

2024中国家居行业观察报告

亿欧智库 <https://www.iyiou.com/research>

Copyright reserved to EO Intelligence, Oct 2024

目录

CONTENTS

01 宏观环境观察

- 1.1 供给侧分析
- 1.2 需求侧分析

02 中观行业观察

- 2.1 行业现状分析
- 2.2 行业竞争格局
- 2.3 行业跨界合作

03 微观企业观察

- 3.1 制造端
- 3.2 服务端
- 3.3 渠道端
- 3.4 品类端

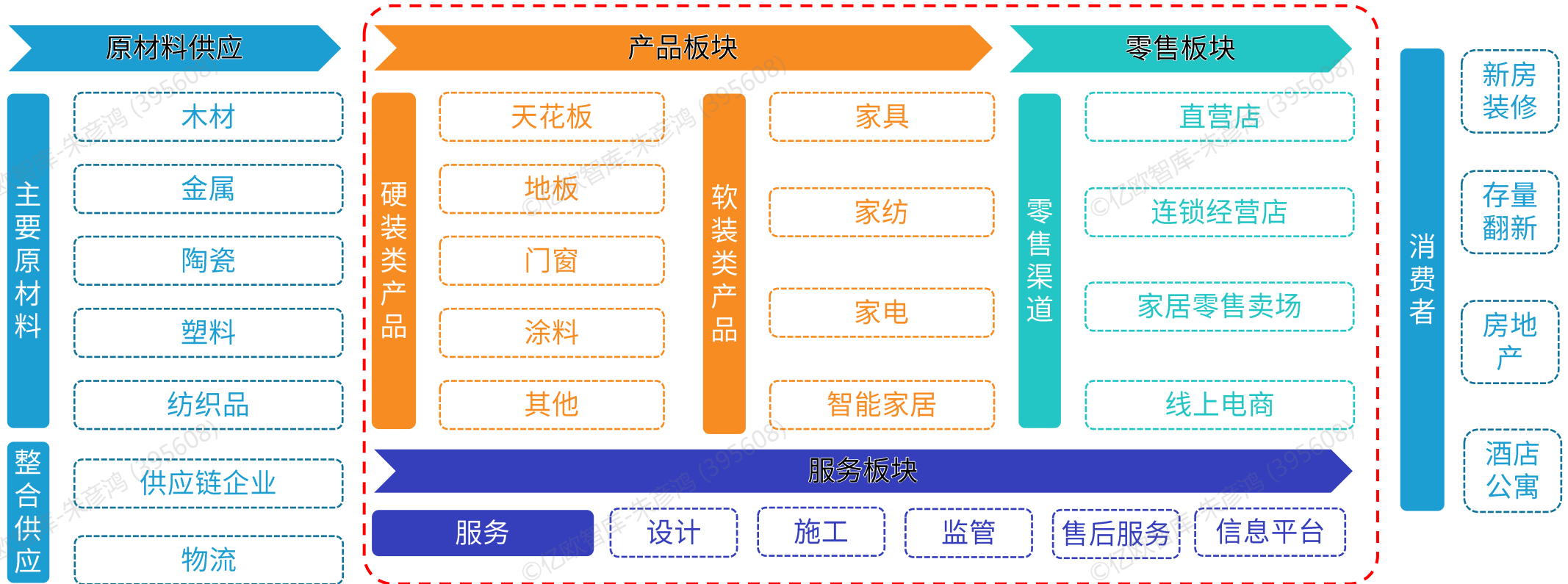
04 产品趋势观察

- 4.1 智能家居
- 4.2 高端定制
- 4.3 整家整装

研究主体与研究范围界定：家居行业范围大、涵盖广，细分赛道众多

- ◆ 家居是指通过对吊顶、地板、门窗、墙面、水电等居室环境的设计安装，以及配套生活设施用品的陈列摆放，对成品房屋的整体布局、风格、色彩及空间使用进行重新设定。
- ◆ 按照业务板块划分，家居行业可以分为产品板块、服务板块及零售板块。产品板块主要涵盖硬装（吊顶、瓷砖、门、窗、地板等）、软装（家具、家纺、家电、智能家居）；服务板块主要涵盖设计、安装、售后；零售板块主要有直营店、连锁经营店、家居零售卖场、线上电商等渠道。

亿欧智库：家居行业主要产业链



目录

CONTENTS

01 宏观环境观察

- 1.1 供给侧分析
- 1.2 需求侧分析

02 中观行业观察

- 2.1 行业现状分析
- 2.2 行业竞争格局
- 2.3 行业跨界合作

03 微观企业观察

- 3.1 制造端
- 3.2 服务端
- 3.3 渠道端
- 3.4 品类端

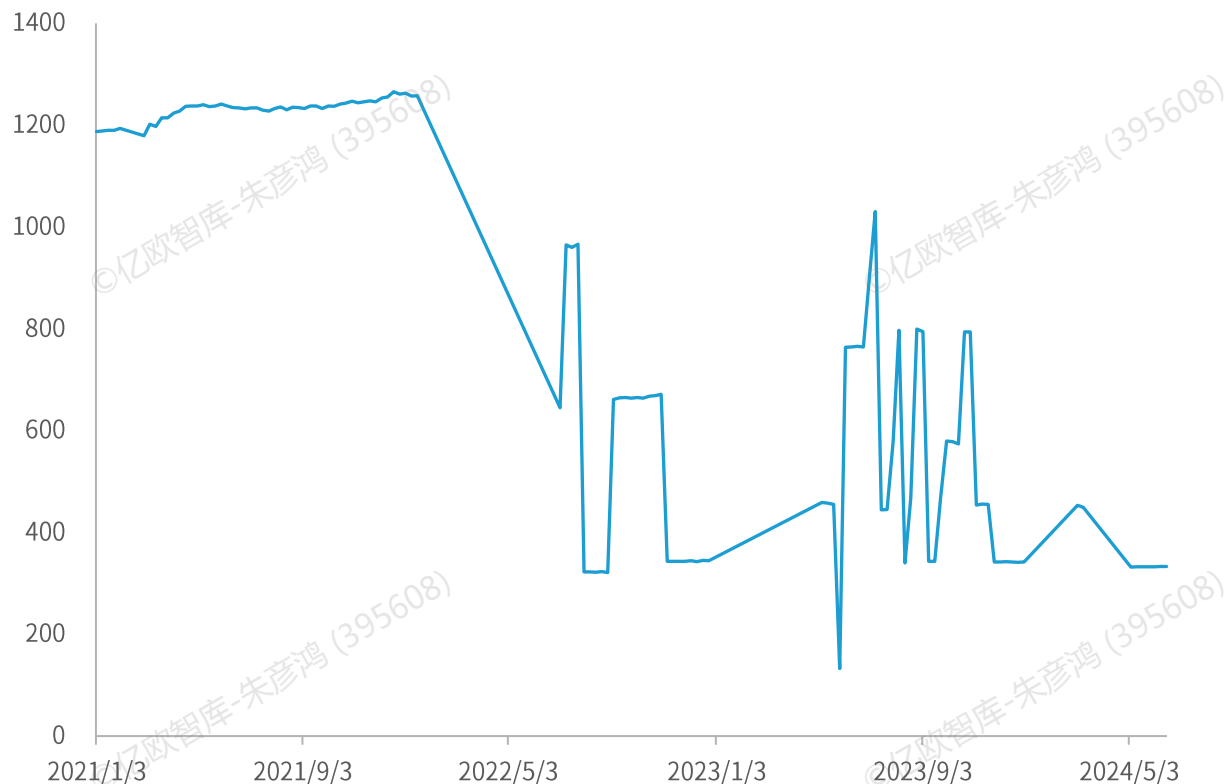
04 产品趋势观察

- 4.1 智能家居
- 4.2 高端定制
- 4.3 整家整装

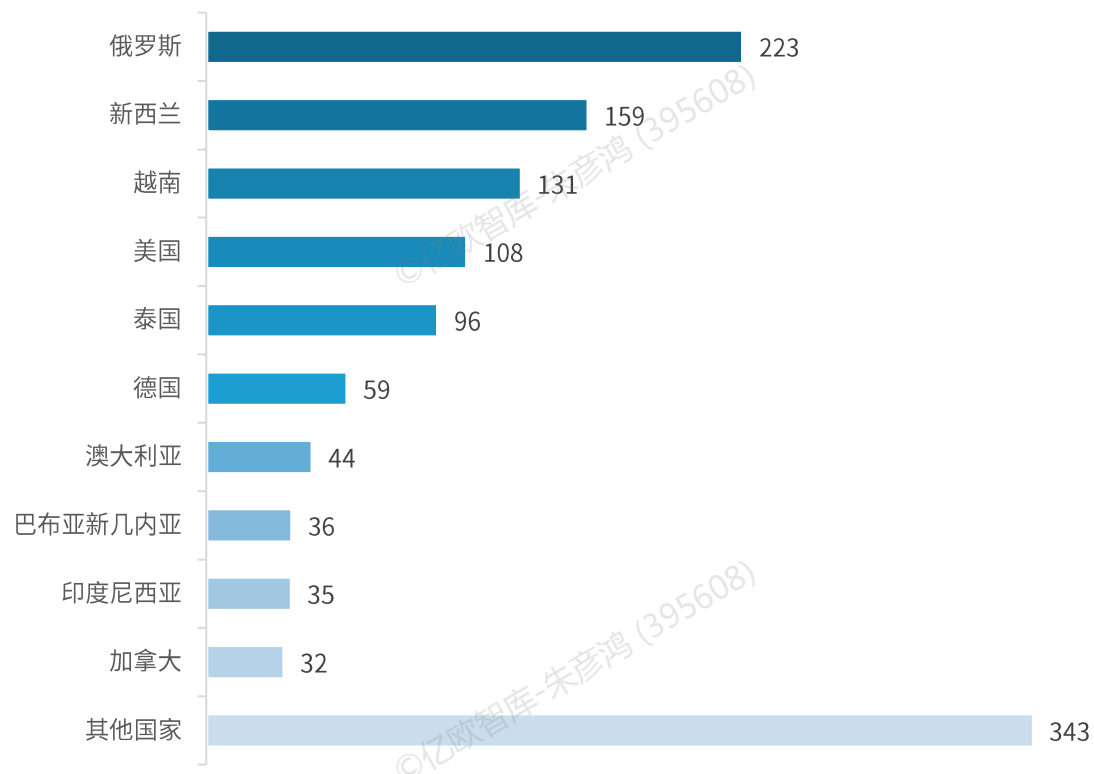
原材料价格持续高频波动，维持供应链稳定成为家居企业当前要务

- ◆ 在供给侧，2023年至今原材料价格逐渐摆脱疫情影响，价格有所回落，但存在持续且较高频的波动。考虑到家居行业的原材料供应依然较为充足，木材、金属和塑料等主要原材料的供应没有出现明显的短缺问题，而我国对进口木材的依赖度较高，木材价格或受国际市场的波动影响较大。
- ◆ 受价格波动影响，家居行业逐步适应并采取措施增强供应链韧性。一些企业通过签订长期供应合同来缓解原材料供应紧张和价格波动带来的影响，尤其是对于关键金属原材料供应商的合作，有助于稳定成本和保障生产。

亿欧智库：2023-2024.H1中国木材价格指数



亿欧智库：2023中国进口木及木制品主要来源国（亿元）



- ◆ 自2022年开始，家居行业利好政策频发且快速落实，彰显了政府对行业高质量发展的坚定决心。在政策的带动下，家居行业销量回暖，更多企业能够缓解资金压力。这些政策不仅明确了量化目标，还覆盖了绿色建材、智能家居、适老化改造等多个领域，体现了全面性和系统性，旨在优化产业结构，提升供给质量，满足人民对美好生活的需要。同时，政策落实速度快，政府高效务实的工作作风为行业转型升级提供了有力保障。
- ◆ 此外，以旧换新政策持续出台，凸显了存量市场的重要性。相较以往的“以旧换新”，本次以旧换新补贴力度较大，很多城市的补贴范围从家电领域扩展到住宅升级和厨卫改造产品、智能家居产品、适老化改造产品等。**龙头企业积极布局渠道精细化及商业模式革新，流量碎片化下致力于赋能终端经销商提升转化，叠加各品牌促销力度加大，有望对家居消费需求形成实质性拉动。**

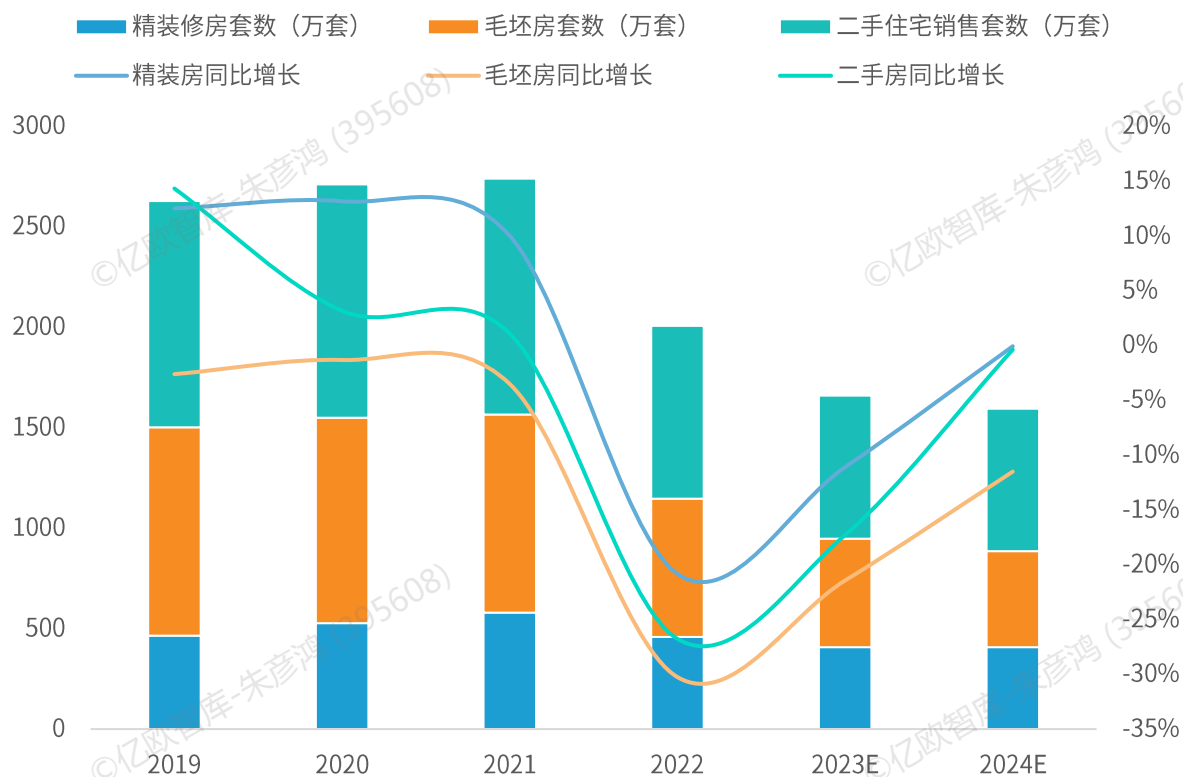
亿欧智库：2022-2024家居行业相关政策

时间	政策	发布单位	相关内容
2022年8月	《推进家居产业高质量发展行动方案》	工信部等四部门	确立了未来四年产业发展目标，到2025年，家居产业创新能力明显增强，高质量产品供给明显增加，初步形成供给创造需求、需求牵引供给的更高水平良性循环。以 提升研发、设计、生产、管理、推广全产业链现代化水平为主线，以高质量供给引领创造消费为目标 ，提出夯实产业基础、加快数字化绿色化转型、推进培优育强、扩大优质供给、加大应用推广等五个方面13项任务。
2022年10月	《关于扩大政府采购支持绿色建材促进建筑品质提升政策实施范围的通知》	财政部等三部门	加大绿色低碳产品采购力度，全面推广绿色建筑和绿色建材，在南京、杭州、绍兴、湖州、青岛、佛山等6个城市试点的基础上，进一步扩大政府采购支持绿色建材促进建筑品质提升政策实施范围。各有关城市要运用政府采购政策积极推广应用绿色建筑和绿色建材， 大力发展装配式、智能化等新型建筑工业化建造方式 ，全面建设二星级以上绿色建筑，形成支持建筑领域绿色低碳转型的长效机制，引领建材和建筑产业高质量发展，着力打造宜居、绿色、低碳城市。
2022年11月	《建材行业碳达峰实施方案》	工信部等四部门	“十四五”期间，建材产业结构调整取得明显进展，行业节能低碳技术持续推广，水泥、玻璃、陶瓷等重点产品单位能耗、碳排放强度不断下降，水泥熟料单位产品综合能耗水平降低3%以上。“十五五”期间， 建材行业绿色低碳关键技术产业化实现重大突破 ，原燃料替代水平大幅提高，基本建立绿色低碳循环发展的产业体系。确保2030年前建材行业实现碳达峰。
2023年7月	《关于促进家居消费的若干措施》	商务部等13部门	大力提升供给质量，完善绿色供应链，创新培育智能消费，提高家居适老化水平 ；积极创新消费场景，推动业态模式创新发展，支持旧房装修，开展促销活动；有效改善消费条件，发展社区便民服务，完善废旧物资回收网络，促进农村家居消费；着力优化消费环境，规范市场秩序，加强政策支持。
2023年12月	中央经济工作会议	-	会议强调要着力扩大国内需求，把恢复和扩大消费摆在优先位置，家居消费与汽车、家电、餐饮并列消费“四大金刚”，是政策推动恢复和扩大消费的重点领域。会议提出要 积极培育智能家居等新的消费增长点 ，通过增加居民收入扩大消费，通过终端需求带动有效供给，把实施扩大内需战略同深化供给侧结构性改革有机结合起来。同时，会议还提出要 提振包括家居在内的大宗消费 ，推动体育休闲、文化旅游等服务消费，以进一步激发消费市场的活力。
2024年3月	《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》	国务院	推动家装消费品换新：方案明确提出， 通过政府支持、企业让利等多种方式，支持居民开展旧房装修、厨卫等局部改造，持续推进居家适老化改造，并积极培育智能家居等新型消费。 完善回收网络： 方案强调要进一步完善再生资源回收网络 ，这有助于家居行业在推动以旧换新的过程中，更高效地处理废旧产品，促进资源的循环利用。

房地产仍面临调整压力，市场或有望逐渐筑底企稳

- ◆ 2023年，为稳定房地产市场，国家积极出台楼市支持政策，明确“房地产市场供求关系发生重大的变化”后，政策松绑加力提速。一方面，降首付降利率、“认房不认贷”等需求端利好举措落地，支持购房需求释放；另一方面，“三个不低于”等供给端政策出台，改善房企融资环境。2023年全国房地产市场全年表现为“前高中低后稳”，整体仍然处于调整之中。2024年9月，全国房地产市场迎来重磅政策组合拳，中央政治局会议首次提出要“促进房地产市场止跌回稳”，释放强力“稳地产”信号，各地也迅速落地新一轮楼市支持政策。
- ◆ 市场方面，新房市场成交持续走弱，同时二手住宅价格继续下行，销售同比仍保持增长。预计短期内，全国房地产市场仍然面临调整压力，若城中村改造等政策如期推进，经济持续修复、置业意愿改善，市场或有望逐渐筑底企稳。

亿欧智库：2019-2025E全国商品住宅销售套数及同比增速



亿欧智库：一线城市地产新政落地情况

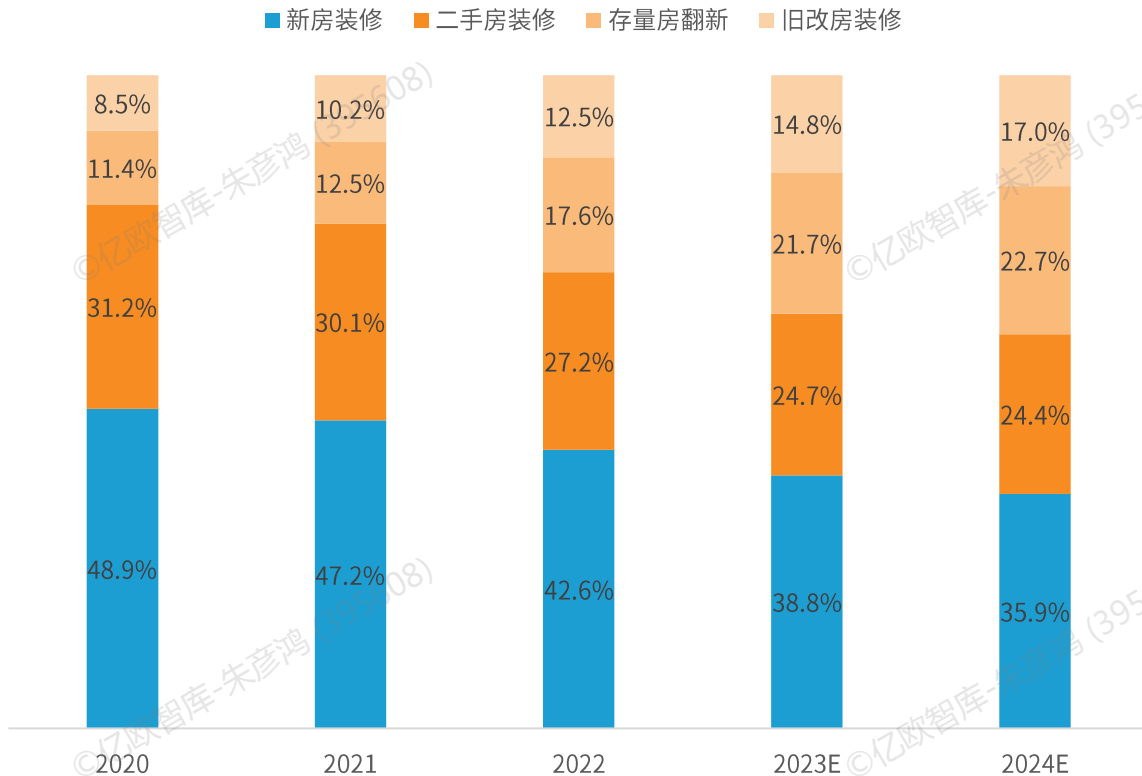
城市	政策类别	政策详情
上海	限购政策	<ul style="list-style-type: none"> ● 外地户籍及单身人士外环外购房:社保年限三年降至一年 ● 持上海市居住证且积分达标:三年社保可购二套
	首付比率	<ul style="list-style-type: none"> ● 首套房:20%降至15% ● 二套房:35%降至25% ● 临港、嘉定等地:30%降至20%
	增值税征免年限	<ul style="list-style-type: none"> ● 五年调整为两年
深圳	限购政策	<ul style="list-style-type: none"> ● 深圳户籍:家庭限购两套;单身限购一套 ● 非深圳户籍:限购一套;核心区社保年限三年降至一年
	首付比率	<ul style="list-style-type: none"> ● 首套房:20%降至15% ● 二套房:30%降至20%
	增值税征免年限	<ul style="list-style-type: none"> ● 五年调整为两年
北京	限购政策	<ul style="list-style-type: none"> ● 外地户籍购买五环内:社保年限降至三年 ● 外地户籍购买五环外:社保年限降至两年 ● 高层次急需人才购房:社保年限降至一年
	首付比率	<ul style="list-style-type: none"> ● 首套房:20%降至不低于15% ● 二套房:30%降至不低于20%
广州	全面取消限购	不限户籍和套数

数据来源：贝壳，choice，各地政府官网

存量需求逐步占据市场重要份额

- ◆ 随着房地产增量房进入缓速增长期，新增地产红利逐渐消退，目前我国存量房的储量在3.5亿套左右。这一庞大的存量房市场在未来数年将逐步释放其潜力，成为家居市场的重要增长点。随着房屋老化、居住者需求变化以及政策推动，存量房市场将迎来大规模的装修和翻新需求。
- ◆ 随着家居行业迈入存量时代，基于旧改、旧房翻新、二次装修以及旧家居换新升级为主的存量需求，逐步占据市场重要份额，为行业发展带来新的希望。在当前阶段，局部改造、回收换新和智能替换是家居行业存量市场中的三大机会点，企业应结合自身优势和市场需求，积极布局这些领域，以抓住市场机遇并实现可持续发展。

亿欧智库：2020-2024E新房装修及存量装修需求占比



数据来源：贝壳、奥维云

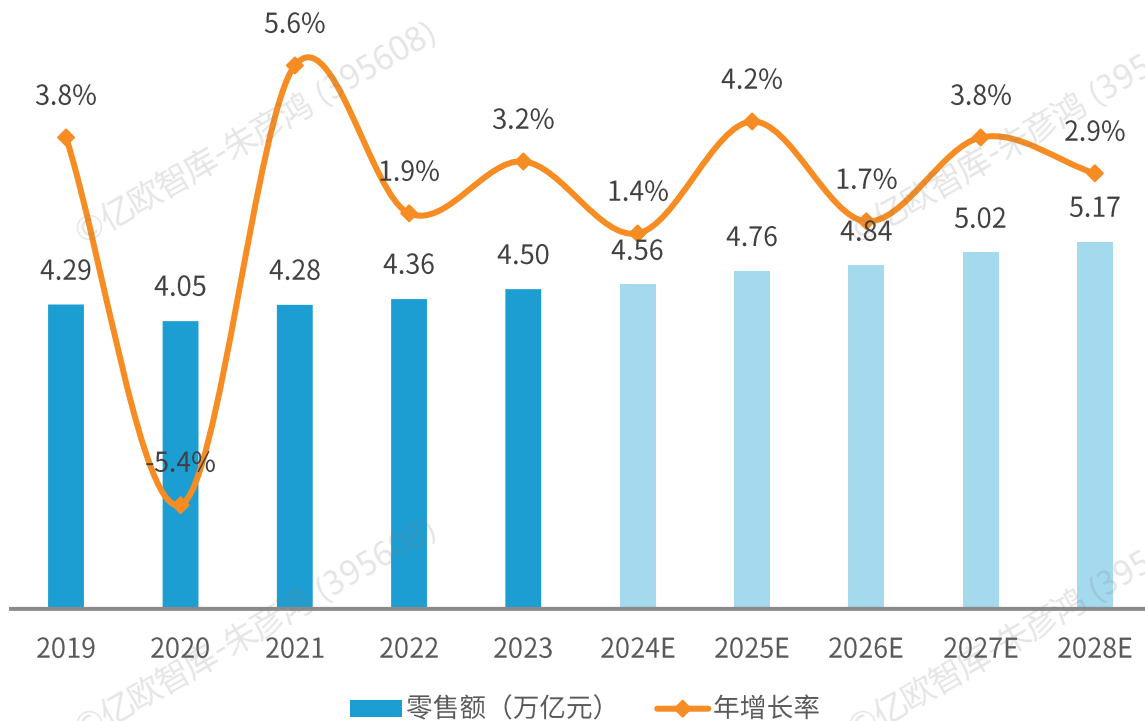
亿欧智库：2024中国家居行业存量市场的机会

局部改造	回收换新	智能替换
<p>随着居民生活水平的提高，消费者对居住环境的舒适度和美观度有了更高要求，厨卫旧改和装配式卫浴有望成为切入点。</p>	<p>“以旧换新”政策得到了广泛关注和积极响应。软体家居产品标准化程度高，随着大件回收问题解决，存量潜力有望激活。</p>	<p>消费者对家居产品的智能化需求日益增长。存量市场中，产品标准化程度和更换频率更高的智能家居有望受益。</p>
<p>欧派家居通过大家居战略与厨卫空间改造作切入旧房改造业务，推出两种旧厨焕新模式</p>	<p>顾家家居推出“无忧焕新”服务，实现了“送新拉旧”的无缝对接，积极通过抖音、小红书等新渠道建立存量市场的品牌认知</p>	<p>瑞尔特创新家电渠道，把握存量时代智能马桶与家电消费场景的协同性</p>

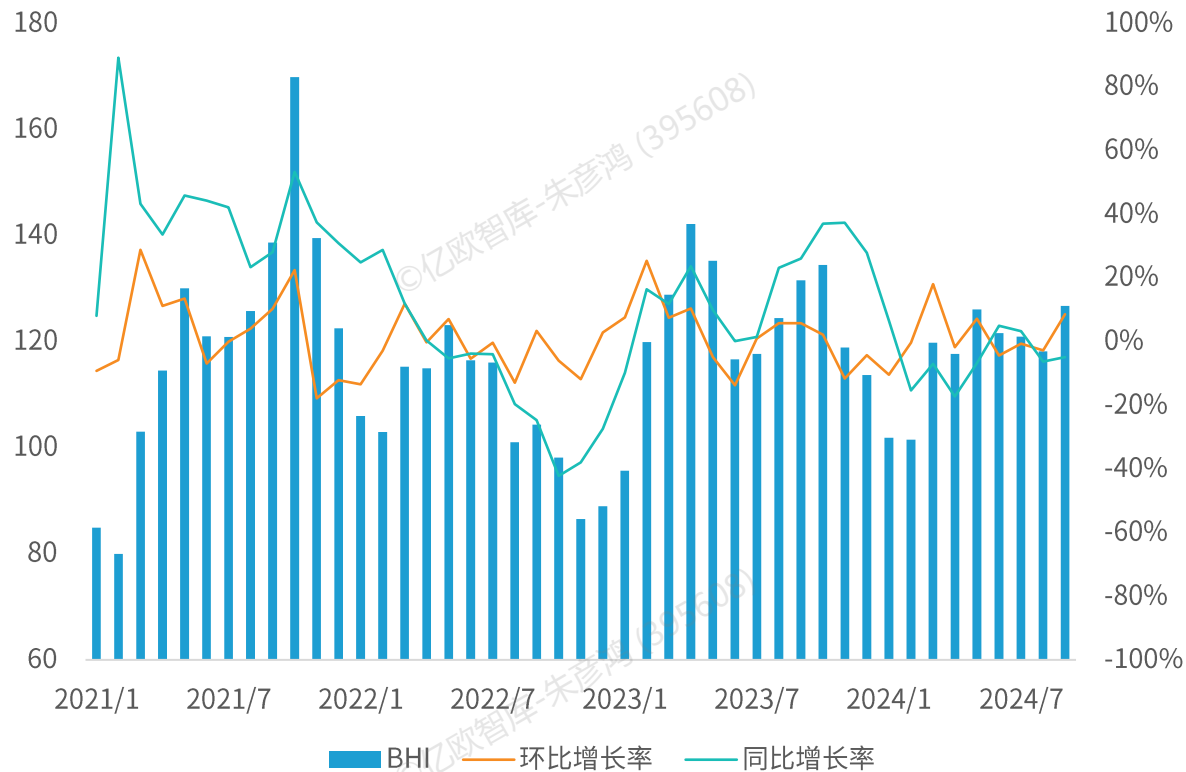
刚需行业韧性十足，增长将呈现周期性波动并趋于稳定

- ◆ 2023年至今，国际形势错综复杂，疫后经济复苏整体呈现“波浪式发展，曲折式前进”的态势，房地产市场仍然下行，全国建材家居行业同样变革与冲突不断，内卷加剧，市场整体表现为“数据不差，体感不好”。未来家居行业的增长率将呈现一定周期性波动，并逐渐趋于稳定。亿欧智库预测，家居行业未来五年的年复合增长率约2.8%，至2028年市场规模将达5.17万亿。
- ◆ 2024年家居行业景气度稍弱于2023年，BHI走势较为波动较为平稳。春节过后，传统家装旺季来临，各地“以旧换新”政策效应逐步落地，建材家居消费需求快速释放，与5月达到上半年高点；6月、7月高温多雨，BHI出现季节性回落；9月以来，一系列“以旧换新”政策加速落地，相较于过往政策，覆盖范围更广，补贴额度更高，对于相关企业和消费者都属于重大利好，起到了提振市场信心、稳定发展预期的作用。

亿欧智库：2019-2028E中国家居行业零售规模及年增长率



亿欧智库：2021-2024.09中国全国建材家居景气指数及月同比、环比增长率



目录

CONTENTS

01 宏观环境观察

- 1.1 供给侧分析
- 1.2 需求侧分析

02 中观行业观察

- 2.1 行业现状分析
- 2.2 行业竞争格局
- 2.3 行业跨界合作

03 微观企业观察

- 3.1 制造端
- 3.2 服务端
- 3.3 渠道端
- 3.4 品类端

04 产品趋势观察

- 4.1 智能家居
- 4.2 高端定制
- 4.3 整家整装

家居行业图谱：万亿家居群雄并起

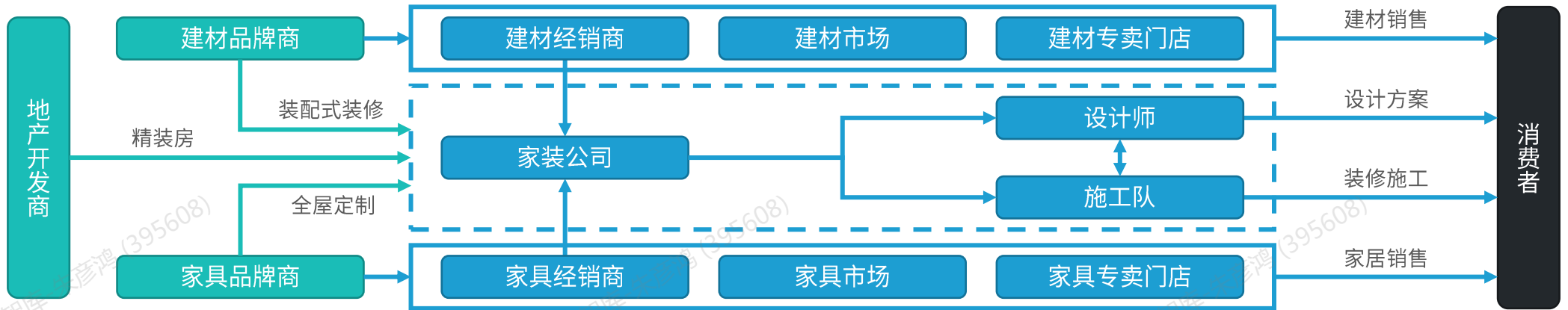
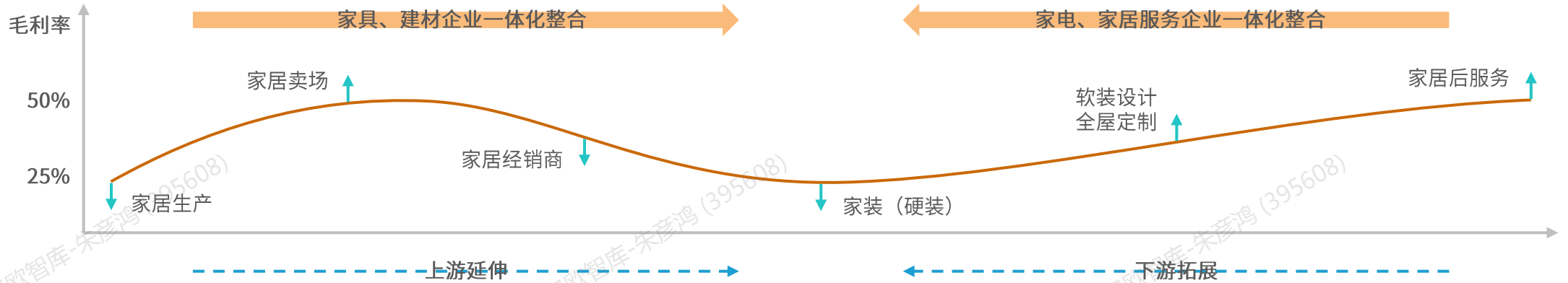


资料来源：企业官网

家居行业产业链中家装环节利润空间被挤压

- ◆ 家装作为大家居行业的重要流量入口，具备抢占大家居市场得天独厚的优势，但同时也受到产业链上下游企业的威胁，除了地产开发商的精装房业务不断成熟外，建材、家居品牌商纷纷通过全屋定制、整体家装等方式切入家装市场，进一步蚕食家装企业份额。
- ◆ 家装企业利润下滑，上游材料成本、人力成本、获客成本上升进一步压缩家装企业利润空间，传统家装企业将面临更加激烈的竞争环境。

亿欧智库：家装产业链利润分布



- ◆ 随着行业竞争愈演愈烈，家居行业当前全方位竞争态势已逐步显现。由于产品同质化严重，当前家居企业的价格战以呈白热化，导致行业利润水平下降。此外，为了扩大市场份额，部分企业甚至已经开始采取压缩经销商回款账期的策略以获得更多现金流，进一步加剧了价格战的激烈程度。
- ◆ 而各个业务环节上的竞争也在不断加强，渠道上，企业加强线上渠道的布局，实现线上线下融合，同时加大发力下沉市场，积极拓展多元化销售渠道以提升市场份额。产品层面，企业加大产品创新与研发的力度，提升产品品质，以满足消费者多样化的需求。服务方面，企业通过提供全流程一站式解决方案，拓展增值服务，提升消费者满意度。

亿欧智库：部分龙头企业促销套餐情况

时间	企业	产品	价格	具体方案
2024/6/14	欧派家居	799超ENF惠民系列	799元/m ²	原价1599元/m ² ，惠民价799元/m ² ，全民补贴直降800元，半价即可享受最高环保标准板材
		39800王牌臻选套餐	39800元	7米抗菌橱柜+厨电百货配件+20m ² 欧派ENF级全屋定制+芝华仕全屋家具
2024/7/31	索菲亚	中国定制节899高定工艺政策福利	899元/m ²	六面环保喷粉工艺的格林系列、PET工艺的柔净护婴板、肤感/高光UV工艺的幻影系列、风格覆盖 奶油风、法式风、中式风且拥有3D触感的3D纹理板活动专享价均为899/m ² ，橱柜尼兰PET系列， 活动期间地柜吊柜台面享899元/m ²
		38800元女王臻选焕新精装套餐	38800元	2m ² 定制柜+12件家具+6m ² 背景墙+20m全屋窗帘
2024/9/22	尚品宅配	38800元女王臻选焕新整装套餐	38800元	22m ² 定制柜+7m橱柜+6m ² 背景墙+20m全屋窗帘+4件九牧卫浴+2件方太烟灶
		10988元72小时焕新厨柜PET套餐	10988元	3m地柜+3m台面+1m吊柜，同时送方太烟灶+星盆+龙头
		24小时12件全屋家具套餐	15800元	沙发、茶几、餐桌椅、软床、床垫等高品质家具
2024/8/6	志邦家居	29700满配整家套餐	29700元	在原有套餐基础上升级高品质的欧松板门板、Ag+抗菌柜体、BARCAHOME高端沙发

数据来源：网络公开信息，华创证券

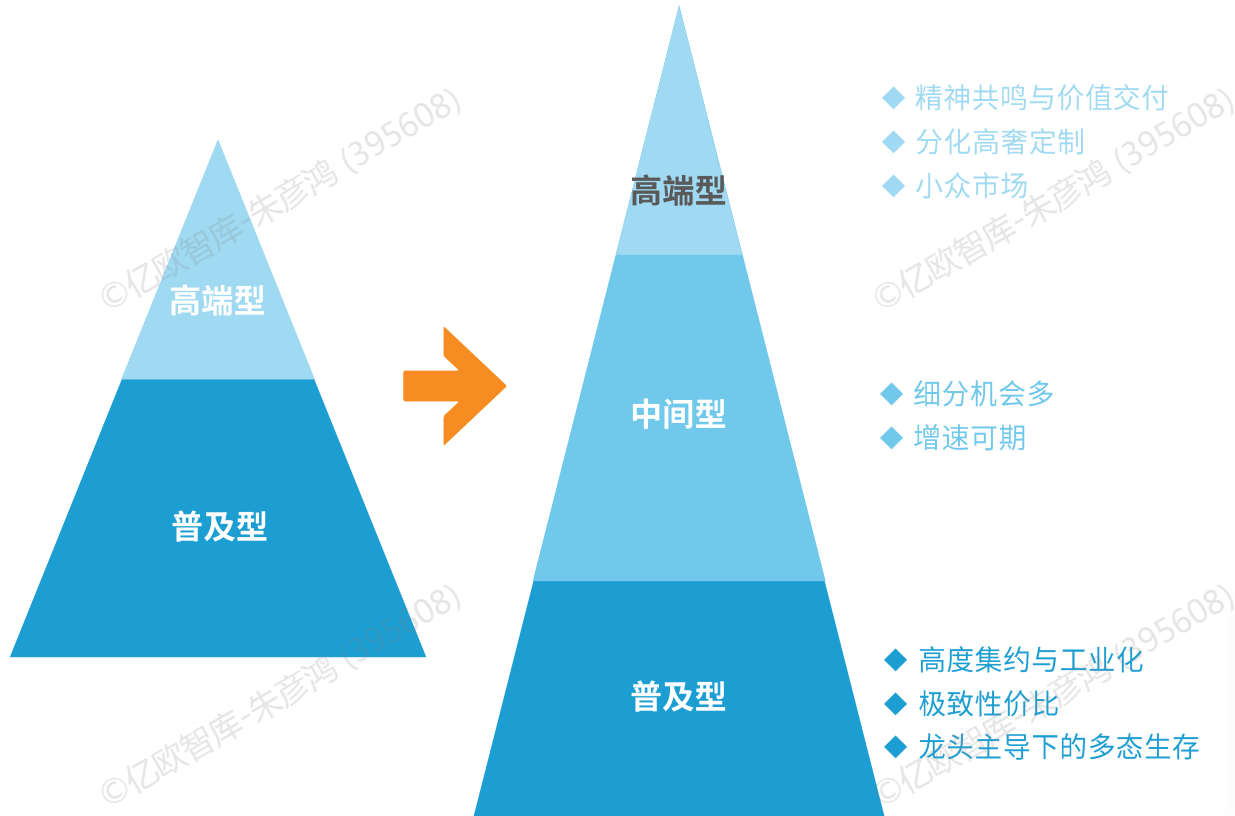
亿欧智库：家居行业开展全方位竞争

- 价格**
 - **促销活动与价格战**：定期开展促销活动，如打折、满减、赠品等，吸引消费者。部分企业在特定时期甚至采取价格战策略，通过低价策略快速抢占市场份额。
 - **差异化定价策略**：根据产品特性、目标消费群体和市场竞争情况，制定差异化的定价策略。
- 渠道**
 - **线上线下融合**：家居企业纷纷加强线上渠道的布局，通过电商平台、社交媒体等线上渠道拓展销售网络。同时，结合线下门店，实现线上线下融合，提供全渠道购物体验。
 - **下沉市场拓展**：多家定制家居企业加大发力下沉市场，通过降低加盟商投资经营门槛、推行轻资产轻运营模式，快速在下沉市场布局门店，提升市场份额。
- 产品**
 - **产品创新与研发**：加大产品研发力度，推出具有创新性、差异化的产品，满足消费者日益多样化的需求。
 - **品质提升**：注重产品品质的提升，通过严格的质量控制和检测手段，确保产品质量的稳定性和可靠性。
- 服务**
 - **一站式解决方案**：提供从设计、选材、施工到售后的一站式解决方案，减少消费者的决策成本和时间成本。通过整合上下游资源，实现家居装修全链条服务。
 - **增值服务拓展**：在基础服务之外，拓展增值服务，如智能家居安装与维护、家居清洁保养、家居改造升级等，增加客户粘性和满意度。
- 现金流**
 - **成本优化与效率提升**：家居企业通过优化生产流程、采用先进的制造技术和设备，降低生产成本。同时，提升供应链管理效率，减少库存积压和物流成本，实现价格优势。
 - **挤压现金流**：部分家居企业为了扩大市场份额，采取压缩回款账期的策略以获得更多现金流。

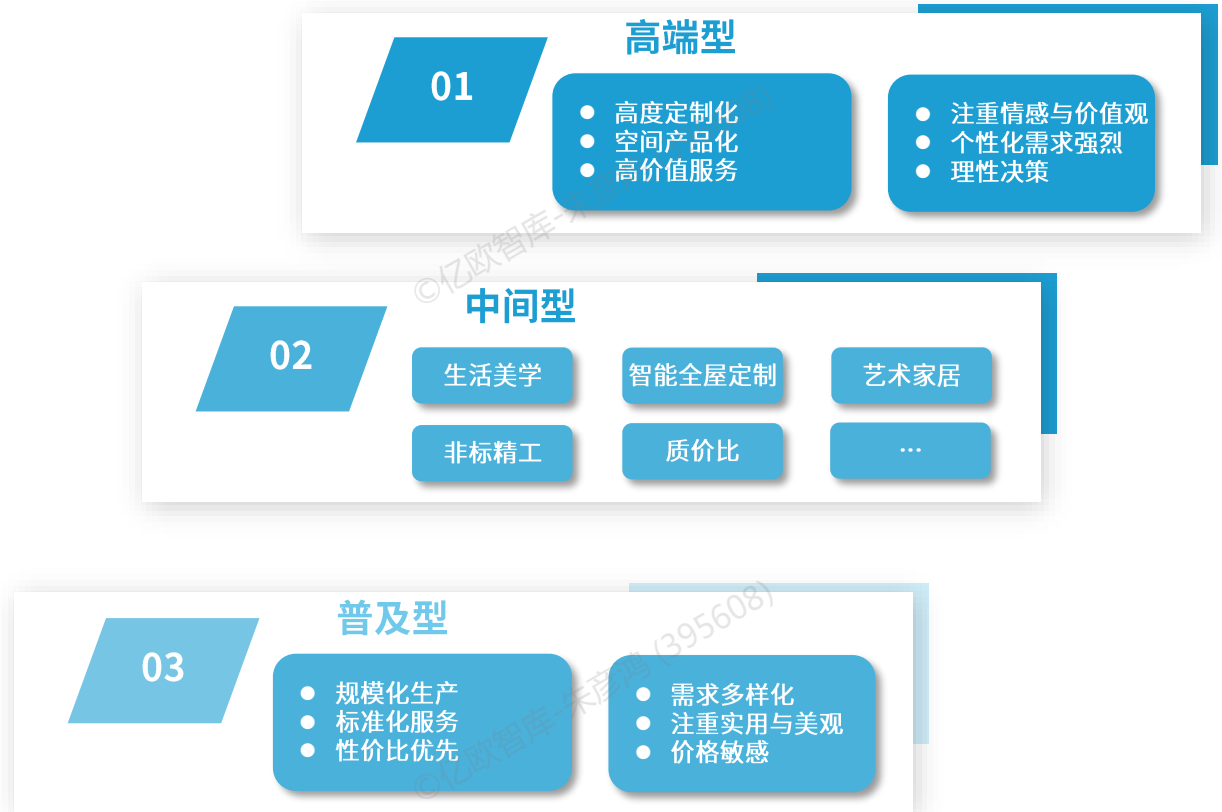
市场未来高端型和普及性路线确定性强，中间层级将出现更多生态层级

- ◆ 家居行业市场未来的发展方向明确指向高端型和普及性两大路线，其确定性显著增强。高端型路线以高奢定制为代表，这一市场细分将更加注重空间整体性的定制服务，融合高度个性化、智能融合度和艺术定制，满足顶尖菁英群体的家居期望。普及性路线则聚焦于普及型定制的下沉市场，通过系统化与智能制造的底层逻辑，将性价比推至极致，满足大众消费者的基本需求。
- ◆ 在高端型和普及性路线之间，中间层级将涌现出更多的生态层级。随着消费者需求的不断细化和升级，市场将呈现更细长的金字塔型结构，现有几个价位层级覆盖市场的局面将不复存在。诸多细分的价格与价值定位层级将逐渐明晰，形成极具市场价值的全新生态位。这些生态层级将基于特定用户群体的生活方式与审美品味，提供更具定制性和附加值的家居解决方案，满足消费者多元化的需求。

亿欧智库：需求挖掘是未来增长逻辑

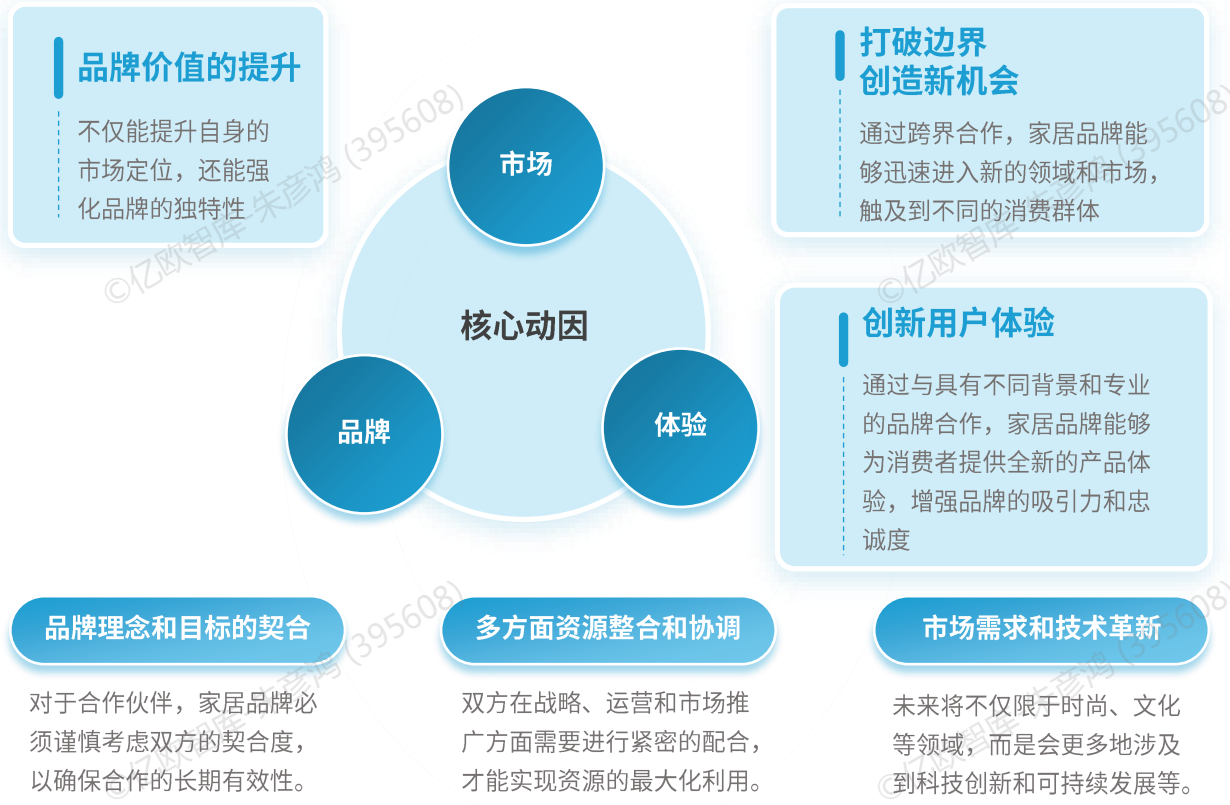


亿欧智库：家居行业未来市场生态层级



- ◆ 家居行业的跨界合作正步入一个全新的发展阶段，成为行业内不可忽视的热点趋势。近年来，众多家居品牌纷纷打破传统界限，与不同领域的合作伙伴携手，共同探索新的市场机遇。这种跨界合作不仅为家居品牌带来了创新和扩展的机会，也极大地丰富了消费者的选择和体验。通过引入其他行业的设计元素和技术，家居品牌能够迅速提升产品的差异化竞争力，锚定用户心智。
- ◆ 从现状来看，家居品牌的跨界合作形式多样，内容丰富。一方面，部分品牌通过与时尚、文化等领域的知名IP合作，成功地将家居产品与潮流元素相结合，提升了品牌的时尚感和文化内涵。另一方面，也有品牌选择与科技、环保等领域的合作伙伴联手，共同推出智能家居产品和绿色环保材料，满足消费者对高品质生活的追求。这些跨界合作不仅是行业趋势，也展现了家居品牌在创新方面的活力。

亿欧智库：家居行业跨界合作的核心动因和底层支撑



亿欧智库：家居品牌跨界合作模式

高端品牌联合	潮流文化联动	生活方式打造	家居家电整合
通过与高端品牌合作，引入其设计元素和工艺，提升家居产品的奢华感和市场竞争力。	与潮流文化IP合作，为消费者带来新颖的家居体验，提升品牌文化内涵和市场影响力。	多个领域品牌合作，深入消费者日常居家生活的方方面面，打造多元化的生活方式空间。	通过整合家居与家电的产品线，提供一站式的家装解决方案，满足消费者对家装的多元需求。
<ul style="list-style-type: none">● 金牌家居 X 保时捷：合作将豪车烤漆工艺应用于家居产品，提升了产品的奢华感和品牌在高端市场中的竞争力。● 顾家家居 X 保时捷设计工作室：联名产品将跑车设计元素融入家居产品，实现设计与功能的融合，提升了品牌的国际化形象。	<ul style="list-style-type: none">● 冠珠瓷砖 X 《我的阿勒泰》 X 时尚COSMO：合作将传统瓷砖产品与现代时尚潮流相结合，展示品牌对中国传统美学的尊重，并提升品牌的现代感和时尚气息。	<ul style="list-style-type: none">● V6家居 X 帆书 App、Keep、觅光：合作打造多元化的生活方式空间，如家庭阅读空间、居家健身空间、美容护肤空间等，满足消费者多样化的生活方式需求。	<ul style="list-style-type: none">● 喜临门 X TCL：通过整合家居与家电的产品线，提供一站式的家装解决方案，满足消费者对卧室家装的多元需求。

目录

CONTENTS

01 宏观环境观察

- 1.1 供给侧分析
- 1.2 需求侧分析

02 中观行业观察

- 2.1 行业现状分析
- 2.2 行业竞争格局
- 2.3 行业跨界合作

03 微观企业观察

- 3.1 制造端
- 3.2 服务端
- 3.3 渠道端
- 3.4 品类端

04 产品趋势观察

- 4.1 智能家居
- 4.2 高端定制
- 4.3 整家整装

制造端：数智化改造需求迫切

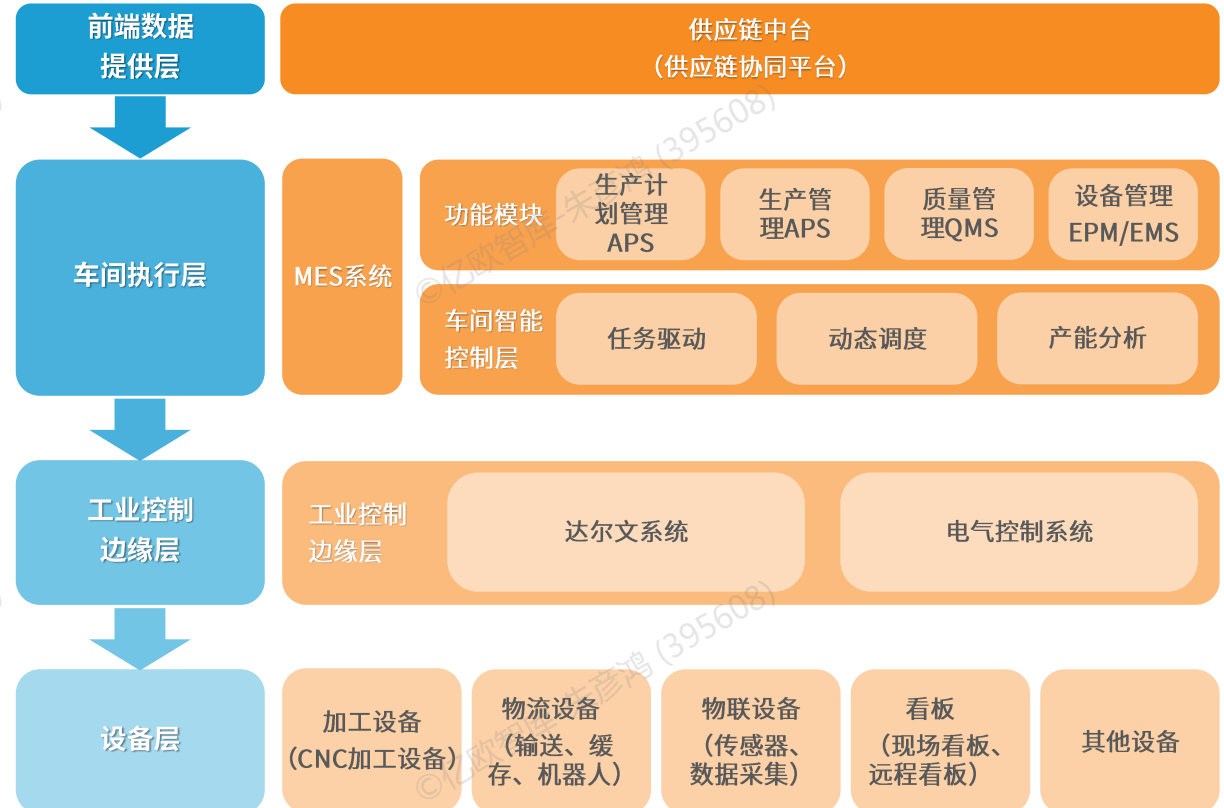
- ◆ 随着消费者对家居产品个性化、定制化需求的日益增长，以及市场竞争的加剧，家居企业面临前所未有的挑战，数字化管理能力、柔性生产能力、智能化生产响应等成为企业标配，这也是近年家居行业扩产潮的主要诉求。传统工厂产线存在生产效率低、响应速度慢、成本控制难等问题，难以满足市场快速变化的需求。
- ◆ 当前，大部分腰部以上的家居企业已开始探索数字化转型之路，通过引入智能设备、物联网、大数据等技术，对工厂产线的备料、物流、智能加工、质量检测等各个环节进行升级改造，以提升生产效率和灵活性，降低运营成本，实现柔性化生产，更好地满足消费者需求，提升市场竞争力，实现持续发展。

亿欧智库：家居行业数智化改造案例

企业	时间	案例
志邦家居	2024年9月	广东省清远市生产基地已逐步进行试产，在行业内率先引进全球领先的德国豪迈柔性生产线，整合优质供应链，并结合较为先进的家居生产软件信息技术，生产出最高经过80多道严苛工序的产品，超40多项标准服务体系，产品制造过程自动化、信息化、精益化三管齐下，保证高品质产品。
欧派	2024年4月	欧派华中智能制造基地正式投产运营，该基地将通过数字化打通销售、研发、生产制造、物流运输等产品全生命周期，打造欧派智能制造体系中最先进的现代化定制家居AI智能工厂集群。
索菲亚	2024年3月	“十四五”国家重点研发计划项目“基于数字化协同的林木产品智能制造关键技术”项目启动。项目由索菲亚牵头，中国林业科学研究院、南京林业大学等10家优势科研院所、高校和行业头部企业共同承担，将实现木质家居产品大规模个性化定制及人造板全自动、连续化、数字化、网络化制造，预计建成示范生产线22-23条。
尚品宅配	2024年1月	尚品宅配正深入布局AIGC技术，基于技术研发实力和20年来积累的海量数据库，打造出行业首个“Ai设计工厂”。尚品宅配Ai设计工厂已在今年1月开始对加盟商全面开放，全力支持全国门店的设计订单，并在提升客单和成交率上收获明显成效。

资料来源：企业新闻

亿欧智库：家居企业智能制造系统框架体系结构图



- ◆ 索菲亚家居是一家主要从事定制柜、橱柜、木门、墙地一体、配套五金、家具家品、定制大宗业务的研发、生产和销售的公司，于2011年在深交所成功上市，是行业内首家A股上市公司。公司建立起覆盖全市场的完善品牌矩阵，四大品牌互相呼应，形成集团内部相互呼应的产品研发和供应体系，覆盖衣柜门全品类，实现纵深渠道全面发展
- ◆ 索菲亚率先布局工业4.0 智能生产线，用科技重新定义生产，引领行业潮流。湖北黄冈4.0车间拥有自主知识产权，占地面积33.3万平方米，集制造、展示、培训为一体，是索菲亚旗下最大的制造中心。索菲亚华南4.0数智工厂投资3.7亿、面积达7.6万m²，于去年9月份正式投产。利用5G网络、云计算、大数据、物联网等信息化手段，确保从拆单、生产到交付的全流程信息化，实现工业化与信息化的深度融合，为企业降本增效赋能。

亿欧智库：索菲亚智能工厂



资料来源：企业官网

亿欧智库：索菲亚工业4.0 智能化生产流程

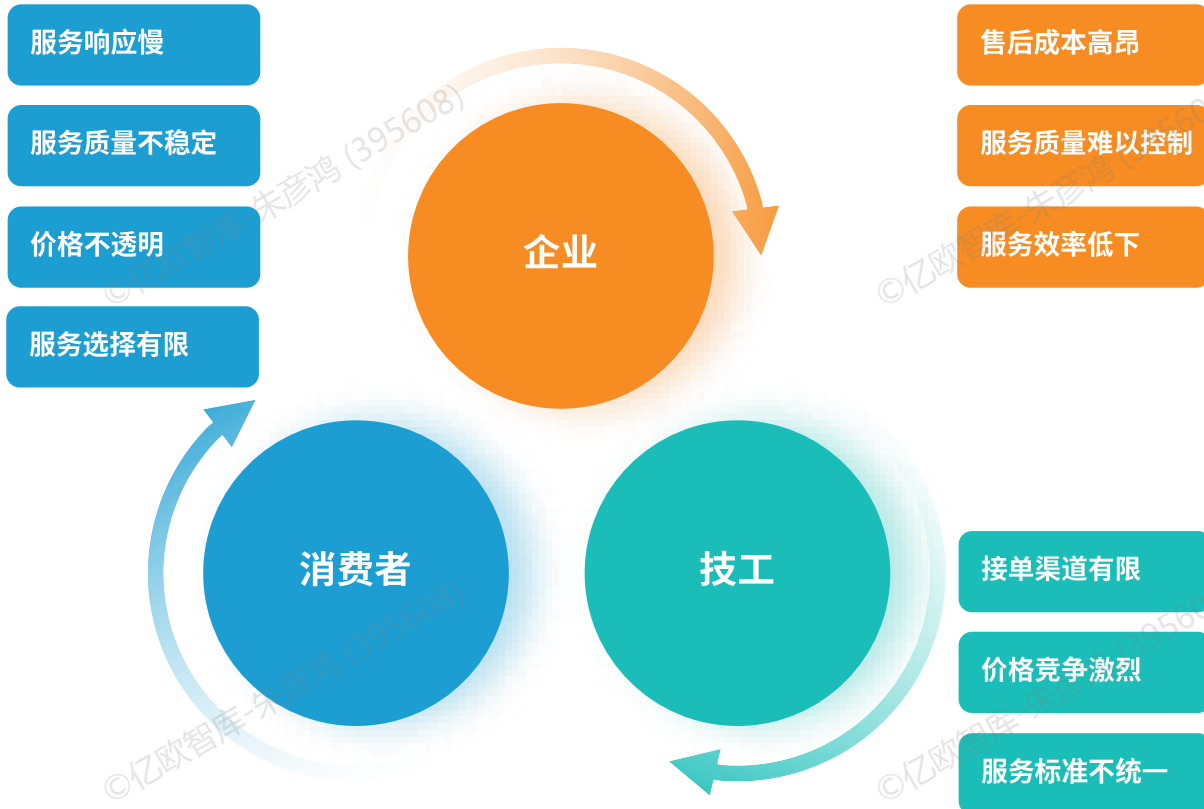


- 智能立体仓库** 自动存取原材料，整个智能化生产流程的起点，减少人工干预，有效提高生产效率。
- 开料** 机器人作业自动上下料，自动抓板，自动切割，自动检查板件表面质量，并为每一块板材分配一个身份识别二维码，给后面生产环节提供相关规格等参数细节。
- 封边** 由自动封边机完成，既快又准，每台封边机都有一个质检设备，检验合格的板材进入下一道工序。
- 排钻** 机器读取板件二维码获取加工孔位信息，合理调试加工设备，确保精准加工。
- 分拣** 板件快速分类归置，把属于同一订单的板件分拣出来，全部由智能机械臂完成，相比传统人工分拣效率高，错误率低。
- 包装成品** 机器人根据订单信息，把同一订单板件码好，进行尺寸测量自动识别板材大小，裁切纸皮生产出相应规格纸箱完成打包，自动完成封箱贴标，真正实现量体裁衣。

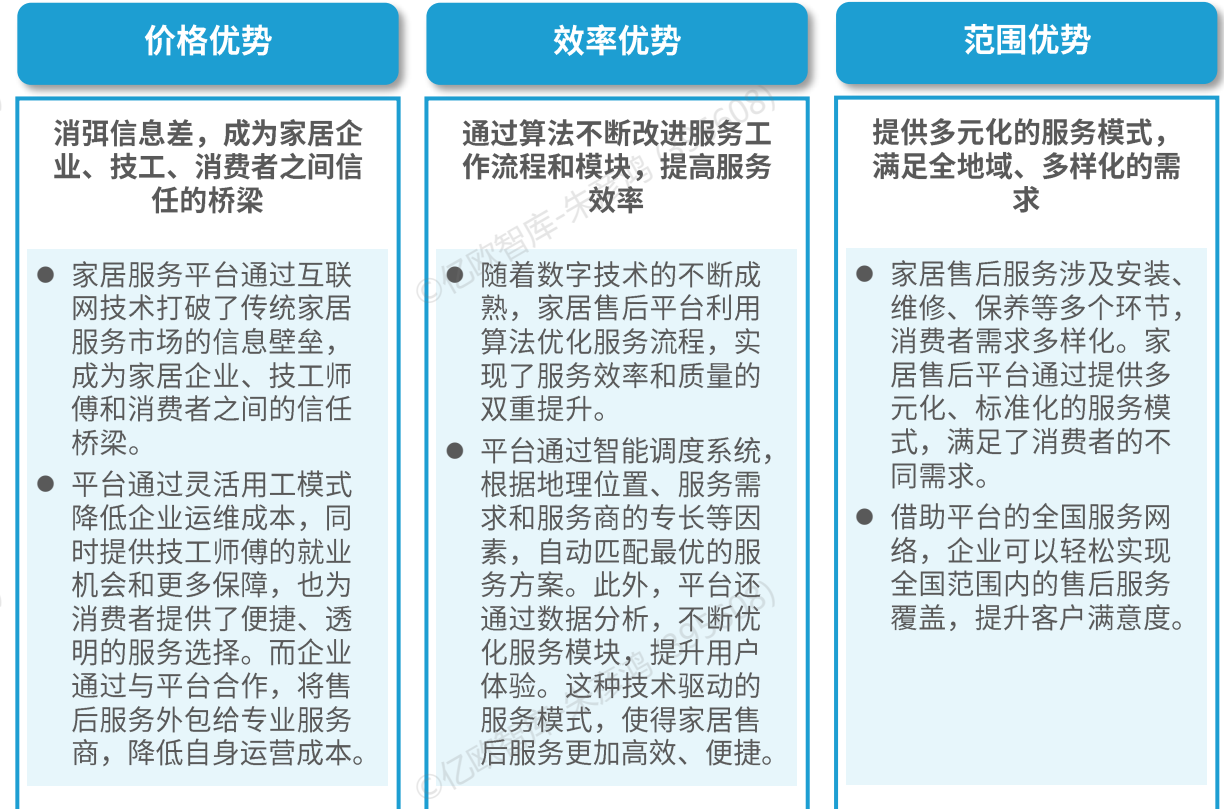
服务端：家居售后服务平台成为行业升级转型的重要力量

- ◆ 随着家居行业的线上渗透率不断提升，线上线下融合趋势加快，面向全国的大市场，对家居企业在安装、维护、供应链、营销等各业务环节的运营效率提出了新要求。家居售后服务平台作为连接家居企业、消费者和技工三端的桥梁，成为了行业的升级转型中不可或缺的一股新兴力量。
- ◆ 平台依赖互联网技术的信息分发和流程组织，打破了行业信息壁垒，通过整合资源和优化配置，实现了服务需求的快速响应和高效匹配，成为用工的主要载体，推动了家居行业从传统的制造和销售模式向服务化、数字化、智能化方向转型。

亿欧智库：传统家居售后服务存在的痛点



亿欧智库：家具售后服务平台的三大优势



- ◆ 万师傅创立于2013年，是一个互联网家居服务平台，通过大数据、智能算法与AI技术，提供全国范围内的配送、安装、维修、清洗、疏通等家居服务。企业致力于为商家、师傅及消费者搭建一个“品质、高效、有温度”的平台，推动家居服务业数智化升级。
- ◆ 对于家居电商、实体门店、物流等企业用户，万师傅提供覆盖全国的配送、安装、维修等一站式售后服务解决方案，帮助企业建立或健全其售后服务体系、扩大服务范围、提高服务效率、提升服务质量、降低服务成本、完善数字基建；对于家庭及个人用户，平台提供就近到家的安装、维修、清洗、保洁、疏通等便民服务，解决居家生活场景中的各种难题，让用户享受高品质、有温度的服务；对于具备专业技能的师傅群体，万师傅提供就业机会和更多保障，帮助师傅提升服务技能、建立个人品牌、提高劳动收入、实现自我价值、获得社会认同。

亿欧智库：万师傅服务数据图及智能推单机制

万师傅服务数据图



万师傅智能推单机制



亿欧智库：万师傅核心竞争力

覆盖范围广
师傅数量多
服务品类全

- 截至2024年7月，平台注册师傅已超330万，服务范围覆盖全国297个市及2844个县级行政区，服务超过150万企业用户及4000万个人家庭用户，累计服务超1.5亿次。
- 服务类目覆盖全家居品类：家具、卫浴、家电、智能家居……可提供安装、维修、测量、配送、清洁、疏通、拆旧、定制等服务。

服务品质高

- 所有师傅入驻平台需要经过实名认证和严格的技能考核、人工审核，平台还有相应的师傅标准培训机制及监督考评机制，以保障服务品质，万师傅宜家顾客NPS（净推荐值）达92.35%。
- 万师傅积极推动家居售后服务各项标准的落地，推动行业标准化、规范化。

智能推单
实时监测

- 基于大数据+云计算+人工智能技术，万师傅平台研发智能推单系统，通过智能推单机制减少师傅时间和距离成本，提升工作效率，带给用户高效且极具性价比的履约体验，24小时完工率达75.18%。
- 平台特有的专业订单跟踪系统，服务节点实时回传，服务流程可视化，用户可以实时查询，轻松跟踪服务进程。

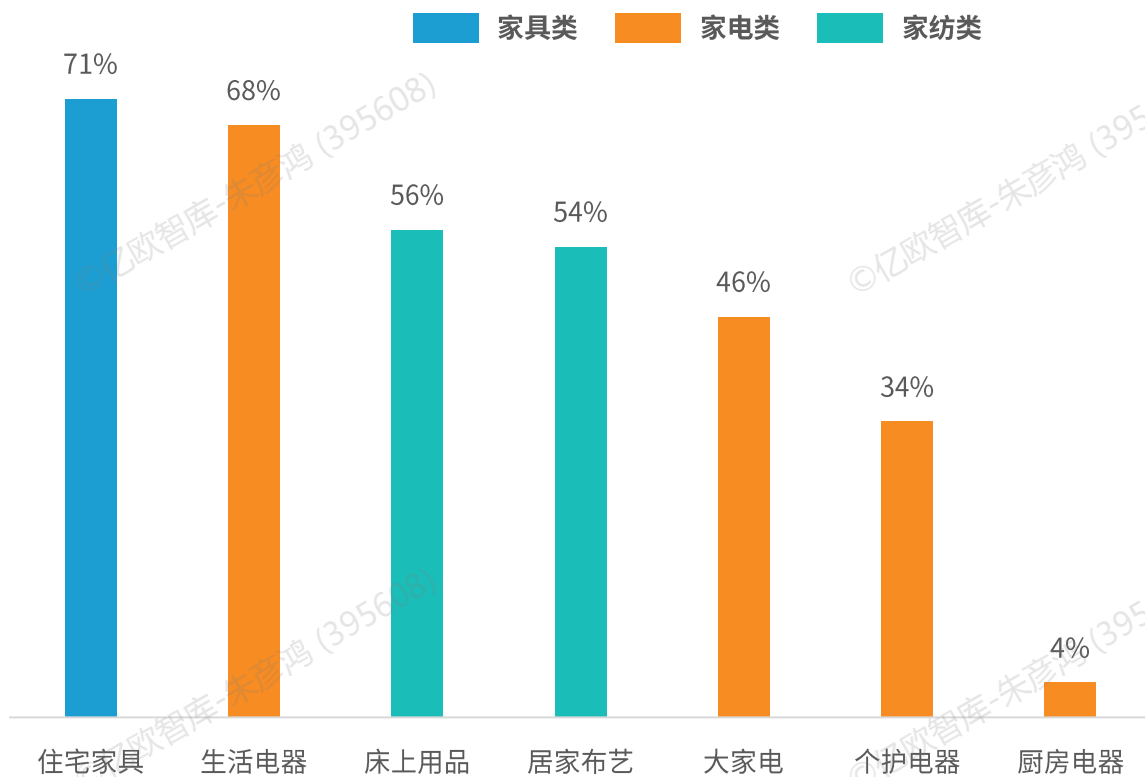
服务保障

- 平台通过担保交易、先行赔付、商业保险、专业客服等服务确保平台的家居服务订单安全、高效、高质完成。

渠道端：线上直播为沟通交互和内容呈现带来新的延展空间

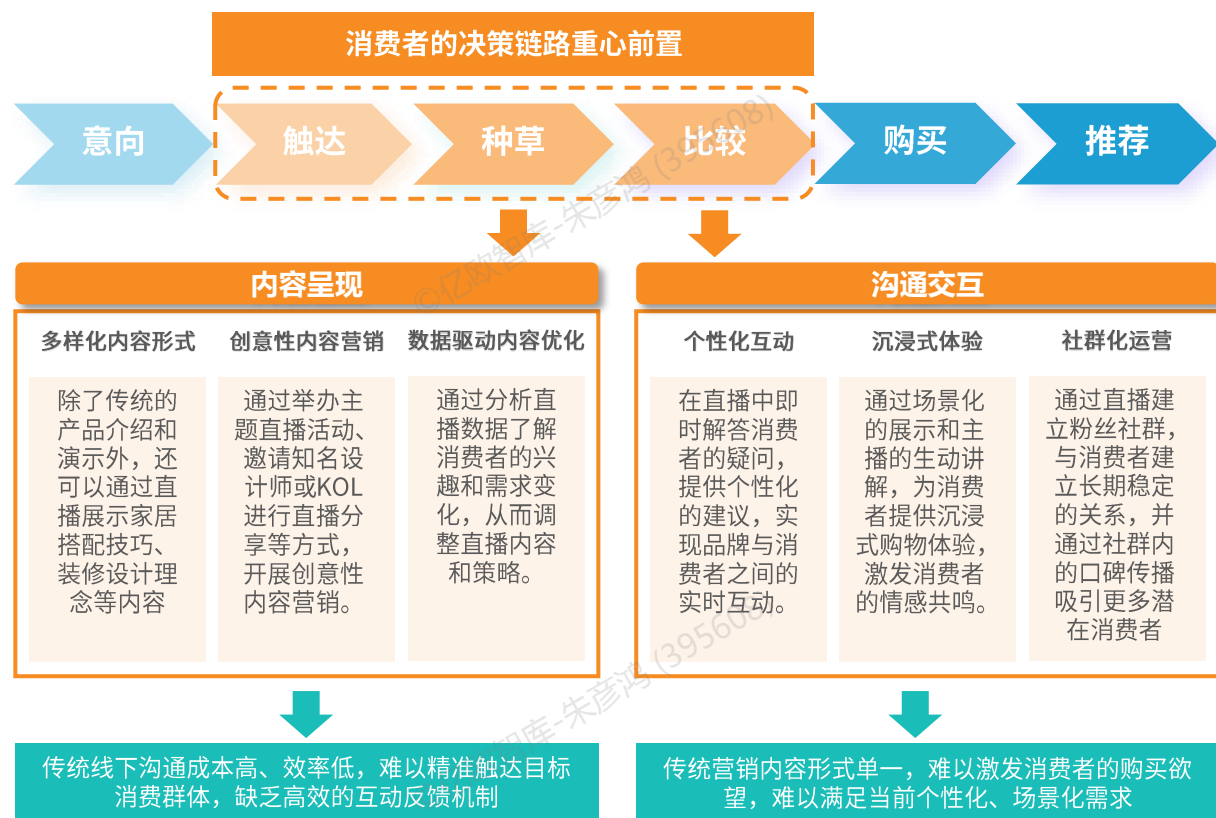
- ◆ 数字化时代消费者接触到的内容形式日趋多元，消费者决策链路中心逐渐前置，家居品牌在消费决策链路前端环节把握消费者心智变得至关重要，线上直播为沟通交互和内容呈现带来新的延展空间。众多家居企业纷纷踏入电商直播领域，迅速建立起直播生态高地，抢占直播风口，实现线上线下的转型突破，以应对家居行业消费人群的变化。
- ◆ 直播电商从沟通交互和内容呈现两方面深刻改变了家居行业。在沟通交互上，直播电商提供了实时、双向的互动平台，使品牌与消费者能即时交流，精准把握消费者需求，增强用户粘性。在内容呈现上，直播电商通过场景化展示、KOL推荐等方式，生动展现产品特点和使用场景，提升消费者购物体验，促进购买决策。直播电商的兴起，不仅拓宽了家居行业的营销渠道，也加速了行业数字化转型的步伐。

亿欧智库：2024抖音电商直播家居品类增速



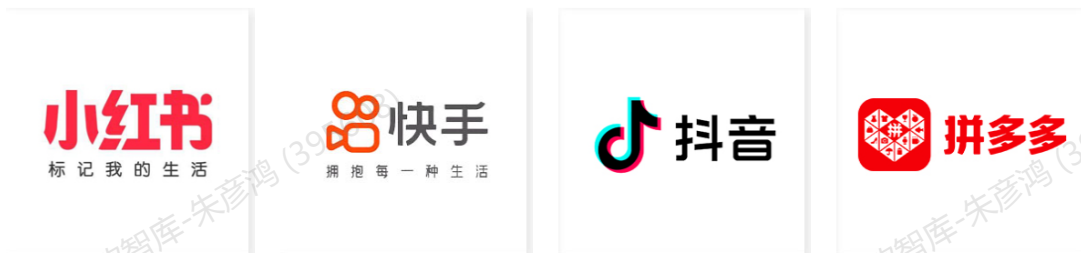
数据来源：巨量算数

亿欧智库：线上直播为沟通交互和内容呈现带来新的延展空间



- ◆ 广东林氏家居股份有限公司，创立于2007年，是集专业研发、制造、销售、售后于一体的全国知名家具零售企业。秉持着“让生活过得更好”的企业愿景和使命，以及“坚持永远比别人先走一步”的发展观引导下，创新新零售商业模式，成为家居行业发展的风向标。旗下拥有丰富的品牌矩阵，通过全风格、全品类、全场景的产品布局、专业贴心的家居服务、轻松便捷的购物体验，为全球消费者提供多元生活的时尚解决方案。
- ◆ 林氏家居从2020年12月开始布局抖音电商直播，通过账号矩阵实现了“日不落直播”，每天直播时间在十几个小时以上。发展到目前，新媒体事业部八到九成的收入来源都来自抖音电商。自2022年，林氏家居高成本打造兴趣直播电商内容，初尝“元宇宙”构建的全新体验。硬核场景装置、影视剧级别的妆发与VR虚拟主播等，围绕“人-货-场”刷新了沉浸式直播购物的打法，引发全网关注与行业热议。

亿欧智库：林氏家居线上多品牌、多平台、多店铺布局



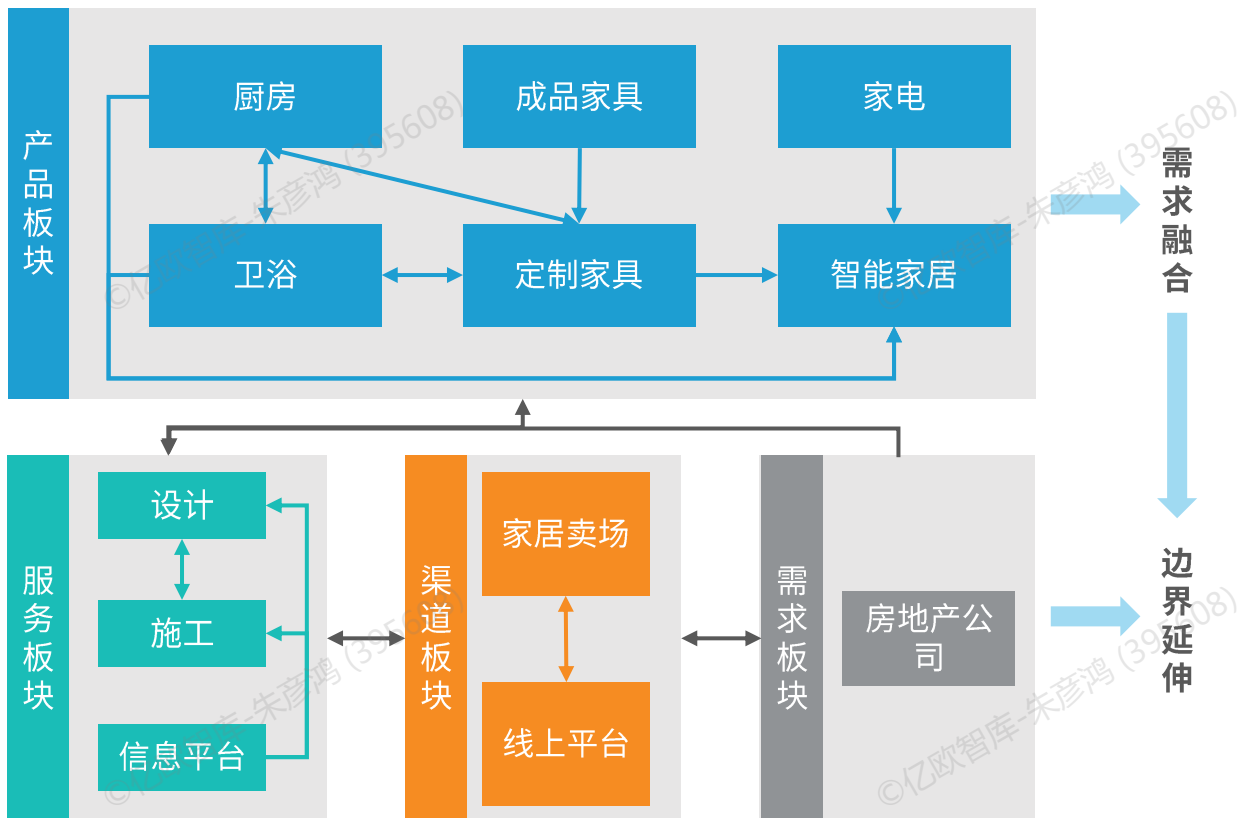
亿欧智库：2024林氏家居创意营销，化被动传播形成用户主动传播

3月15日	林氏家居联名中国邮政旗下的沙漠邮局【品质调整】 <ul style="list-style-type: none">在郑州地区，林氏家居制造了一场百万级客流的落地事件，携手沙漠邮局在郑州地铁中打造一辆品牌列车：车厢内饰融入沙漠场景，同时用真皮大黑牛沙发PS505的真皮材质包裹车厢内的栏杆、扶手杆、座椅靠包等，接受超100万+客流量的耐磨损挑战。
4月	深度联合天猫聚划算欢聚日举办【怎么遛都可椅】 <ul style="list-style-type: none">以巨型包包椅为中心，在重庆龙湖时代天街十字路口构建出“微缩版的重庆地图”，通过四个不同的打卡区域，让消费者真切地体验遛起来的乐趣。
7月	【超级店庆日】 <ul style="list-style-type: none">林氏家居“超级店庆日”巨型飞艇在长沙市区100米高空起飞，途径橘子洲头等多个知名地标；在长沙商业旺地黄兴街广场落地快闪打卡点-快闪飞行商店；线下门店直播间首次走到户外，在长沙快闪店进行全国超级快闪直播，助力消费者深切感知活动价值，自愿自发为价值买单。

品类端：品类融合大势所趋

◆ 随着市场和消费趋势的不断变化，消费者偏好一站式解决方案的趋势盛行，对于家居产品的需求不再局限于单一品类，而是追求整体家居风格的统一与个性化定制。为了适应这一变化，家居企业通过整合资源、创新设计、优化服务，不断拓宽产品线，多品类、多渠道发展，品类边界逐渐弱化，欧派家居、顾家家居、索菲亚等家居企业逐渐向全品类大家居方向转型。

亿欧智库：家居行业细分赛道相互渗透融合



亿欧智库：家居企业不断扩宽产品线

	初始品类	第二次扩品	第三次扩品	第四次扩品	第五次扩品
欧派家居	橱柜	卫浴	衣柜	木门	家配
索菲亚	衣柜	橱柜	家配	木门	
顾家家居	皮沙发	床	布艺沙发 功能沙发	床垫	定制
志邦家居	橱柜	衣柜	木门 家配		
敏华控股	功能沙发	床 床垫	皮沙发	布艺沙发	定制

目录

CONTENTS

01 宏观环境观察

- 1.1 供给侧分析
- 1.2 需求侧分析

02 中观行业观察

- 2.1 行业现状分析
- 2.2 行业竞争格局
- 2.3 行业跨界合作

03 微观企业观察

- 3.1 制造端
- 3.2 服务端
- 3.3 渠道端
- 3.4 品类端

04 产品趋势观察

- 4.1 智能家居
- 4.2 高端定制
- 4.3 整家整装

- ◆ 智能家居：这一趋势代表了科技与家居生活的深度融合，不仅提高了生活便利性，满足了消费者对高效、安全、舒适生活的追求。
- ◆ 高端定制：个性化与定制化服务的兴起，反映出消费者对家居空间独特性和品质的高度重视。
- ◆ 整家整装：整家整装模式是家居行业应对消费者对一站式解决方案需求的回应。这种服务模式简化了装修流程，减少了消费者在装修过程中的协调工作，同时确保了家居风格的统一性和空间使用的最优化。

亿欧智库：家居行业三大产品趋势

智能家居

具身智能带来发展新动力



高端定制

生活品味追求与情感价值共鸣



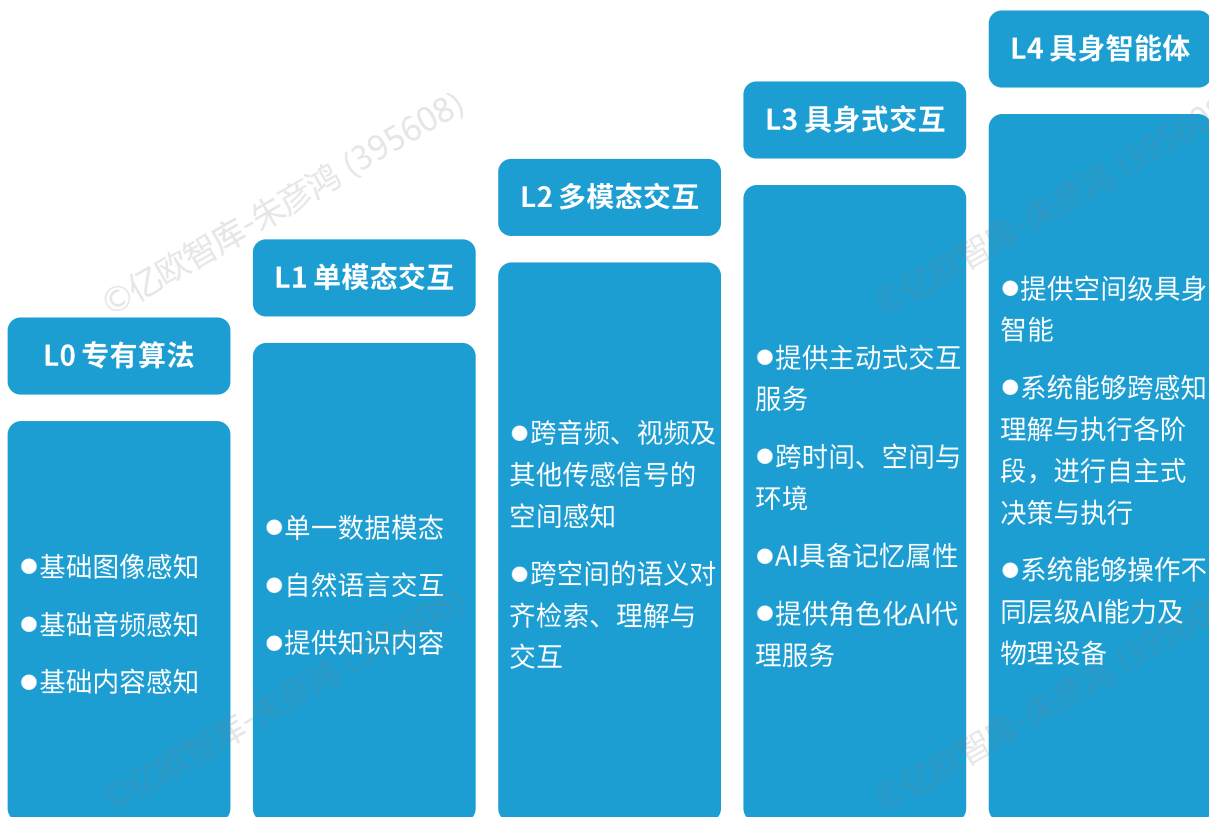
整家整装

产品一体化与一站式服务



- ◆ 随着具身智能技术的高速发展，其在智能家居的应用落地，为行业未来的发展带来新的动力。具身智能技术中的大模型与多模态感知技术能够显著提升智能家居系统的智能水平和决策能力。通过处理多种传感数据输入，大模型可以生成更精准的运动指令，优化智能家居设备的行为。同时，具身智能强调智能体与环境的紧密互动，这种端云协同能力使得智能家居系统能够更好地适应环境变化，提供更加个性化和智能化的服务。
- ◆ 自2020年起，中国智能家居市场从以产品为中心的智能单品阶段，逐步开始转向以场景为核心的智能互联阶段，单品智能化程度提升为各单品间的协调合作创造了条件，物联网技术加持下家居设备与住宅环境得以形成一个整体。尽管具身智能在智能家居领域具有巨大的潜力，但仍面临技术成熟度、数据获取与处理等方面的挑战。随着技术的发展和应用的落地，具身智能有望推动智能家居快速实现智能互联阶段乃至全屋智能阶段。

亿欧智库：具身智能技术层级



亿欧智库：智能家居发展阶段



- ◆ 消费者对于家居空间的舒适感和庇护感需求日益增强。这种需求源于现代社会的高压力和快节奏生活，促使消费者更加向往能够带来心理安慰和放松的家居环境。品牌不仅提供产品，更提供一种生活方式的选择和价值的认同。消费者在选择高端定制家居时，实际上是在选择一种与自己内心追求相契合的生活态度。
- ◆ 高端定制家居正朝着人性化、整装化和智能化的方向发展。消费者对于家居家电家装的融合设计需求愈发明显，期望实现风格上的高度统一和便捷性的提升。同时，随着科技的进步，物联网和人工智能技术在家居领域的应用日益广泛，消费者对智能家居的接受度和期待值也在不断提高。他们希望家居产品能够具备更高的智能化水平，以提供更加便捷、高效和个性化的服务。

亿欧智库：高端定制家居消费者情绪和趋势关键方向



◆ 寻觅安适

人们更加向往舒适、安逸的生活方式和时光。



◆ 文化归属

中国风愈演愈烈，国人的民族自豪感愈加增强。



◆ 诗和远方

对于自我精神及健康状态的更加关注。



◆ 舒心智能

减少科技产品的外在干扰，打造舒心、平静的智能生活。

和谐统一

01 完美融合

综合家居、家电、家装在设计美学上的风格一致性、协调性，为消费者带来可用、可看、可鉴赏的具有仪式感的高级生活空间。

02 全套矩阵

呈现统一、美观、和谐的全套系产品设计。成套系的家居饰品、家具组合已经非常常见。随着全套矩阵的进一步延伸，具有强大体系的家电品牌，也在实施整体统一路线。

文化力量

01 高奢品味

高级极简主义的兴起源于少而精的消费理念，以及拥抱慢节奏的生活方式，它融入了以往所缺失的视觉暖意和内在感受。

02 东方禅意

当下，新中式以简约形式表现东方禅意，击中了新一代知识分子的审美点。设计主题以静、雅、敛为理念，增添文化元素表达了自身的审美品位和文化底蕴。

精神舒适

01 自然疗愈

人们渴望更加深入地融入自然，亲生物和仿生设计正以全新的形式将大自然的元素引入室内。

02 开放场景

开放式空间格局设计会让整体家居空间更加开阔通透，有效的增加家人之间的趣味互动。

03 多元舒享

未来想要打造能够打动消费者的产品设计，必须秉持以人本身出发的纯粹本真理念，将产品使用和体验的场景多元化。

智慧生活

01 前沿技术

随着消费者变得更加见多识广、眼光独到，前沿科技的关键设计信息为品牌提供了一种方式，能够传递自己产品的价值并在激烈的市场竞争中脱颖而出。

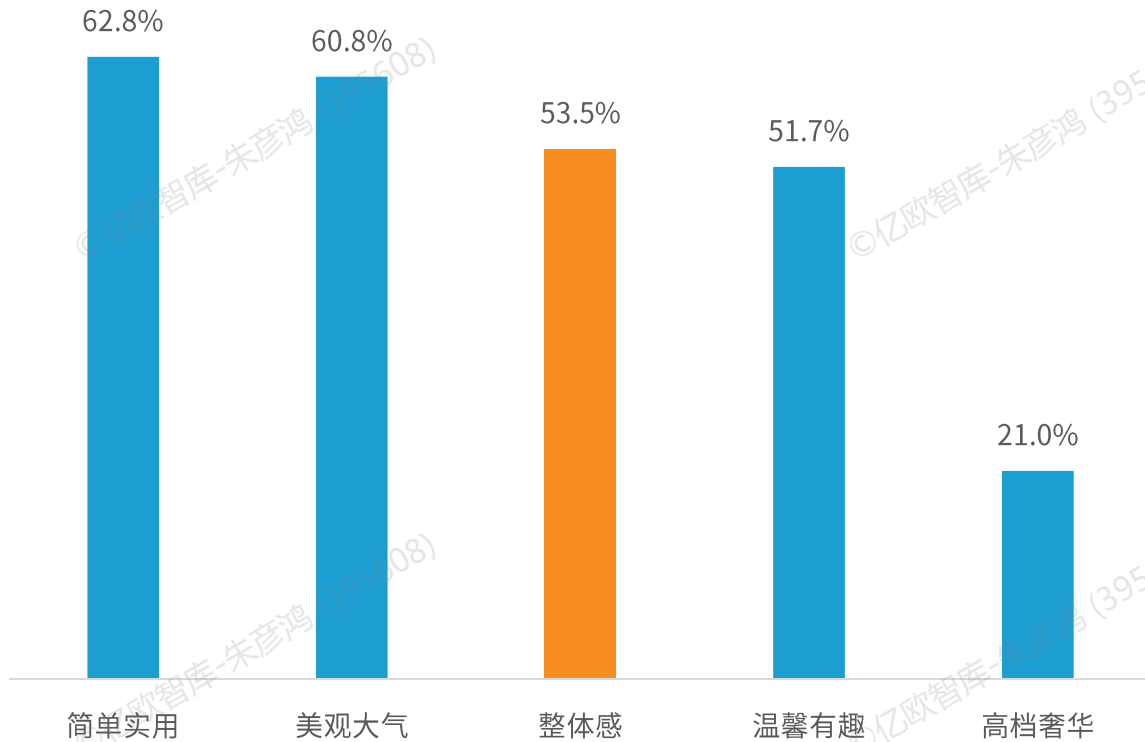
02 智慧体验

随着体验性需求不断升级，多样化的感官设计赋予生活空间全新的想象，让生活空间也可以成为电影院、练歌房、健身馆等私人定制场景。

整家整装：产品一体化与一站式服务

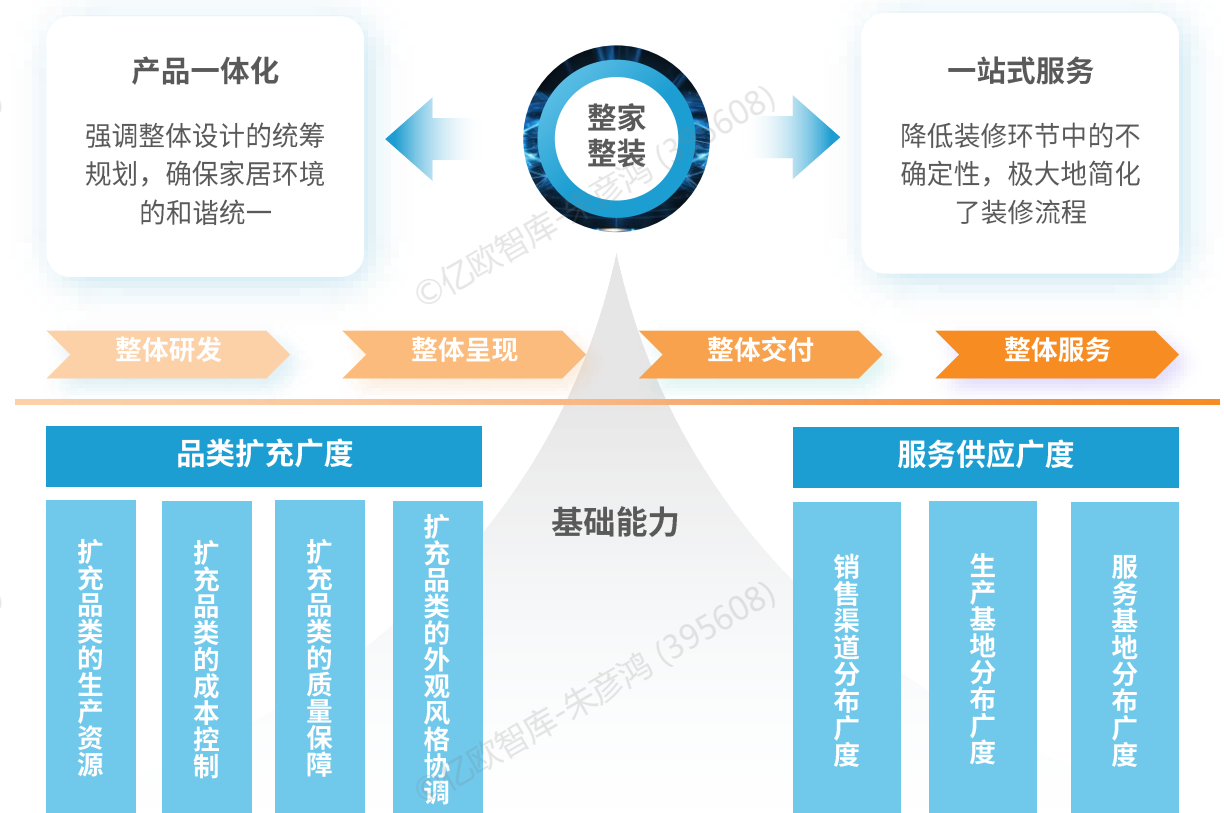
- ◆ 随着消费者对家居品质要求的提升，单一产品的购买已难以满足其对于家居空间整体性和风格统一性的追求。整家整装通过从设计到施工的全方位服务，确保家居风格的一体化，不仅提升了居住体验，也简化了消费者的决策流程。
- ◆ 此外，一站式服务将设计、选材、施工、售后等环节整合，为消费者提供便捷高效的家居解决方案，符合现代快节奏生活的需求。这种趋势将促使家居企业加强资源整合与供应链管理，提升综合服务能力，以在竞争激烈的市场中脱颖而出。

亿欧智库：整家整装消费者关注点



数据来源：巨量算数

亿欧智库：整家整装的基础能力构成及核心要点



◆ 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:



孙毅颂

亿欧智库 研究总监

Email: liqingshan@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 010-57293241，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



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