

2023互联网家居行业服务商研究报告及最佳合作伙伴

TOP10

亿欧智库 <https://www.iyiou.com/research>

Copyright reserved to EO Intelligence, Jan 2024

目录

CONTENTS

01 互联网家居发展现状分析

- 1.1 互联网家居行业定义及服务商分类
- 1.2 互联网家居成为行业重要角色
- 1.3 互联网家居服务商重塑家居行业价值链
- 1.4 互联网家居及服务商企业图谱

02 互联网家居服务商企业观察

- 2.1 售后服务
- 2.2 供应链服务
- 2.3 仓储物流服务
- 2.4 营销服务

03 互联网家居行业服务商最佳合作伙伴TOP10

- 3.1 互联网家居行业服务商最佳合作伙伴TOP10

04 互联网家居发展趋势展望

- 4.1 一站式家居整体解决方案将是未来互联网家居的终局形态
- 4.2 构建从消费互联网到产业互联网的数字化家居生态

目录

CONTENTS

01 互联网家居发展现状分析

- 1.1 互联网家居行业定义及服务商分类
- 1.2 互联网家居成为行业重要角色
- 1.3 互联网家居服务商重塑家居行业价值链
- 1.4 互联网家居及服务商企业图谱

02 互联网家居服务商企业观察

- 2.1 售后服务
- 2.2 供应链服务
- 2.3 仓储物流服务
- 2.4 营销服务

03 互联网家居行业服务商最佳合作伙伴TOP10

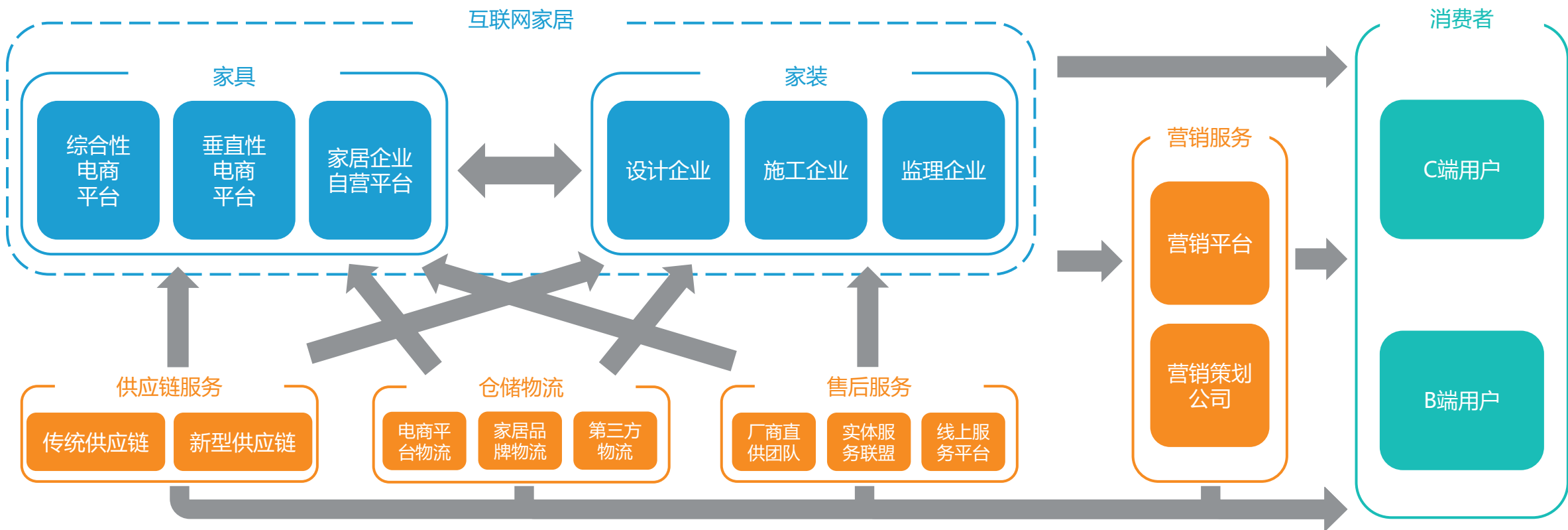
- 3.1 互联网家居行业服务商最佳合作伙伴TOP10

04 互联网家居发展趋势展望

- 4.1 一站式家居整体解决方案将是未来互联网家居的终局形态
- 4.2 构建从消费互联网到产业互联网的数字化家居生态

- ◆ 互联网家居定义：互联网家居是指利用互联网技术和在线平台对传统家居行业进行深度改造和升级，对B端或C端线上线下的资源、信息进行整合，更便捷的连接商户与用户，为家居业务的各个环节提供专业化解决方案，包括产品设计、生产制造、供应链管理、销售服务到用户体验等。
- ◆ 互联网家居企业服务商在企业运营和发展中扮演着至关重要的角色，服务商凭借各自的专业能力，承担了供应链管理、物流仓储、售后服务和营销推广等特定职能，使得企业在保持核心竞争力的同时，可以专注于产品研发、品牌建设及战略规划等工作。各服务商之间的高效协作形成协同效应，共同推动整个产业链的优化升级，提高整体运营效率。

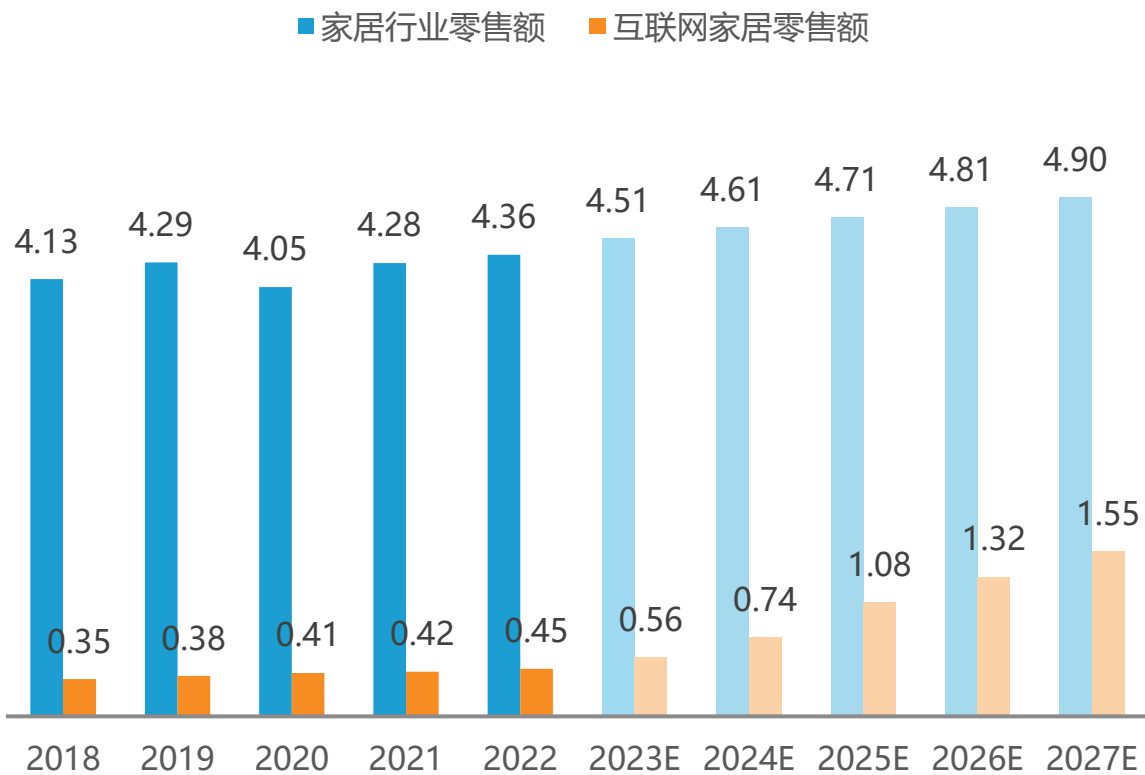
亿欧智库：2023互联网家居服务商生态圈



家居行业面临在不确定性中前行，互联网家居成为行业重要角色

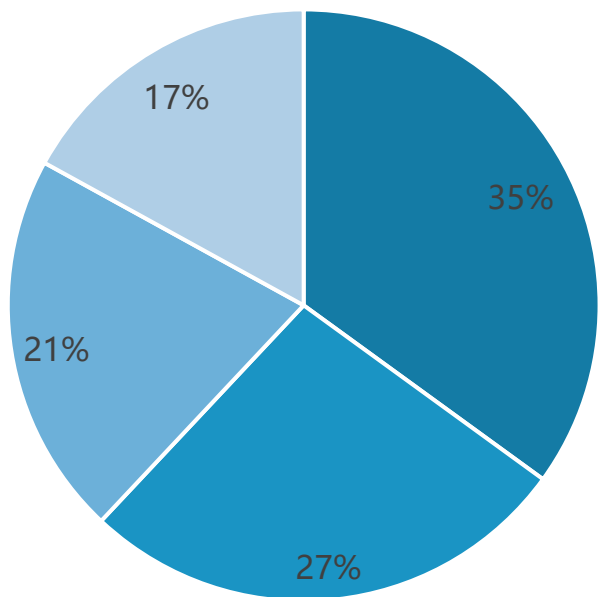
- ◆ 经历疫情反复、地产业新开楼盘及交付房减少等因素影响，家居行业的增长速度逐渐趋缓。2023年，家居行业在不确定性中前行，新一轮的竞争正在加剧，市场容量、商业模式、业务模式、产业链都面临着结构性调整与秩序的重构。企业密集发布新战略，并基于新战略进行组织架构调整、培育新能力、试探新的业务边界。
- ◆ 随着大数据、云计算、人工智能等新兴技术向家居行业不断渗透，齐家网、土巴兔、酷家乐等互联网家居企业逐渐成为了行业中重要的组成。2022年中国互联网家居市场规模达4467亿，行业渗透率约10.25%。从消费者购买渠道偏好来看，纯线下购买用户仅占三成，线上线下挑选结合购买成主流趋势，行业线上线下一体化进程加快。

亿欧智库：2018-2027E中国家居行业及互联网家居市场规模（单位：万亿元）



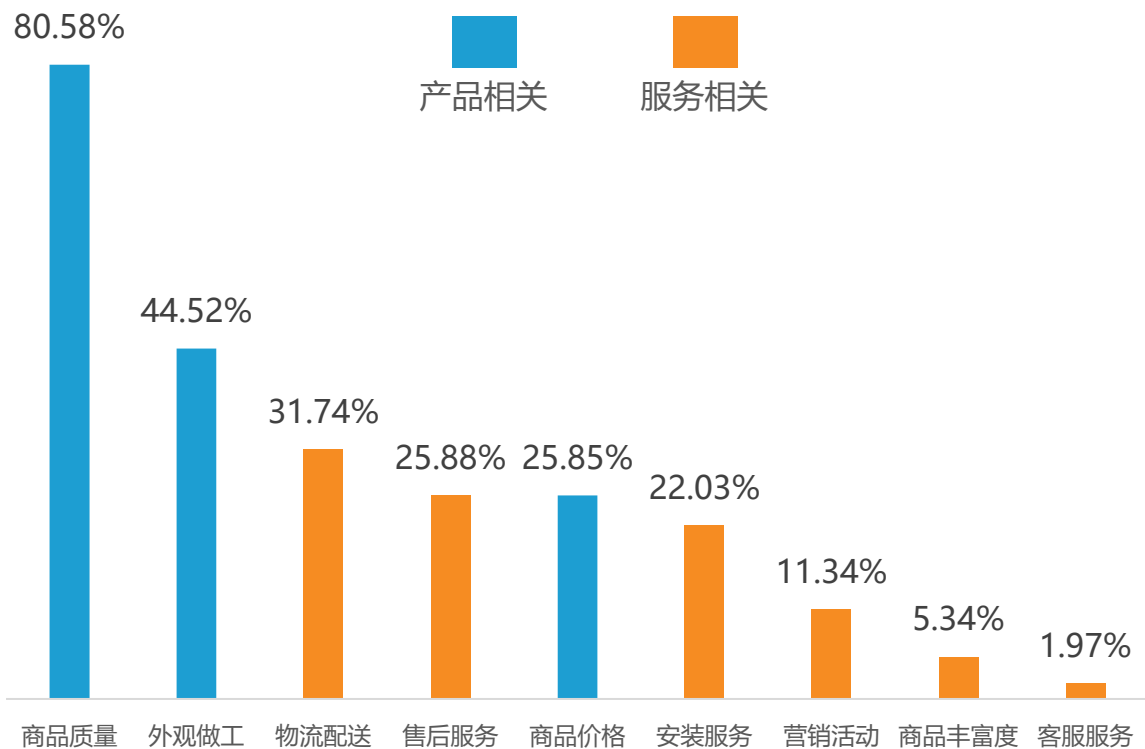
亿欧智库：家居消费者购买渠道偏好

■ 线下购买 ■ 线下了解，线上购买 ■ 线上了解，线下购买 ■ 线上购买

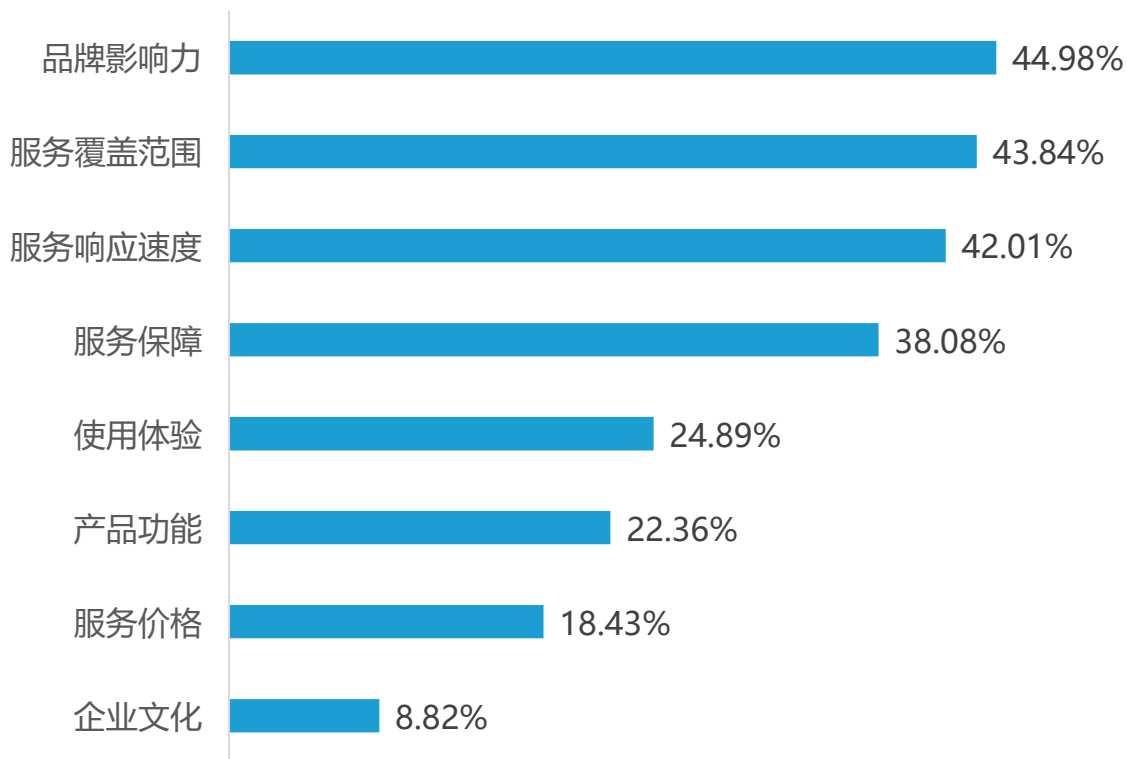


- ◆ 互联网家居的目标是提高家居装修的效率、透明度和用户体验，降低成本，使装修过程更加便捷和可控。与互联网家居相比，传统家居家装价格透明度低、工期冗长等缺点日益突显。在互联网家居的业态下，企业面向全国的大市场，线上线下融合趋势加快，对企业在安装、维护、供应链、营销等各业务环节的运营效率提出了新要求。
- ◆ 因此，互联网家居服务商成为了行业的升级转型中不可或缺的一股新兴力量。不断地涌现出的新业态，对家居行业原本冗长的业务流程进行更加专业化的分工，推动企业从粗放式管理转向精细化管理，实现全价值链的重塑。服务商们通过丰富的行业经验和成熟的服务体系，能够有效应对市场波动、物流瓶颈等问题，帮助企业降低运营风险。

亿欧智库：2022.10-12家居行业京东消费者的主要关注因素



亿欧智库：家居品牌商选择服务商的关注因素



互联网家居

家具



家装



营销服务



消费者

C端用户

B端用户

供应链服务



仓储物流



售后服务



目录

CONTENTS

01 互联网家居发展现状分析

- 1.1 互联网家居行业定义及服务商分类
- 1.2 互联网家居成为行业重要角色
- 1.3 互联网家居服务商重塑家居行业价值链
- 1.4 互联网家居及服务商企业图谱

02 互联网家居服务商企业观察

- 2.1 售后服务
- 2.2 供应链服务
- 2.3 仓储物流服务
- 2.4 营销服务

03 互联网家居行业服务商最佳合作伙伴TOP10

- 3.1 互联网家居行业服务商最佳合作伙伴TOP10

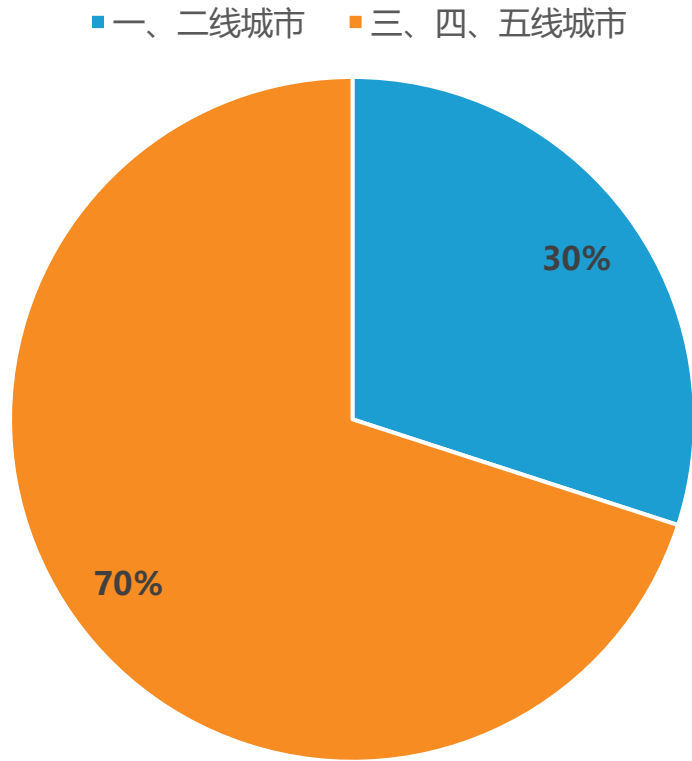
04 互联网家居发展趋势展望

- 4.1 一站式家居整体解决方案将是未来互联网家居的终局形态
- 4.2 构建从消费互联网到产业互联网的数字化家居生态

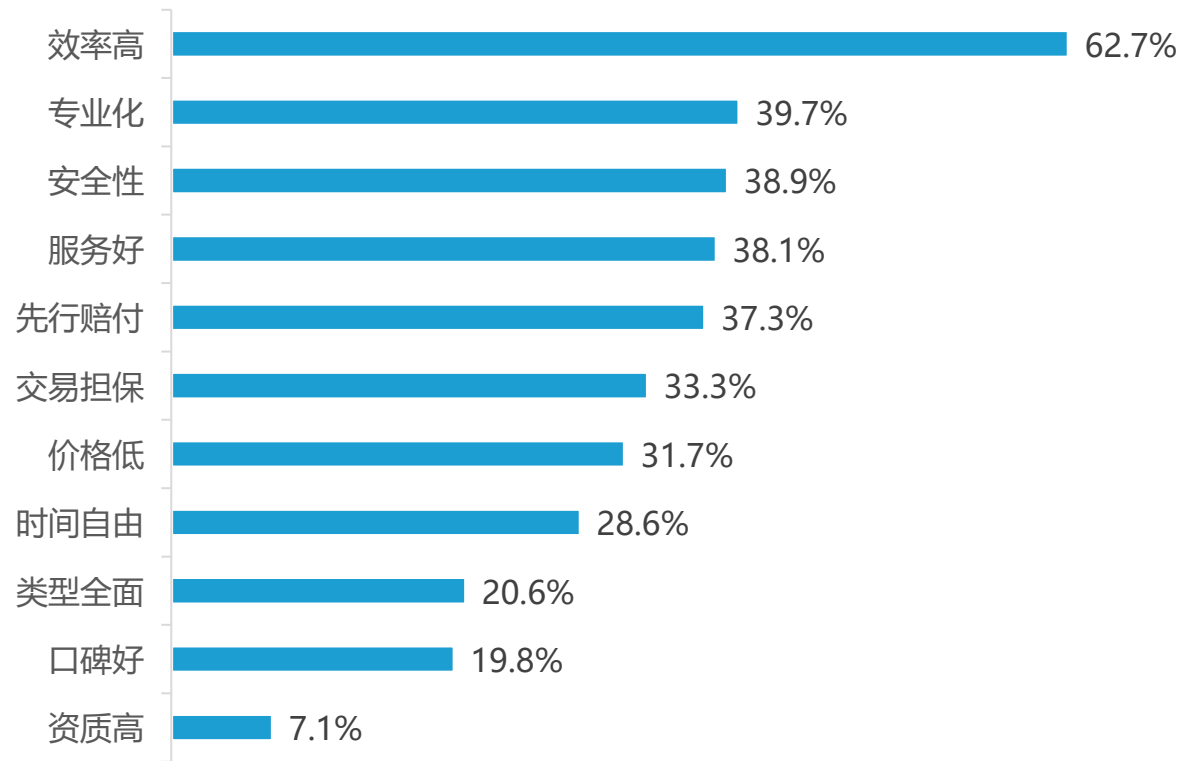
售后服务：下沉市场服务力的竞争将是未来家居行业竞争的重点

- ◆ 随着互联网的普及和智能手机广泛使用，整体消费趋势向低线城市城市发展，下沉市场逐渐成为互联网家居争夺的重要领域，据悉约有70%用户来自三线及以下城市。在下沉市场的激烈竞争中，建立健全的售后服务体系是电商企业的重大挑战。
- ◆ 家居产品的产品属性决定了售后服务是家居行业的不可或缺的一个环节，而对于家居企业而言，长链条导致单一企业难以配备多业务线上齐全的人才储备，同时基础设施也企业投入大量资金，对于企业的经营将造成较大的压力。
- ◆ 随着消费者重视用户体验，中国家居行业周期逐渐从渠道时代向服务时代转变，未来企业竞争必然是全方位综合能力的比拼，而其中对下沉市场服务力的竞争的重中之重，而第三方售后服务商也将在此发挥出重要作用。

亿欧智库：互联网家居用户画像（城市线级）



亿欧智库：2023消费者使用互联网家居售后服务的主要因素



- ◆ 奇兵到家平台建立于2016年，是广西阿泰信息科技有限公司旗下专门从事家居上门服务的互联网平台。平台目前开展的业务有智能锁、家电、家具、卫浴、墙纸、地板、门窗、浴霸、晾衣架、窗帘等家居家装的售后服务。平台拥有完善的服务体系、严格的师傅准入制度和培训管理机制，还与各大电商平台有长期合作，是国内专业与口碑兼具的家居售后服务平台。
- ◆ 奇兵到家的核心优势在于对全国99%区域到村镇的全面覆盖，乡镇服务覆盖率已居全国首位。企业致力于解决互联网家居企业面临的急单、偏远订单、村镇订单等售后服务，为行业解决“最后一公里”的配送、安装和维修难题。

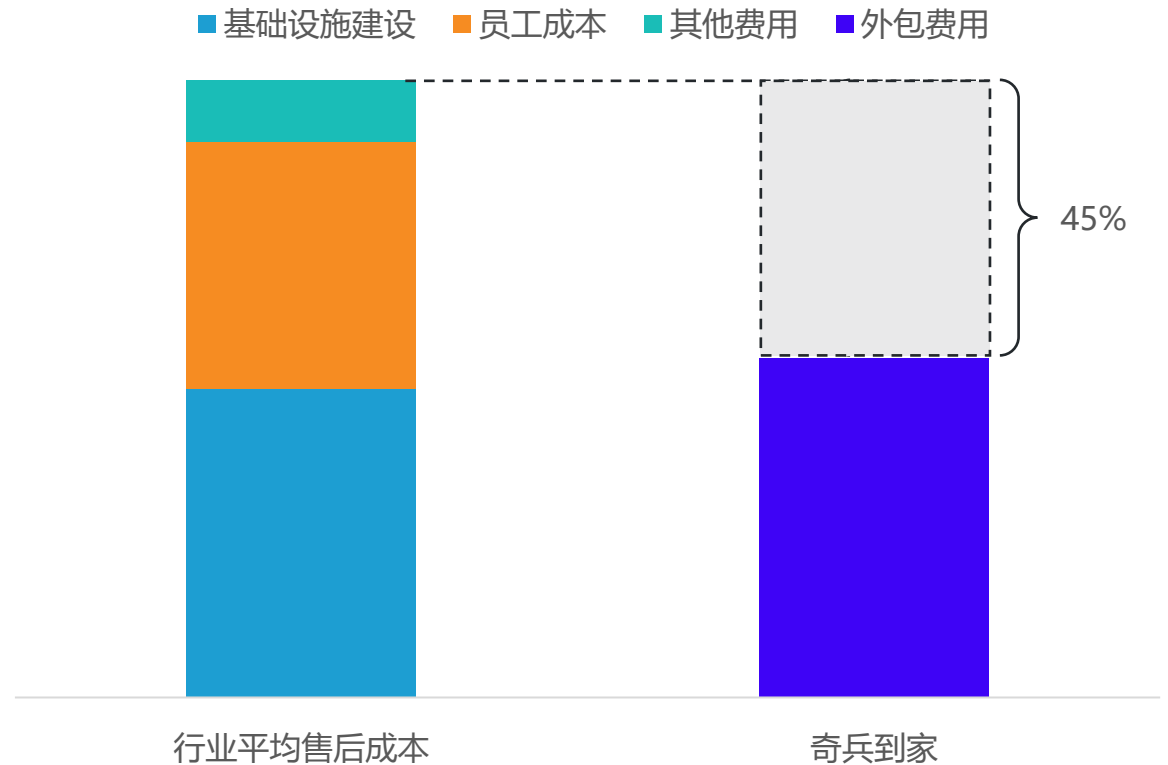
亿欧智库：奇兵到家业务优势及相关业务指标

专业师傅	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 覆盖广：全国超过180万+专业师傅 覆盖34个省市 3000个区县 40000个乡镇街道，安装无盲区。 ◆ 服务好：累计提供5000万+项安装服务，99.55%好评率。 ◆ 技能全：基本覆盖家居安装后的所有常见场景，如家具、卫浴、厨电、门窗、锁具、建材等。 	服务管控	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 价格透明：所有服务一口价，无恶意报价、加价、抬价行为，维护商家合法权益。 ◆ 下单高效：下单3秒内响应，2小时内师傅预约上门。 ◆ 实时监控：平台自主研发订单处理系统，对每一笔订单来源、去向、完成程度等信息严格跟进，实现订单实时监控，为交易安全保驾护航。 	售后无忧	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 服务前：专属客服10分钟内核实订单，确认货品、核实地址、核实上门时间，指派上门师傅。 ◆ 服务中：师傅上门明示身份，检查货品，拍照留存。施工过程中做到“三不要”、“三确认”、“三规范”原则 ◆ 服务后：师傅完工后，客户验收，签字拍照留存；VIP客服回访客户，并对师傅打分评价。
------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

专业服务员工	服务商家企业	服务家庭	平均月处理订单	覆盖乡镇
180+人	130万+家	3000万+个	150万+个	40000+个

数据来源：企业官网、亿欧智库

亿欧智库：奇兵到家减少互联网家居企业售后成本

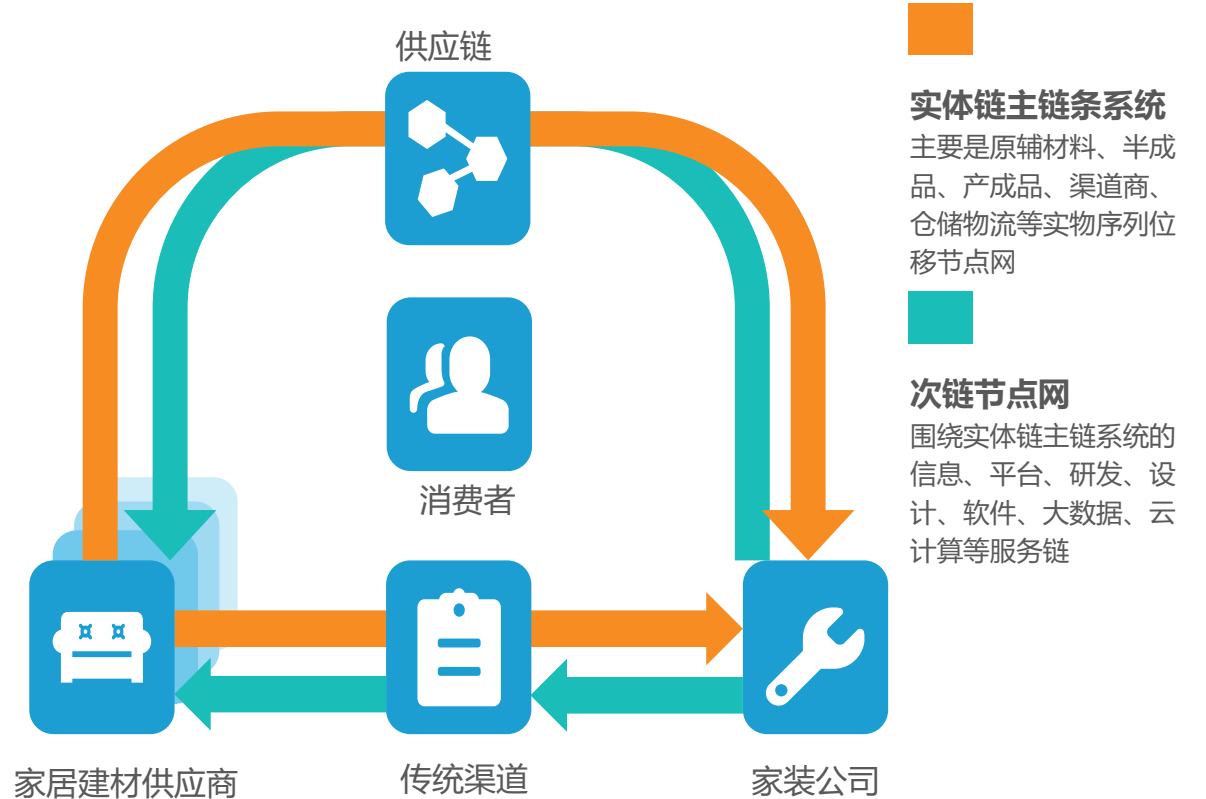


- ◆ 随着环境与消费观念的转变，家居行业竞争加剧，为更快适应市场变化，家居企业逐步向下游拓展，尝试直接向C端客户触碰，并提出了整家整装的新模式，加速产业延伸。对于整装模式而言，货物品类的丰富程度以及价格的优势，将极大程度影响消费者的最终决策。
- ◆ S2B2C供应链服务商一端连接家居建材供应商，另一端连接装修公司、装修队长，作为一个整合的供应链平台，不仅可以向经销商、家装公司输出家居建材全品类、多品牌商品，还能提供多元化的互联网技术服务，从而带动供应端效率的大幅度提升。同时，这种模式可以帮助企业深度融合参与到客户服务过程中，与客户保持互动反馈，并在S2B2C供应链平台的支持下，不断调整自己的销售策略。凭借其强大的资源整合能力和高效的运营模式，S2B2C供应链有力助推了家居企业整装模式的发展，顺应并促进了行业转型和消费升级的趋势

亿欧智库：家居供应链的几种业态模式及特点

业态		特点
传统市场窄品类批发模式		目前占领着市场的主导，一般为本土窄品类批发商和社区五金门店/夫妻店。
传统线下供应链模式		家居产品的生产商、经销商和零售商之间通过合同或协议进行合作，形成一个相对稳定的供应链。
家装公司总包模式		家装公司作为总承包方，负责为客户提供从设计到施工到售后的一站式服务，同时也负责采购家居产品。
S2B2C供应链模式	自营	通过自行设计材料包、产品套餐，反向与工厂一同定价，并负责产品销售的模式
	联营	以合作模式为主，如与工厂合作、与其他供应链企业合作，共同负责产品、物流、销售等环节
	开放平台	连接厂家和装企，本身不负责库存，同时集成多个品类，并向经销商开放代理模式，这种平台模式较轻，主要通过销售返利来获取利润。

亿欧智库：S2B2C供应链的运作模式



◆ 1688是阿里旗下定位于小企业国内贸易电子商务平台。1688以批发和采购业务为核心，通过专业化运营，完善客户体验，全面优化企业电子商务的业务模式。目前1688已覆盖原材料、工业品、服装服饰、家居百货、小商品等16个行业大类，提供从原料采购-生产加工-现货批发等一系列的供应服务。

亿欧智库：1688业务优势及相关业务指标

优势	◆ 作为阿里巴巴旗下的B2B平台，1688拥有完善的供应链体系和丰富的行业资源，为商家提供全方位的服务，满足企业在采购、生产和运营方面的需求，这种服务模式使得1688在B2B电商领域具有极强的竞争力，吸引了大量用户的关注和信任。
	◆ C端迁徙能力：随着消费者的信息平权逐渐深入，吸引了大量重视性价比的消费者，1688的用户画像逐渐发生转变。1688也将借助钉钉和阿里云的能力，来帮助工厂实现从代工转到大单订制的数字化改造。
	◆ 1688利用AI提供虚拟的数字商品，并将其快速地推导到前端的整个产业设计和需求捕捉，从而反向推动整个制造业的研发、生产。

商家数量	源头工厂	覆盖一级产业带
超过100万	60万	超过70%
渠道商伙伴	年度交易额	产业带自有员工
1.6万名	1万亿	1000+

数据来源：企业官网、亿欧智库

◆ 中装速配成立于2017年，现阶段业务以“供应链+SaaS服务”为核心，帮助装修公司、装饰建材卖场、装饰材料厂商及其经销商等类型的客户解决采购、获客、营销、以及组织关系管理等经营场景下的需求。

亿欧智库：中装速配产品服务板块

中装速配商城	中装速配商城是一个2B会员制电商，通过工厂直采、集采，和合作主流品牌来严选产品，为会员企业提供比传统线下经销商渠道价格更优、品类更多的建材产品。会员企业则可在线上进行一站式采购和订单管理，并直接配送入户。
用料大师	集3D设计与营销为一体，能够10秒出高清渲染效果图和制作专业水电图、施工图，并根据设计生成相应地材料清单和用量，且可在中装速配商城中直接进行采购。
获客大师	为装修公司提供了获客引流解决方案，支持全链路、多入口营销，并收集客户线索。
建材大师	支持建材商免费开通线上商城，在线上完成营销获客、交易，并支持带货直播、抱团秒杀等多种销售形式。

◆ 小胖熊小胖熊隶属上海米居，是国内领先的建材辅料一站式供应B2B平台，提供全品类家居建材、辅材供应配送。企业通过整合家装行业产业链，为消费者提供从装修报价、设计、辅材、主材、到售后维修等整体方案。此外，企业业务涉及了图纸设计等服务，并打出了系统性解决方案。

亿欧智库：小胖熊业务优势及相关业务指标

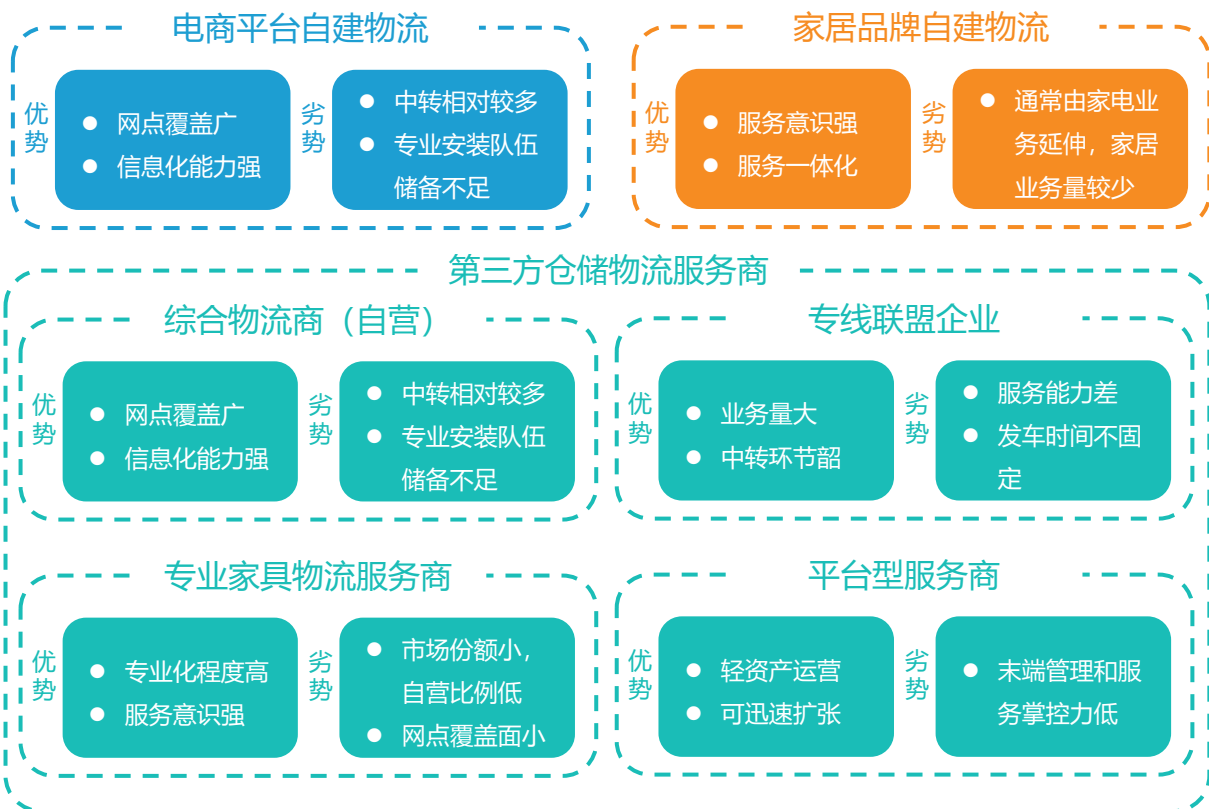
优势	◆ 线上一站式采购 ：将采购模式从线下搬到了线上，以集合了各种主辅材品牌方、厂商在平台中的商品展示，与各批发商、门店、装修公司、消费者等采购方在平台集采的创意模式，实现一站式采购的便捷体验。
	◆ 重资产运营模式 ：以规模化从厂商直采，配合自营专业化的仓库，价格透明的搬楼服务、上门安装，以及有保障的售后服务；在物流配送方面，小胖熊直接对接配送司机，统一调度物流车辆，确保及时送货，能够实现当日/次日达。
	◆ 备受资本市场青睐 ：小胖熊共有六次融资，2021年完成合计4亿美元的C轮与C+轮融资。目前，小胖熊已披露的融资总额近30亿元。

产品SKU	服务范围
超过1万个	20个城市
仓储面积	员工规模
10万㎡	超过3000人

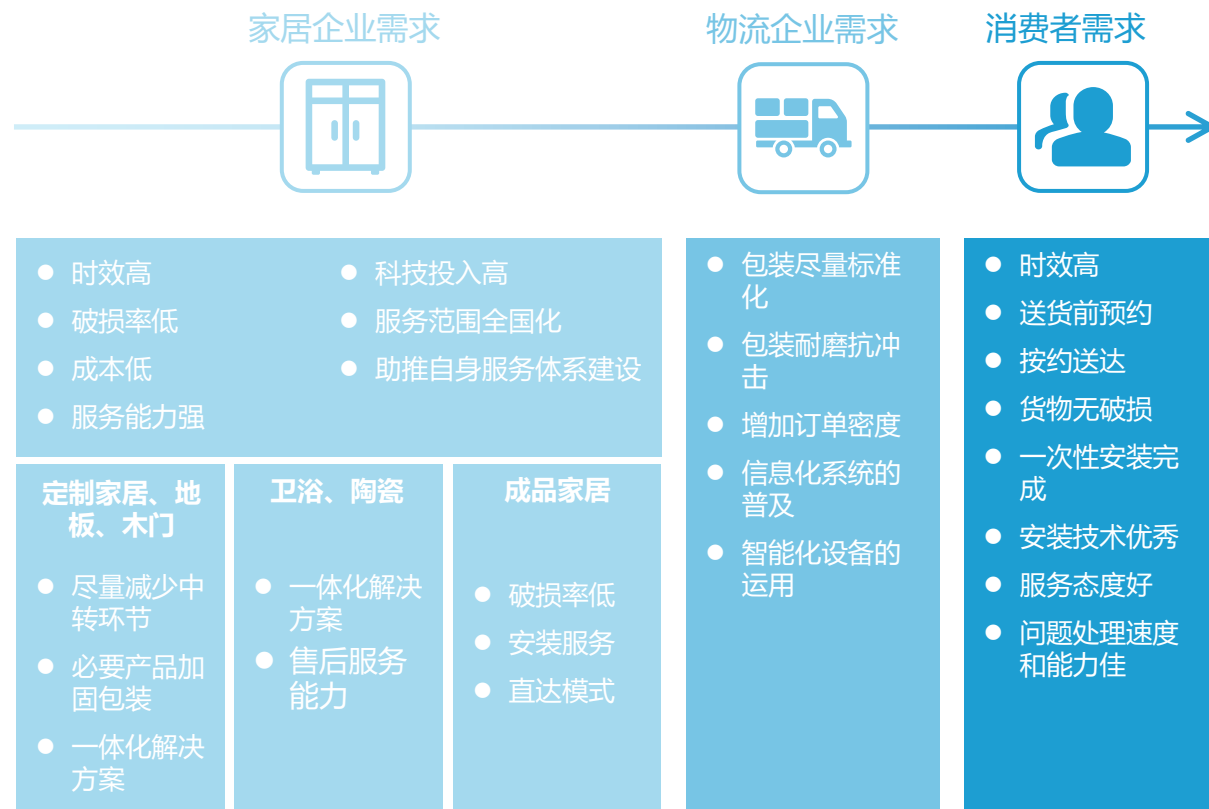
仓储物流服务：品类融合整装趋势带动一体化仓储物流体系深化

- ◆ 中国家居仓储物流企业主要分为三大类：电商平台自建物流、家电品牌商自建物流、第三方物流。从市场份额来看，专线型企业（属于第三方物流）业务量最大，行业内相关人士称，家居物流约有85%-90%的业务量都掌握在专线企业的手上。但专线型物流公司市场份额十分分散，很多企业都是10辆车左右的规模，线路也相对固定。
- ◆ 目前家居行业跨界融合，发力整装渠道，带动一体化仓储物流体系深化。在跨行跨界趋势下，家居企业需求更复杂的多品类并行的家居仓储物流，为家居企业在运营过程中，按照家居品类提供弹性的仓储、运输、配送服务。而仓储物流服务商以专业化的家居仓储体系和自动化立体库，支撑企业供应链高效运作。

亿欧智库：家居仓储物流主要类型及优劣势



亿欧智库：整装趋势下家居仓储物流各环节需求



◆ 德邦快递成立于1996年，是国内大件快递业务的领导者。德邦快递家居物流的一站式解决方案，覆盖了仓储、干线、配送、调拨、逆向、客服、数据、金融在内的全供应链环节，为家居行业的产业升级提供全方位的支持，为消费者提供全新的服务体验。

◆ 日日顺是海尔集团旗下综合服务品牌，旗下有日日顺物流、日日顺乐农、日日顺乐家等产业平台。家居物流方面，具备为家具、卫浴等家居行业提供专业的干线运输、仓储管理、同城配送、上门安装、维修保养等一体化服务。

◆ 京东物流原作为京东内部物流部门运营，2017年4月起作为京东的独立业务分部运营。京东物流基于其6大物流网络提供对应的5项服务：仓配服务、快递快运服务、大件服务、冷链服务和跨境服务，并对核心客户行业提供定制化解决方案，涵盖快速消费品、服装、家电及家居、3C 电子、汽车和生鲜产品等。

亿欧智库：德邦物流业务优势及相关业务指标

优势	◆ 网络布局完善，具备专业性物流服务能力： 公司运输网络由三部分组成：高覆盖率且可达可派的末端网点、处于关键区域节点的分拨中心和精心规划设计的运输线路。
	◆ 直营经营模式，拥有全流程强力管控能力： 公司坚持直营为主的经营模式，对全网络拥有强有力的管控能力。。
	◆ 大件基因优势，保障运输品质及服务水平： 公司深耕快运行业20多年，在大件配送领域积累了丰富的运作经验。
	◆ 科技布局前沿，助力降本增效及客户体验： 德邦快递致力于打造前瞻性的信息平台以促进管理和业务的持续优化。

亿欧智库：日日顺业务优势及相关业务指标

优势	◆ 广泛高效的物流仓储网络： 辐射全国的三级分布式云仓体系；仓储网、配送网、服务网、信息网“四网融合”；智能无人仓，拥有业界顶级的仓内技术水平和管理经验。
	◆ 定制化家居解决方案： 为客户定制多级仓布货方案以及补货计划，并提供上门揽收服务，可快速将产品从工厂发往全国的中心仓 CDC、区域仓 RDC、网点 TC；渠道方面，将原来分散在渠道商的库存统一管理、统一配送，并对仓储、运输及送装的全流程可视化。
	◆ 场景物流迭代用户体验： 以产品物流交付为服务的起点，通过用户交互，挖掘用户的增值服务需求，为用户提供场景化定制服务方案。

亿欧智库：京东物流大件业务

优势	◆ 一体化配送和安装服务，确保终端客户体验；
	◆ 仓库覆盖范围广，在全国有超过 200 个大件货品仓库以及超过 200 个分拣中心，总面积超过 400 万平方米；
	◆ 持续下沉，渗透低线城市，通过京东帮的资源扩大服务覆盖网络，服务约 1800 个大件物品配送和安装站；

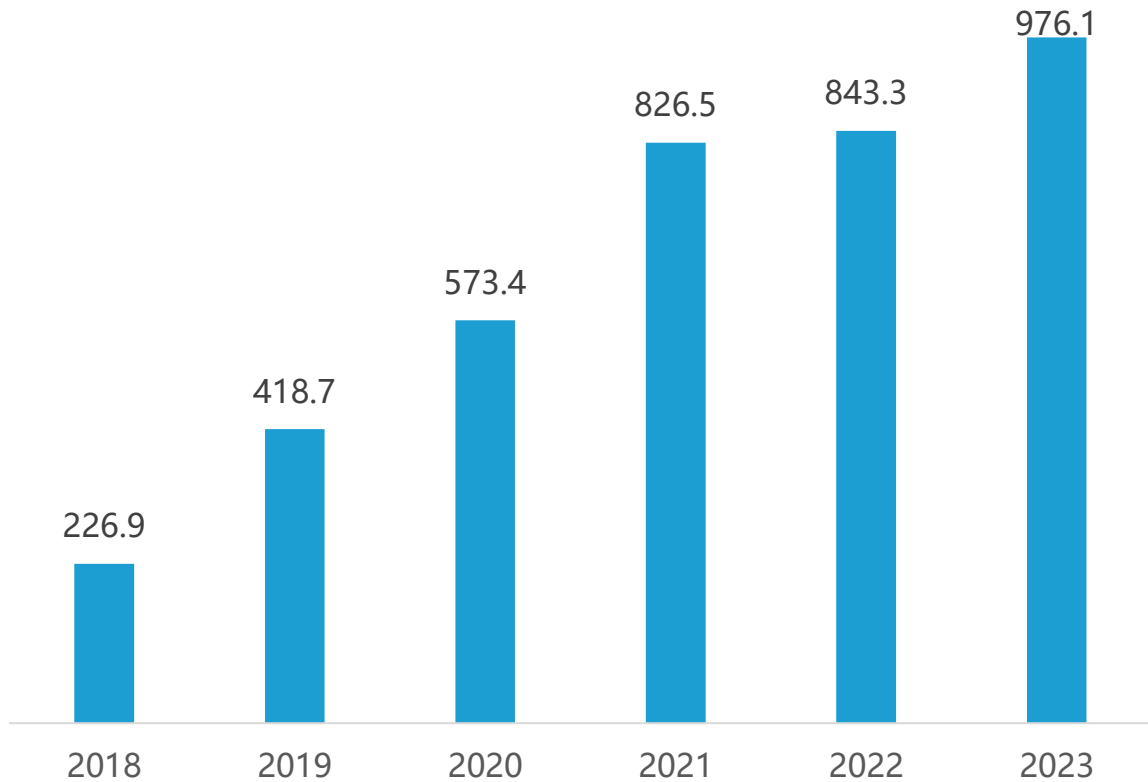
转运中心	集配站	运作部	干线线路
78个	30个	24个	2270条
仓储面积	营业网点	配送车辆	快递员
97.03万㎡	8801个	22160辆	6.68万人

集货仓	RDC	TC	送装网点
245个	306个	351个	5000个
仓储面积	服务范围	配送车辆	场景服务师
800万㎡	超2800个区县	近18万辆	超20万人

大件及重货仓	大件分拣中心	网点
200+个	200+个	1.8万
全货机	运输车	合作铁路路线
3架	4万+	400条

- ◆ 新一代中青年已逐渐成为家居市场的消费主力，不同成长环境导致消费观念、消费习惯与过往发生较大的改变。在消费趋势的推动下，企业面临前所未有的挑战，迎来了行业玩家的洗牌与重组。许多企业在营销角度进行新尝试，从“人找货”坐商模式积极向“货找人”的行商模式转型，线上发力数字化营销，整合社群营销、直播裂变、网红带货等多种线上营销方式，打造微信公众号、微信小程序、企业微信、视频号、抖音、快手、小红书全平台矩阵私域营销阵地，抢占全域流量，为线下门店赋能。
- ◆ 直播对于重线下的家居行业来说，可以作为营销工具在特定时间内激发企业活力，但是以直播为代表数字化营销工具的建立，仍需基于产品矩阵、内部效率、经销商体系、信息化水平等综合能力模型的支撑，才能进一步强化企业壁垒。

亿欧智库：2018-2023中国互联网家装月度活跃用户（单位：万人次）



数据来源：QuestMobile、国盛证券

亿欧智库：部分家居企业线上竞争策略

公司名称	线上策略
欧派家居	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 聚力构建MCN矩阵 ◆ 建立直播基地
索菲亚	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 在主要互联网平台开设网店 ◆ 整合社群营销、直播裂变、网红带货等多种线上营销方式
志邦家居	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 聚焦头部平台搭建私域流量池 ◆ 持续推广U客平台软件的使用
金牌橱柜	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 发起千店直播、主播带你揭秘金牌工厂等系列活动 ◆ 与微博、小红书、抖音等平台合作
尚品宅配	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 新居网提供线上营销服务 ◆ 线上量尺、免费设计、一对一在线实时修改方案

营销服务：典型案例

◆ 腾讯是互联网行业的龙头，凭借QQ和微信，拥有庞大流量，基本可覆盖全网用户。产品丰富，广告展现样式多种，为企业提供更多优质选择。其中家居行业投放平台基于海量的投放数据和数据模型，针对家居行业广告主推出的操作简单，效果突出的投放流程。

◆ 抖音家居兴趣用户的年龄和城市分布与家装行业人群画像匹配，无论是从内容渗透程度、营销渠道、互动效果来看，抖音均有家居品牌营销的必要性。抖音旗下住小帮承接并推进抖音的家装部分流量经营，内容经营与企业经营的协同互通。

◆ 小红书作为一个集生活与服务一体的生态，具有极高的消费全链路影响力，家居相关内容可以渗透到用户消费决策的各个环节。小红书女性家居消费者占据8成比例，以高线市场为主，品类话题丰富多元，品类细分程度高，对于家居品牌种草来说，内容延展度高。

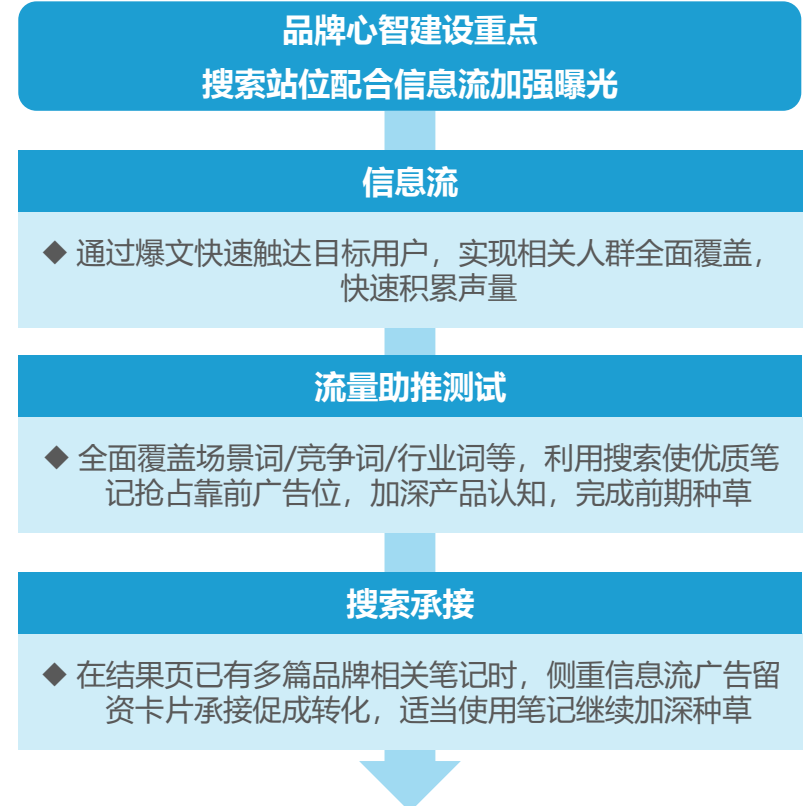
亿欧智库：腾讯广告微信生态营销矩阵

视频号	是在视频号流内自然展现的广告，支持推广短视频和直播。广告主可在原生化短视频内容展示卖点，推广商品、应用等；也可推广直播间进行转化销售。
朋友圈	以类似朋友的原创内容形式在用户朋友圈进行展示的原生广告。通过整合亿级优质用户流量，朋友圈广告为广告主提供了一个国内独一无二的互联网社交推广营销平台。
公众号	是基于微信公众平台生态，以类似公众号文章内容形式在包括文章底部、文章中部、互选广告和视频贴片等。四个广告资源位进行展示的内容广告。
小程序	是一个基于微信公众平台生态，利用专业数据处理算法实现成本可控、效益可观、智能触达的广告投放系统。

亿欧智库：抖音家居营销方案



亿欧智库：小红书家居营销方案



目录

CONTENTS

01 互联网家居发展现状分析

- 1.1 互联网家居行业定义及服务商分类
- 1.2 互联网家居成为行业重要角色
- 1.3 互联网家居服务商重塑家居行业价值链
- 1.4 互联网家居及服务商企业图谱

02 互联网家居服务商企业观察

- 2.1 售后服务
- 2.2 供应链服务
- 2.3 仓储物流服务
- 2.4 营销服务

03 互联网家居行业服务商最佳合作伙伴TOP10

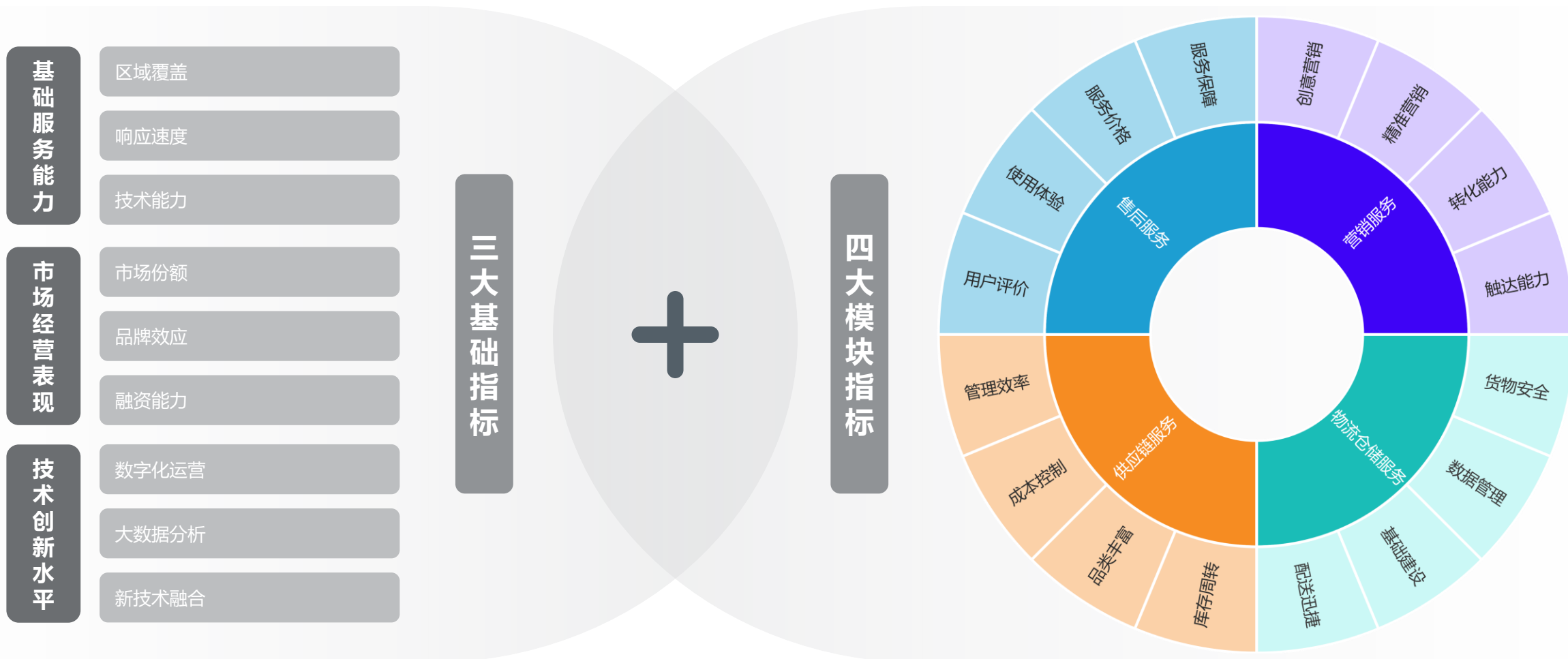
- 3.1 互联网家居行业服务商最佳合作伙伴TOP10

04 互联网家居发展趋势展望

- 4.1 一站式家居整体解决方案将是未来互联网家居的终局形态
- 4.2 构建从消费互联网到产业互联网的数字化家居生态

2023互联网家居行业服务商最佳合作伙伴TOP10评选体系

◆ 历时一个多月的评选，《2023互联网家居行业服务商最佳合作伙伴TOP10》榜单现已出炉。亿欧基于企业申报情况以及亿欧数据库资料，结合基础服务能力、市场经营表现、技术创新水平三大基础指标，并在此基础上根据售后服务、建材供应链、仓储物流、营销平台四大业务类型制定各自的模块指标，考量了候选企业在各自领域内的表现，通过垂直赛道分析师和业内专家评委等合作伙伴的打分，综合加权计算后，严选出了10家表现最杰出的企业。



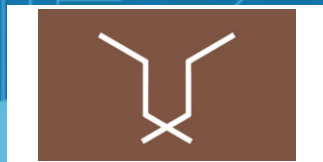
2023互联网家居行业服务商最佳合作伙伴TOP10



奇兵到家



1688



中装速配



小胖熊



京东物流



德邦物流



日日顺



腾讯广告



抖音



小红书

* 上榜企业按模块排序，排名不分先后。

目录

CONTENTS

01 互联网家居发展现状分析

- 1.1 互联网家居行业定义及服务商分类
- 1.2 互联网家居成为行业重要角色
- 1.3 互联网家居服务商重塑家居行业价值链
- 1.4 互联网家居及服务商企业图谱

02 互联网家居服务商企业观察

- 2.1 售后服务
- 2.2 供应链服务
- 2.3 仓储物流服务
- 2.4 营销服务

03 互联网家居行业服务商最佳合作伙伴TOP10

- 3.1 互联网家居行业服务商最佳合作伙伴TOP10

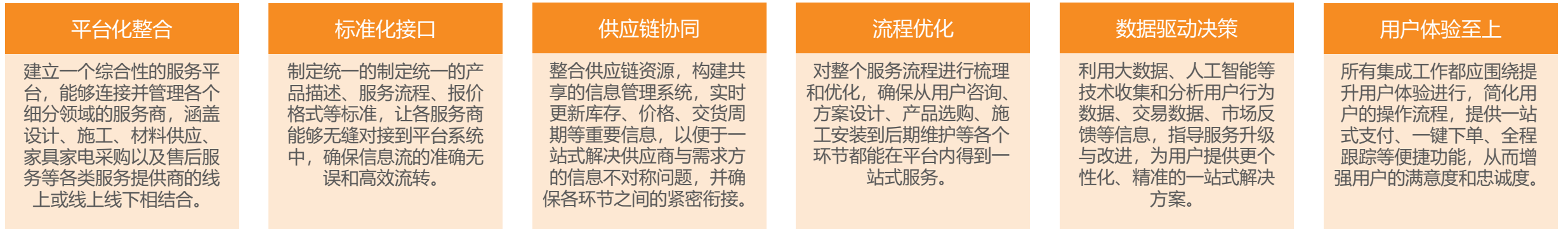
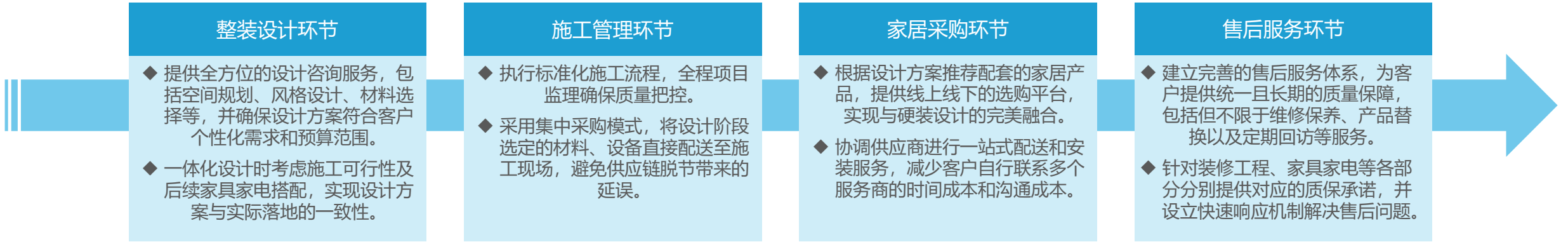
04 互联网家居发展趋势展望

- 4.1 一站式家居整体解决方案将是未来互联网家居的终局形态
- 4.2 构建从消费互联网到产业互联网的数字化家居生态

一站式家居整体解决方案将是未来互联网家居的终局形态

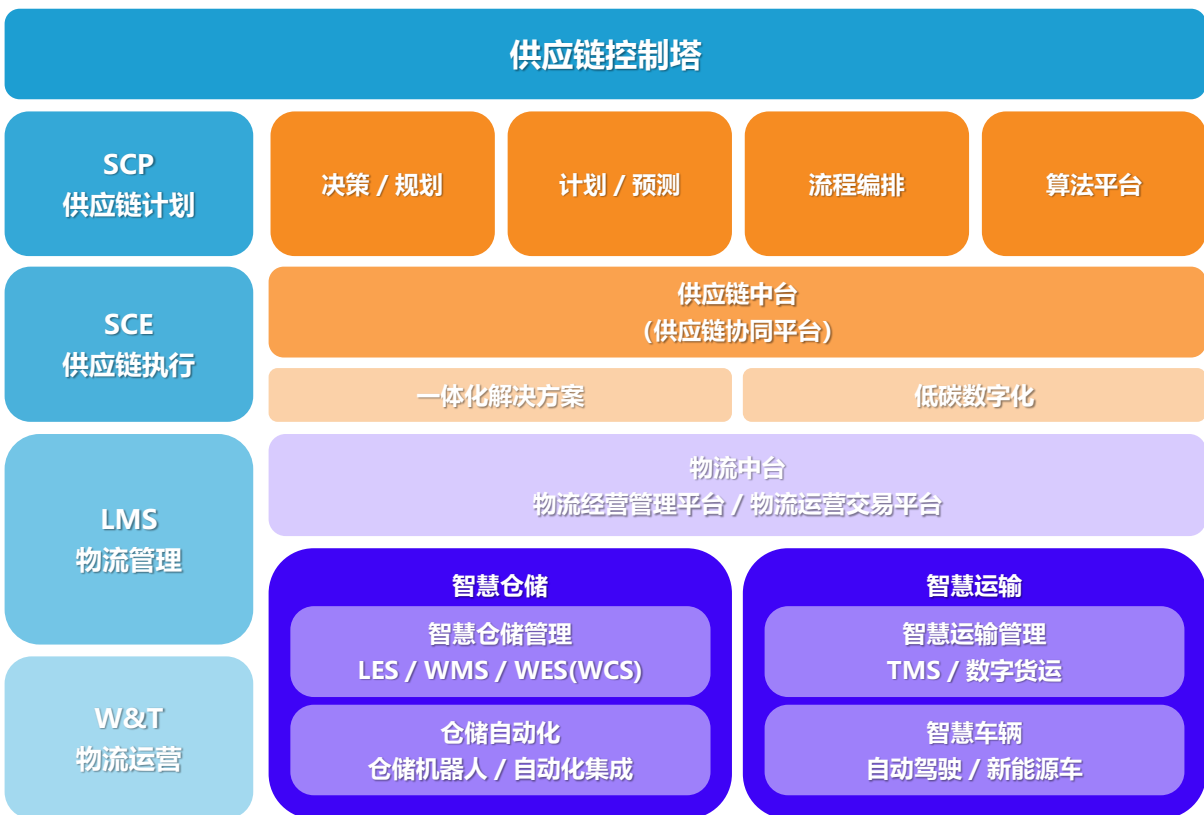
- ◆ 电商、短视频、直播等互联网业态继续火热，使得家居企业的多渠道、多品类协同持续深化。随着消费者对便捷性和个性化需求的提升，线上线下一体化、家居家装一体化等成为行业趋势。未来互联网家居服务商将发展成为提供整装设计、施工管理、家具家电选购、售后服务等一站式整体解决方案的服务平台，简化消费者决策过程，提供的是完整且连续性的用户体验。
- ◆ 在实施一站式整体解决方案的过程中，建立统一的服务标准是确保服务质量稳定和提升客户满意度的关键。服务标准化包括明确各个服务环节的操作规范、服务时限、质量要求等内容，使得消费者在享受任何阶段的服务时都能获得一致、专业的体验。

亿欧智库：一站式家居整体解决方案

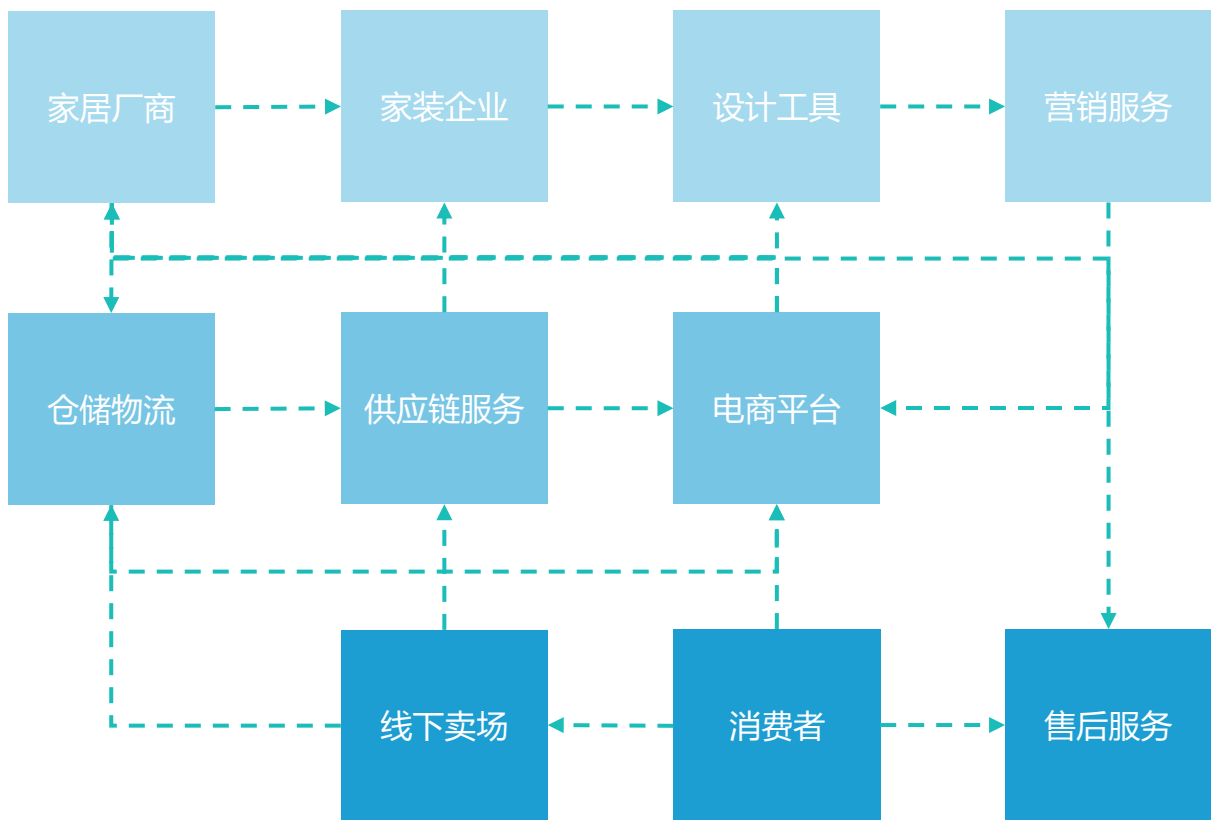


- ◆ 新一代信息技术与消费生活的融合不断加深，家居产业互联网将在消费互联网的基础上，对生产端和消费端的价值链补全和重构。关键技术的落地快速推动家居企业中设计、采购、生产、物流、销售等全链路的变革，提升协同效率。通过产业互联网，企业能够实时追踪物料种类、规格、库存和供应商信息，利用大数据分析预测需求并智能优化采购策略；根据订单需求灵活调整生产线，运用柔性制造技术处理多样化、定制化的产品生产任务；在售后服务平台上，数字化使企业实现用户关系数字化、服务系统一体化、服务过程透明化，根据用户反馈快速调整战略。
- ◆ 未来互联网家居服务商可能不只是单一业务提供商，而是通过搭建开放的合作平台，吸引更多的合作伙伴加入，共同构建涵盖设计、生产、销售、服务等各个环节的完整生态系统，形成共赢局面。

亿欧智库：供应链的数字化框架



亿欧智库：家居产业互联网信息流动与传递



◆ 团队介绍:

亿欧智库 (EO Intelligence) 是亿欧旗下的研究与咨询机构。为全球企业和政府决策者提供行业研究、投资分析和创新咨询服务。亿欧智库对前沿领域保持着敏锐的洞察，具有独创的方法论和模型，服务能力和质量获得客户的广泛认可。

亿欧智库长期深耕新科技、消费、大健康、汽车出行、产业/工业、金融、碳中和等领域，旗下近100名分析师均毕业于名校，绝大多数具有丰富的从业经验；亿欧智库是中国极少数能同时生产中英文深度分析和专业报告的机构，分析师的研究成果和洞察经常被全球顶级媒体采访和引用。

以专业为本，借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势，亿欧智库的研究成果在影响力上往往数倍于同行。同时，亿欧内部拥有一个由数万名科技和产业高端专家构成的资源库，使亿欧智库的研究和咨询有强大支撑，更具洞察性和落地性。

◆ 报告作者:



庄经纶

亿欧智库 分析师

Email: zhuangjinglun@iyiou.com

◆ 报告审核:



李庆山

亿欧智库 研究总监

Email: liqingshan@iyiou.com



王辉

亿欧智库副院长

Email: wanghui@iyiou.com

◆ 版权声明：

本报告所采用的数据均来自合规渠道，分析逻辑基于智库的专业理解，清晰准确地反映了作者的研究观点。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的意见均不构成对任何人的投资建议。本报告的信息来源于已公开的资料，亿欧智库对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽可能的追求但不作任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映亿欧智库于发布本报告当日之前的判断，在不同时期，亿欧智库可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。亿欧智库不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，亿欧智库对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者可自行关注相应的更新或修改。

本报告版权属于亿欧智库，欢迎因研究需要引用本报告内容，引用时需注明出处为“亿欧智库”。对于未注明来源的引用、盗用、篡改以及其他侵犯亿欧智库著作权的商业行为，亿欧智库将保留追究其法律责任的权利。

◆ 关于我们：

亿欧是一家专注科技+产业+投资的信息平台和智库；成立于2014年2月，总部位于北京，在上海、深圳、南京、纽约设有分公司。亿欧立足中国、影响全球，用户/客户覆盖超过50个国家或地区。

亿欧旗下的产品和服务包括：信息平台亿欧网 (iyiou.com)、亿欧国际站 (EqualOcean.com)、研究和咨询服务亿欧智库 (EO Intelligence)，产业和投融资数据产品亿欧数据 (EO Data)；行业垂直子公司亿欧大健康 (EO Healthcare) 和亿欧汽车 (EO Auto) 等。

◆ 基于自身的研究和咨询能力，同时借助亿欧网和亿欧国际网站的传播优势；亿欧为创业公司、大型企业、政府机构、机构投资者等客户类型提供有针对性的服务。

◆ 创业公司

亿欧旗下的亿欧网和亿欧国际站是创业创新领域的知名信息平台，是各类VC机构、产业基金、创业者和政府产业部门重点关注的平台。创业公司被亿欧网和亿欧国际站报道后，能获得巨大的品牌曝光，有利于降低融资过程中的解释成本；同时，对于吸引上下游合作伙伴及招募人才有积极作用。对于优质的创业公司，还可以作为案例纳入亿欧智库的相关报告，树立权威的行业地位。

◆ 大型企业

凭借对科技+产业+投资的深刻理解，亿欧除了为一些大型企业提供品牌服务外，更多地基于自身的研究能力和第三方视角，为大型企业提供行业研究、用户研究、投资分析和创新咨询等服务。同时，亿欧有实时更新的产业数据库和广泛的链接能力，能为大型企业进行产品落地和布局生态提供支持。

◆ 政府机构

针对政府类客户，亿欧提供四类服务：一是针对政府重点关注的领域提供产业情报，梳理特定产业在国内外的动态和前沿趋势，为相关政府领导提供智库外脑。二是根据政府的要求，组织相关产业的代表性企业和政府机构沟通交流，探讨合作机会；三是针对政府机构和旗下的产业园区，提供有针对性的产业培训，提升行业认知、提高招商和服务域内企业的水平；四是辅助政府机构做产业规划。

◆ 机构投资者

亿欧除了有强大的分析师团队外，另外有一个超过15000名专家的资源库；能为机构投资者提供专家咨询、和标的调研服务，减少投资过程中的信息不对称，做出正确的投资决策。

◆ 欢迎合作需求方联系我们，一起携手进步；电话 010-53321289，邮箱 hezuo@iyiou.com



扫码关注亿欧智库
查看更多研究报告



扫码添加小助手
加入行业交流群

 亿欧智库

网址: <https://www.iyiou.com/research>

邮箱: hezuo@iyiou.com

电话: 010-53321289



北京: 北京市朝阳区关庄路2号院中关村科技服务大厦C座4层 | 上海: 上海市闵行区申昆路1999号4幢806

深圳: 广东省深圳市南山区华润置地大厦 C 座 6 层 | 纽约: 4 World Trade Center, 29th Floor-Office 67, 150 Greenwich St, New York, NY 10006