



2023 家居服务行业 洞察报告

+ REPORT ON CHINESE HOUSEHOLD SERVICE INDUSTRY

前言

2023 年国际形势错综复杂, 全球经济整体呈现“波浪式发展, 曲折式前进”态势。步入新阶段, 国内经济平稳缓增, 整体市场表现为“数据不差, 体感不好”。新常态孕育着新机遇, 中国社会正在进入人口红利的关键转变期, 从“数量型人口红利”逐渐走向“质量型人口红利”和“配置型人口红利”。

政策利好、经济回暖、消费升级趋势下, 中国家居产业变革正在挺进深水区, 行业发展势头强劲, 竞争暗流涌动。增量时代步入存量博弈, 市场容量、商业模式、业务模式、产业链皆面临结构性调整与重构。历经周期, 行业洗牌加速, 资源逐渐向头部企业倾斜, 马太效应明显。家居行业竞争格局初具雏形, 未来几年将是中小微企业突围的最佳时期。

近年来, 线上线下融合趋势加快, 更多企业的目标放大到全国乃至全球市场, 新战略无疑对企业各业务环节的运营效率提出了更严格的要求, 服务商成为升级转型中不可或缺的一股新兴力量。不断涌现的新业态, 对家居行业原本冗长的业务流程进行更加专业化的分工, 推动企业从粗放式管理转向精细化管理, 实现全价值链的重塑。

目录

01

中国家居服务行业
发展背景

02

中国家居服务行业
发展现状

03

中国家居服务行业
细分领域

04

2023中国家居服务业
问题剖析

05

2023中国家居服务业
发展趋势

01

中国家居服务行业 发展背景



家居服务行业

定义

随着家居市场与地产行业逐渐脱钩,以局部改造、旧房翻新及旧家居换新升级为主的存量需求逐渐成为家居行业第二增长曲线。在此背景下,基于家居零售市场衍生出的配套服务需求市场,以及一切由居家生活场景产生、与家居用品相关的服务需求市场,统称为“家居服务市场”。

2023 中国家居服务行业相关重点政策

政策发布时间	政策发布机构	政策名称	政策概要
2023-07-12	商务部 国家发展改革委等	《关于促进家居消费若干措施的通知》	• 完善绿色供应链，创新培育智能消费 • 提高家居适老化水平 • 支持旧房装修，完善废旧物资回收网络 • 促进农村家居消费
2023-07-28	国家发展改革委	《关于恢复和扩大消费的措施》	• 支持刚性和改善性住房需求 • 提升家装家居和电子产品消费
2023-09-01	商务部	《关于组织开展“家居焕新消费季”活动的通知》	• 提出在全国范围内组织开展“家居焕新消费季”活动 • 统筹城乡，线上线下联动 • 丰富家居消费场景，提升家居消费供给
2023-12-28	工业和信息化部等八部门	《关于加快传统制造业转型升级的指导意见》	• 聚焦消费升级需求和薄弱环节 • 大力开发智能家居/绿色建材/老年用品/婴童用品等领域新产品



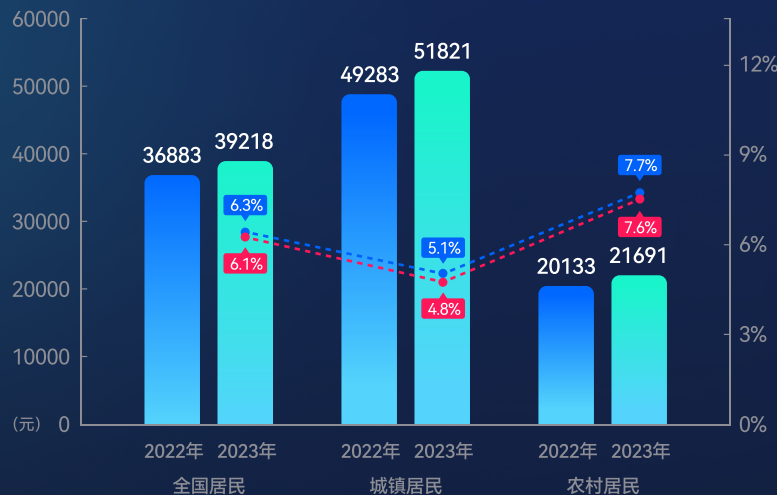
家居服务行业相关标准

序号	名称	发布时间	归口单位	等级
01	QB/T4269-2011 对开门冰箱送货安装规范	2011-12-20	全国家用电器标准化技术委员会	行业标准
02	SB/T10990-2013 家具售后服务规范	2013-04-16	工信部	行业标准
03	QB/T4495-2013 家用和类似用途集成式多功能吊顶装置安装技术要求	2013-08-12	全国家用电器标准化技术委员会	行业标准
04	QB/T4692-2014 家用和类似用途连续式净水器维修维护服务规范	2014-07-09	全国家用电器标准化技术委员会	行业标准
05	QB/T4693-2014 家用和类似用途连续式净水器安装规范	2014-07-09	全国家用电器标准化技术委员会	行业标准
06	QB/T4835-2015 使用可燃性制冷剂房间空调器安装、维修和运输技术要求	2015-07-14	全国家用电器标准化技术委员会	行业标准
07	NB/T34032-2016 家用太阳能热水系统售后服务规范	2016-08-16	能源行业农村能源标准化技术委员会	行业标准
08	JC/T2425-2017 坐便器安装规范	2017-11-07	/	行业标准
09	WB/T1098-2018 家具物流服务规范	2018-07-16	全国物流标准化技术委员会	行业标准
10	GB/T37652-2019 家具售后服务要求	2019-06-04	全国家具标准化技术委员会	国家标准
11	QB/T2837-2020 家用和类似用途电器维修服务从业人员行为规范	2020-08-31	/	行业标准
12	QB/T5501.4-2020 家用电器绿色供应链管理第4部分:销售与售后服务	2020-12-09	/	行业标准

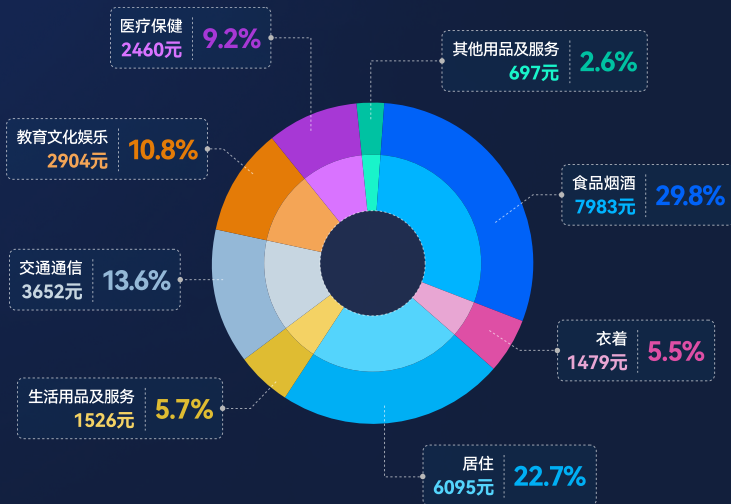
2023 居民收入与消费概况

「2023年全国及分城乡居民人均可支配收入与增速」

■ 2022年人均可支配收入 ■ 2023年人均可支配收入 - - 2023年名义增速 - - 2023年实际增速



「2023年居民人均消费支出及构成」

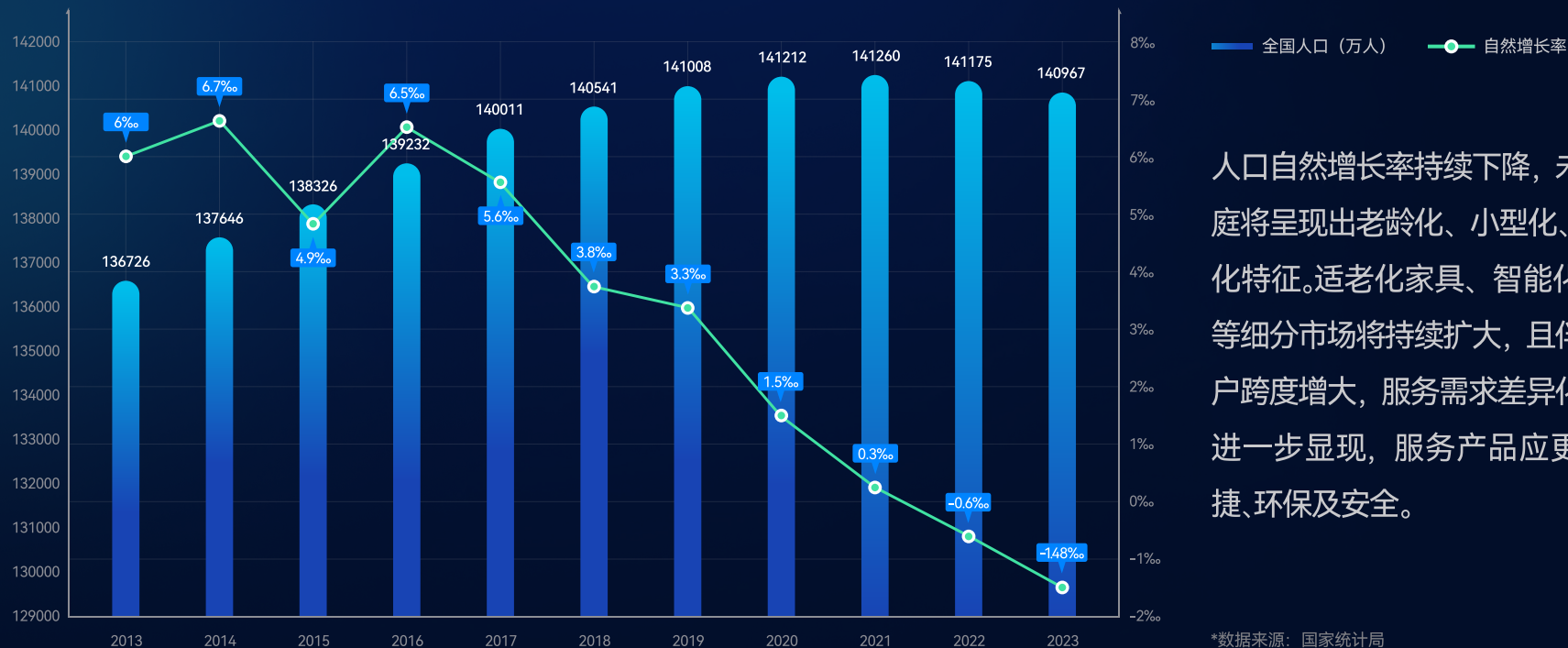


数据来源：国家统计局

国民收入保持稳定增长，且实际增速加快。居民人均消费支出仍集中在食品烟酒和居住两大生存资料消费，整体消费市场恢复向好。在国民生活水平提升与收入稳定增长的大背景下，目前我国正处在居民消费结构快速升级的时期，服务性消费显著增长。

中国家居服务发展环境

「2013-2023全国人口数及自然增长率」

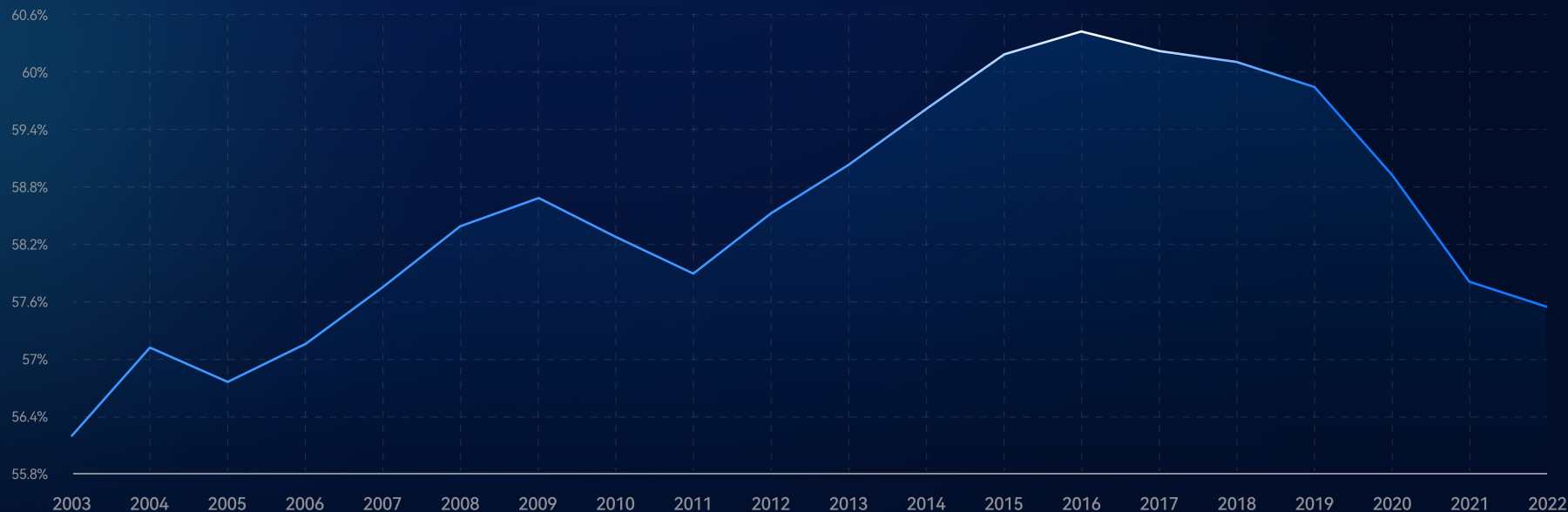


人口自然增长率持续下降，未来家庭将呈现出老龄化、小型化、个性化特征。适老化家具、智能化家电等细分市场将持续扩大，且伴随用户跨度增大，服务需求差异化特征进一步显现，服务产品应更加便捷、环保及安全。

中国家居服务发展环境

「消费主力人口变化趋势」

25-64岁人口占比



生产型人口占比下降, 经济增速出现阶段性放缓, 消费主力群体负担加重, 消费欲望下降, 消费观念更加谨慎。收入结构、区域结构、年龄结构等因素变化之下, 消费分化加大, 消费升级仍是主流。

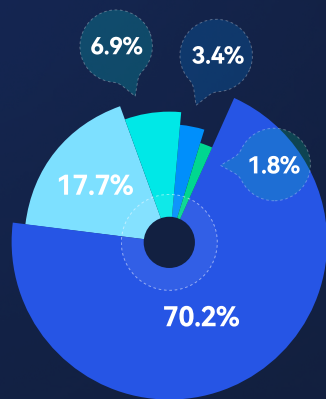
家居用户消费观念变迁

家居产品相关评论

评论量 (条)



消费者在购物节的消费情况



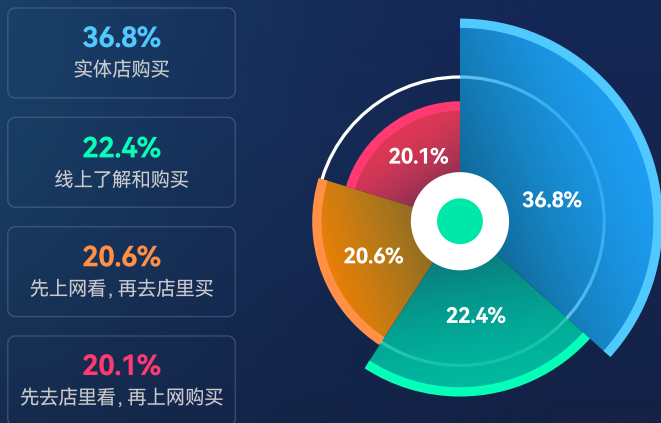
- 结合实际情况酌情购买 70.2%
- 有计划地较大批购买 17.7%
- 容易冲动购买计划外商品 6.9%
- 仅购买少量商品 3.4%
- 尽量不购买 1.8%

► 91.3%的消费者会在购物节理性消费

家居用户跨度增大,以 90 后、00 后为代表的新兴消费主力购买决策更为理性和谨慎,大促期间表现尤为明显。在家居产品的选择上,消费者注重产品品质与配套服务。除功能价值外,品牌价值、履约时效、售后保障等隐藏消费诉求的逐渐显露。

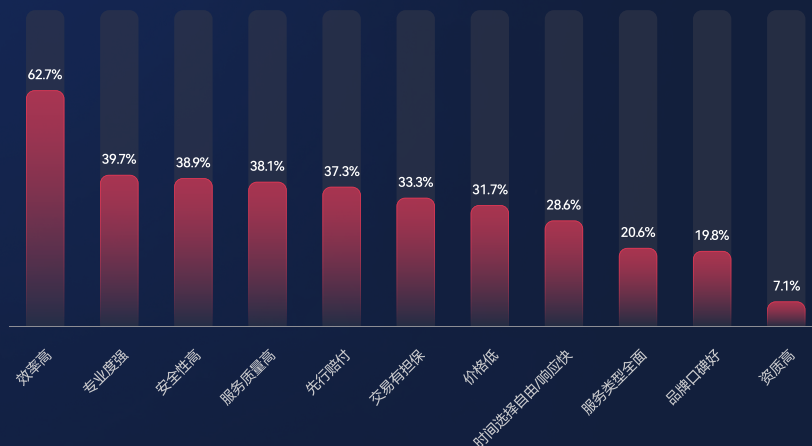
家居用户消费观念变迁

「用户购买家居产品的主要方式」



* 数据来源: 2023家居行业用户调研, 巨量算数, N=1788

「2023年消费者在互联网家居服务平台下单的原因」

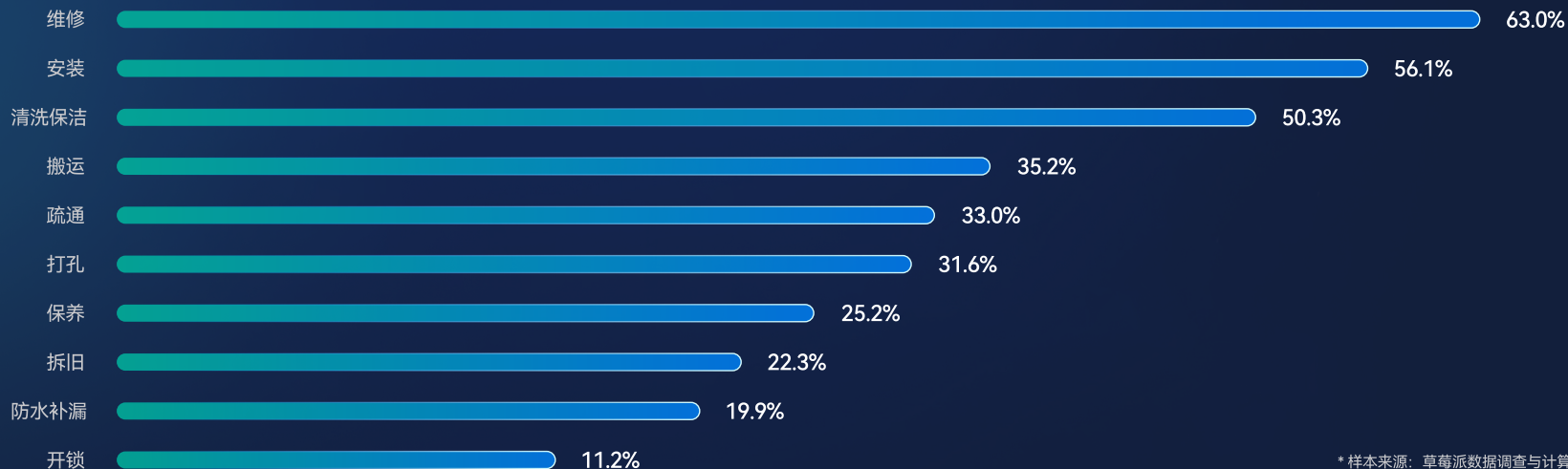


* 样本来源: 草莓派数据调查与计算系统 * 样本量: N=1786 * 调研时间: 2023年8月

基于家居耐用消费品的天然属性, 大部分家居用户对于生活质量均存在一定的主观诉求。在互联网家居服务平台的选择上, 消费决策呈现出省时、省心、省力的需求特征, 在一定程度上反映出当下消费主力群体崇尚“解放双手”, “让专业的人做专业的事”的生活观念。

2023 家居服务使用场景

「2023年消费者使用过的家居售后服务类型」



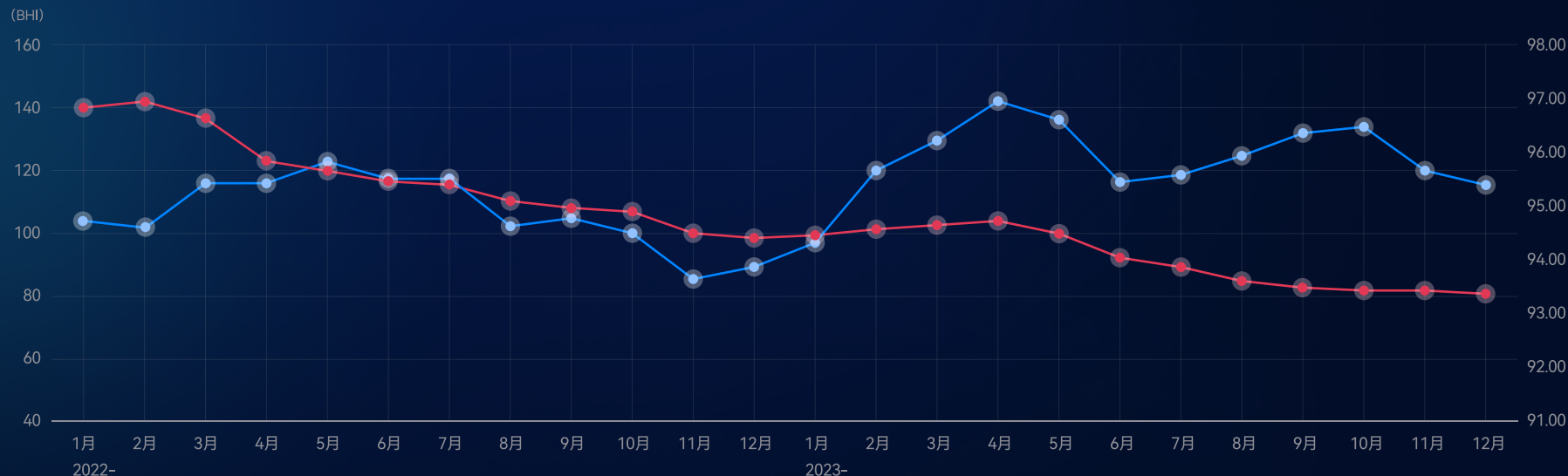
* 样本来源：草莓派数据调查与计算系统

维修、安装是中国消费者最常使用的家居服务类型，其次是清洗保洁、搬运和疏通。消费者主要通过专业师傅解决技术含量高、技能要求高的技能型服务需求，以清洗保洁为代表的保养型服务需求均有上升。2023 年以来，服务消费显著回暖，居民消费的结构升级态势持续，消费端家居服务需求激增。

中国家居建材市场变化趋势

「 2022年1月-2023年12月BHI与国房景气指数对比图 」

—●— BHI —●— 国房景气指数



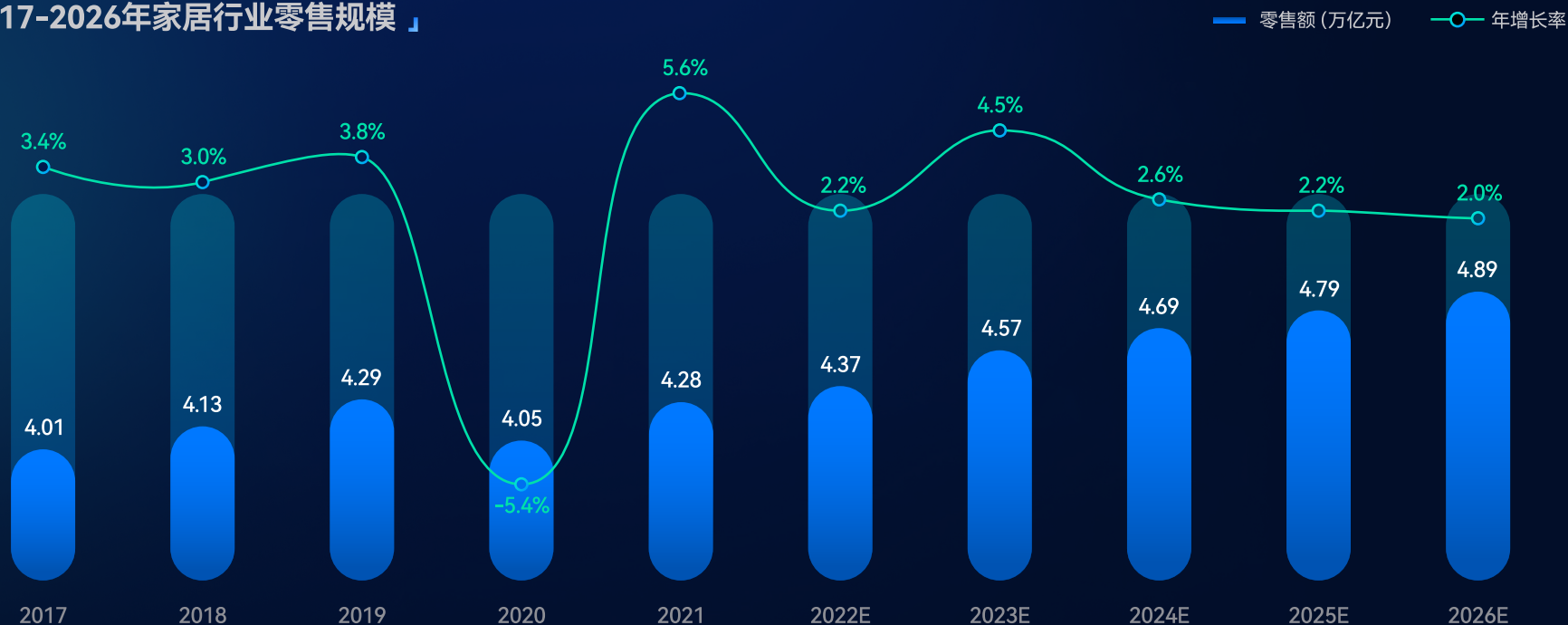
政策放宽之后，地产行业颓势依旧，国房景气指数一路走低。反观 2023 年 BHI(全国建材家居景气指数)，较上年总体呈上升趋势，且在传统“金三银四”和“金九银十”期间迎来小峰值。可见，地产行业与建材市场相关性大大减弱，家居行业变革转型加速。

*数据来源：中国建筑材料流通协会

*BHI指数：全国建材家居景气指数，由商务部和中国建筑材料流通协会联合发布，通过采集各建材大卖场的营业面积、每月的营业额、每月顾客人数、每月的就业人数等数据，得出综合反映全国建材家居市场景气情况的指数。

家居行业零售规模增长情况

「 2017-2026年家居行业零售规模 」



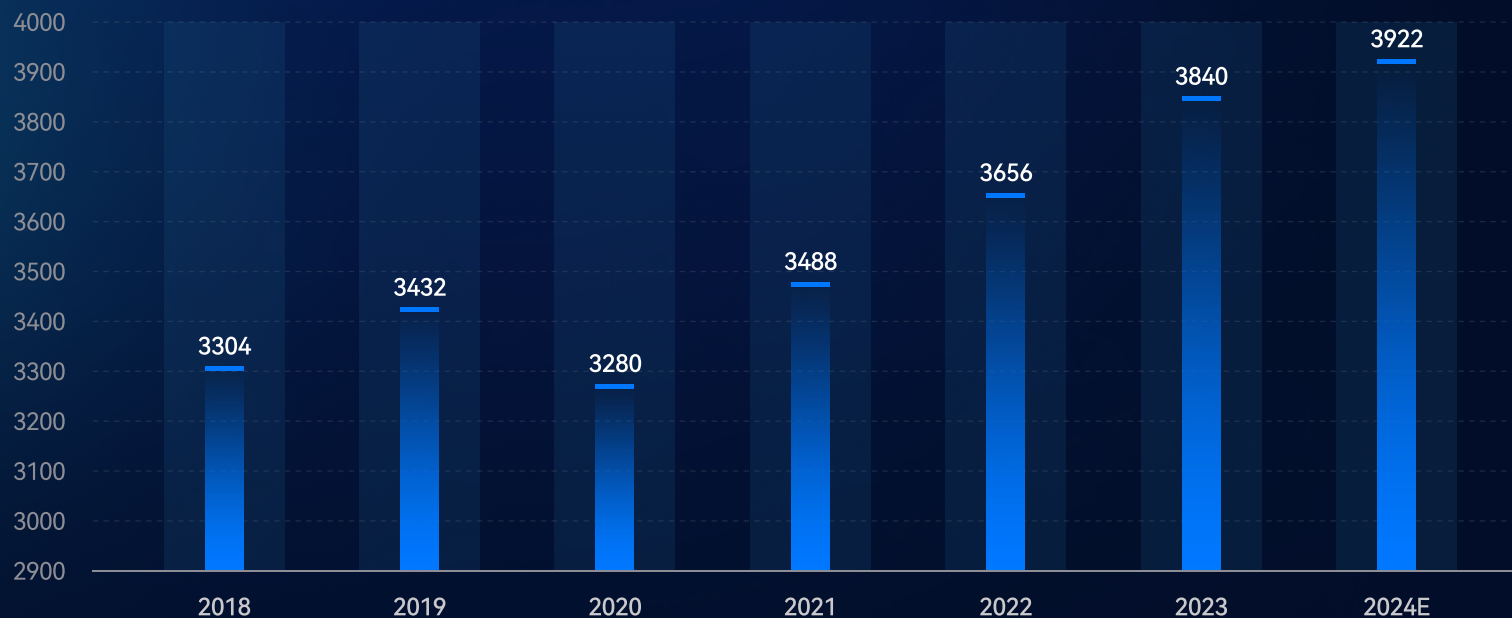
* 数据来源: 亿欧智库

随着家居市场与上游地产行业逐渐脱钩,在众多利好政策及住房改善观念的加持下,未来家居零售规模将持续扩大。家居行业步入成熟期,增速放缓,下半场竞争将更加激烈。

中国家居服务行业市场规模

「 2018-2024E家居服务行业市场规模预测 」

■ 亿(元)

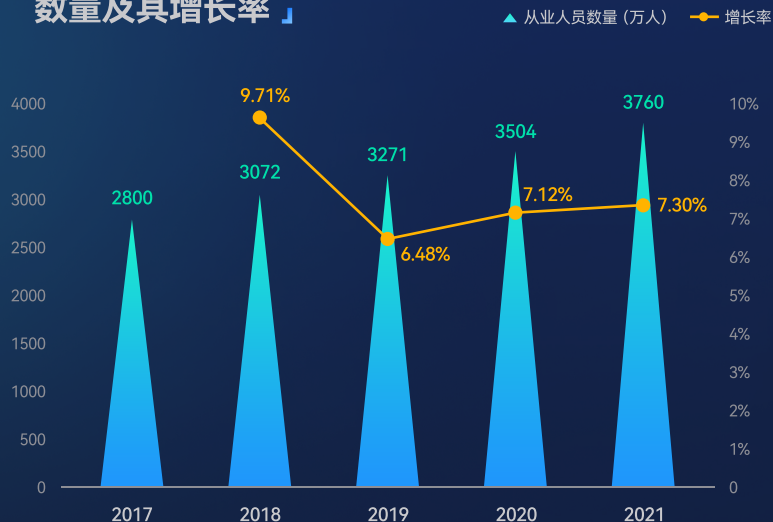


家居服务行业市场规模走势主要受上游家居零售市场变化影响,总体呈上升趋势,但增速持续放缓。值得关注的是,除与家居零售市场强关联的售后服务需求外,消费者逐渐形成线上下单习惯,个人服务需求占比持续扩大。

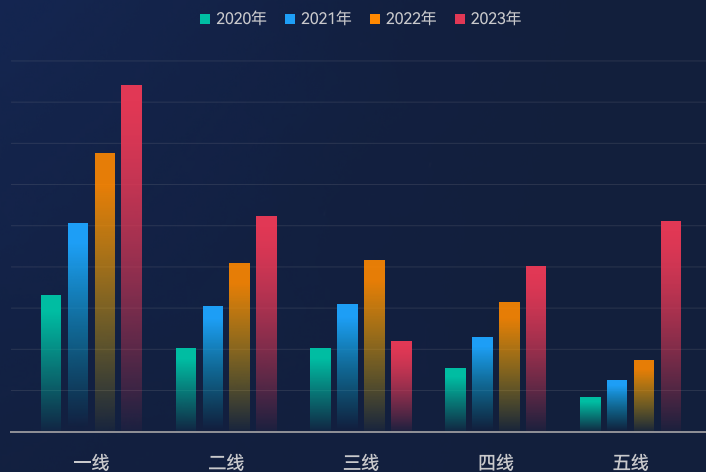


中国家居服务从业者规模

「2017-2021年我国到家服务从业人员数量及其增长率」



「2020-2023年一线至五线城市家居服务从业者地域分布情况」

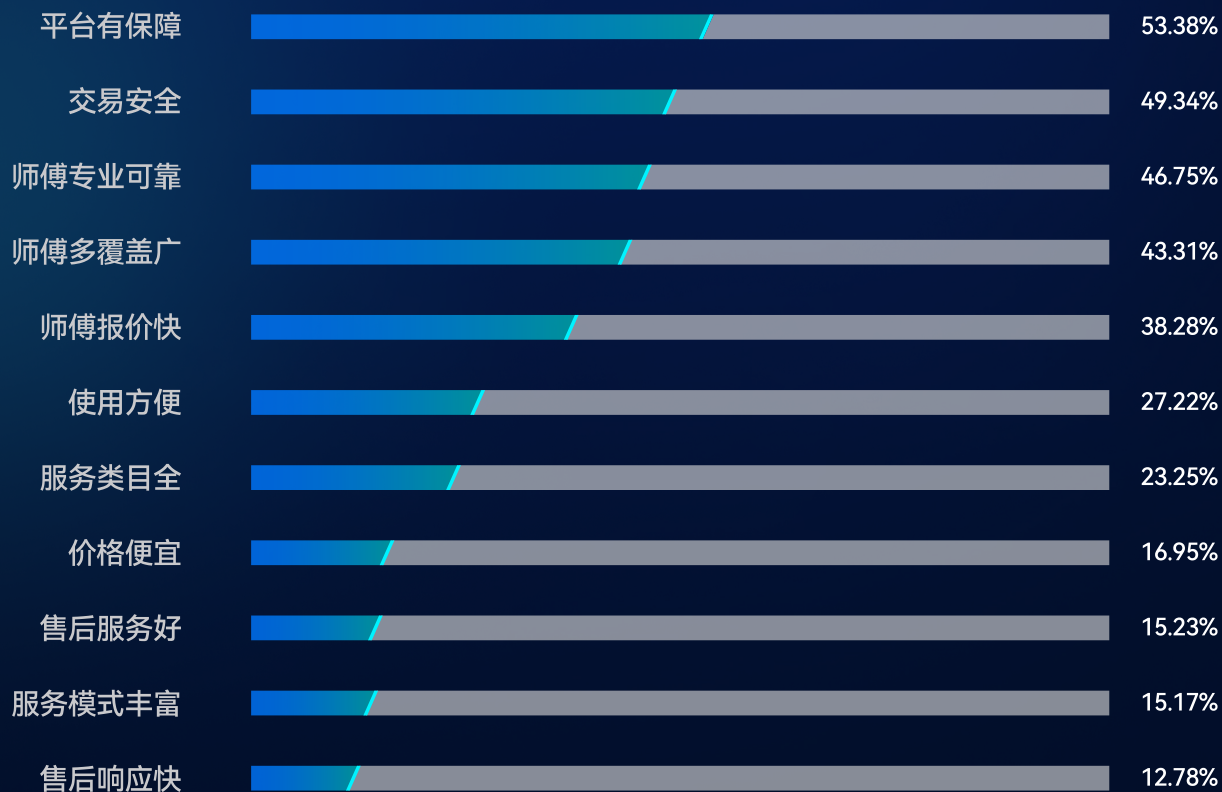


2023 年, 一线家居服务者从业规模持续扩大, 在地域上呈两极化分布, 五线城市师傅规模首度超越三线、四线城市, 基本与二线城市持平。服务者随市场需求流动, 除每年匀速涌入一线城市以外, 越来越多师傅群体“逆向”流动, 倾向于留守四五线城镇, 承接本地家居服务需求。

02

中国家居服务行业 发展现状

家居企业关注因素

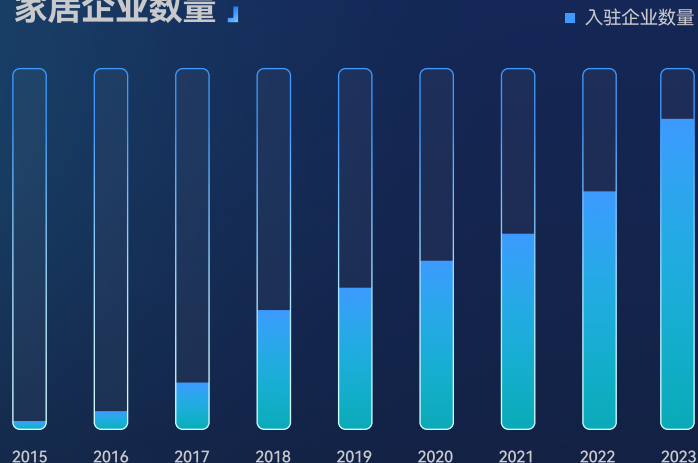


品牌方选择服务平台的考虑因素

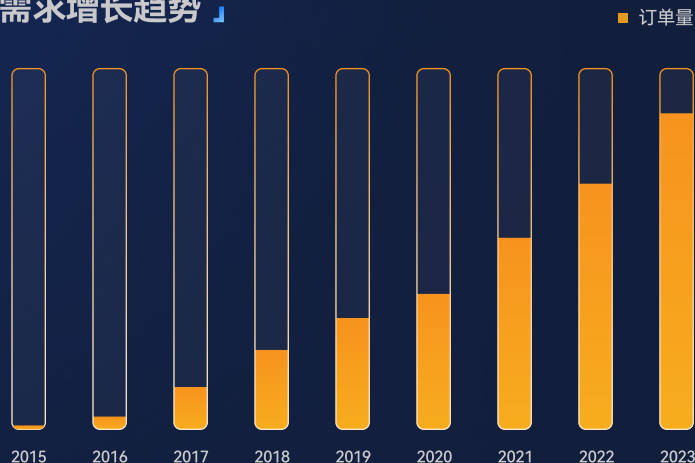
家居行业正处于格局重组的关键时期，行业竞争加剧，不少企业纷纷采取降本增效策略以对抗需求承压。在构建售后服务体系时，家居企业尤其注重合作平台的品牌硬实力，期望通过平台保障与优质资源供给确保资金安全，降低售后成本。在专业平台的服务力与覆盖力加持下，品牌方将有更多精力投入产品升级与品牌建设，进而扩大市场版图，实现确定性增长。

家居服务业增长趋势

「2015-2023构建数字化服务体系的家居企业数量」

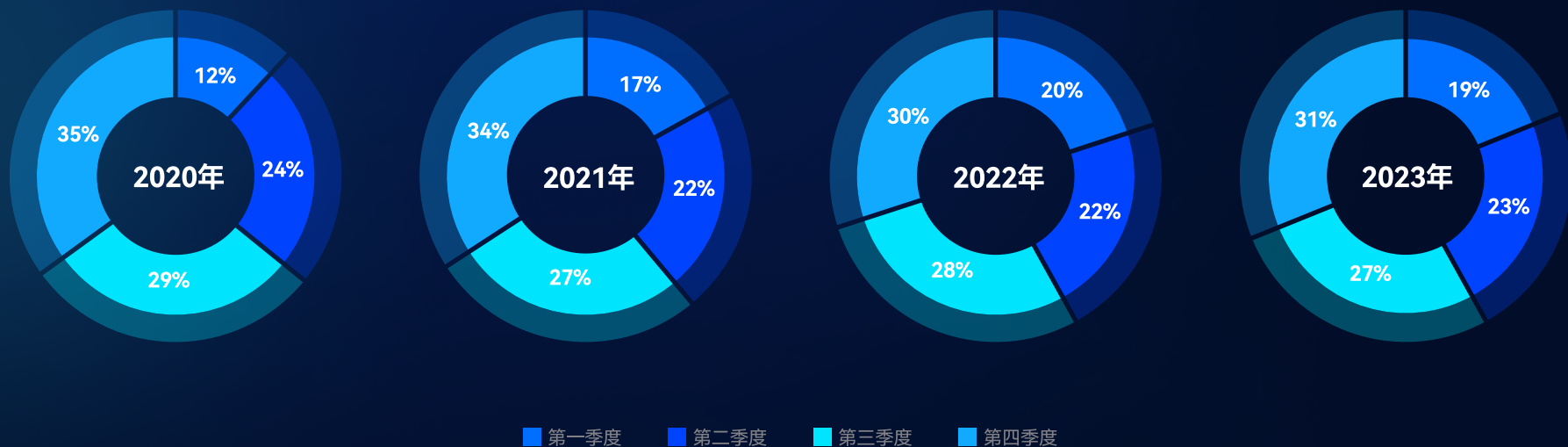


「2015-2023年品牌售后服务需求增长趋势」



2023年下半年起,利好政策频发,加速促进家居存量翻新需求释放,家居行业消费属性持续增强。行业全面迈入存量时代,旧房市场的获客方式与交易性房屋存在本质差别。因此,家居企业亟需通过渠道布局、产品研发及模式创新等手段提升核心竞争力。选择众包模式作为服务支撑,成为行业变革主流趋势。

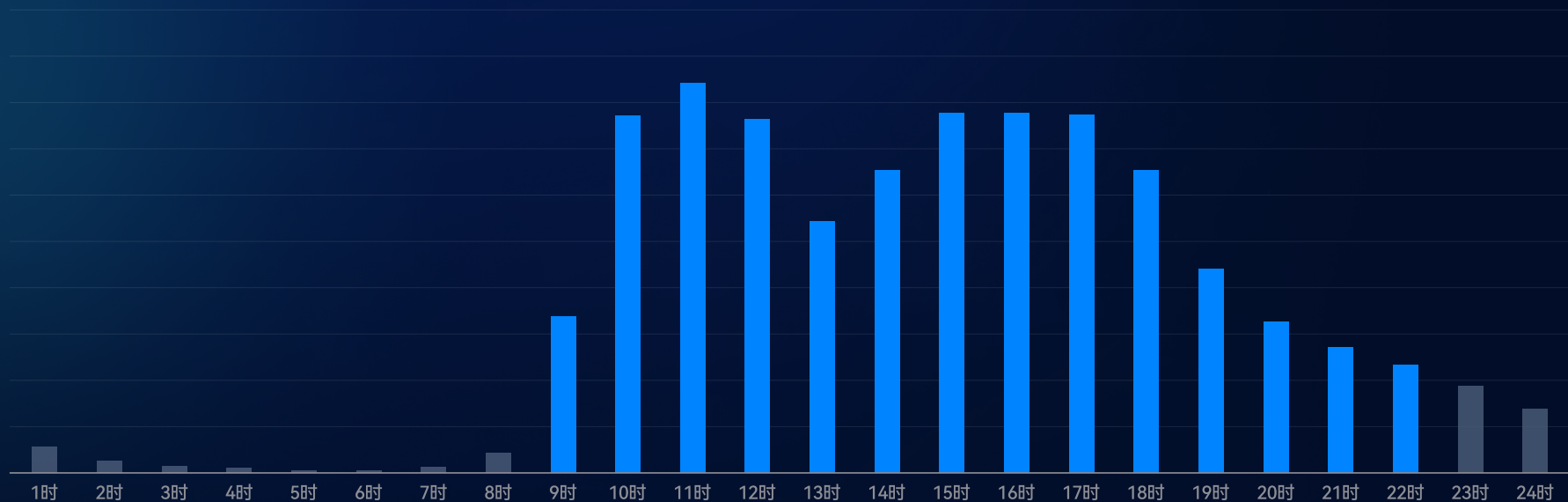
2020-2023 家居服务需求季度变化



三四季度是传统家装家居销售旺季,伴随着企业大促和用户焕新,服务需求仍集中在年末。由于使用场景不断延伸,服务类型愈加丰富,除安装、维修等基础售后服务外的个性化需求蓬发。新时代消费主力极其注重服务时效,数字化平台打破了服务性消费供需双方在时空上的限制,使线上服务性消费市场增长潜力加速释放。

2023 家居服务需求日变化趋势

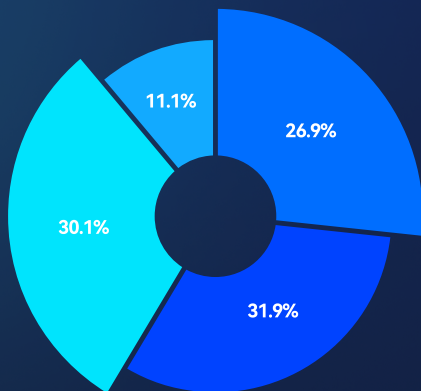
「家居企业下单时间分布」



朝九晚十是家居人的日常。互联网浪潮下，增加线上渠道、布局新零售是企业转型升级的必然选择。多元线上渠道对应的是一站式售后服务解决方案。为保障商品的及时交付，平台实时按需精准匹配服务，提升消费者购物体验。

2023 消费者家居服务需求情况

「2023年使用过家居售后服务的消费者所属城市」



一线城市
26.9%

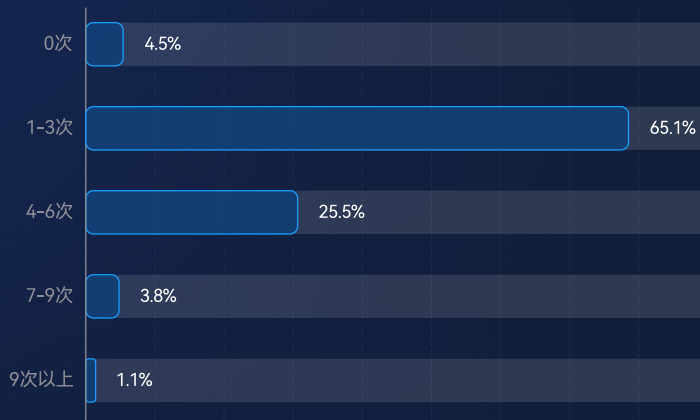
新一线城市
31.9%

二线城市
30.1%

三线城市及其他城市
11.1%

* 数据来源：艾媒数据中心

「2023年消费者一个季度中对家居售后服务的需求频次」



* 样本来源：草莓派数据调查与计算系统 * 样本量：N=1786 * 调研时间：2023年8月

家居行业正从渠道时代跨向服务时代。数字经济、懒人经济的蓬勃发展,为家居服务行业带来新增长点。绝大多数家庭一个季度内至少需要 1-3 次售后服务,“解放双手,质享生活”的居家生活新风尚正逐渐形成,以一线及新一线城市为首的服务市场爆发出巨大机遇。

2023 全国城市家居服务需求

「家居服务需求量城市排行」



由于消费结构优化升级,国民服务性消费持续上涨。服务需求与当地消费实力呈正相关,消费分化明显,服务需求集中在超一线及新一线城市。上海、北京等一线城市居民注重生活品质的提升,家居服务消费持续增长。

2023 家居服务时长

「师傅在客户家的服务时长」

单位：分钟



2023年平均服务时长

75分钟

2022年平均服务时长

75分钟

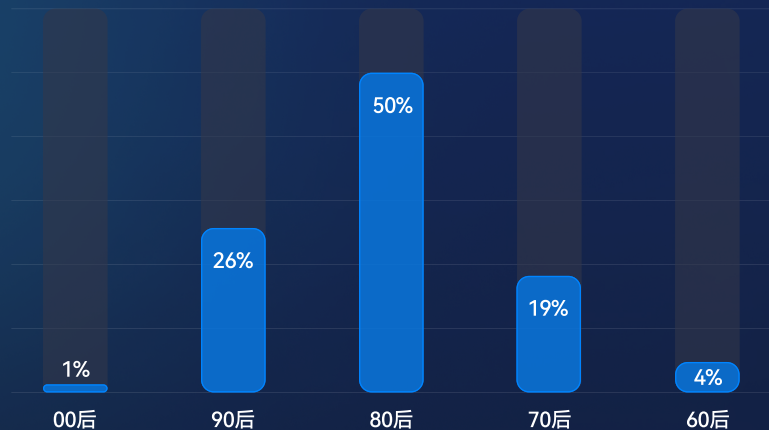
2021年平均服务时长

70分钟

师傅从上门签到到服务完工，仅需 73~79 分钟。家居行业步入成熟阶段，产品标准化程度高，其配套服务流程也逐渐实现规范化，服务时长趋于稳定。

2023 家居服务从业者画像

师傅群体年龄结构



师傅群体性别占比



以 80 后、90 后为代表的师傅群体成为当今家居行业的服务主力军，是平台优质服务供给的主要组成部分。新时代服务者群体积累了深厚的专业经验，且受教育程度高、学习能力强，注重自我能力的提升与人生价值的实现。为应对多元变化的市场需求，师傅主动提升职业素养与服务意识，始终以用户为中心，从时效、品质、态度等多角度优化服务体验。

2023 家居服务从业者地区分布

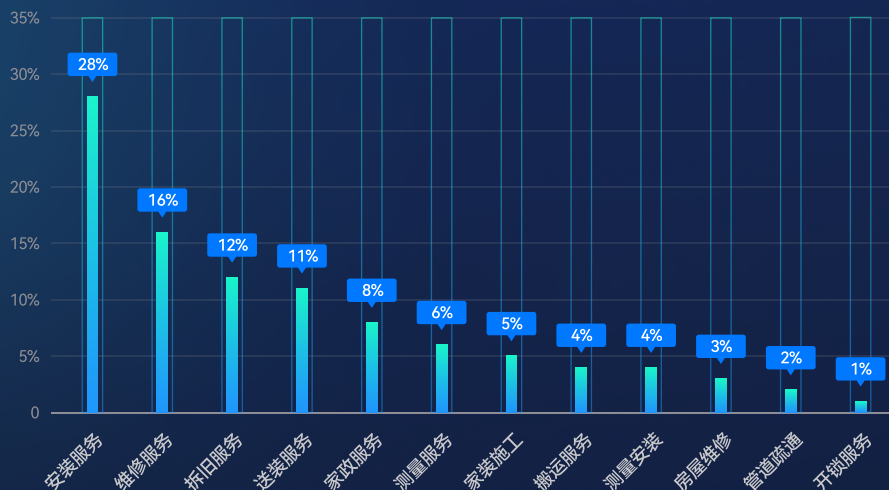
「 2023年各城市师傅数量排名TOP10 」



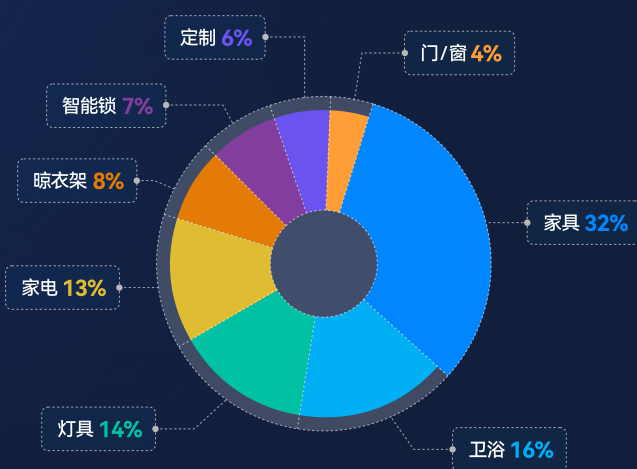
家居服务从业规模与当地消费水平基本吻合。一线及新一线城市仍是服务资源主要集中地，每年匀速涌入大量家居服务从业者，这意味着市场仍处于供不应求的状态，存在较大发展潜力。

2023 家居服务从业者类型分布

师傅主要服务类型

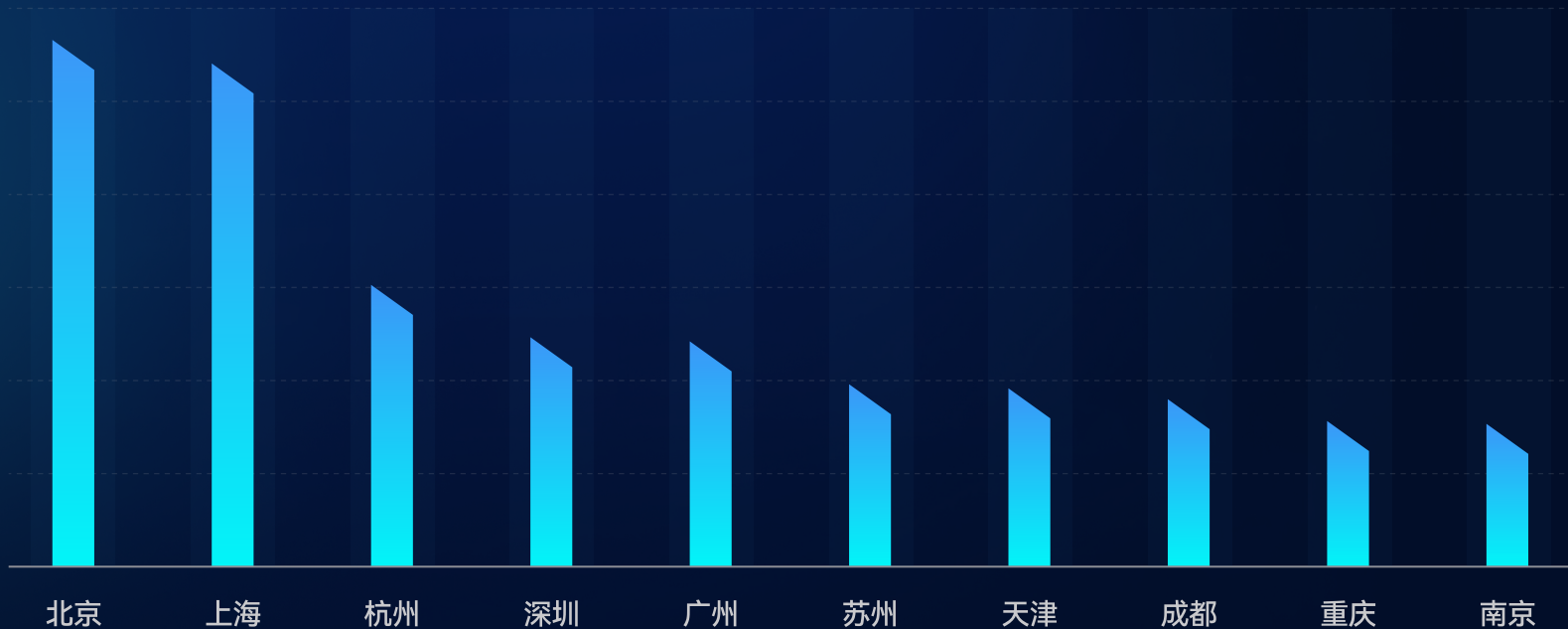


师傅主要服务类目



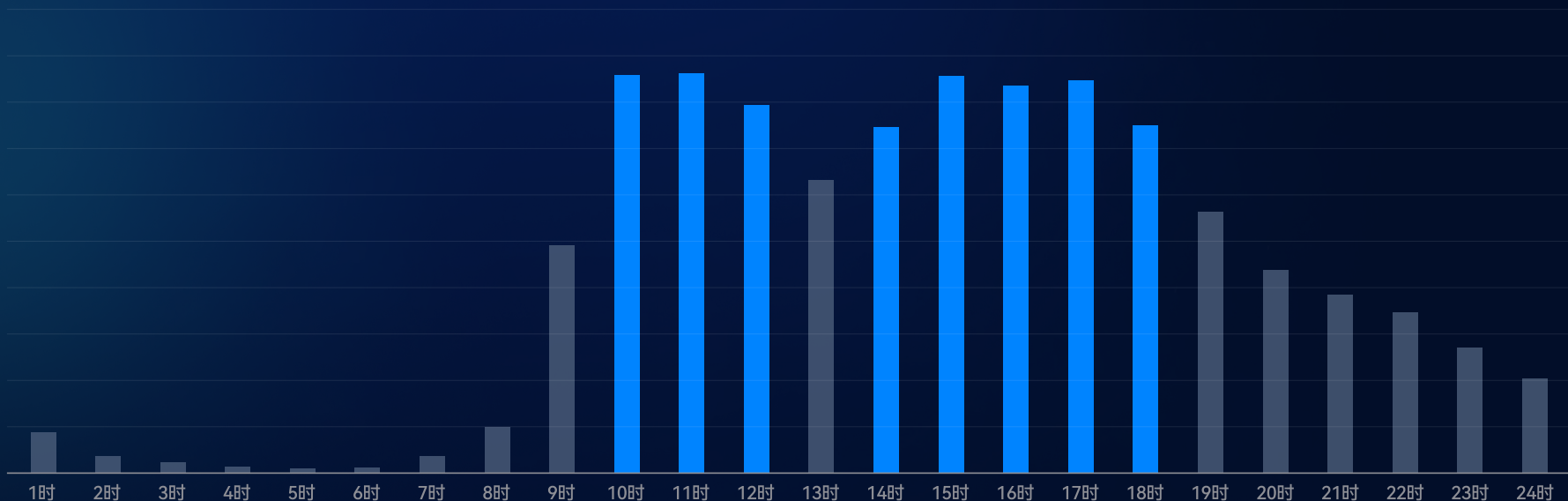
安装与维修仍是最普遍的基础服务类型。随消费结构升级、住房观念改善，新世代家居主力倾向更品质、高效的生活方式，服务市场迎来二次爆发。与此同时，越来越多企业加速布局全屋定制、整装赛道。全屋定制服务从业者较上年显著增加，为消费者日益变化的个性化需求提供确定性服务。

2023 家居服务从业者收入城市排行



据不完全统计,北京和上海师傅平均收入水平远超其他城市,其次是杭州和深圳。服务者地区收入差异,主要受当地服务需求数量影响。基于用户需求,智能推单系统对服务者进行技能+定位双重匹配,以至于师傅能够在有限的时间内接更多的订单,缩短服务前路程与时间成本,提高服务效率,从而获取更高收入。

2023 师傅接单活跃时间



一日之计在于晨。自上午 9 时起, 绝大部分师傅开始活跃。上午 10 时至 12 时, 下午 14 时至 18 时, 是师傅最活跃的“黄金 6 小时”, 大量需求订单在该时段匹配成功。平台 24 小时都有师傅在线接单, 为及时满足用户需求, 全天候待命。

03

中国家居服务行业 细分领域



1 全球家具市场销售趋势

2 2023 消费者线上购买的家具品类

3 2023 家具产品维修需求情况

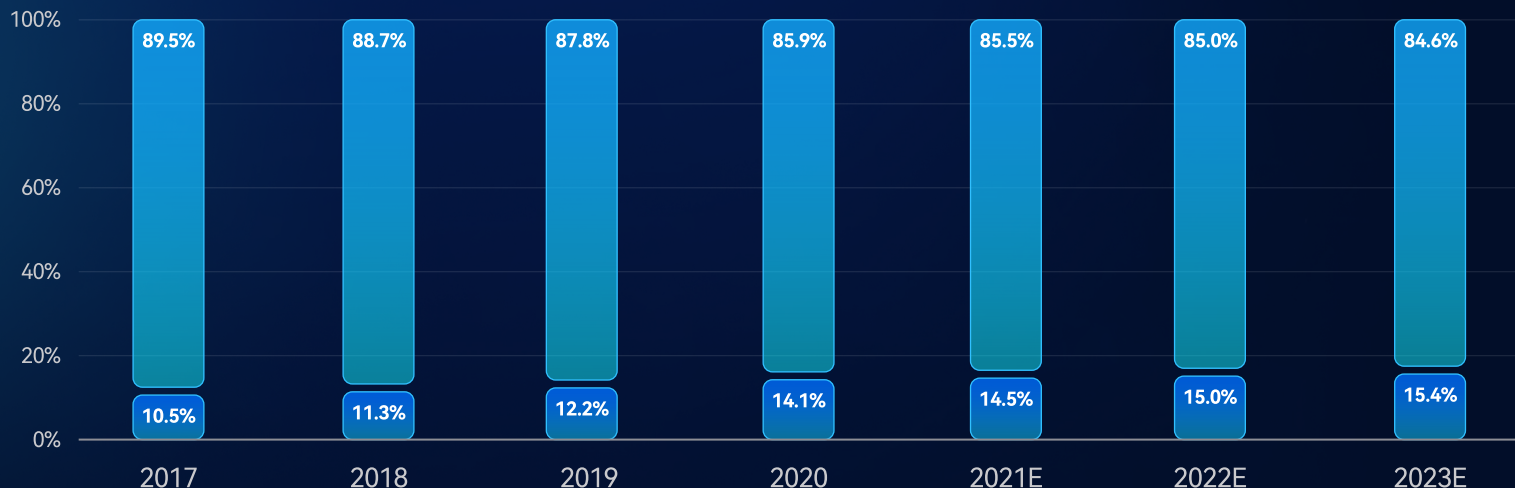
4 2023 家具类服务价格变化趋势

5 2023 家具类服务时长变化趋势

全球家具市场销售趋势

「 2017-2023年全球家具市场销售渠道占比情况 」

■ 线上 ■ 线下

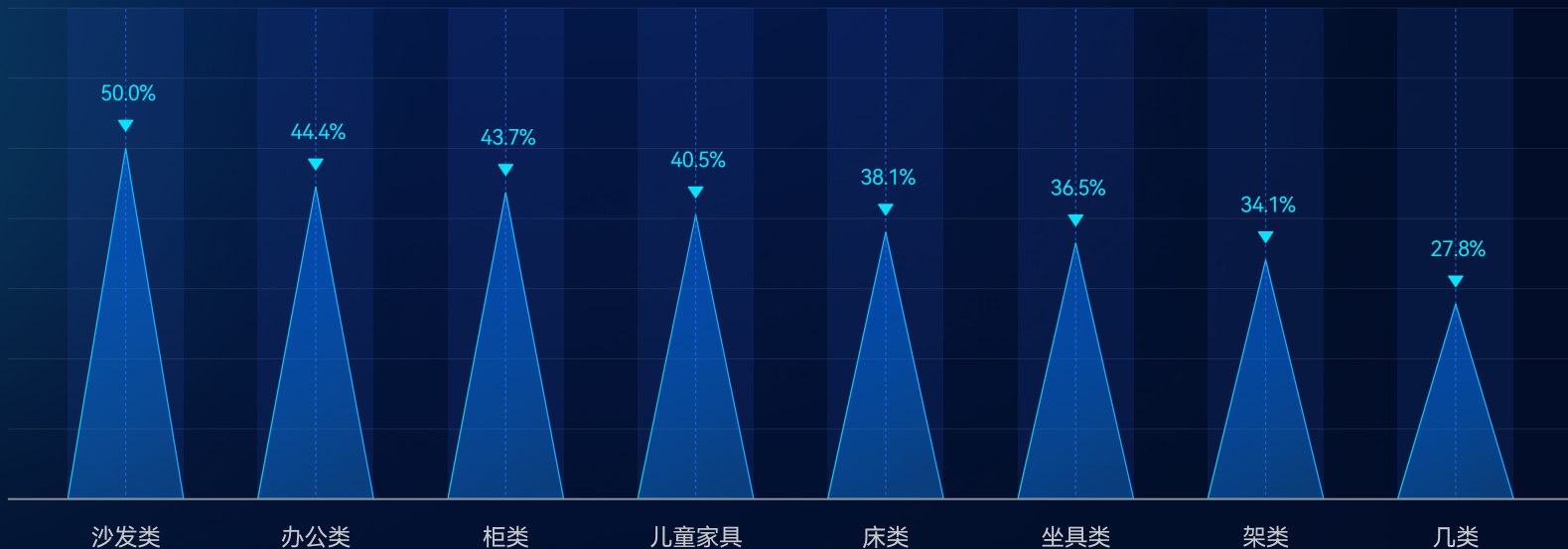


得益于物流业的发展和家具运输成本的下降，线上渠道丰富了消费者的购买选择，提供了更多便利。伴随着电商渠道的不断拓宽，物流、移动支付、售后服务等配套产业的纵深发展，线上家具市场占比将持续扩大。全球经济回暖，不少企业纷纷布局出海策略，家具出口，其配套服务成为关键课题。未来，万师傅将作为全球一站式技能服务平台，通过全球范围内的优质服务供给，持续为出海企业赋能，帮助降低售后成本。

2023 线上渠道热销家具品类

「2023年消费者在互联网家居服务平台下单的家具品类」

* 数据来源：艾媒数据中心



随着城镇化进程推进，居民旧房改造及租房家具换新需求增大，沙发成为线上电商渠道热销产品。当下家居用户以年轻一代为主，消费者对居住环境的舒适度要求较高。沙发作为大件产品，其配送和安装环节直接影响消费体验，是否具备配套服务成为消费决策要素之一。

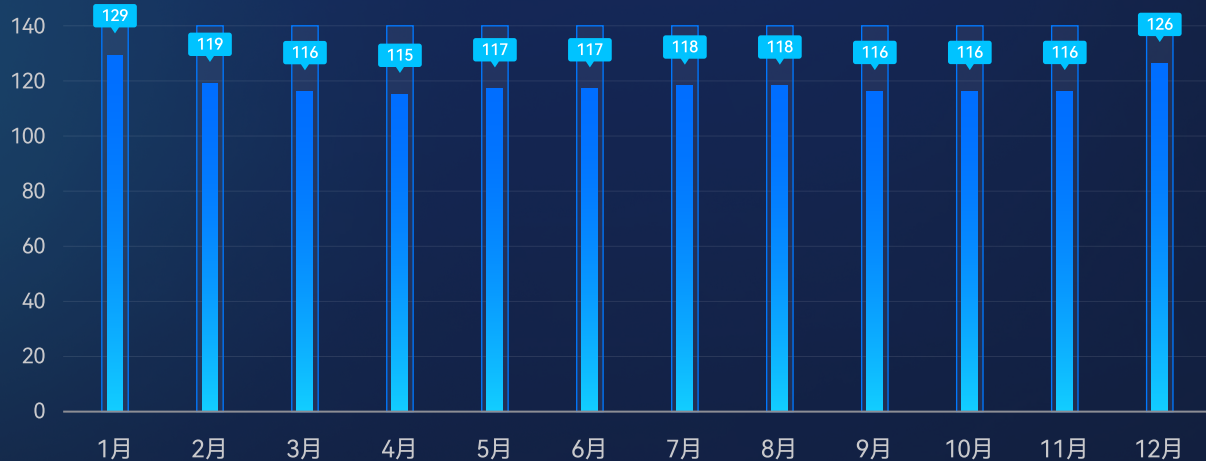
2023 家具产品维修需求情况

「 各类家具产品维修需求 」



桌类仍是维修师傅“重点关注对象”，连续两年蝉联需求榜首。开裂、磨损、部位松动是桌类家具维修的常见原因，作为搭载承重与组织功能的实用家具，桌类产品使用频率高，定期维修和保养在一定程度上能够延长其使用寿命，同时更加绿色环保。

2023 家具类服务价格变化趋势



2023年平均客单价

118元

2022年平均客单价

121元

2021年平均客单价

128元

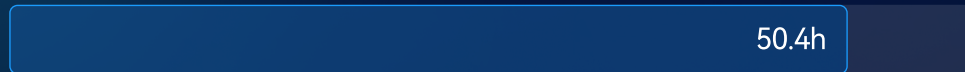
服务价格受市场环境及供需关系影响。家具产品因大件、易损、非标等特性,装卸难度、送装服务要求高,物流链条长、环节多、复杂度高,服务交付普遍滞后一个月。春节前夕是家具安装服务需求旺季,价格较平时浮动 10 元左右。

2023 家具类服务时长变化趋势

2020年平均



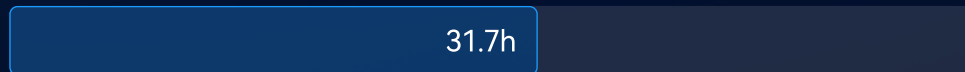
2021年平均



2022年平均



2023年平均



「2020-2023年家具安装服务时长」

家具是家居行业内标准化程度极高的品类，其服务时效与产品规格、材质及零配件数量息息相关。当上述影响因素达到高度统一，其安装难度与交付时长将趋于稳定。在《家居电商送货与安装服务规范》等行业标准的指导下，家具安装师傅的熟练程度逐年上升。相较上年，2023 年平均安装时效整整缩短了近 5 个小时。

注：服务时长指服务订单生成至服务交付完成所耗费的总时间。



1 中国卫浴行业市场规模

2 中国卫浴市场主要构成

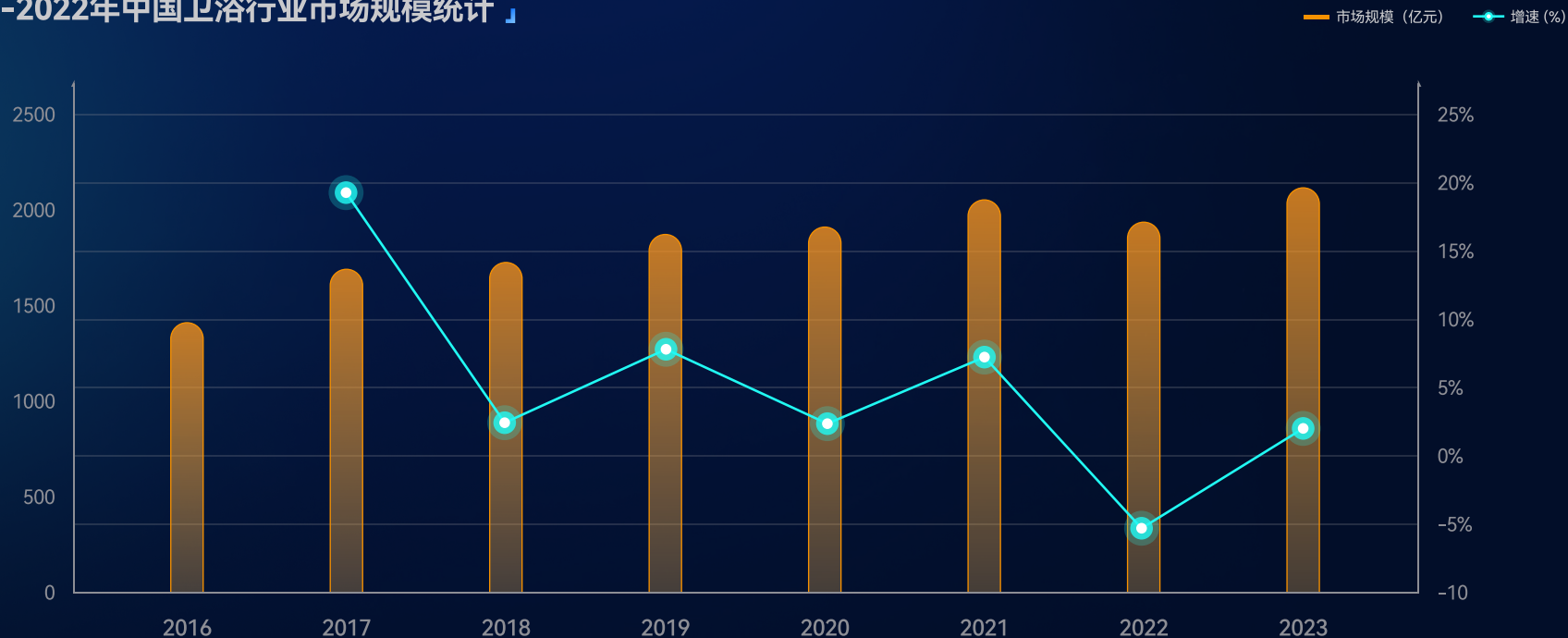
3 2023 卫浴产品维修需求情况

4 2023 卫浴类服务价格变化趋势

5 2023 卫浴类服务时长变化趋势

中国卫浴行业市场规模

「 2016-2022年中国卫浴行业市场规模统计 」

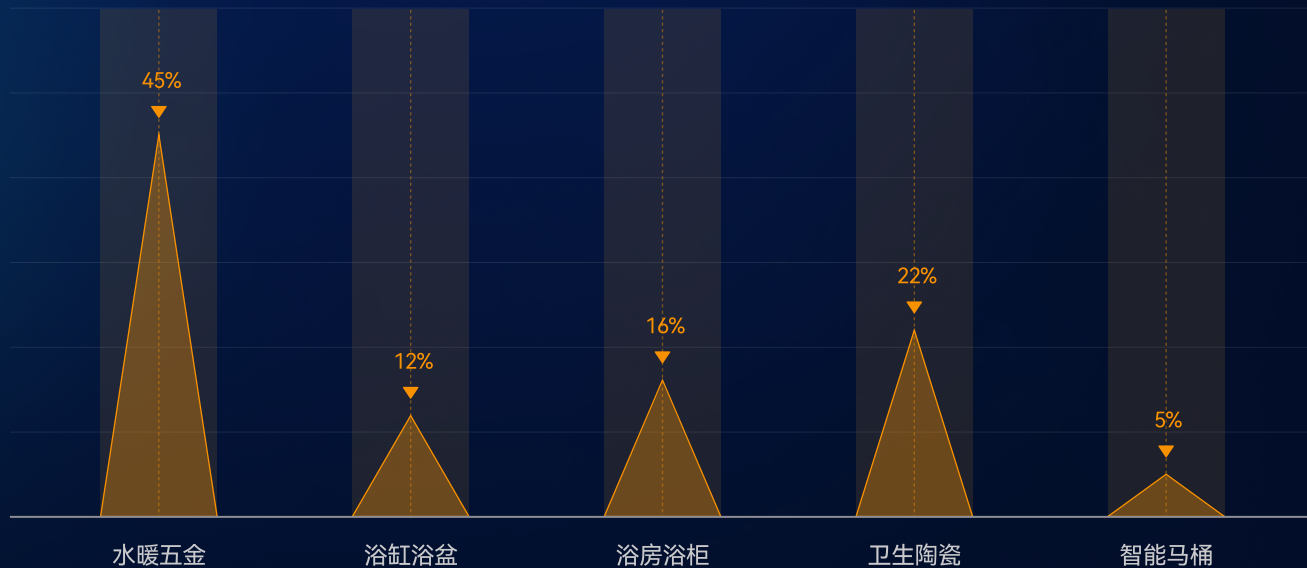


* 资料来源: 中国建筑卫生陶瓷协会, 华经产业研究院整理

我国已经进入存量房时代, 旧房翻新、二手房改造成为家居行业重要增长引擎, 卫浴行业整体市场规模呈现稳中有增的趋势。

中国卫浴行业市场构成

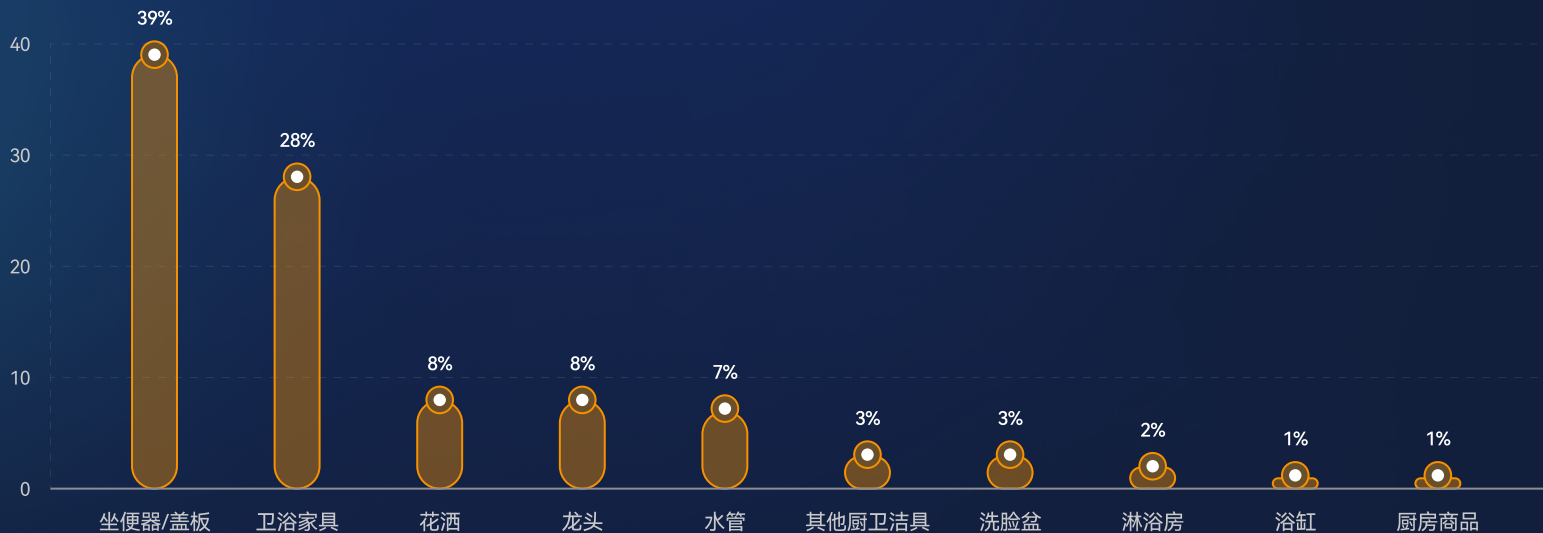
「中国卫浴行业各品类份额占比情况」



水暖五金是市场份额占比最高的卫浴品类。近年来,我国一、二线城市中智能卫浴渗透率逐步提升,智能马桶、智能花洒、智能镜等产品受到消费者青睐;乡镇市场中坐便器加速迭代蹲便器。综上我国卫浴市场呈现产业升级趋势,价格带上移驱动行业稳步扩容。

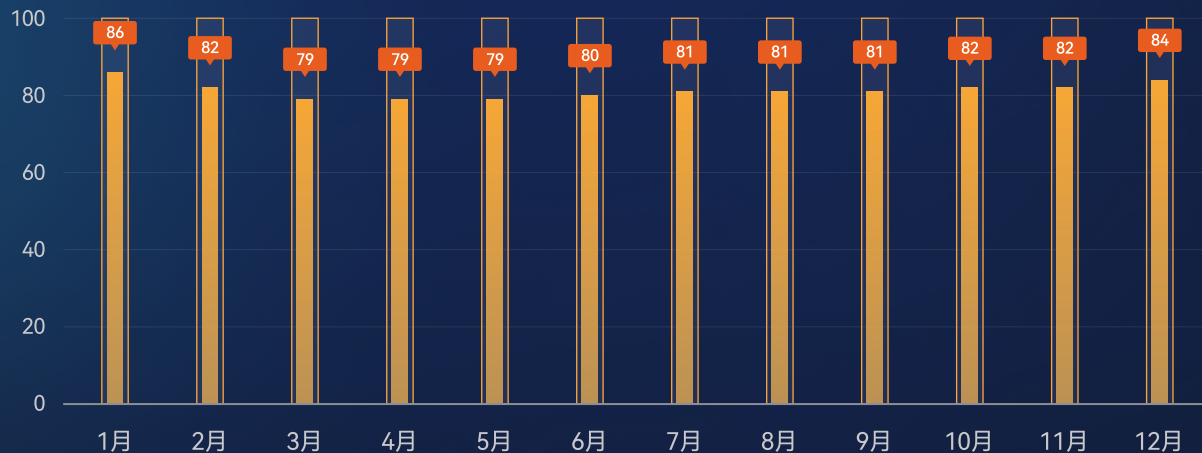
2023 卫浴产品维修需求情况

「各类卫浴产品维修需求」



卫浴产品的维修率与使用频率呈正比。坐便器作为生活耐用品，寿命长达近十年。漏水、按键失灵、堵塞等问题都是坐便器产品的“职业病”，大部分都是零配件老化、损坏的原因。因此，为保障消费者使用体验，品牌方提供一定期限内的维修质保服务，是极为必要的事情。

2023卫浴类服务价格变化趋势



2023年平均客单价

81元

2022年平均客单价

82元

2021年平均客单价

86元

在当前建材家居升级类消费和注重性价比的趋势相互交织下，能够满足消费者个性化与定制化需求的高端建材家居品类。智能卫浴产品层出不穷，标准化程度持续上升，服务价格趋于稳定。

2023 卫浴类服务时长变化趋势

2020年平均

62.4h

2021年平均

45.6h

2022年平均

37.4h

2023年平均

35.8h

「 2020-2023年卫浴安装服务时长 」

随着市场需求变化,卫浴产品迭代加速,其功能与设计都存在明显升级。行业逐步迈入成熟期,产品标准化程度逐渐提高,其服务者通过自主学习及工作经验不断提高与完善技能水平,服务效率显著提升。



晾衣架

1

中国晾衣架行业市场规模

2

中国晾衣架行业市场结构

3

2023 晾衣架类保养需求情况

4

2023 晾衣架类服务价格变化趋势

5

2023 晾衣架类服务时长变化趋势

晾衣架行业市场规模

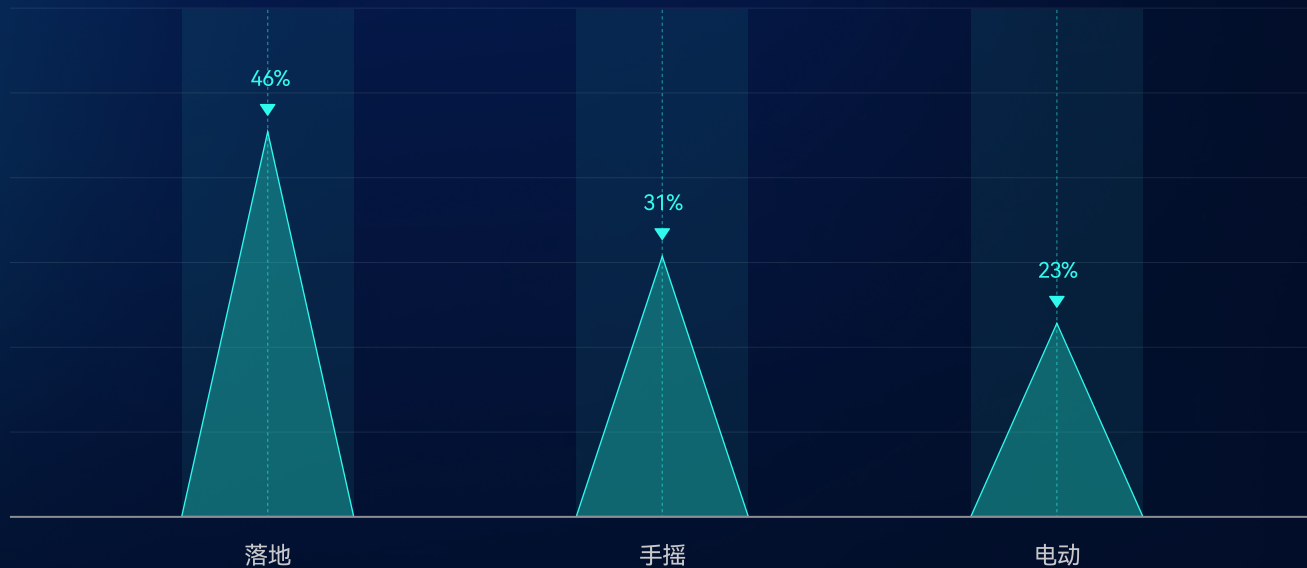
「 2017-2022年中国晾衣架行业市场规模及预测 」



与其他细分品类相比,晾衣架作为新兴产业,其市场规模增速仍处于较高水平。随着社会发展和消费水平的持续提高,晾衣架行业逐渐走向智能、高端方向,进一步推动我国晾衣架行业的增长。

晾衣架行业市场结构

「各类晾衣架市场占比情况」



落地式晾衣架仍是目前最主要的产品，其市场份额占比近5成。由于落地式晾衣架占地面积较小，便于移动和折叠，价位不高，且通常与其他类型晾衣架搭配使用，故仍占据市场主流地位。随着人们生活观念的改变，电动晾衣架广受青睐。

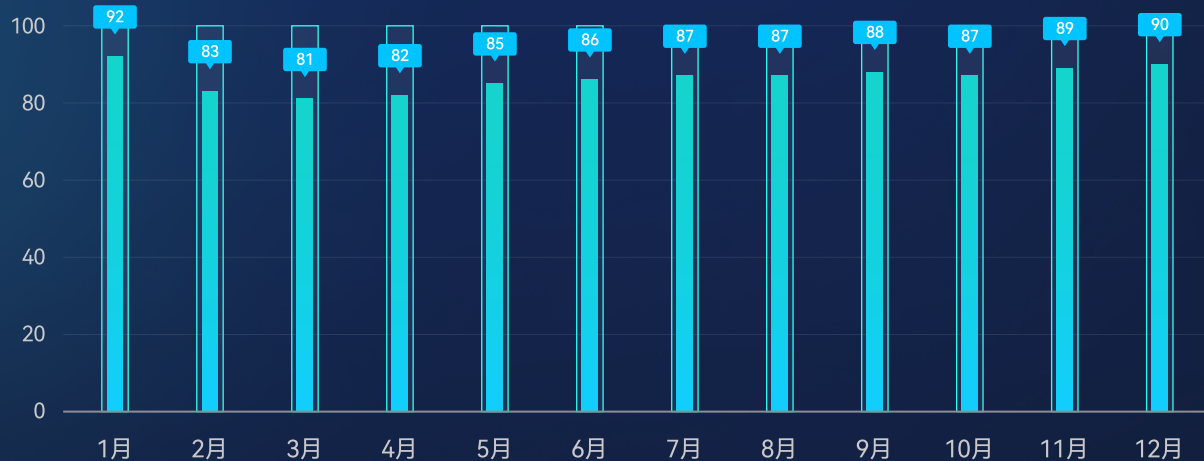
2023 晾衣架类保养需求情况

「各类晾衣架产品保养需求」



为延长晾衣架的使用寿命,一般建议定期维护摇杆、顶座等部件。

2023 晾衣架类服务价格变化趋势



2023年平均客单价

86元

2022年平均客单价

89元

2021年平均客单价

88元

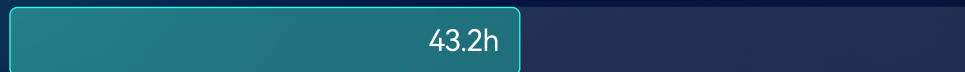
晾衣架服务价格主要受产品标准化影响。市面上安装需求主要集中为电动晾衣架，标准化程度高，因此安装价格也稳定在 86 元左右。

2023 晾衣架类服务时长变化趋势

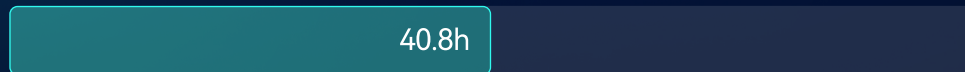
2020年平均



2021年平均



2022年平均



2023年平均



「2020-2023年晾衣架安装服务时长」

晾衣架作为标准化程度较高、发展较为成熟的家居用品,其安装方法及规范已较为普及。平台师傅熟练度高,从预约到完工,服务时长稳定在 38 小时左右。



智能锁

- 1 中国智能锁行业市场规模
- 2 中国智能锁行业格局
- 3 2023 智能锁产品维修需求情况
- 4 2023 智能锁类服务价格变化趋势
- 5 2023 智能锁类服务时长变化趋势

智能锁行业市场规模

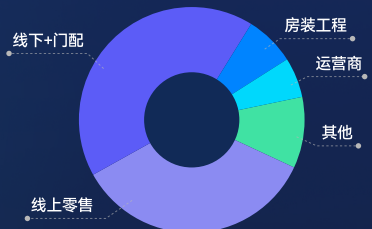
「2023年中国家用智能门锁市场规模表现」

全渠道推总规模

全渠道推总

1870万套 (↑3.6%)

注：其他主要为采购渠道
(政府/酒店/民宿/银行等)



线上渠道推总规模



销量规模

653.3万套

↑ 同比+19.0%

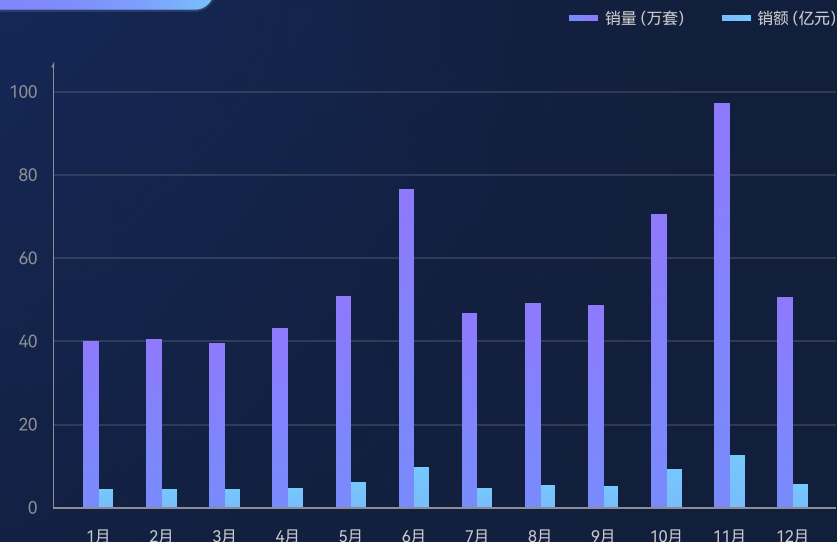


销额规模

72.7亿元

↑ 同比+10.3%

线上渠道月度走势



*数据来源：奥维云网 (AVC) 推总数据

在众多利好因素加持下，智能锁行业市场规模呈现出稳定扩张的发展态势。当前，中国智能锁行业处于发展中期，渗透率较高、购买门槛低、市场需求大。近年来，行业洗牌加速，各界玩家纷纷入局，这意味着智能锁行业蕴藏着巨大市场空间和广阔发展前景，故而广受资本市场热捧。

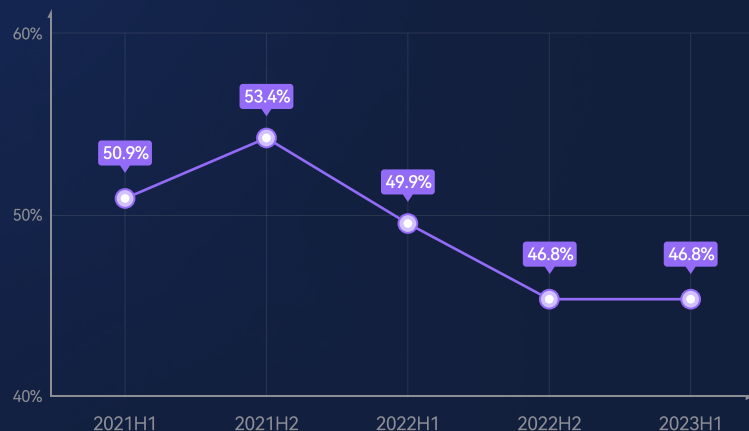
智能锁行业格局

「 2021H1-2023H1中国智能门锁市场品牌变化 」



*数据来源：洛图科技线上监测数据 单位：家

「 2021H1-2023H1中国智能门锁市场CR4品牌集中度 」



智能锁行业正处稳定增长期，行业竞争激烈。在经济周期的影响下，部分企业在寒冬中倒下，少数新晋品牌迎难而上，涌入市场。从整体市场表现来看，价格竞争严重，产品价格持续下探，在一定程度上影响全产业链盈利。与此同时，低价刺激销量增长，加速推进智能锁的市场渗透。从长期发展来看，更高的产品质量、安全性以及更好的售后服务才是关键。

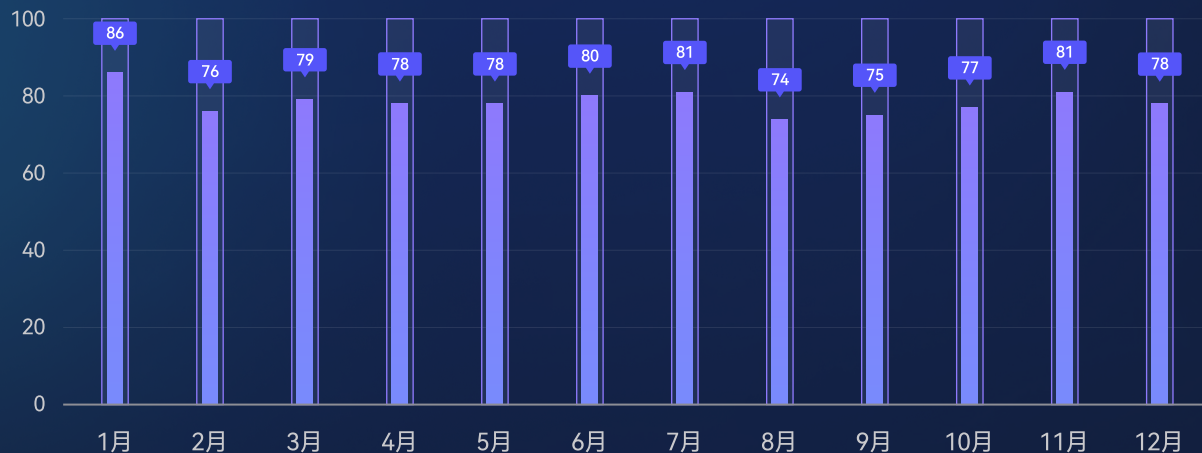
2023 智能锁产品维修需求情况

「各类智能锁产品维修需求」



全自动智能锁在坐拥高人气的同时,也拥有较高的售后率。其主要原因就在于“全自动”,这类智能锁通过电机扭矩力开门,不依靠任何人力,而电机扭矩力远小于人力,使用寿命也相对较短。且全自动智能锁对门也有一定要求,随着使用年限变长,门体发生变化,原本安装时设定的轨道也会发生变化,造成锁舌卡死、无法开门等问题。

2023 智能锁类服务价格变化趋势



2023年平均客单价

78元

2022年平均客单价

88元

2021年平均客单价

102元

智能锁行业正处于飞速发展的崛起阶段,传统电商稳定发展,新兴电商持续扩张,精装配套率逐步提升。线上渠道成为全渠道规模化上行的主要推动力。新兴品牌不断涌入,通过高性价比与高折扣力度抢占市场。入门级智能锁制造技术成熟,零配件统一、成本降低,其安装服务成本有所下降,维持在 78 元左右。

2023 智能锁类服务时长变化趋势

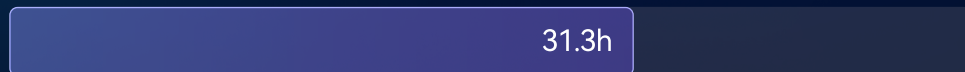
2020年平均



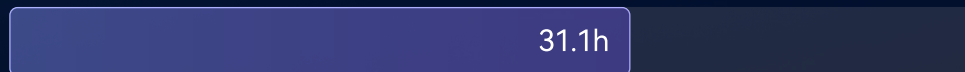
2021年平均



2022年平均



2023年平均



「2020-2023年智能锁安装服务时长」

目前智能锁市场同质化严重，不少高端品牌通过加大研发投入巩固市场地位，基于多元需求持续推出新功能产品。随之而来的是，零配件不统一、安装难度提升，服务时长出现小幅度上升。针对市面上热门产品，平台定期对师傅进行专项培训，持续提高服务时效，提升整体服务水平。

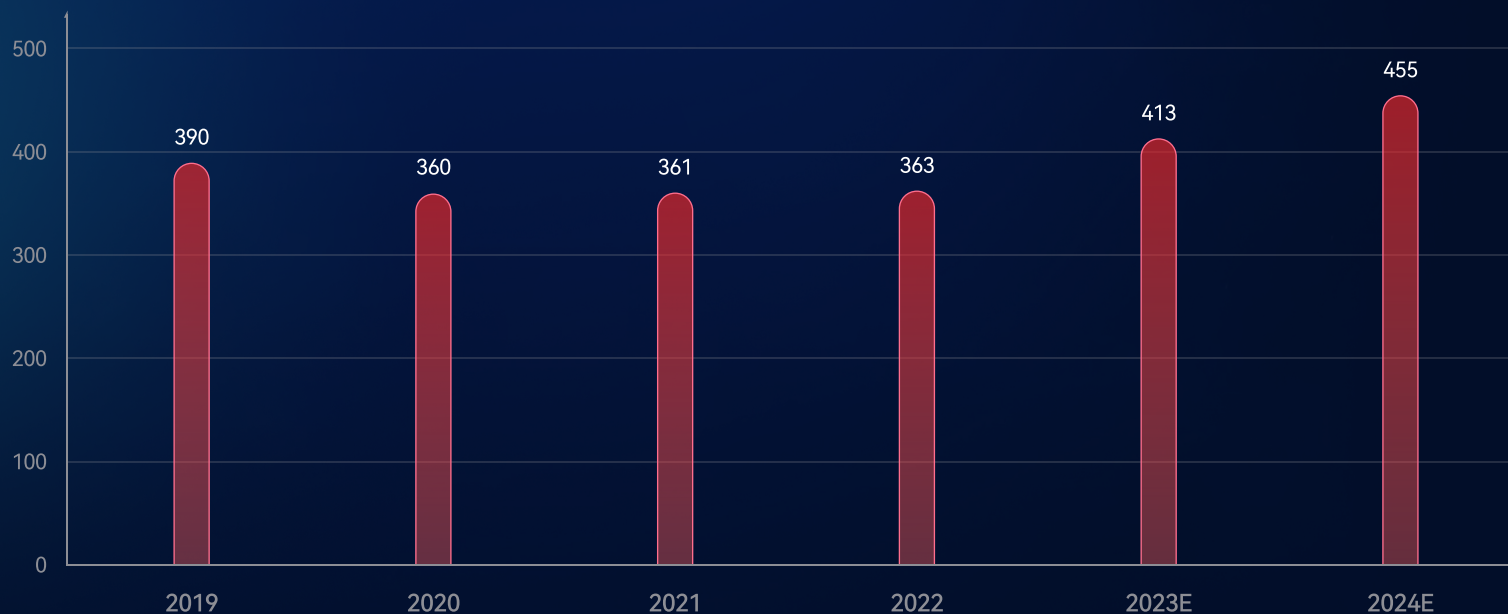


灯具

- 1 中国灯具行业市场规模
- 2 中国灯具行业市场结构
- 3 2023 灯具产品维修需求情况
- 4 2023 灯具类服务价格变化趋势
- 5 2023 灯具类服务时长变化趋势

灯具行业市场规模

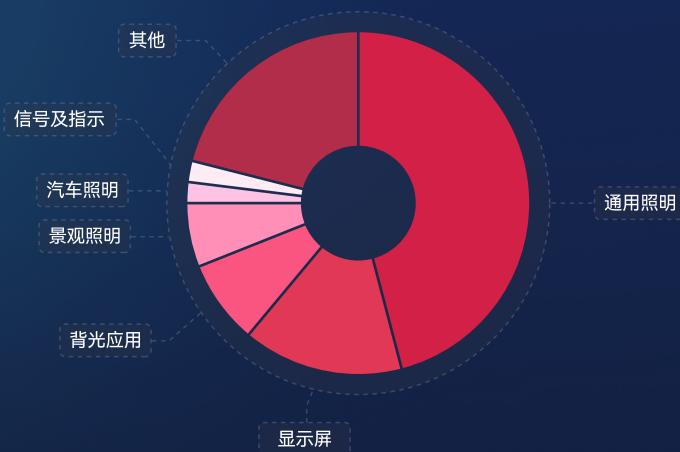
「 2019-2024年中国家用照明市场规模统计预测 」



灯具行业市场情况与整体家居建材行业走势相符,规模持续稳定扩大,市场稳中向好。当前,中国家用照明市场表现出明显反弹,2024 年有望恢复高速增速。

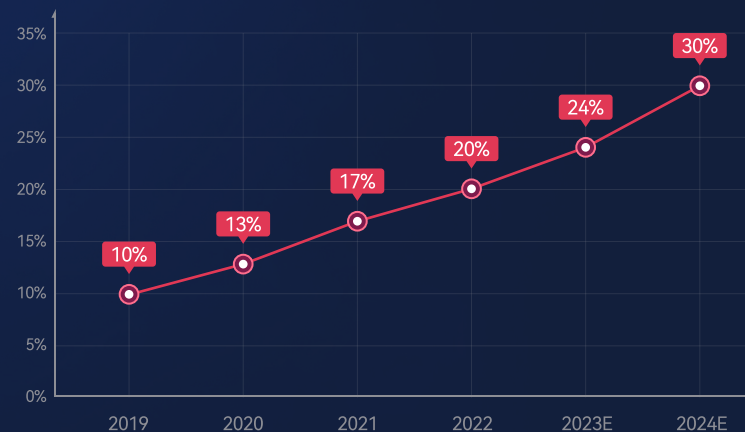
灯具行业市场结构

「2022年中国LED照明行业应用市场结构」



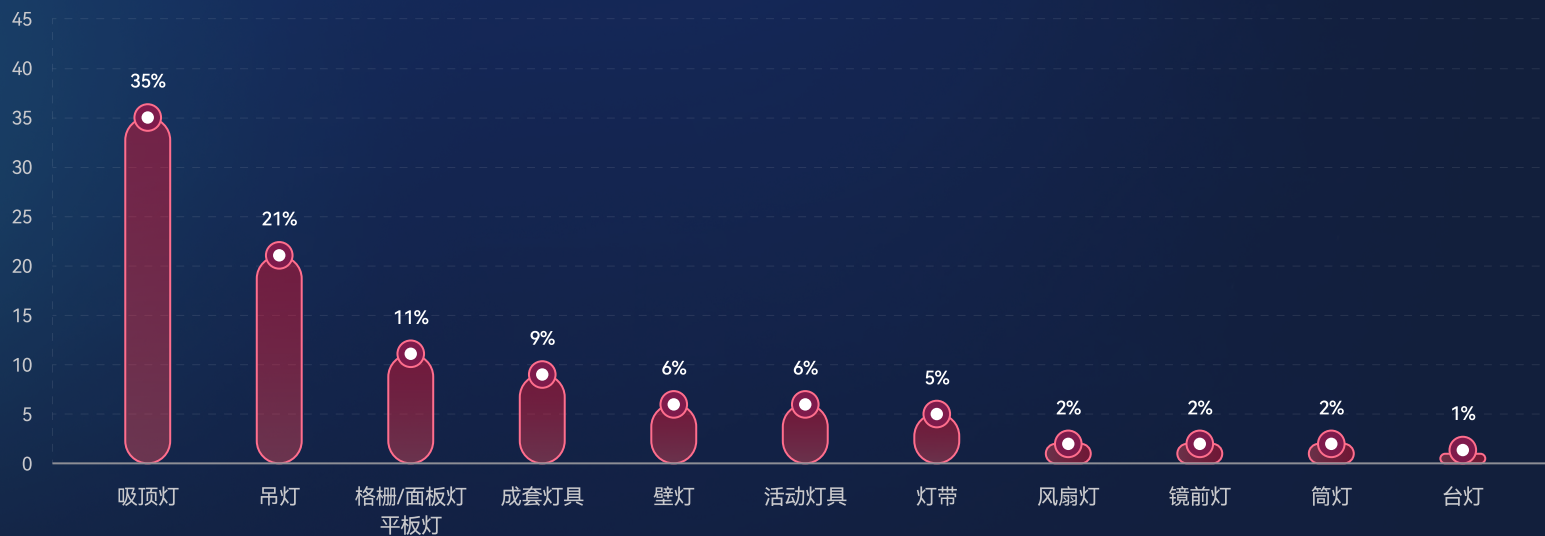
*资料来源：CSA前瞻产业研究院

「2019-2024年家用照明行业智能产品占比统计预测」



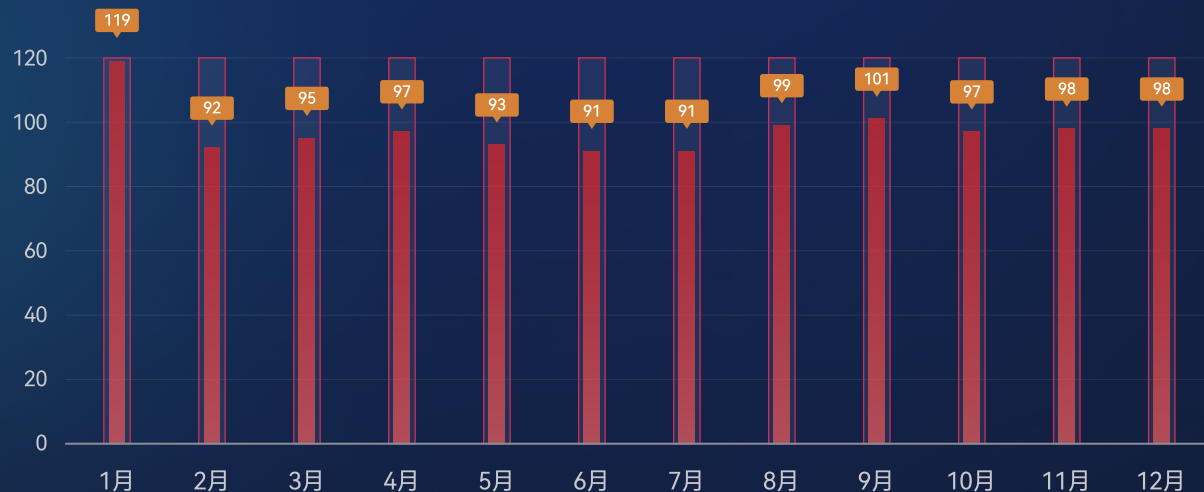
LED 照明行业以通用照明为主。照明产品正处于移动互联网跃进到万物互联的物联网的时代风口，在智能化发展趋势下，家用智能照明成为智能家居中配置率最高的系统之一。我国智能照明行业处于基础阶段，仍存在庞大的发展空间和广阔的市场需求前景。

2023 灯具产品维修需求情况



灯具在家居空间中不仅具有照明作用，同时可以作为装饰品烘托氛围。吸顶灯是最常见的家居照明灯具之一，普及率高，维修需求大。

2023灯具类服务价格变化趋势



2023年平均客单价

97元

2022年平均客单价

100元

2021年平均客单价

110元

灯具相关服务价格受市场影响明显,波动较大。由于行业标准化程度高,服务平均客单价较为稳定,约为 97 元。

2023 灯具类服务时长变化趋势

2020年平均



2021年平均



2022年平均



2023年平均



「2020-2023年灯具安装服务时长」

新时代家居用户对服务的感知维度增加，极其注重安装效率，期望“即买即用”。与此同时，从事灯具安装服务的师傅规模极速扩张，整体服务意识提升，2023年灯具安装效率持续提升，平均缩短超2小时。



1

中国定制家居市场规模

2

2023 全屋定制赛道线上化概况

3

2023 年中国定制家居上市企业市值情况

4

中国定制企业交付服务解决方案

5

2023 年万师傅定制家居服务情况

中国定制家居市场规模

定制家居行业市场规模预测趋势图

— 市场规模 (亿元)
*数据来源: 中商产业研究院



定制家居行业步入“整家”时代。伴随着头部企业的激烈角逐,行业竞争格局日趋明显,全屋定制边界再度拓宽,从柜类定制走向门墙柜一体化整体木作定制、轻高定、整家定制、整装定制等多模式并存的新局面。新模式带来新增长点,为开辟广阔的市场空间创造条件,同时也为用户提供了一站式家居消费的新选择。

2023 全屋定制赛道线上化概况

「 22年1月-23年3月
全屋定制在天猫的销售额变化趋势 」



「 22年1月-23年3月
全屋定制在抖音的销售额变化趋势 」



数据来源：蝉魔方

互联网大潮下,增加线上渠道,布局新零售是企业发展的必然选择。近年来,家居行业线上化进程加快,流量高地逐渐转移,许多定制品牌加快开辟新型电商渠道。其中,电商直播方式将全屋定制设计场景完整直观呈现,广受消费者的追捧与青睐,转化率颇高,成为定制企业的主流营销手段之一。

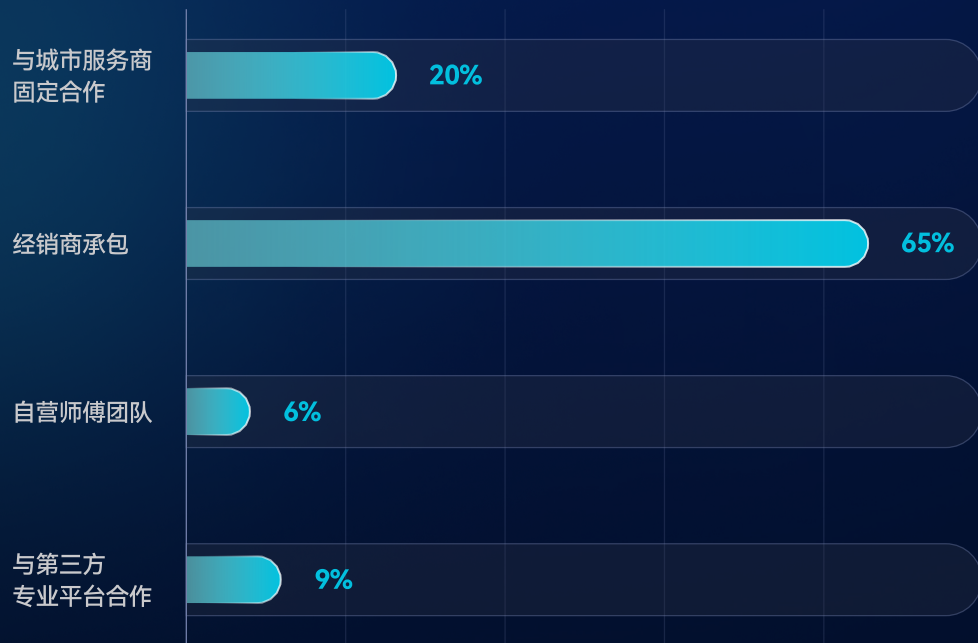
2023 年中国定制家居上市企业市值情况

排名	股票名称	股价（元）	市值（亿元）	主营业务
01	欧派家居	69.61	424	橱柜/衣柜/定制家居/卫浴等
02	索菲亚	15.95	153.6	定制家居/木门/门窗等
03	志邦家居	16.77	73.21	定制家居/木门等
04	金牌厨柜	25.09	38.7	定制家居/厨电等
05	尚品宅配	17.92	35.46	定制家居等
06	好莱客	10.97	34.15	定制家居/木门/门窗等
07	我乐家居	9.43	30.45	定制家居等
08	皮阿诺	12.89	24.05	定制家居等
09	顶固集创	9.27	19.08	定制家居/门窗等

家居行业2023年底市值情况（截止2023年12月29日）

随着房地产行业筑底修复，叠加存量房、旧房翻新等新市场需求的爆发，定制行业正迎来新一轮发展机遇。产能过剩，需求萎缩的环境之下，价格战成为常态。目前，整装定制模式已被验证为确定性行业方向，以贝壳为代表的巨头企业纷纷涌入，定制企业虽有先发优势，但仍面临激烈的生存挑战。

中国定制企业交付服务解决方案



定制企业最常采用的交付服务解决方案有四种，主要是各地经销商承包。因定制产品的交付对测量、安装服务本地化的要求极高，日前第三方专业平台并非定制企业的首选解决方案。随着新模式涌现、销售版图扩大、售后成本提升，第三方专业平台的覆盖优势与品质优势尽显，愈来愈多企业通过新服务模式匹配新商业模式。

2023 年万师傅定制家居服务情况

「万师傅平台2023定制家居一次安装成功率」



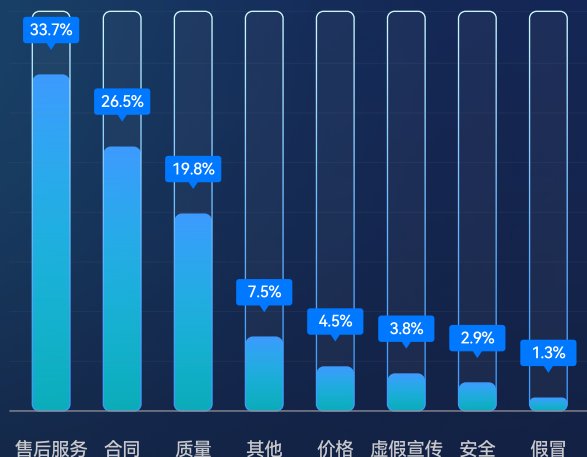
整家模式下，消费者极其看重设计方案的落地，尤其是交付效率与交付体验。相较于成品而言，定制家具的非标性更为显著，测量、安装落地难度更高，对服务者的技能水平要求极高。目前行业一次安装成功率维持在 45%~60% 之间，仍处于较低水平，系阻碍定制企业长期发展的一大痛点。提高一次安装成功率，是定制企业巩固口碑、稳定拓客的关键。2023 年，万师傅平台定制家居一次安装成功率约为 65%，领先行业平均水平。

04

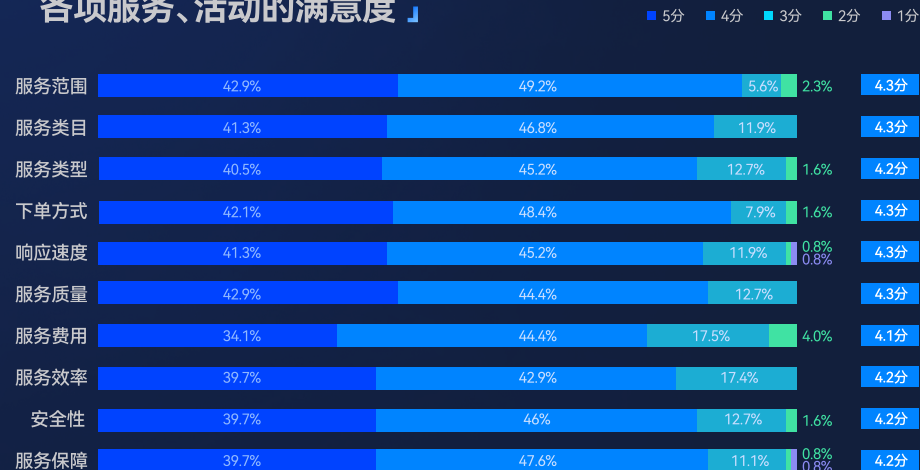
2023家居服务业 问题剖析

2023 家居服务业主要问题：整体满意度低

「家居类售后投诉问题」



「2023年消费者对互联网家居售后服务平台
各项服务、活动的满意度」

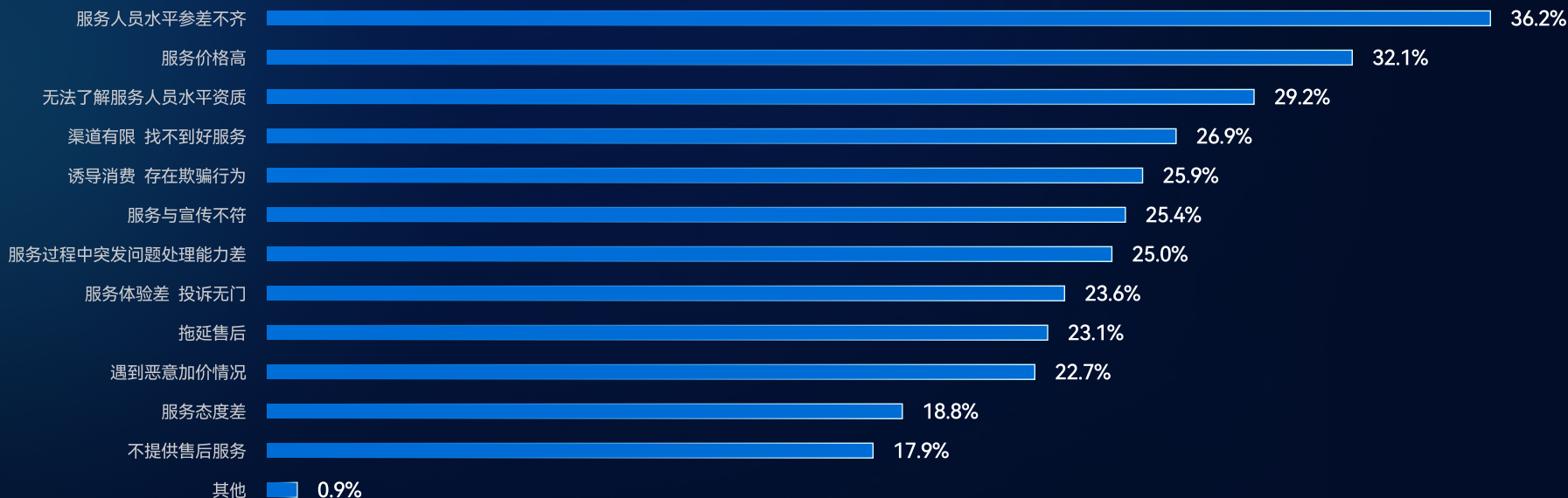


* 样本来源：草莓派数据调查与计算系统 * 数据来源：艾媒数据中心

相较于其他渠道，消费者对互联网家居售后服务平台的满意度处于较高水平，基本维持在 4.3 分。服务范围、服务费用、响应速度仍存在提升空间。近年来，家居用户消费意识觉醒，对服务的感知维度持续增加，包括不限于时效性、便捷性等，不仅要求服务者从物理层面上解决问题，同时期望精神层面的服务态度好、服务意识佳。

2023 家居服务业主要问题：售后问题多

「2023年消费者体验家居售后服务时遇到的问题」



服务水平参差不齐仍是造成行业整体满意度低的主要原因。技能水平作为家居服务入行的硬性门槛,许多不达标的服务人员大批涌入。究其原因,一是师傅群体职业化程度低,缺乏系统的培训学习,无法将实际经验凝练成自身技能;二是家居产品加速迭代,部分师傅尚未完成线上化转型,难以借助线上学习工具认识新产品,拓展新技能。

2023 家居服务业主要问题：保障缺位

家房屋及建材类



88分

物流安装交付



79分

物流产品质量



77分

售后服务评价



71分

「家居消费口碑全景」

售后服务作为家居品牌产品力延伸的重要组成部分，可谓是考验消费者耐心的最后一道防线。商家客服本身解决问题存在局限性，而售后内部流程也相对复杂，维修人员资源短缺，服务价格不透明，卖家只管销售，不管售后的情况也时有发生，并且大件成品家居在维修、退换上存在一定成本。家居企业如若缺乏健全的售后服务体系，将严重影响消费者购买体验，损害品牌口碑。

05 2023家居服务业 发展趋势

2023 家居服务业发展趋势：标准化

01

2018.6

全国工商联家具装饰业商会&万师傅
《家居电商送货与安装服务规范》
行业标准

02

2020.11

万师傅《师傅宣言》

03

2021.3

万师傅
《互联网家居售后服务安全标准》

04

2021.4

全国工商联
家居智慧服务专委会成立

05

2021.11

万师傅&京东居家
《商品安装服务白皮书》

06

2022.7

全国工商联家具装饰业商会&万师傅
《健康整家定制评价通则》
编订正式启动

07

2022.10

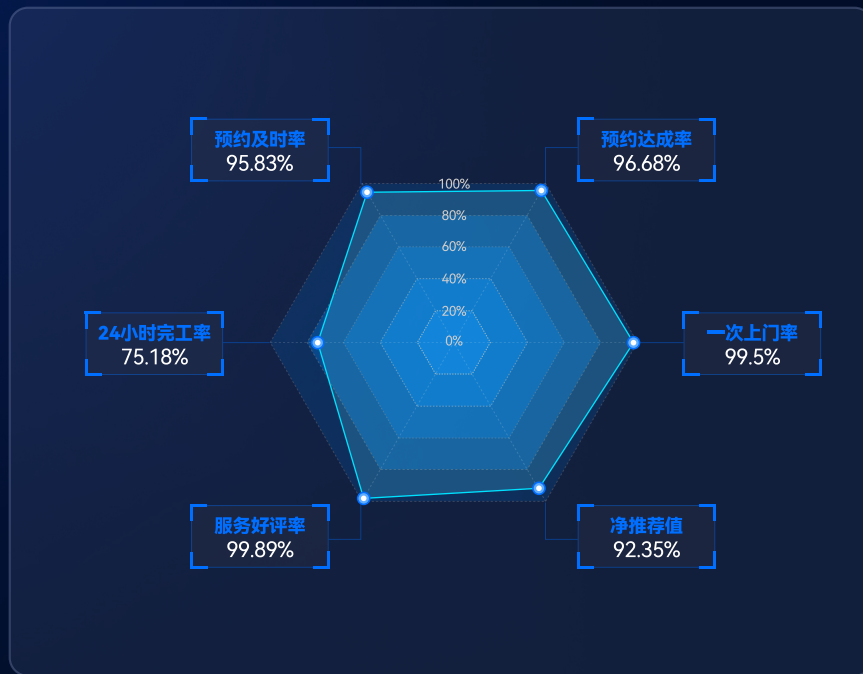
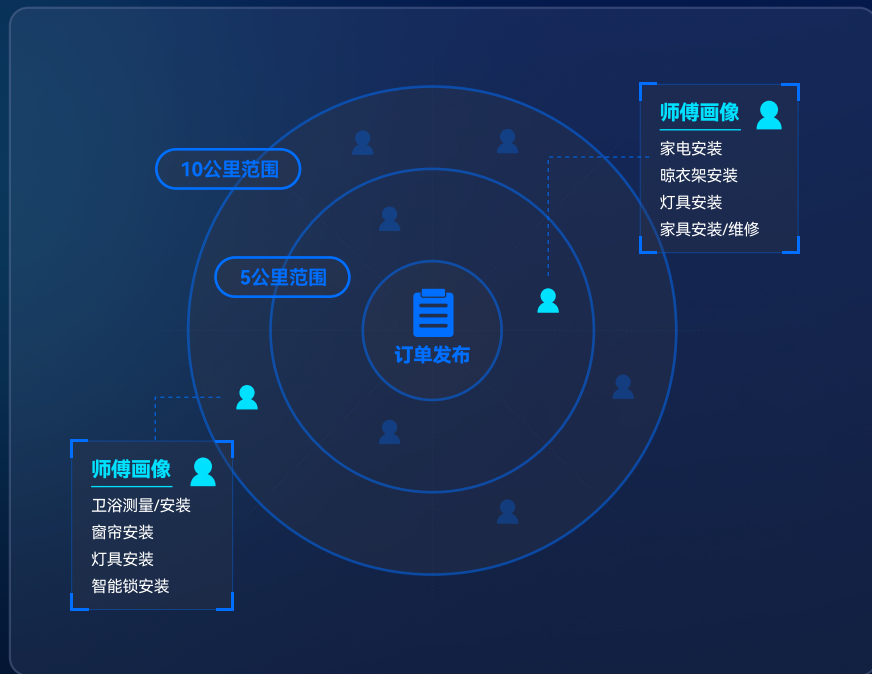
全国工商联家具装饰业商会&万师傅
《家居整装服务评价》
团体标准编订启动

08

2023.8

《家用和类似用途分体式空调器
室内机清洗技术规范》
团体标准发布

2023 家居服务业发展趋势：品牌化



品质是品牌的核心，也是品牌打开市场、建立口碑的不二法门。在理性绿色消费观主导下，消费者的决策周期拉长，品牌对决策的支配力度提高。售后服务作为家居消费链条中的末端环节，消费者感知最直观与深刻，优质服务不仅能够占领用户心智，强化品牌第一印象，还能建立良好口碑，为品牌引流拓客。

2023 家居服务业发展趋势：个性化

2023 年
消费者对于互联网家居服务平台
推出定制化服务的尝试意愿

(据消费者个性化需求量身定制相关服务)

99.2%

随着新一代消费者的崛起，其消费理念及需求正在推动家居行业创新变革的重要力量。“整家定制”模式的走俏，在一定程度上反映了家居用户一站式、一体化、个性化的家装需求特征。是否能够满足用户个性化需求，成为家居企业的加分项。

服务温度

服务作为一种发生在人与人之间的特殊产品，在解决基础需求的前提下，存在一定感性交流。服务者的职业形象、沟通话术、服务态度、细节处理方式等软维度表现都将造成不同的心理感受，从而影响消费者的服务体验。

万师傅正在建立的“护城河”是双边满意度。我们主张，温度是服务底色，平台师傅提供的家居服务，不仅需要在物理层面上消除不确定性，还应该赋予用户积极正向的情感价值。





结语

在消费复苏、政策利好的推动下，家居行业迎来了新的机遇期，企业推陈出新，行业新趋势显现。“大家居”“智能化”“绿色人居”“整家定制”“业态融合”成为年度关键词。2023 年是充满不确定性的一年，唯一的确定性在于变革创新才能带来新增长。

家居行业仍维持“大行业、小企业”特征，行业集中度较低，细分赛道不乏隐形冠军。伴随着行业洗牌加剧，强化品牌建设，用优质服务提升产品附加值，从而在品牌、品质、服务、口碑四者之间形成良性循环，以软硬实力兼具的闭环生态铸造“护城河”，是企业制胜市场的必由之路。

经过长期市场调研及独家数据分析，万师傅生成此报告，期望推进家居行业创变，赋能企业数字化转型、精细化运营。未来，万师傅将持续专注家居服务领域，分享更多行业数据与调研成果，助力泛家居行业高质量发展。

联合发布



京东家电家居



ZBOM 志邦家居



AUPU 奥普

VVS

CHAOQU 巢趣家居



(排名不分先后)

感谢上述指导合作单位及本报告所有数据来源平台



联系我们

公司地址:

深圳市宝安区航城街道泰华梧桐工业园14B栋2-5楼

企业邮箱:

wsf@wshifu.com

新浪微博:

万师傅企业版、万师傅官方



万师傅企业版公众号



万师傅小程序