樣的體驗，也是不少客戶的共同心聲。據統計，到2030年中國獨居人口可能達1.5億至2億。其中數千萬級別的都市獨居女性，催生出對安全、私密生活服務的強烈需求。小錘介紹，目前「滇滇女工」65%的客戶為女性，其中約一半為獨居人士，追求安全感是她們選擇女子維修隊的重要原因。

如今，類似「滇滇女工」這樣的女子維修隊伍在各地正遍地開花：川渝有「強記女工」，杭州有「木蘭女工」，上海、深圳、青島等城市也出現不同規模的女性維修隊，日本、韓國亦有類似服務團隊。小錘表示，需求集中在一二線發達城市——以廣州和昆明為例，廣州的訂單量明顯更多，「一線城市給女性提供更多工作機會，租房市場更友好，市場需求也更大。」

## 傳統男性職業 越來越多女性參與

### 市場驅動

在女性經濟實力穩步提升、獨居群體持續壯大、職業性別偏見逐步消解的背景下，大眾對女性從業者的需求逐漸上升，健身教練、網約車司機、外賣騎手等諸多領域，也紛紛向女性敞開大門。當女性不斷踏入傳統認知裏「不屬於女性」的行業，她們既為自身闖出了全新的發展天地，也為後來的同行者照亮了前行之路。

KIKI是一名科班出身的健身教練。她觀察到，這些年女性教練的比例在顯著增長。KIKI說，她的客戶中有八成是女性，其中很大一部分明確希望由女教練指導。女性教練的價值遠不止於「性別替換」。KIKI提到，龐大的女性客群催生出產後修復健身等多個新興細分領域。「產後訓練要露出整個腹部，生育導致的腹直肌分離也需要專業判斷，這類服務並不適合由男教練開展。」KIKI說，經歷過生育的女教練更能理解產後媽媽的身體感受與心理波動，在產後修復教學中更具優勢。

另一個悄然變化的行業是網約車。數據顯示，滴滴平台上的中國女性司機數量從2023年的約60萬增至2025年



▲這些年輕健身女教練的比例在顯著增長。圖為健身教練KIKI。大公報記者李紫妍攝

的151萬，三年翻了一倍多。滴滴推出的「可選女司機」功能（後升級為「她計劃」），讓女乘客可優先選擇女司機，女司機也可優先接女乘客的單。數據顯示，深夜、遠郊、帶兒童出行是「她計劃」使用最多的場景。使用該功能的女乘客滿意度高出21%，女司機的安全感也提升14%。其原因和健身行業如出一轍：深夜出行，安全是女性乘客的首要考量，而女性司機恰好能為她們帶來踏實的安全感。不少女司機更是直接將服務客群鎖定為單身女性。

大公報記者李紫妍



▲在大眾固有印象裏，維修工作是專屬於男性的行當，女維修工正用實際行動打破這樣的刻板認知。圖為「滇滇女工」的維修女工正在作業。

### 女子維修團隊一覽

#### 廣州「滇滇女工」

**成立時間：**2024年10月  
**創始人：**小錘，曾從事互聯網營銷  
**業務範圍：**水電路改造、家電清洗和維修、家居改造方案、維修培訓  
**成就：**運用互聯網運營思維重構服務體系；讓獨居女性安心請人維修；鬆動行業壁壘

#### 成都「強記女工」

**成立時間：**2024年4月  
**創始人：**加大大，曾從事廣告行業  
**業務範圍：**到家維修、培訓課堂、共享工具  
**成就：**超百名女學員在培訓班結課後獲得了國家認可的初級電工等級證書；共享工具項目為社區居民提供便利工具

#### 深圳「禾苗女工」

**成立時間：**2025年11月  
**創始人：**王雨辰，曾從事金融互聯網行業  
**業務範圍：**簡單水電、簡單安裝和家電清洗類業務  
**成就：**月收入已接近兩萬元；針對特殊困難家庭提供公益服務

#### 杭州「木蘭女工」

**成立時間：**2025年9月  
**創始人：**西恩，曾是博士生在讀  
**業務範圍：**維修安裝、改造、驗房檢測、全案設計等  
**成就：**已完成700多單，好評近100%；解決獨居女性對上門維修人員的不安全感

大公報整理

## 從大廠到維修工 「95後」找回歸屬感

### 巨大潛力

「滇滇女工」的成員來自各行各業，背景各不相同，但她們在人生不同的階段做出了相同的選擇：拿起維修工具，踏入這個傳統印象中鮮少出現女性身影的行業，重拾內心的價值感與歸屬感。

「我需要工作有意義。」28歲的小克畢業後任職財務崗位，幹得不錯，也進過大廠，但複雜的人際關係、說不清的職場氛圍讓她十分困擾。她從小動手能力強，去年6月辭職後，開始尋找更有創造性的工作，直到刷到「滇滇女工」招收學徒的信息。從學徒做起，如今小克已經能每周獨立出工兩三次，有時間就跟着資深師傅學習，漸漸地，她感覺重新擁有了對生活的掌控感。第一次獨立接單是清洗空調，面對從未接觸過的機型，小克當場查閱教程，一步步摸索，最終順利完成作業。她表示，雖然收入比之前少了將近一半，工作內容也更辛苦，但每當靠自己動手解決了一個又一個問題，總能讓她更感到自信和滿足。

31歲的周樂曼家裏開五金店，許多親戚都是電工，從小看着他們工作渾身臭汗回家，讓她對維修行業沒有好印象。真正從事這一行後，周樂曼看到了維修工作的另一面——發



▲「滇滇女工」維修隊部分成員。

現問題，解決它，去做一件一件具體的事，給她帶來極強的成就感和意義感，也讓她看到前輩們「汗臭」背後的成就。目前，周樂曼已是團隊內資深的全能型師傅，主攻電力和家電維修，也帶學徒，這份工作讓她感覺自己被激發了巨大的潛力：「入行之後，毫不誇張地說，覺得自己像天才一般。」

周樂曼表示，自己也曾焦慮迷惘過，尤其到30歲後，來自家人和社會的聲音不斷提醒她，「女性到這個年齡該結婚、追求安穩。」她表示，「滇滇女工」以及更多女性維修隊的存在，證明女性可以在更多行業發光發亮，「什麼時候出發都是最好的，與年齡無關，只要你自己想做就做好。」

大公報記者李紫妍

## 真正打破職業性別藩籬 仍需多方協同



### 專家解讀

「女子維修隊在當下時代興起，是市場需求、社會觀念、技術發展等多方面因素共同作用的結果。」廣東南方軟實力研究院副院長譚國戰分析。市場驅動是首要因素，女子維修隊的出現有效滿足了獨居群體對安全感與隱私的剛需。此外，性別平等意識提升，讓越來越多女性敢於挑戰職業刻板印象。伴隨女性消費能力穩步提升，大家更願意為細緻、貼心的優質服務買單，這也反向推動了各類「全女性」業態落地發展。同時，互聯網平台實現了維修服務的高效對接與靈活調度，社交媒體則助力女子維修隊快速積累客源、樹立品牌形象。加之近年內地技能培訓與職業認證體系持續健全，女

性獲得電工、家電維修等相關專業資質的渠道也愈發暢通。

### 「全女經濟」能否長續仍需探索

此外，純女性主題健身房、酒吧、酒店等新業態也陸續湧現。隨着女性經濟地位提升和消費能力增強，她們對服務體驗的需求更加多元，「全女經濟」通過提供專屬空間，滿足了女性對安全、私密、舒適的需求。

那麼，「全女經濟」能否長續？譚國戰分析，其優勢在於需求剛性。在夜間出行、獨居生活等場景下，女性對專屬空間的需求真實存在，且「全女」標籤能形成品牌差異化。但客群受限導致市場規模有限、為滿足女性需求而投入的定製化成本推高客單價等挑戰同樣明顯。此外，過度強調性別隔離可能引發

社會爭議，「全女」招牌也可能被做成「口號生意」。未來，「全女經濟」若能在提升服務質量、優化成本結構的同時，探索「混合團隊+女性專屬服務」等靈活模式，更有望在細分市場中長期存在。

譚國戰指出，這股浪潮確實為女性進入傳統男性主導的職業領域提供了新機遇，但要真正打破職業性別藩籬，仍需多方協同：社會層面應通過教育與媒體宣傳消除職業性別刻板印象，完善託育養老等公共服務，分擔女性無薪照料負擔；政府層面需完善反就業歧視法規，加強監管執法，並為女性提供技能培訓與創業扶持；市場層面企業應制定性別平等戰略，平台則需確保算法公平，避免因性別偏見導致女性在搶單、評分中處於劣勢。大公報記者李紫妍