



2024 家居服务行业 洞察报告

+ REPORT ON CHINESE HOUSEHOLD
SERVICE INDUSTRY

© ALL RIGHTS RESERVED BY WANSHIFU

前言

- 2024 年，国际形势激荡，全球经济增长放缓。产业结构升级伴随转型“阵痛”，家居行业正处于经济和行业“换挡期”，整体表现在短期内呈现出增长乏力、利润下滑的特点。国家政策力度持续增大，为泛家居行业带来一线生机，刚需市场韧性十足。
- 家居行业竞争日趋激烈，企业之间全方位竞争态势初步显现。在市场体感较冷的背景下，“以不变应万变”的生存法则失效。面对波诡云谲的市场形势和日新月异的消费需求，家居企业纷纷创新求变，从价格、渠道、产品、服务、现金流五个维度采取对应升级策略，提高企业运营效率，强化品牌优势。
- 地产红利消退，存量需求缓慢释放，家居企业纷纷寻求“破卷突围”之道。更多国内家居企业开始勇闯“海外”，希望能通过转换航道找到新的增量市场。新业态、新模式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

2024中国
家居服务业
问题剖析

05

2024中国
家居服务业
趋势预测

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”。

▶ 2023-2024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
2024-03-13	国务院	《推动大规模设备更新和消费品以旧换新行动方案》	• 开设线上线下家电以旧换新专区 • 加快实施家电售后服务提升行动 • 持续推进居家适老化改造，积极培育智能家居等新型消费
2024-11-26	国务院	《关于推进新型城市基础设施建设打造韧性城市的意见》	• 发展智慧住区 • 创新智慧物业服务模式，引导支持物业服务企业发展线上线下生活服务 • 开展数字家庭建设
2025-02-17	市场监管总局等五部门	《优化消费环境三年行动方案（2025—2027年）》	• 提升实物消费质量。加强家电、家居等领域质量、标准和品牌建设。支持家居产品等消费升级，促进家电换“智”、家装厨卫“焕新” • 创造更多消费场景。深入推进数字家庭建设，构筑美好数字生活新图景

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

► 家居服务行业标准化建设进程

2018年6月

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

2020年11月

万师傅《师傅宣言》

2021年3月

万师傅《互联网家居
售后服务安全标准》

2021年4月

全国工商联
家居智慧服务专委会成立

2021年11月

万师傅&京东居家
《商品安装服务白皮书》

2022年7月

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

2022年10月

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

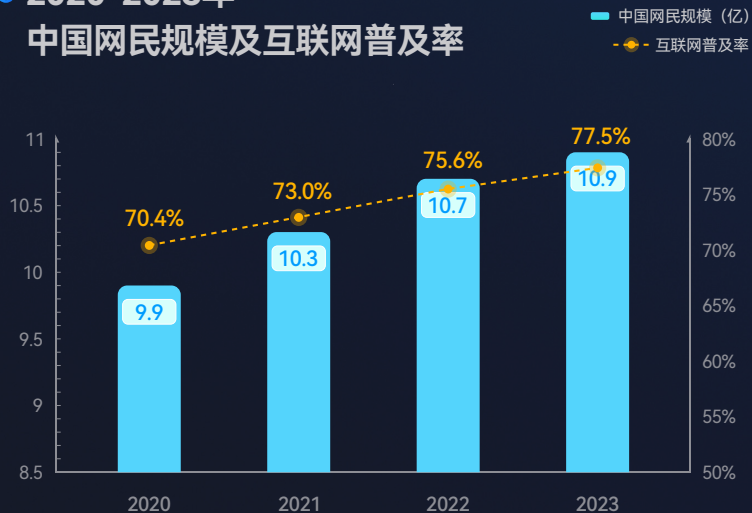
2023年8月

《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

▶ 数字经济发展规模

○ 2020-2023年

中国网民规模及互联网普及率



○ 2018-2023年

中国数字经济规模及占GDP比重统计



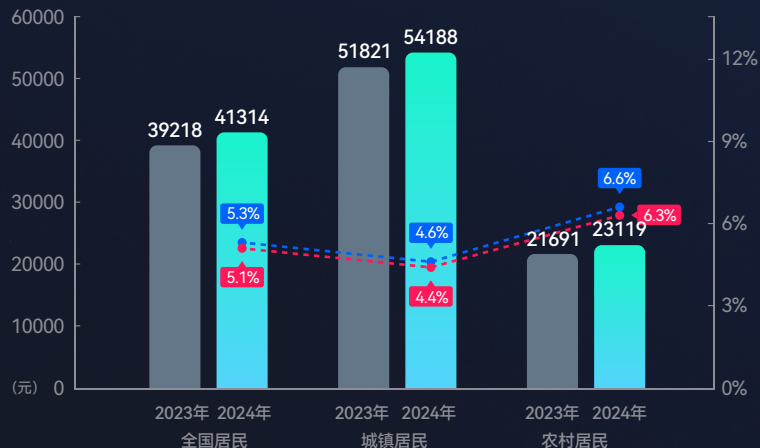
数据来源:《第53次中国互联网络发展状况统计报告》,《数字中国发展报告(2022年)》,艾媒数据中心

随着互联网普及,数字经济作为国民经济增长的“新引擎”,发挥着至关重要的作用,平台经济大有可为。基于网民规模持续扩大和数字经济快速发展,家居企业可借助互联网家居服务平台构建健全售后服务体系,于全国范围内解决安装、维修、退货、返货、以旧换新等售后服务需求,提升市场资源流转效率。

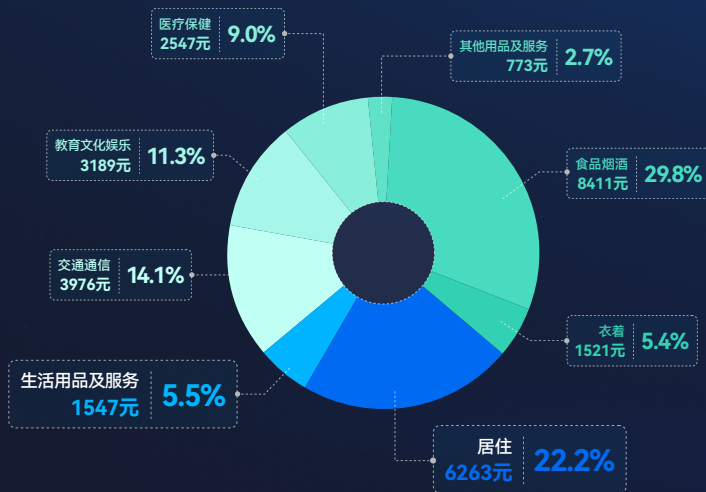
▶ 2024 居民收入与消费概况

○ 2024年全国及分城乡居民人均可支配收入与增速

■ 2023年人均可支配收入 ■ 2024年人均可支配收入 - - 2024年名义增速 - - 2024年实际增速



○ 2024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背景下，目前我国正处在居民消费结构改善时期，服务性消费稳定增长。

中国家居服务发展环境

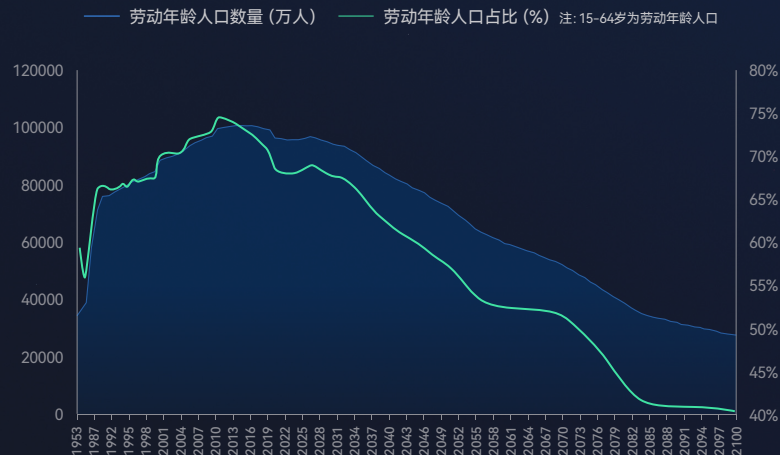
2014-2024全国人口数及自然增长率



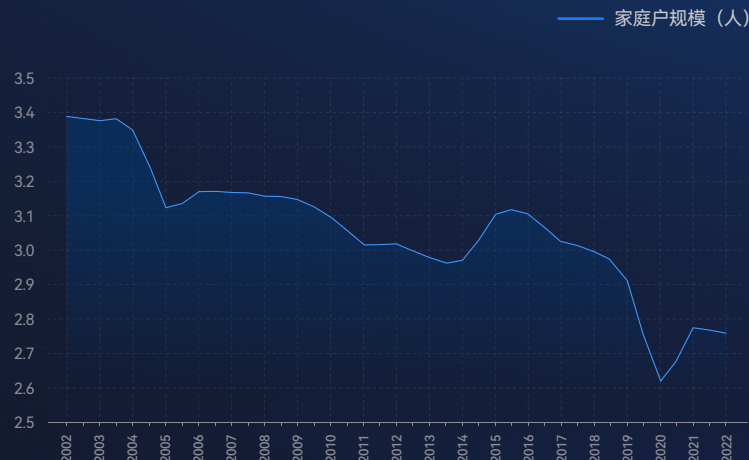
近年来，人口自然增长速度放缓，未来家庭将呈现出老龄化、小型化、个性化特征。适老化家具、智能化家电等细分市场将持续扩大，且伴随用户跨度增大，服务需求差异化特征进一步显现，服务产品应更加便捷、环保及安全。

► 中国家居服务发展环境

○ 消费主力人口变化趋势



○ 家庭规模变化趋势

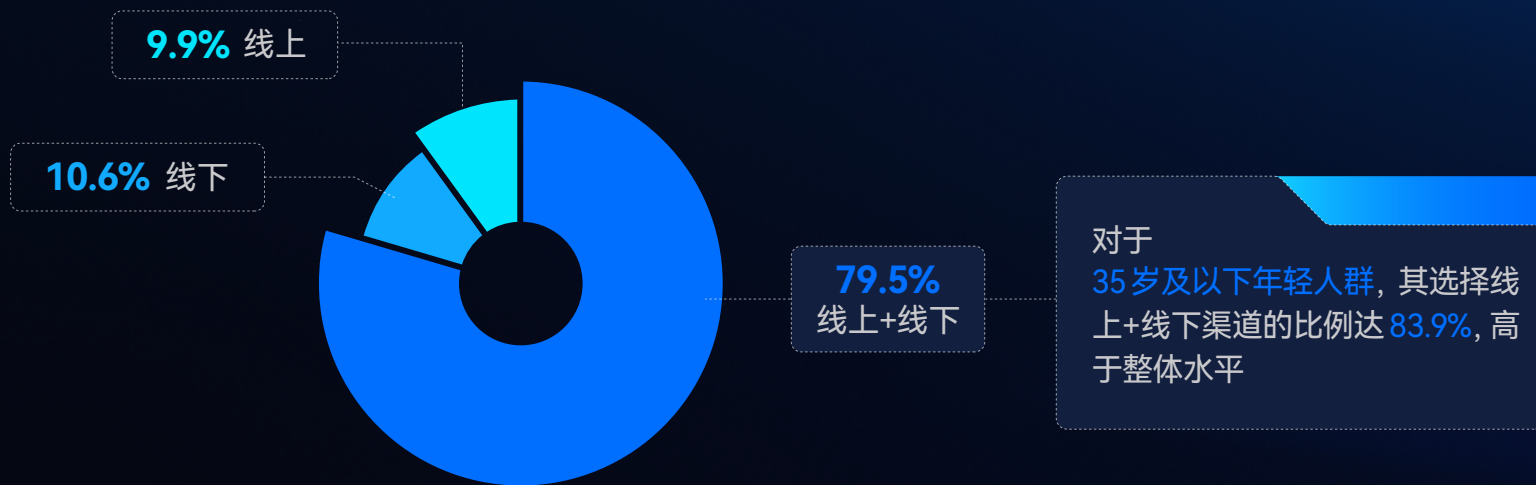


数据来源: 国家统计局, 育娲人口

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。近年来, 家庭小型化趋势明显, 以三口之家为主的年轻一代, 更加注重生活质量。

► 家居用户消费观念变迁

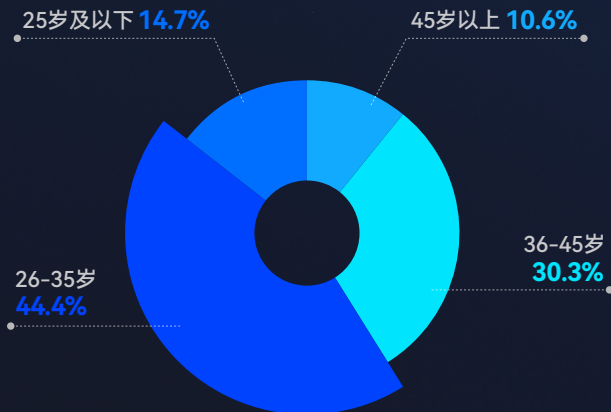
○ 2024年家装家居消费人群及计划人群购买渠道分布



家居行业已从增量时代迈入存量时代，以旧房翻新和局部改造为代表的存量需求，进一步激活家居零售市场。伴随着互联网技术的普及，消费者购物习惯发生变化，近八成用户选择“线上+线下”相结合的方式购买家居产品。家居企业在加快数字化转型的过程中，构建一套覆盖全国的健全服务体系成为转型升级的必经之路。

家居用户消费观念变迁

家居用户年龄占比分布

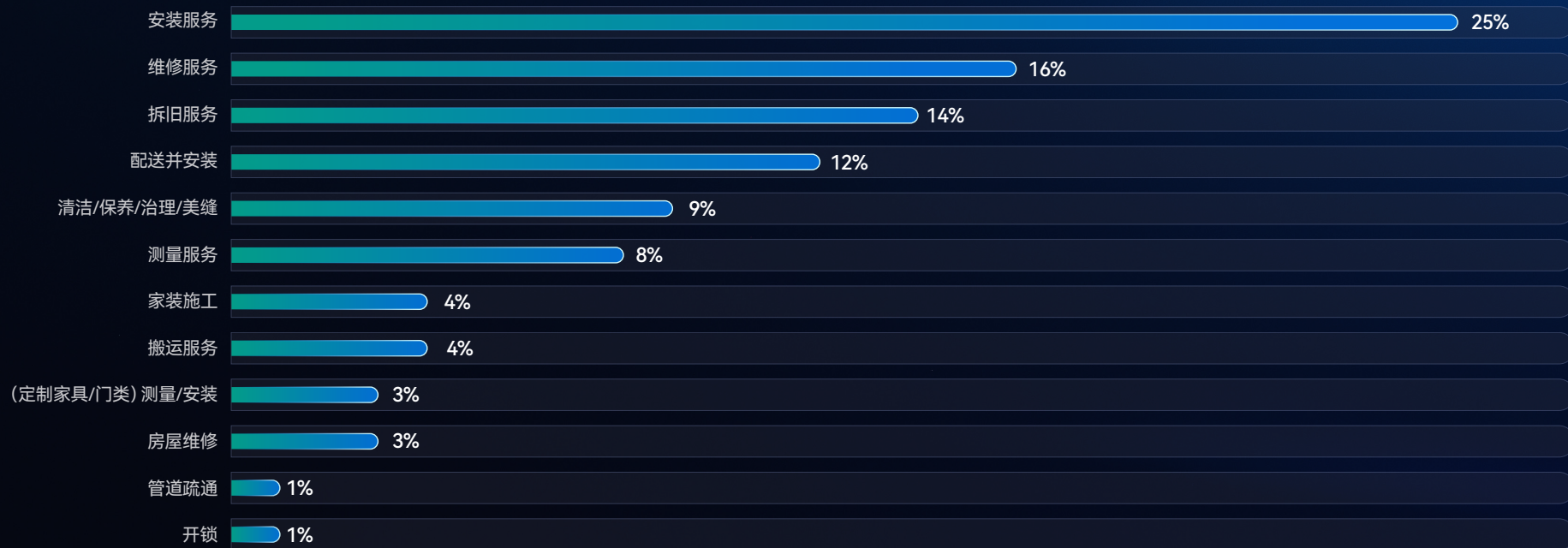


消费者对于家居产品的核心需求分布情况



家居用户跨度增大,主要集中在 90 后、95 后年龄阶段。新兴消费主力在选购家居产品时,首要考虑实用性和环保性,随后是性价比和耐用性。品质化、环保化是家居产品迭代升级的主要方向。作为刚需产品,家居消费大多基于实用需求,消费者的决策态度较为审慎,家居品牌的核心竞争力在于卓越的产品力与优质的购物体验。

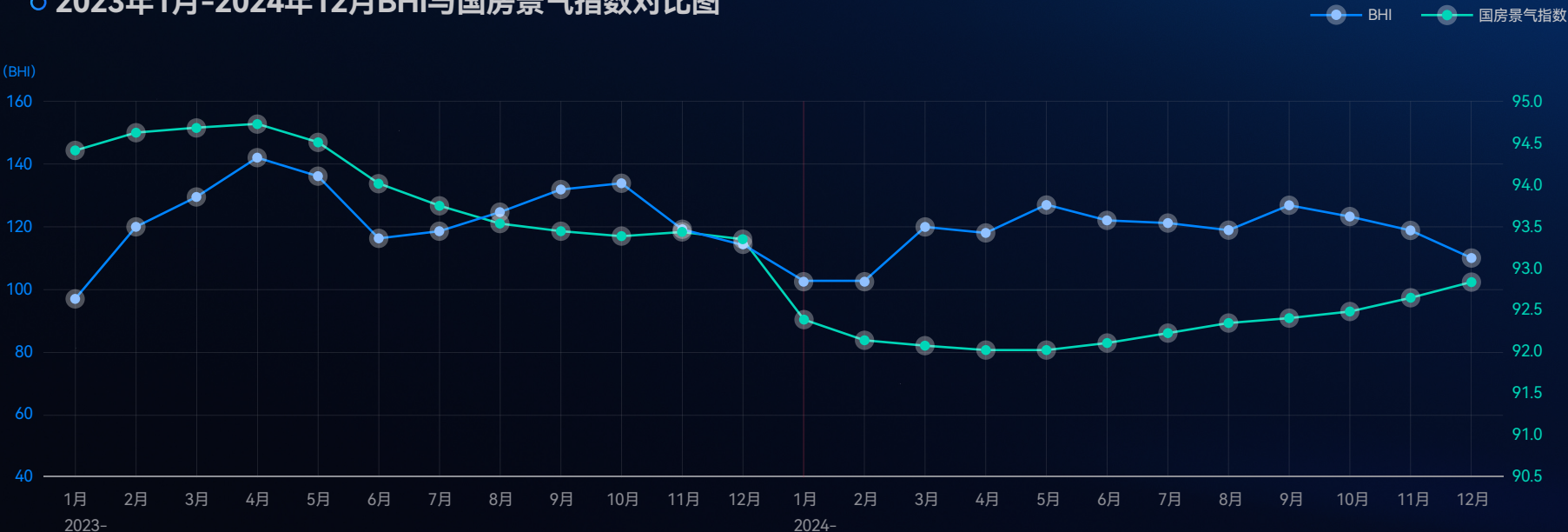
► 2024 家居服务使用场景



安装、维修是中国消费者最常使用的家居服务类型，其次是清洗和拆旧。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，以清洗保养为代表的保养型服务需求均有上升。2024 年，居民消费的结构升级态势持续，消费端家居服务需求稳定增长。

中国家居建材市场变化趋势

○ 2023年1月-2024年12月BHI与国房景气指数对比图



政策端持续释放利好信号,房地产行业逐步趋于稳定,市场出现阶段性“回稳”,国房景气指数平缓上升。与此同时,2024年BHI(全国建材家居景气指数)稳中有增,波动幅度减小。今年以来,消费品“以旧换新”及一揽子增量政策效应叠加“双十一”大促,使得建材家居的消费需求仍在持续释放。

* 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

○ 2020-2024E

新房装修及存量装修需求占比



○ 2019-2028E

中国家居行业零售规模及年增长率



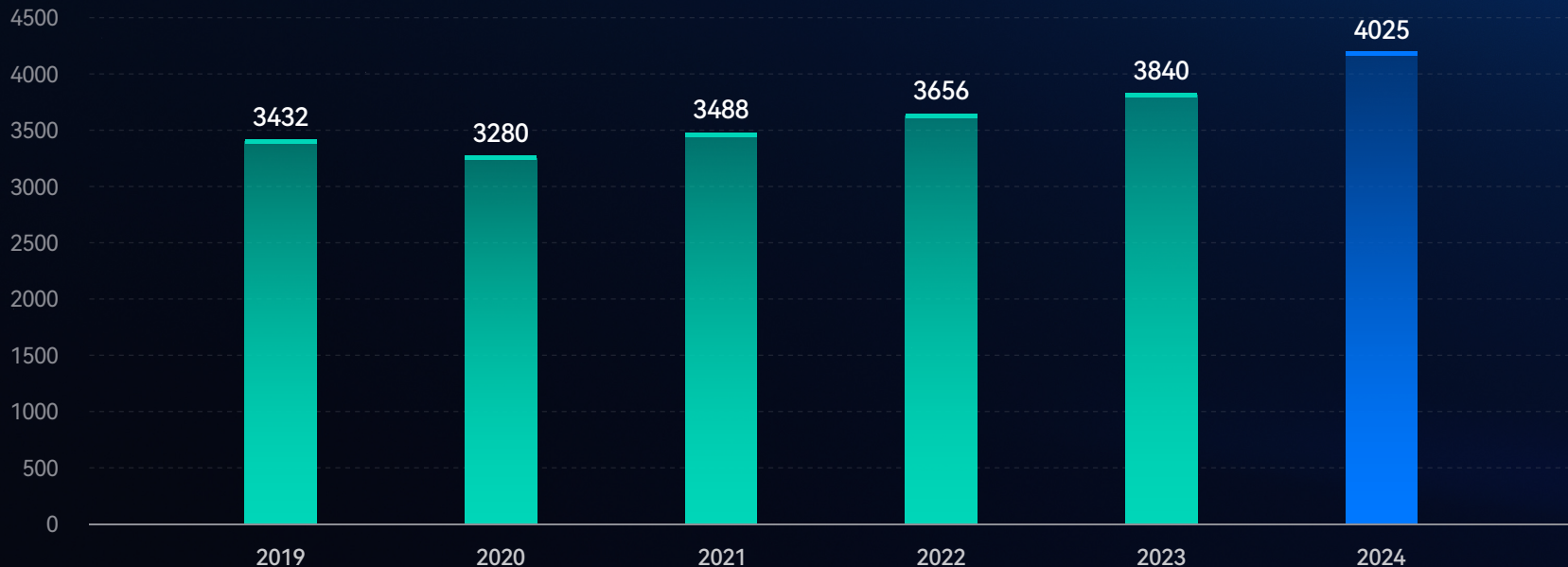
数据来源：贝壳、奥维云

随着家居市场与上游地产行业逐渐脱钩，以二手房装修、存量房翻新和旧改房装修为主的存量需求成为市场主要增长点。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，增速持续放缓，下半场竞争将更加激烈。

► 中国家居服务行业市场规模

○ 2019-2024年家居服务行业市场规模

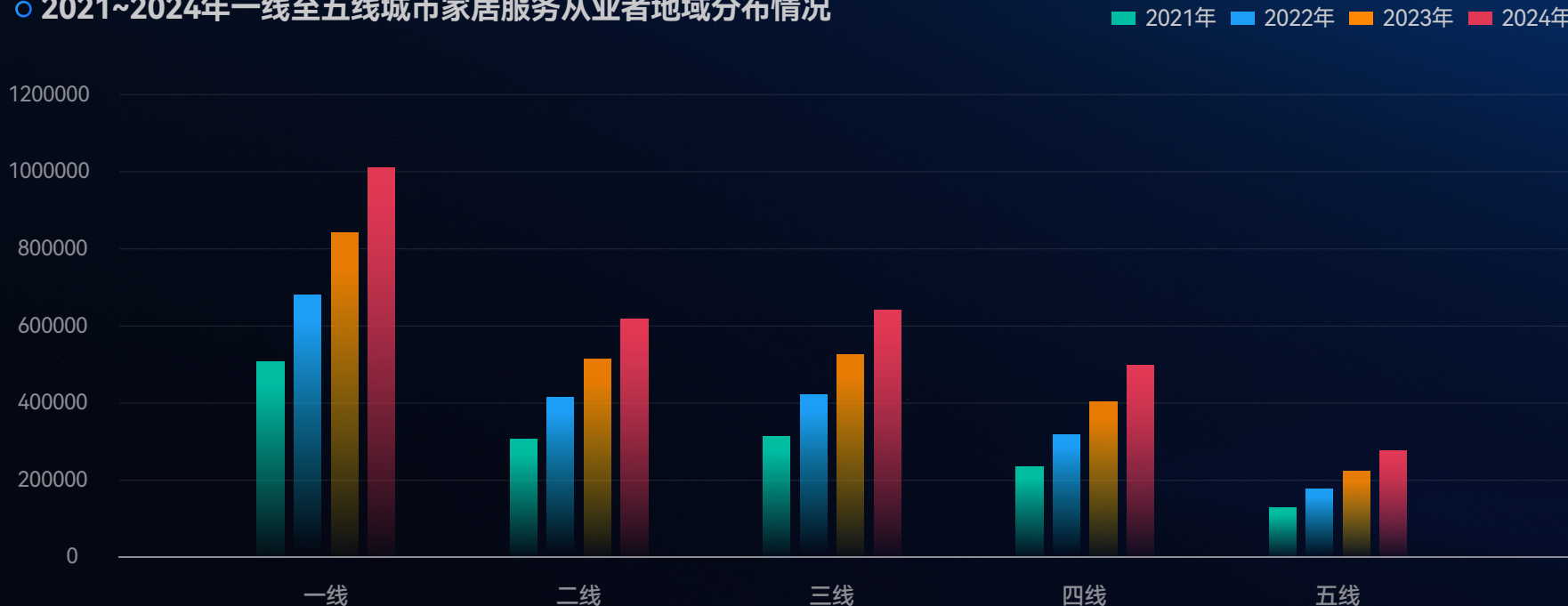
亿



房地产行业下行周期的冲击波及家居服务市场，较上年相比，增速有所下降。伴随着居民住房改善意识和服务意识的觉醒，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。政策加持下，“以旧换新”市场蓬发，其一站式服务需求增长迅速。

► 中国家居服务从业者规模

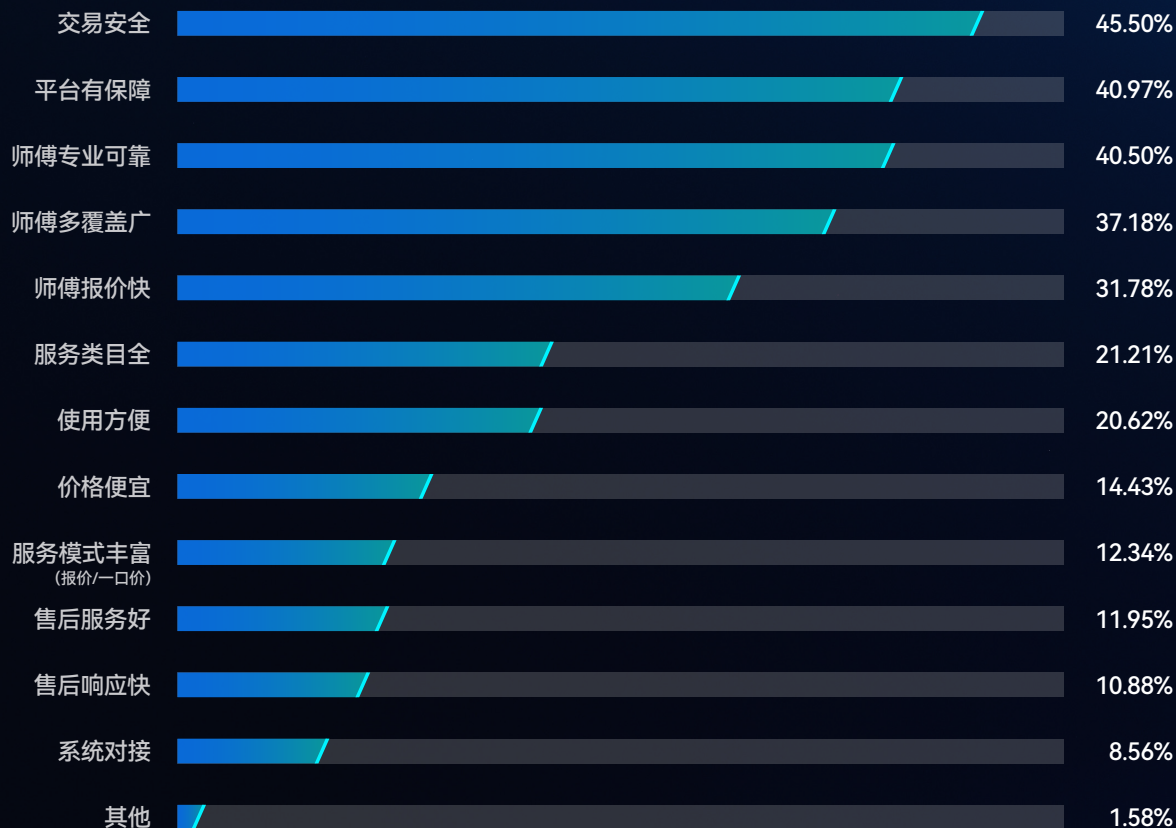
○ 2021~2024年一线至五线城市家居服务从业者地域分布情况



2024 年，家居服务者从业规模持续扩大，在地域上呈两极化分布，三线城市师傅规模首度超越二线城市。服务者随市场需求流动，一线城市服务者数量仍高速上涨。随国民住房观念变化，二手房翻新和旧房改造需求蓬发，家居服务需求持续上涨，家居服务从业者规模将随之扩大。

02 中国家居服务行业发展现状

家居企业关注因素



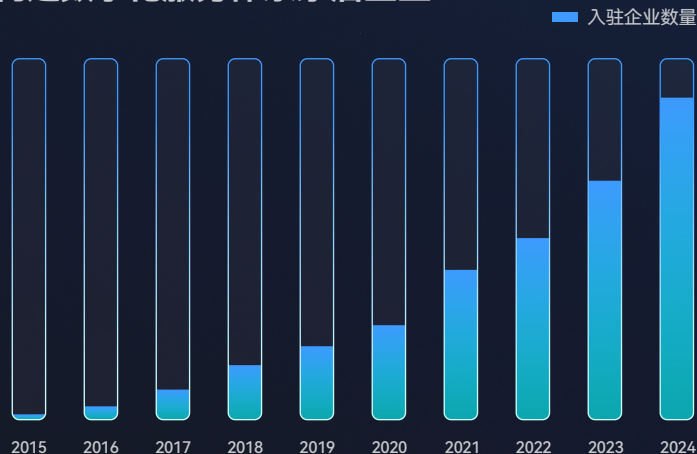
品牌方选择服务平台的考虑因素

家居行业竞争加剧，全方位竞争态势已逐步显现，分别体现在价格、渠道、产品、服务、现金流五个维度。服务作为重要一环，直接影响品牌口碑。企业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和用户体验，从而降低售后成本，树立良好品牌口碑。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。

▶ 2024 家居服务业发展趋势

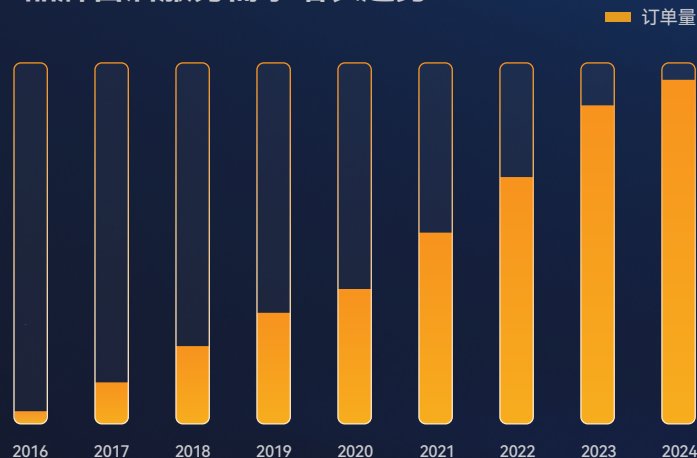
○ 2015-2024年

构建数字化服务体系家居企业



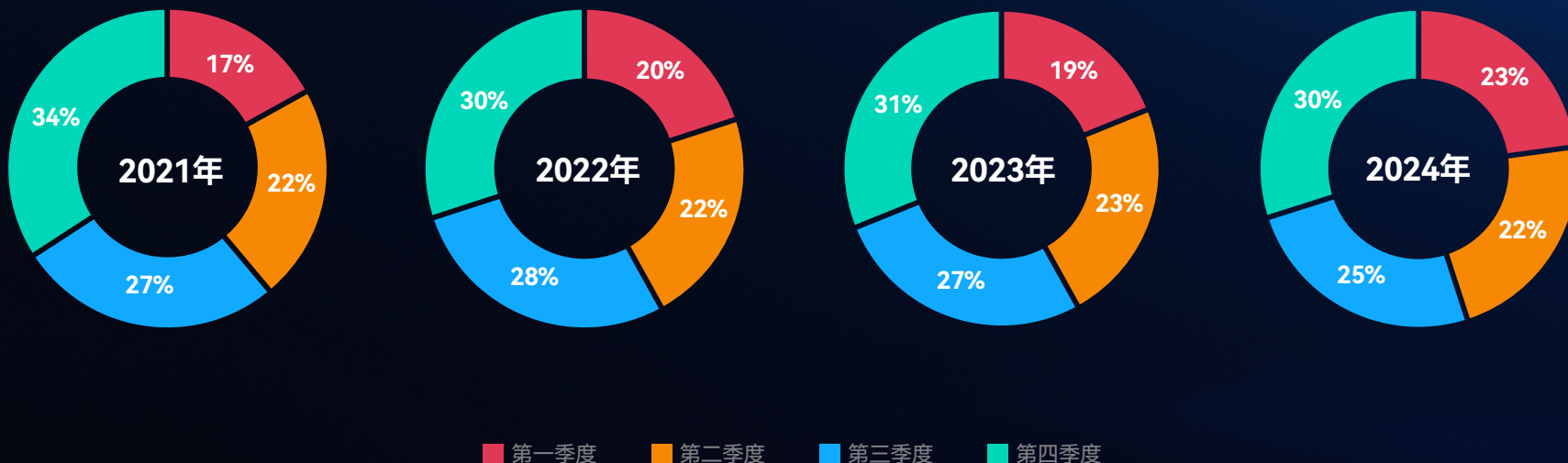
○ 2016-2024年

品牌售后服务需求增长趋势



受地产周期影响,家居服务市场规模增速放缓,总体呈上升趋势。家居产业转型进程加快,数字化成为家居企业降本提效的重要手段。为缩减售后成本、扩大销售版图,家居企业通过互联网家居服务平台构建健全数智化服务体系,一站式满足全国消费者的个性化、多元化需求,实现家居商品高效落地交付。

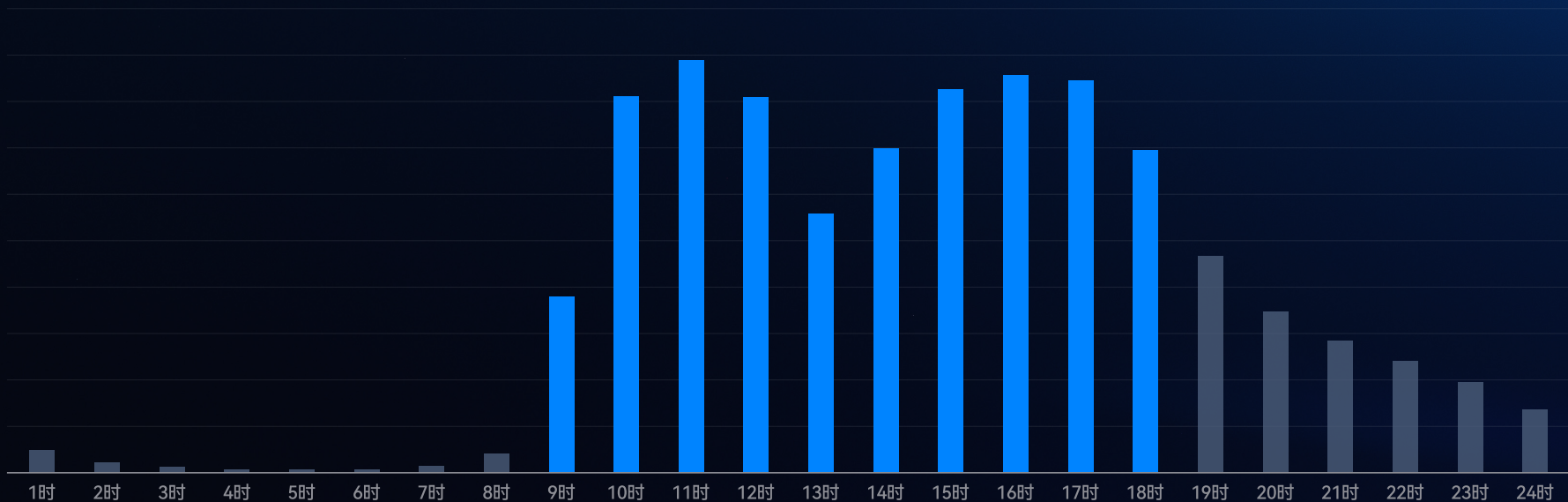
▶ 2021-2024 家居服务需求季度变化



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。2024 年各地“以旧换新”国补增加,前三季度需求差异缩小。同时,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。

▶ 2024 家居服务需求日变化趋势

○ 家居企业下单时间分布



朝九晚六是家居人的日常。互联网浪潮下，增设线上渠道、布局新零售是企业转型升级的必然选择。多元销售渠道对应的是一站式售后服务解决方案。为提高服务时效的确定性，万师傅上线“当日装”服务，极速解决即时安装需求，助力家居商品高效交付，提升消费者购物体验。

▶ 2024 全国城市家居服务需求

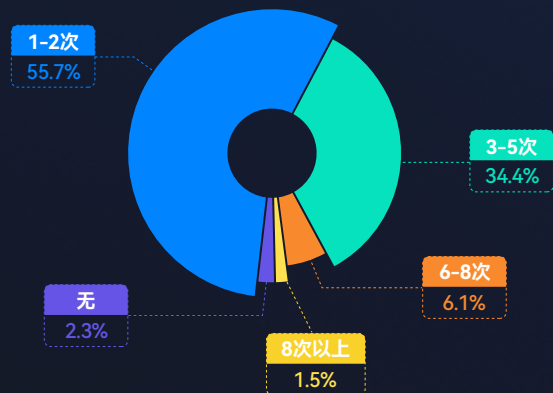
○ 家居服务需求量城市排行



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。以北上广深为代表的一线城市，生活节奏快，居民逐渐形成“解放双手”、“让专业的人做专业的事”的生活新风尚。

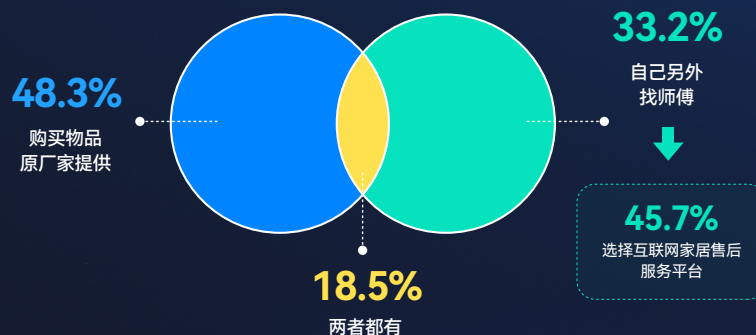
▶ 2024 消费者家居服务需求情况

○ 中国消费者家庭每季度对于家居售后服务的需求频次



数据来源：艾媒数据中心

○ 中国消费者解决家居售后问题的方式

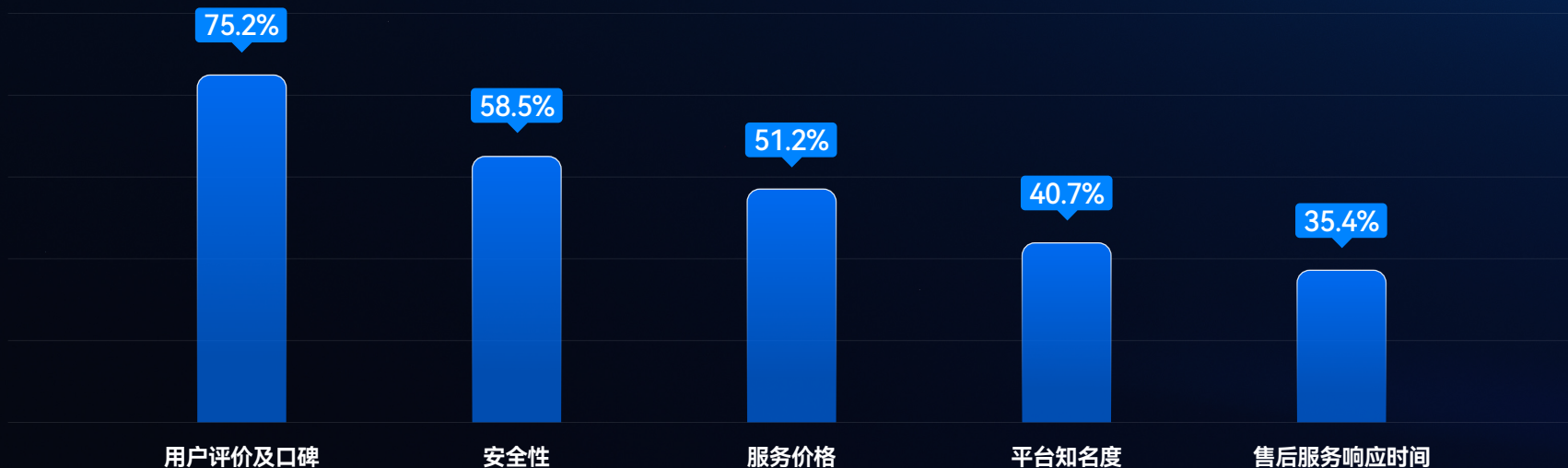


* 样本来源：草莓派数据调查与计算系统 * 样本量：N=1308 * 调研时间：2024年4月

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。超半数家庭一个季度内至少需要 1-2 次家居服务。其中,多数消费者通过线上家居电商的配套服务解决安装或维修需求,其次是自主选择互联网家居售后服务平台找师傅。

▶ 消费者选择服务平台的考虑因素

○ 中国消费者选择互联网家居售后服务平台时关注因素

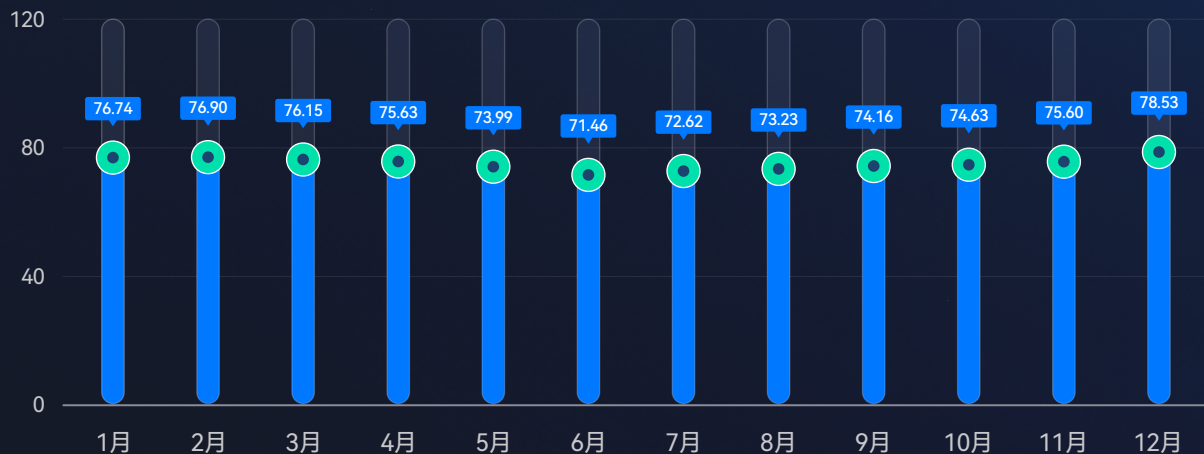


用户评价及品牌口碑是影响消费者决策的首要因素，其次是服务覆盖率和服务价格。在家居服务业，技能水平是从业者入行的硬性门槛。口碑良好的大平台设置严格准入机制，具备健全售后保障，安全有兜底，服务更确定，在一定程度上规避“开盲盒”的异常情况。

▶ 2024 家居服务时长

○ 师傅在客户家的服务时长

单位：分钟



2024年平均服务时长

74分钟

2023年平均服务时长

75分钟

2022年平均服务时长

75分钟

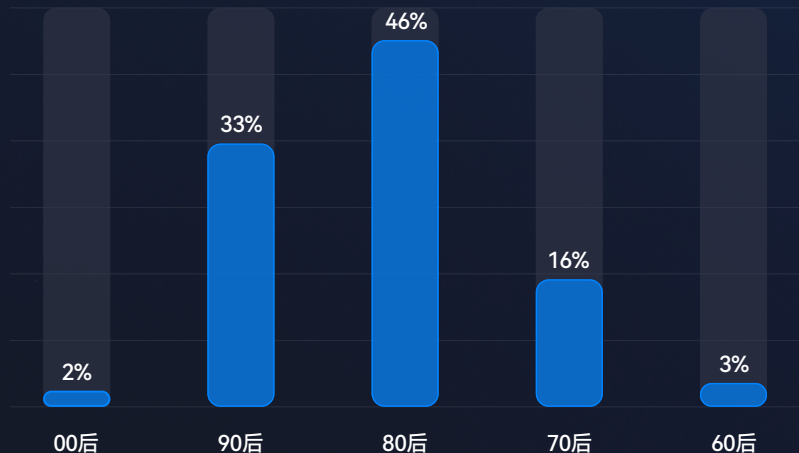
2021年平均服务时长

70分钟

师傅从上门签到到服务完工，仅需 71~78 分钟。家居行业步入成熟阶段，产品标准化程度高，其配套服务流程已实现规范化，服务时长趋于稳定。

▶ 2024 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,是家居服务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。

▶ 2024 家居服务从业者地区分布

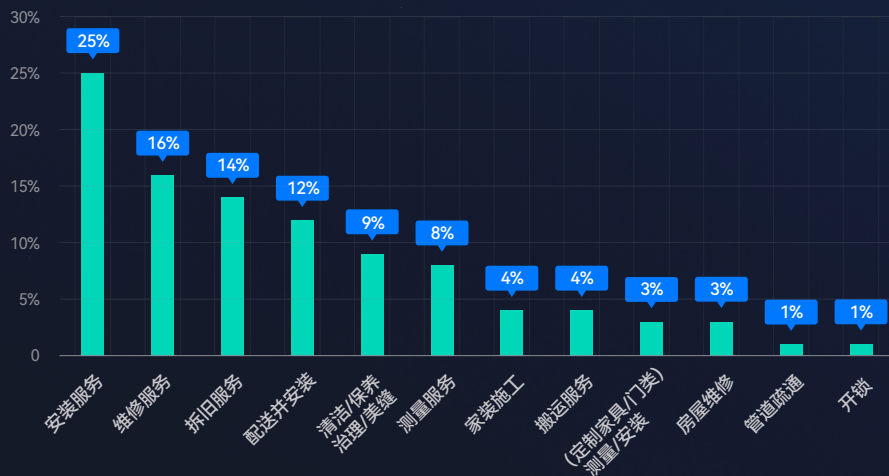
○ 2024年各城市师傅数量排名TOP10



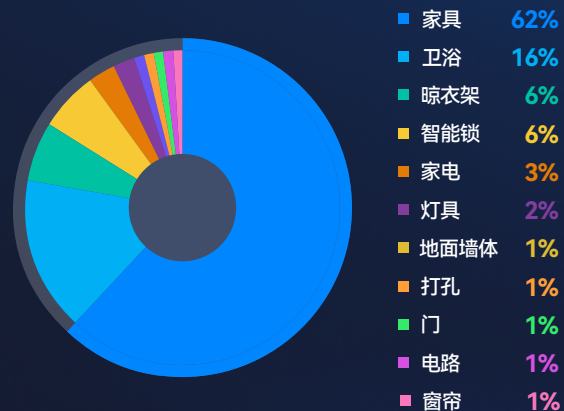
家居服务从业规模与当地消费水平呈正相关，同时受居民生活观念影响。一线及新一线城市仍是服务资源主要集中地，师傅数量连年稳定上涨。

► 2024 家居服务从业者类型分布

○ 师傅主要服务类型

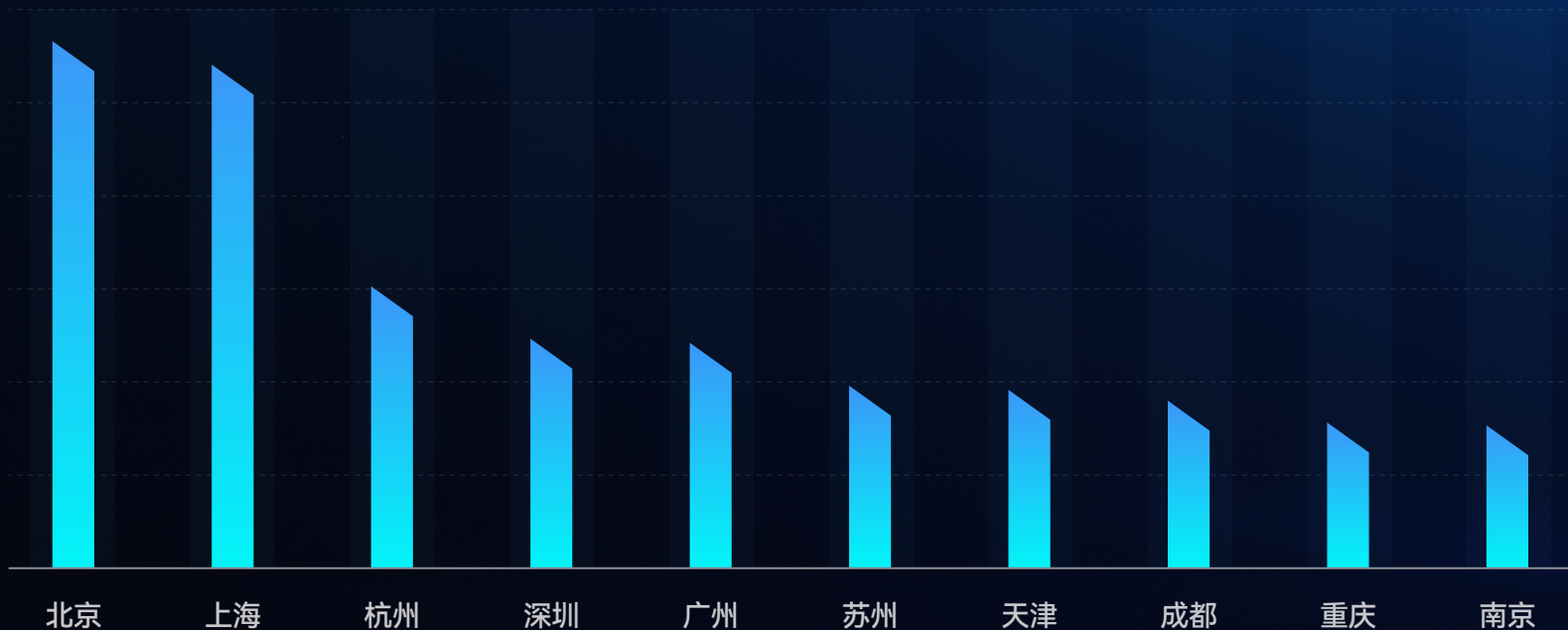


○ 师傅主要服务类目



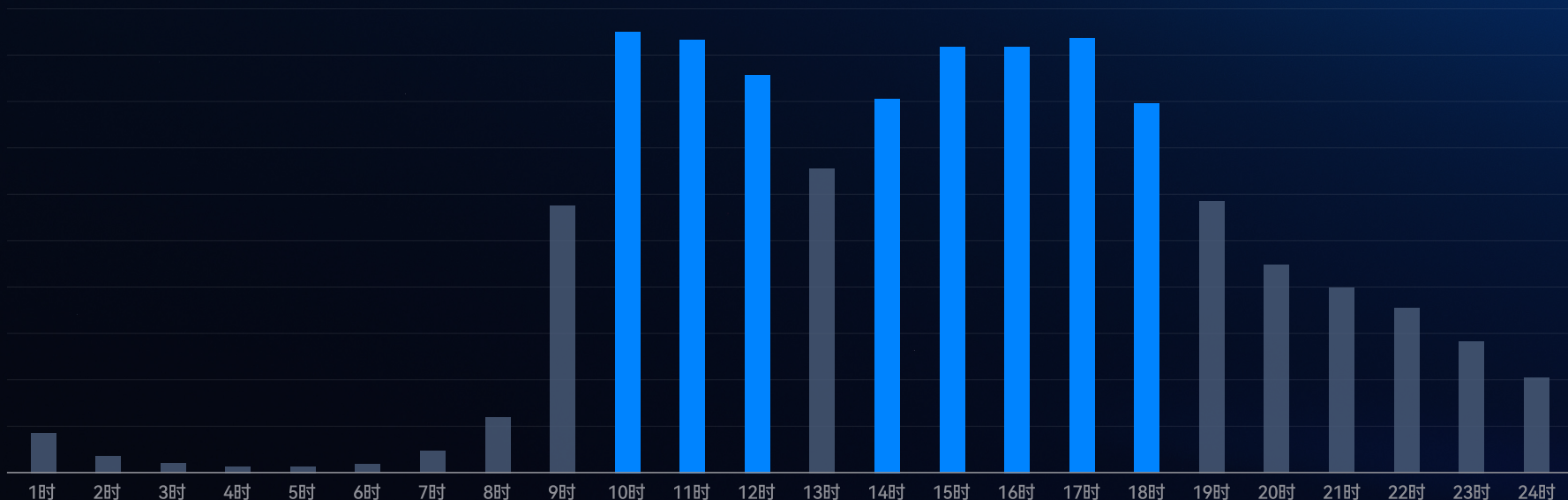
我国消费者最主要的家居服务需求集中在安装与维修。随着“以旧换新”市场爆发，拆旧及送装需求呈上升趋势。除家电和智能家居外，从事汽车养护、健身器材及办公用品等服务的家居师傅规模持续扩大，服务者规模与日益增长变化的市场需求息息相关，在一定程度上也反映了国民消费升级的消费趋势。

▶ 2024 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。

▶ 2024 师傅接单活跃时间



一日之计在于晨。上午 9 时是绝大部分师傅整装待发的时间。上午 10 时至 12 时，下午 14 时至 18 时，是师傅最活跃的“黄金 8 小时”，大量需求订单在该时段匹配成功。为确保用户尽快享受“所购即所得”，平台师傅 24 小时在线接单，全天候待命。万师傅“当日装”服务即时解决紧急需求，一键下单，100% 准时上门。

03 中国家居服务行业细分领域

家具

01

全球家具市场销售趋势

02

家具制造业营收趋势

03

家具市场销售渠道分布

04

2024 家具产品维修需求情况

05

2024 家具类服务价格变化趋势

06

2024 家具类服务时长变化趋势

▶ 全球家具市场销售趋势

○ 2017-2024年全球家具市场销售渠道占比情况



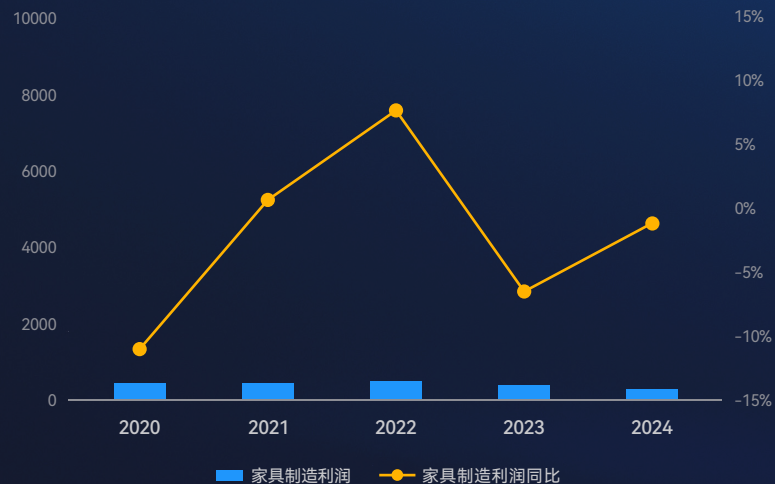
得益于物流业的发展和家具运输成本的下降，线上渠道丰富了消费者的购买选择，提供了更多便利。伴随着电商渠道的不断拓宽，物流、移动支付、售后服务等配套产业的纵深发展，线上家具市场占比将持续扩大。全球经济回暖，不少企业纷纷布局出海策略。家具出口，其配套服务成为关键课题。未来，万师傅将作为全球一站式技能服务平台，通过全球范围内的优质服务供给，持续为出海企业赋能，帮助降低售后成本。

家具制造业营收趋势

2020-2024家具制造业营收情况



2020-2024家具制造业利润情况

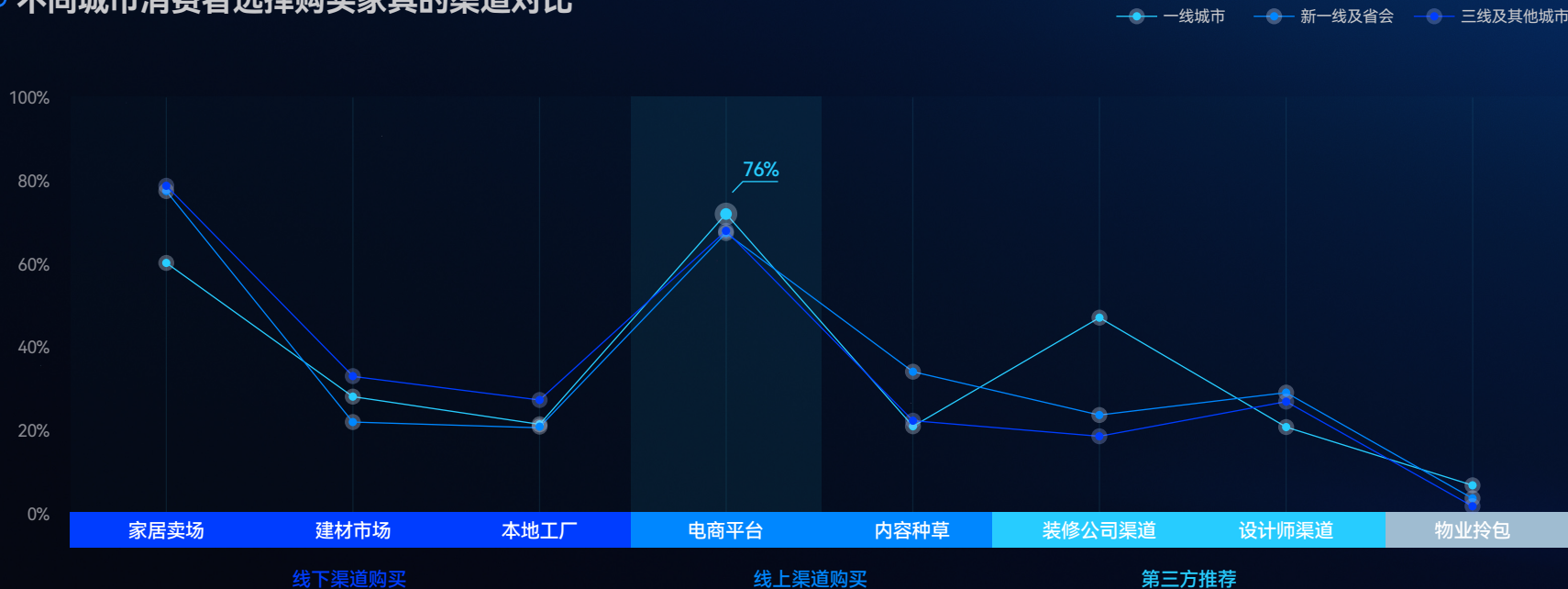


来源：国家统计局公布数据

国家统计局公开数据显示,从营收和利润情况来看,2022、2023 下滑趋势较为明显。2024 年数据较上年有所回升,整体呈上升趋势。这意味着,家居行业市场规模仍在扩大,产业下滑态势较 2023 年有所缓解。

家具市场销售渠道分布

不同城市消费者选择购买家具的渠道对比



数据来源: 树懒生活Fine问卷调研数据, N=3873

在家具消费渠道选择上, 一线城市居民以线上电商平台为主, 其次是家居卖场。新一线及省会、三线及其他城市居民主要在家居卖场采购家具。总体而言, 家居家装用户倾向于线下线上相结合的购买方式, 家居卖场和电商平台是主要消费途径。

▶ 2024 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”。其次是沙发类和柜类。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。

▶ 2024家具类服务价格变化趋势

○ 2024年1-12月家具安装客单价



2024年平均客单价

108.02元

2023年平均客单价

118.35元

2022年平均客单价

121.66元

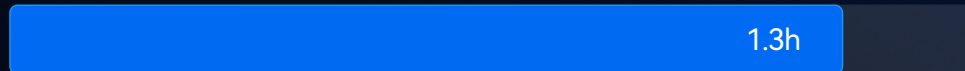
2021年平均客单价

128.71元

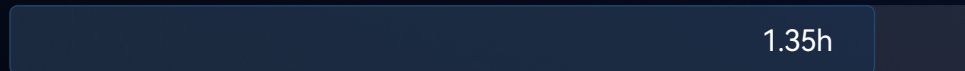
服务价格受市场环境及供需关系影响。家具产品因大件、易损、非标等特性,装卸难度、送装服务要求高,物流链条长、环节多、复杂度高,服务交付普遍滞后一个月。

▶ 2024 家具类服务时长变化趋势

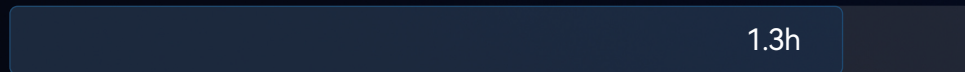
2024年平均



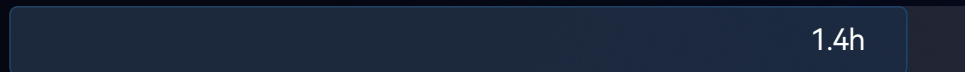
2023年平均



2022年平均



2021年平均



○ 2021-2024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，种类繁多，其服务时效与产品规格、材质及零配件数量息息相关。在不限品类的情况下，从师傅上门签到到服务交付完工，安装服务时长稳定在 1.3 小时左右。

注：服务时长指上门签到至服务交付完成所耗费的总时间。

▶▶ 卫浴

01

中国卫浴行业市场规模

02

中国卫浴市场主要构成

03

2024卫浴产品维修需求情况

04

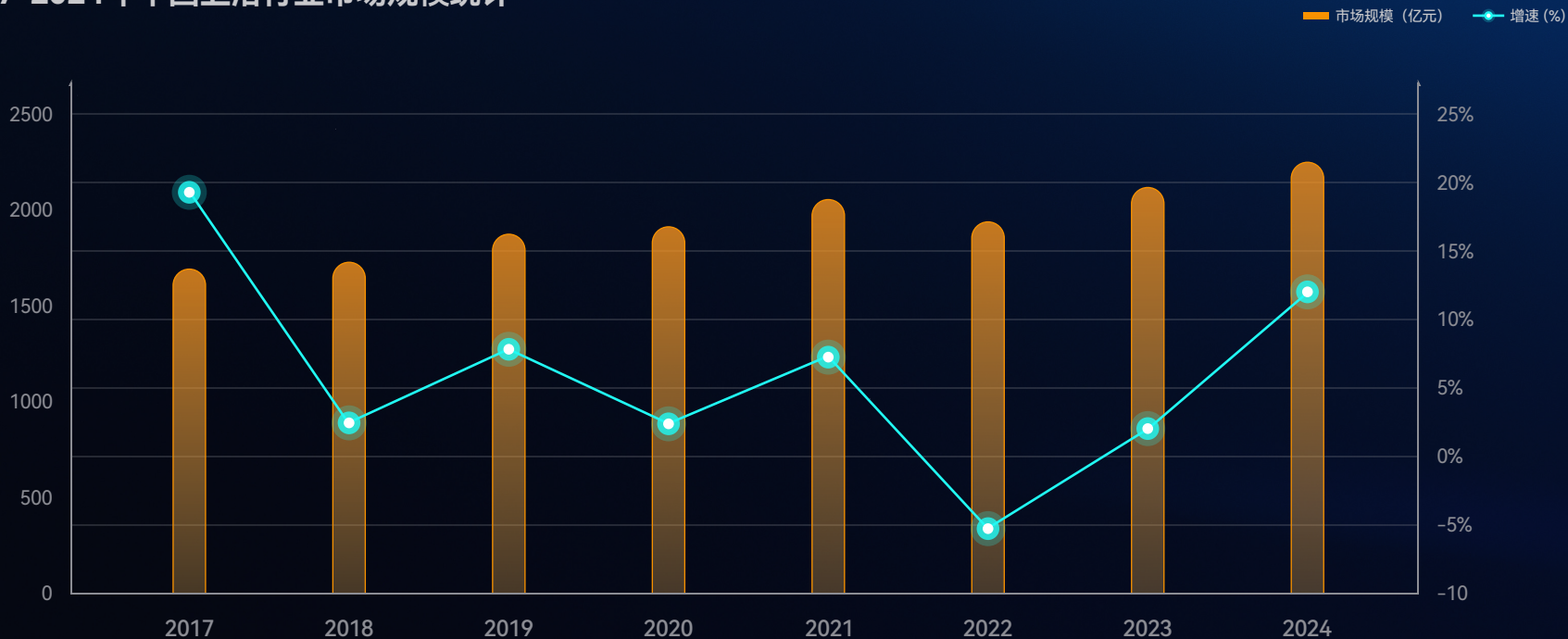
2024卫浴类服务价格变化趋势

05

2024卫浴类服务时长变化趋势

中国卫浴行业市场规模

2017-2024年中国卫浴行业市场规模统计

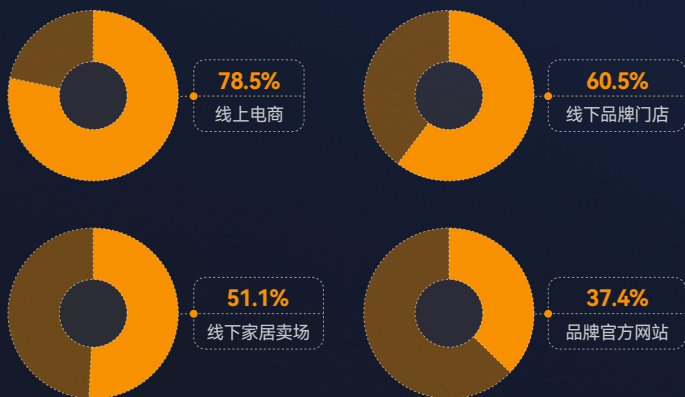


* 资料来源: 中国建筑卫生陶瓷协会, 华经产业研究院整理

我国已经进入存量房时代,局部改造、换新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。

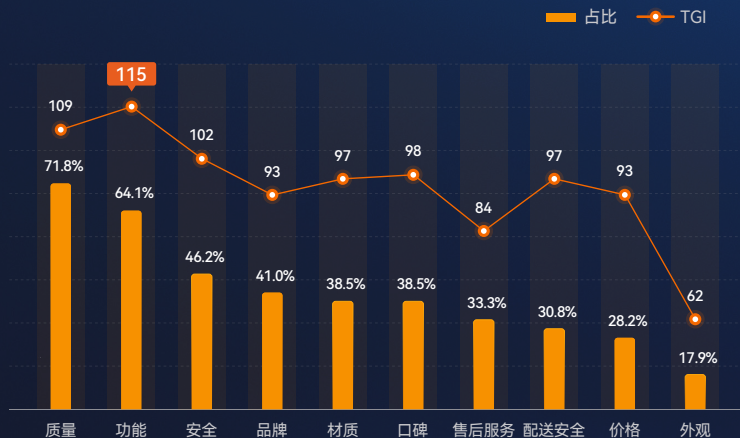
中国卫浴市场销售渠道

卫浴产品的购买渠道



数据来源：CTR卫浴行业消费者调研，2024年8月，N=2157

购买卫浴产品的注重因素

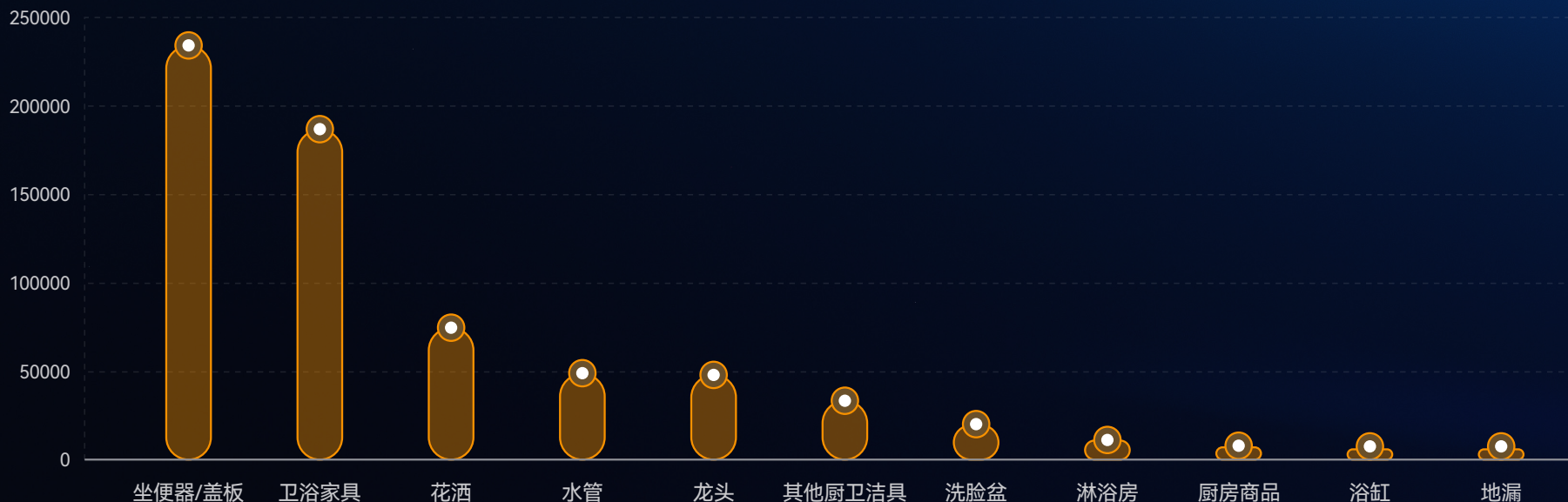


数据来源：CTR卫浴行业消费者调研，2024年8月，N=131

线上电商渠道是我国卫浴产品主要销售渠道，占据 78.5% 的重要比例，其次是线下品牌门店和线下家居卖场等线下渠道。消费者选择卫浴产品时，首要关注质量、功能及安全因素，追求“质价比”，除商品基础属性外，品牌、口碑及售后服务等因素也在不同程度上影响用户购买决策。售后半径决定销售版图，在线上渠道占据主导的背景下，构建覆盖全国的一站式售后服务体系是卫浴企业稳步扩张必不可少的一环，众多品牌通过“自营 + 平台”服务模式打造完整服务链条，提升服务体验。

▶ 2024卫浴产品维修需求情况

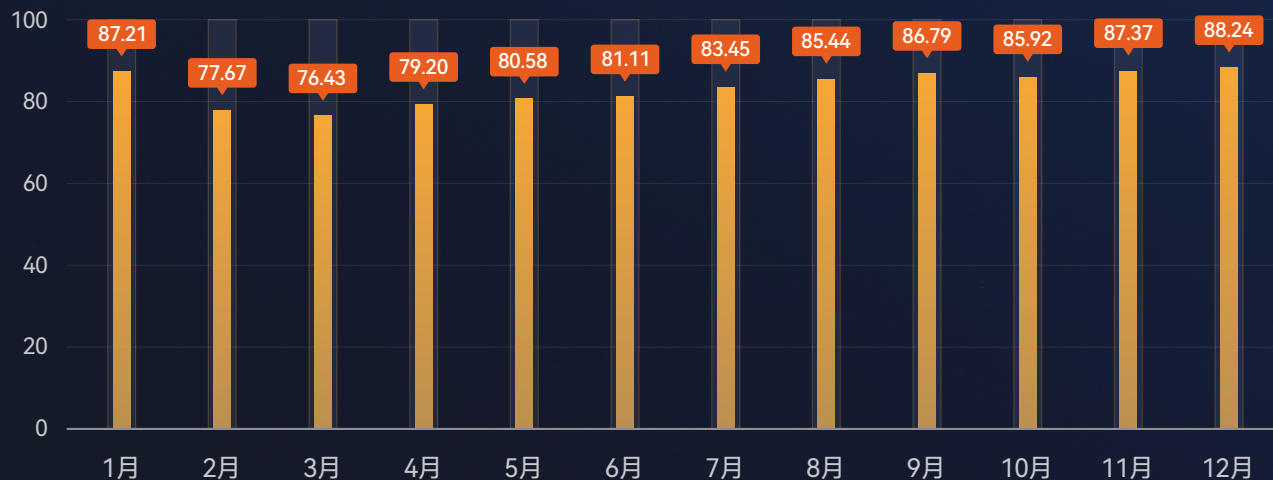
○ 各类卫浴产品维修需求



卫浴产品的维修率与使用频率呈正比。漏水、按键失灵、堵塞等问题都是坐便器产品的“职业病”，大多数情况是出于零配件老化、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。

▶ 2024 卫浴类服务价格变化趋势

○ 2024年1-12月卫浴安装客单价



2024年平均客单价

83.28元

2023年平均客单价

81.75元

2022年平均客单价

82.37元

2021年平均客单价

86.65元

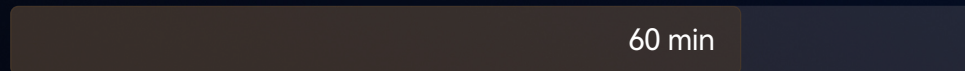
在消费升级的浪潮下，家居用户对卫浴产品的需求趋于高端化、品质化和智能化。智能卫浴产品更新迭代快，零配件丰富，安装难度上升，服务价格也稍有提升。

▶ 2024卫浴类服务时长变化趋势

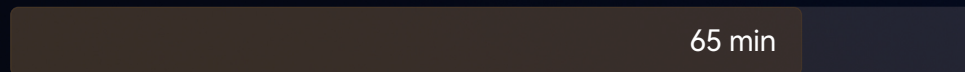
2024年平均



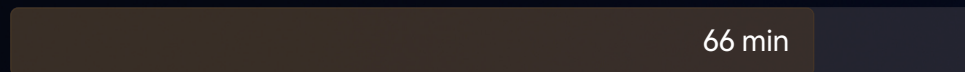
2023年平均



2022年平均



2021年平均



○ 2021-2024卫浴安装服务时长

伴随着市场需求变化,卫浴产品加速迭代,产品美观性、功能性、环保性等均有所提升。行业逐步迈入成熟期,产品标准化程度逐渐提高,服务者通过自主学习及服务沉淀夯实技能水平,服务效率持续提升。

晾衣架

01

中国智能晾衣架行业市场概况

02

2024晾衣架类保养需求情况

03

2024晾衣架类服务价格变化趋势

04

2024晾衣架类服务时长变化趋势

智能晾衣架市场概况

智能晾衣架市场总额和增长率



数据来源: CSHIA Research

2018-2023年中国智能晾衣架行业渗透率变化情况



资料来源: 公开资料, 华经产业研究院整理

目前, 智能晾衣架实现了近百亿级的市场规模, 定位已经从五金产品延展至家用电器、智能家居, 且渗透率呈现逐年增长的趋势。这一变化主要受多重因素影响: 国民收入水平提升及家居消费观念改变, 行业技术持续创新以及国家对智能家居产业的政策扶持等。智能晾衣架行业蕴藏着丰富的发展机遇与前景。

▶ 2024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。

▶ 2024 晾衣架类服务价格变化趋势

○ 2024年1月-12月晾衣架安装客单价



2024年平均客单价

85.98元

2023年平均客单价

86.32元

2022年平均客单价

89.87元

2021年平均客单价

88.12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智能晾衣架，其技术发展纯熟，产品标准化程度高，因此安装价格也稳定在 85 元左右。

▶▶ 2024晾衣架类服务时长变化趋势

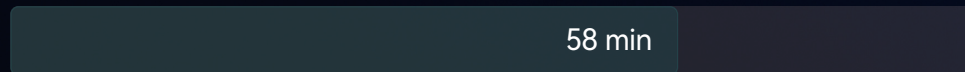
2024年平均



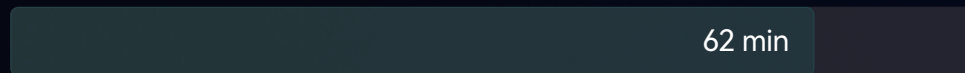
2023年平均



2022年平均



2021年平均



○ 2021-2024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,从上门到安装完成,服务时长稳定在 55 分钟左右。

▶▶ 智能锁

01

中国智能锁行业市场规模

02

中国智能锁行业格局

03

2024智能锁产品维修需求情况

04

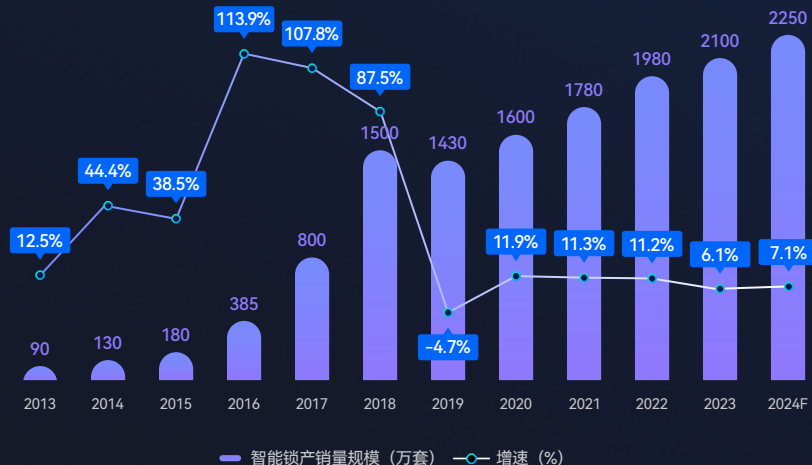
2024智能锁类服务价格变化趋势

05

2024智能锁类服务时长变化趋势

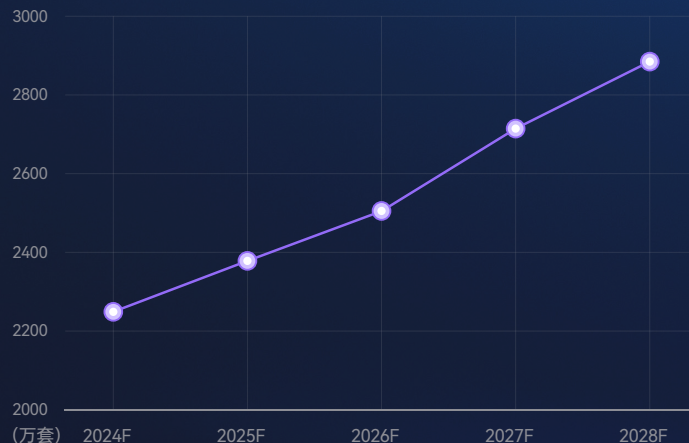
▶ 智能锁行业市场规模

○ 2013-2024年智能锁产销规模



数据来源：全国五金工业信息中心

○ 中国智能门锁产销量预测趋势图



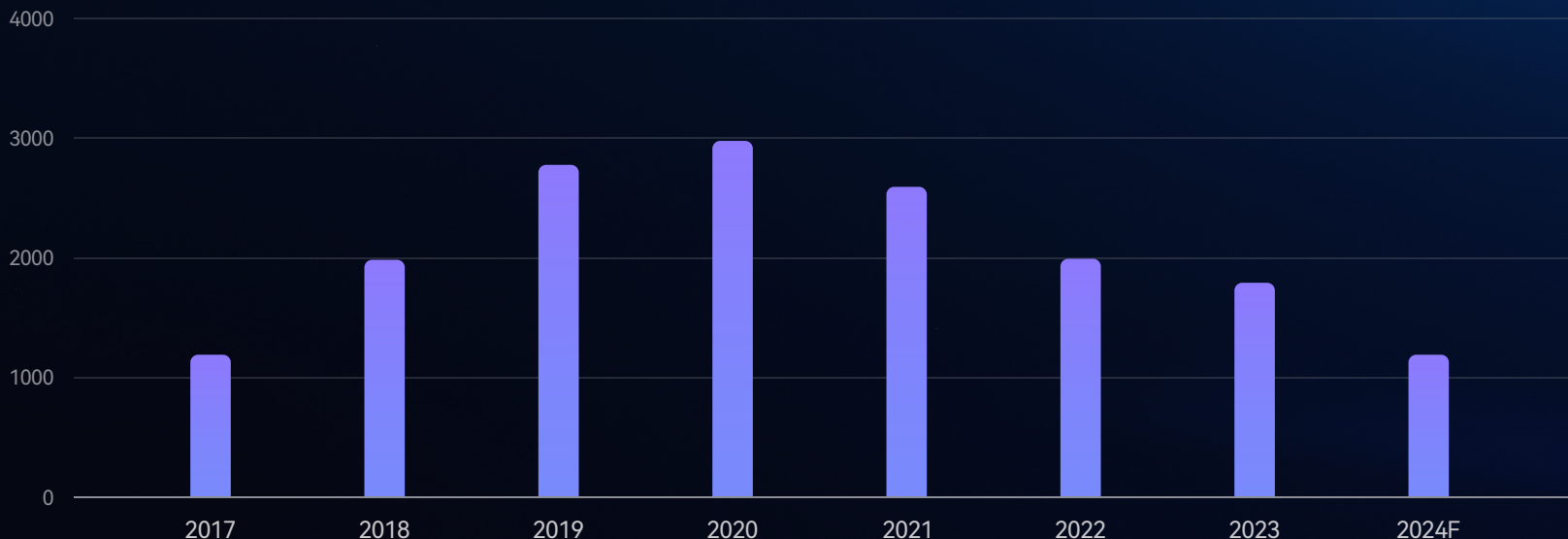
数据来源：全国五金工业信息中心

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，发展前景广阔。随着存量市场翻新、改造需求持续释放，行业有望开启新一轮高速增长。智能锁企业唯有通过产品和服务升级打造品牌差异，提升核心竞争力，才能在竞争中脱颖而出，依托品牌口碑形成长尾效应。

智能锁行业市场格局

2017-2024年全渠道智能门锁品牌数量变化趋势

*数据来源：全国五金工业信息中心



智能锁行业正处稳定增长期，行业竞争激烈，品牌集中化趋势愈发凸显。纵观行业数年来发展，洗牌与扩张并存，随着时间推移与市场的自发调节，缺乏核心竞争力、经营不善的品牌逐步被淘汰，行业格局呈现品牌化、集中化特点，用户流向口碑好、品质佳的大品牌。智能锁作为极其注重安全性的功能产品，从长远发展来看，产品品质以及完备的售后服务才是企业制胜关键。

▶▶ 2024 智能锁产品维修需求情况



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。

▶▶ 2024 智能锁类服务价格变化趋势

○ 2024年1月-12月智能锁安装客单价



2024年平均客单价

77.36元

2023年平均客单价

78.65元

2022年平均客单价

88.67元

2021年平均客单价

102.11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 77 元左右。

▶▶ 2024 智能锁类服务时长变化趋势

2024年平均



2023年平均



2022年平均



2021年平均



○ 2021-2024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。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。较 2023 年相比，安装效率稍有上升。

▶▶ 灯具

01

中国灯具行业市场规模

02

中国灯具行业市场结构

03

2024 灯具产品维修需求情况

04

2024 灯具类服务价格变化趋势

05

2024 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, 逐步恢复高速增长。

▶▶ 灯具行业市场结构

○ 2019-2024年家用照明行业智能产品占比统计预测

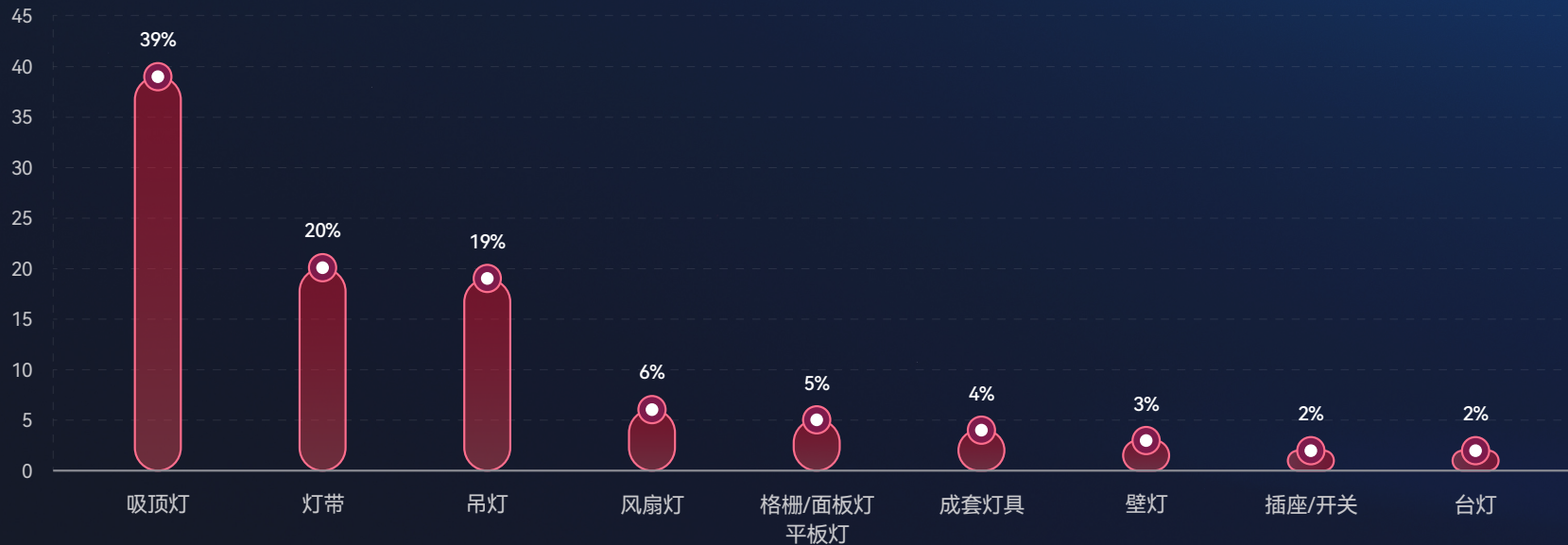


○ 2019-2024年中国智能照明市场规模趋势预测图



伴随着国民生活观念变迁, 节能照明成为家用照明市场的核心趋势之一, 尤其是 LED 照明。在智能化发展趋势下, 家用智能照明逐步成为智能家居中配置率最高的系统。我国家用照明市场正处于快速发展期, 消费者对美观、智能、节能和环保的需求持续推动行业增长, 无论是节能照明的应用、智能家居系统的集成, 还是环保产品的创新, 皆为行业提供了无限可能。

▶ 2024 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,且能够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。

▶ 2024 灯具类服务价格变化趋势

○ 2024年1月-12月灯具安装客单价



2024年平均客单价

93.47元

2023年平均客单价

97.68元

2022年平均客单价

100.36元

2021年平均客单价

110.90元

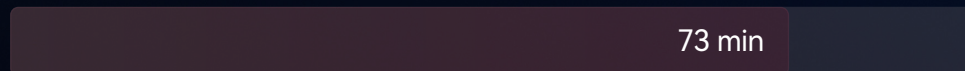
灯具安装服务价格受市场影响明显,波动较大。由于行业标准化程度高,服务平均客单价较为稳定,约为 93 元。

▶▶ 2024灯具类服务时长变化趋势

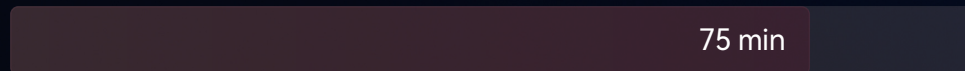
2024年平均



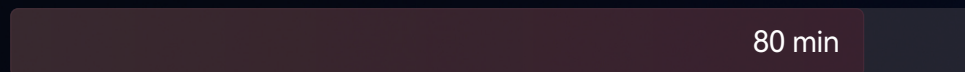
2023年平均



2022年平均



2021年平均



○ 2021-2024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，灯具安装效率持续提升，逐渐稳定在 70 分钟左右。

▶▶ 家电

01

中国家电市场规模走势

02

2024 厨电类服务单价变化趋势

03

2024 厨电类服务时长变化趋势

04

2024 空调类服务单价变化趋势

05

2024 空调类服务时长变化趋势

▶ 中国家电市场整体规模走势

○ 2015-2024E中国家电市场整体规模走势及同比

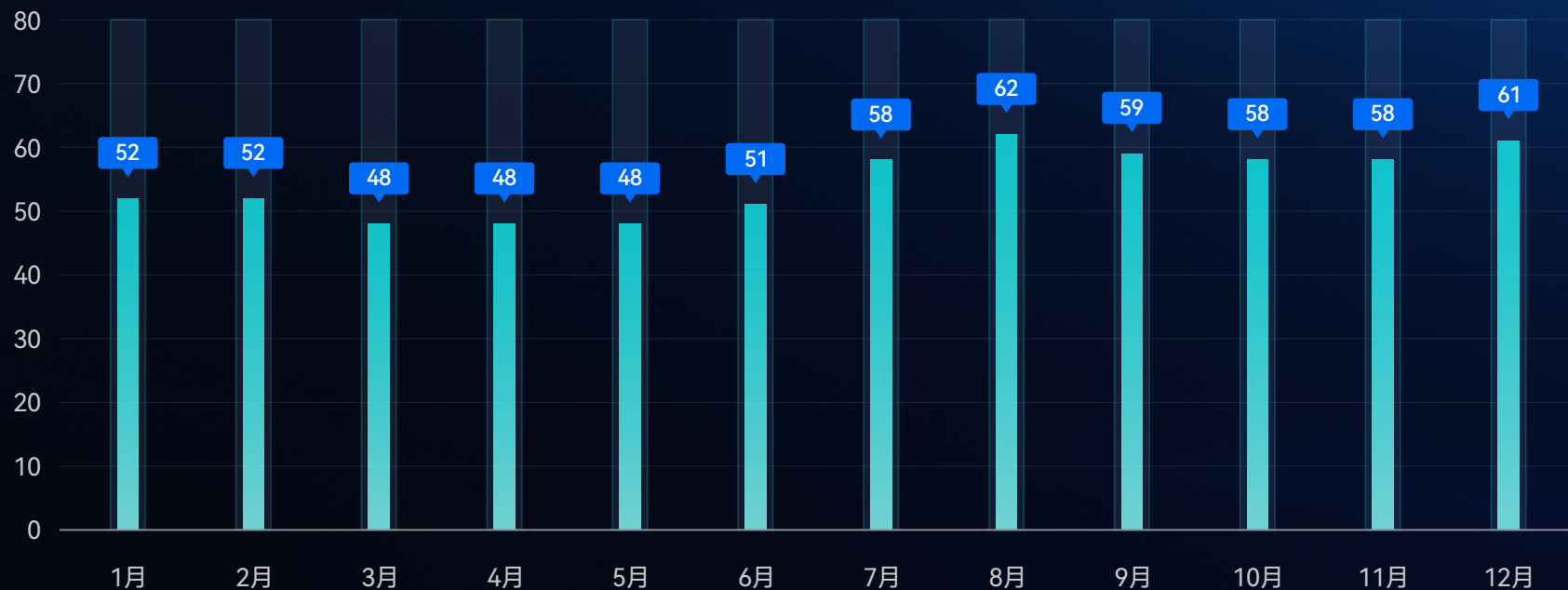


数据来源: 奥维云网 (AVC) 推总数据, 2015年-2024年

数据说明: 包含品类彩电/冰箱/冷柜/洗衣机/干衣机/空调/厨电(烟灶消)/集成灶/电热水器/燃气热水器/小家电(煲磁压豆料水榨/空气炸锅/电蒸炖锅/煎烤机/养生壶/咖啡机)洗碗机/微波炉/电烤箱/吸尘器/净化器/净水器/电风扇/电暖器

得益于各地陆续颁布的国补政策, 2024 年我国家电市场规模持续扩大, 较上年出现显著增长, 且增速明显提升。“以旧换新”政策有效拉动内需, 成功激活家居存量市场。未来, 随着政策在全国铺开, 我国家电市场整体规模将进一步扩大, 初步推测, 短期内将迎来高速增长。

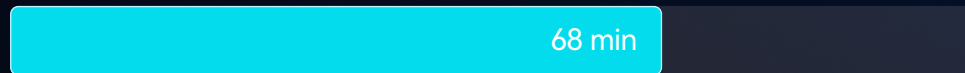
▶ 2024 厨电类服务单价变化趋势



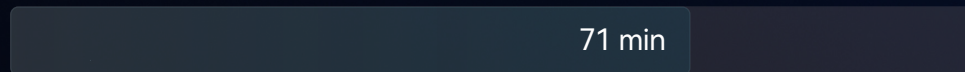
市面上常见的厨房电器以燃气灶、消毒柜、抽油烟机为主,其产品标准化程度高,安装便捷,采购单价约为 54 元 / 台,如需要安装额外配件,则整体服务费用将有所上涨。

▶ 2024 厨电类服务时长变化趋势

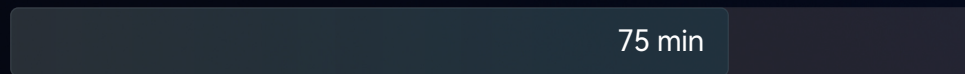
2024年平均



2023年平均



2022年平均



○ 2022-2024厨电产品安装时长

燃气灶、消毒柜、抽油烟机厨房电器丰富多样，功能、外观、材质大相径庭，安装难度也各有不同。据平台数据显示，厨电产品平均安装时长维持在 70 分钟左右。

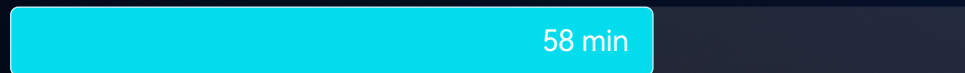
▶ 2024 空调类服务单价变化趋势



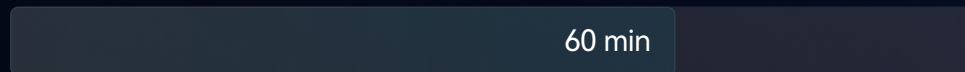
空调安装服务价格因品牌、型号、安装难度和安装环境的不同而有所差异。整体而言,常规空调的基础安装费用约为 100 元 / 匹,如需打孔、安装室内外机支架或排水软管等其他服务,则需要增加特殊安装费用,如高空作业费、打孔费、吊装费等。

▶▶ 2024 空调类服务时长变化趋势

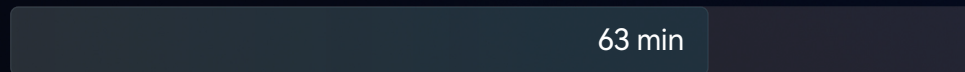
2024年平均



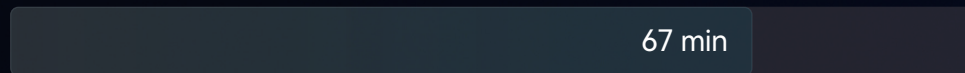
2023年平均



2022年平均



2021年平均



○ 2021-2024空调安装时长

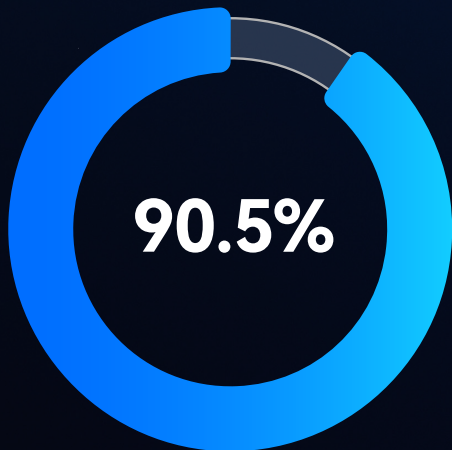
中国城镇家庭空调普及率已超过130%，农村家庭空调普及率也达到71.3%。空调作为常见家用电器，标准化程度高，零配件高度统一，因此安装时长稳定在60分钟左右。

04 2024家居服务业问题剖析

▶ 2024 家居服务业主要问题：线上普及率较低

线下需求

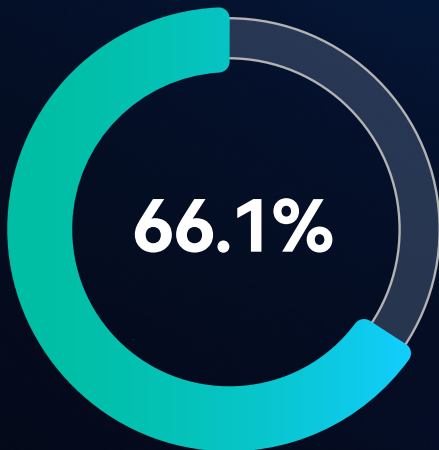
家中有使用过
家居售后相关服务



90.5%

线上需求

有通过互联网
家居售后服务平台下单
找服务的经历

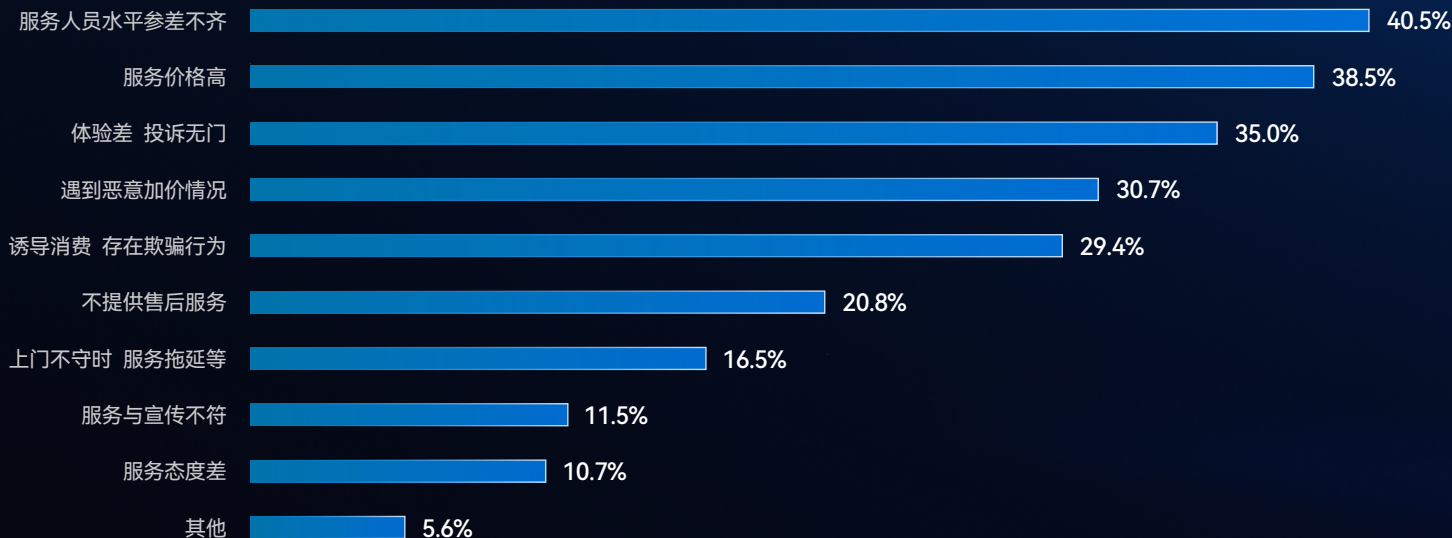


66.1%

在使用过家居售后相关服务的用户中, 9 成用户通过五金店、专卖店、家居卖场、楼道广告、物业等线下渠道解决家居服务需求, 仅有 66% 用户曾通过互联网平台下单服务。随着互联网技术发展, 越来越多居民将选择便捷高效的线上服务平台解决居家麻烦。

▶ 2024 家居服务业主要问题：整体服务体验差

○ 中国消费者在体验家居售后服务时遇到的问题



家居服务业正处于高速成长期，相关政策法规并未完善，问题层出不穷。服务水平参差不齐仍是影响消费体验的主要因素，其次是服务价格高、投诉无门。除价格因素以外，导致服务体验差的主要原因在于服务者职业化程度低。相较于其他需要持证上岗的职业，行业对家居服务者的技能无法通过证书认定。部分服务人员缺乏系统的培训学习，无法将实际经验凝练成自身技能，且尚未形成服务业从业人员的基本素养。

▶ 2024 家居服务业主要问题：服务保障缺位

家装家居消费人群
家居购买服务满意度分布



家装家居消费人群
家居交付及售后环节痛点分布



纵观整个家居消费链条，售后服务、维修及维护服务是家居用户满意度最低的环节，在极大程度上影响消费体验，有损品牌形象。从用户反映的痛点来看，新时代家居用户在交付及售后上呈现出对服务时效、便捷性及保障的诉求。其要求企业拥有一套健全服务体系，不仅涵盖送装这类基础服务，还需一站式解决拆旧、清运、维修、换货等售后难题。

▶ 2024 家居服务业主要问题：缺乏健全售后体系

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

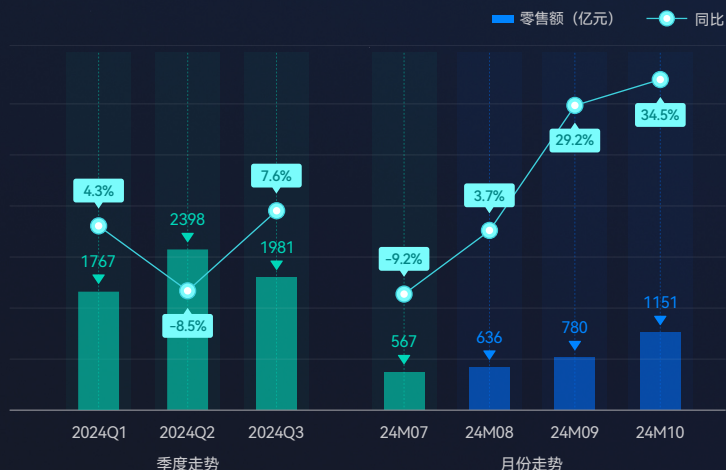
家居消费口碑全景

售后服务作为家居品牌产品力延伸的重要组成部分，被视为考验消费者耐心的“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，售后缺位的情况时有发生，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 2024家居服务业趋势预测

▶ 2024 家居服务业发展趋势：以旧换新

○ 2024我国3C家电市场增长走势



○ 家装家居消费及计划人群家居产品 换新理由TOP3

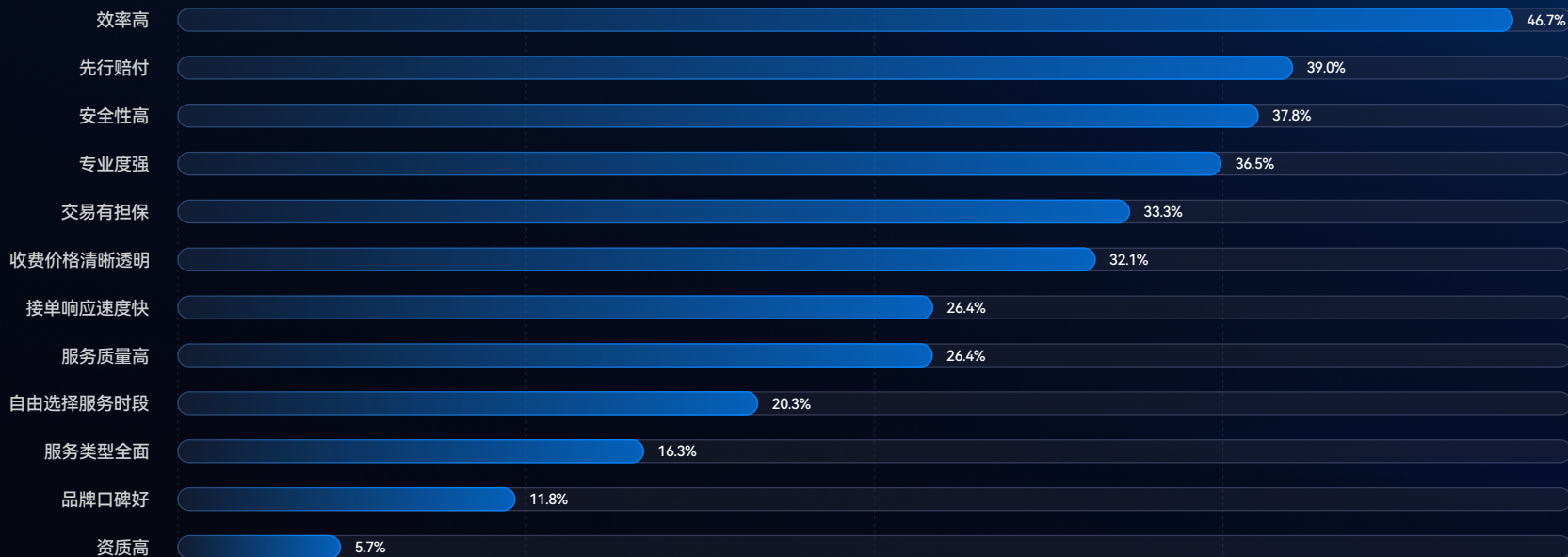
家具	老旧磨损	53.8%	风格过时	35.1%	看到更好看的	32.1%
定制家具	老旧磨损	45.6%	风格过时	35.6%	看到更好看的	29.8%
卫浴	老旧磨损	41.7%	损坏	27.1%	风格过时	26.4%
灯具	风格过时	34.3%	看到更好看的	31.5%	损坏	31.4%
智能家具	看到有新功能的	35.9%	损坏	31.1%	看到更好看的	27.5%
厨具	老旧磨损	38.8%	看到更好看的	37.1%	风格过时	33.4%
家居饰品	风格过时	43.6%	老旧磨损	42.0%	看到更好看的	39.6%

数据来源: 艾瑞咨询

伴随着居民居住观念改变, 叠加“以旧换新”政策, 家居市场潜在需求蓬发。除去基础实用性更换需求, 美观、智能等进阶型驱动因素凸显。一方面, 老旧磨损、损坏等致使家居产品无法使用的刚性更换需求是驱使消费者换新的主要原因; 另一方面, 因为风格过时、追求美观和新功能等个性因素而更换家具的消费者占比较大。以拆旧、清运、返货、换货为主的一站式“焕新”需求将随之爆发。

▶ 2024 家居服务业发展趋势：价值重构

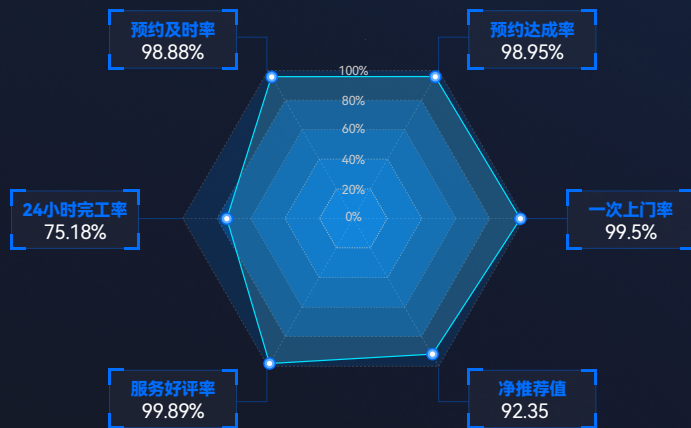
○ 中国消费者选择在互联网家居服务平台下单售后服务原因



服务效率、赔付政策以及安全性是影响消费者决策的重要因素。由此可见，服务效率、售后保障、服务安全、技能水平是家居服务的基础价值。家居服务平台应从时效、保障、安全和技能水平四个维度全面洞悉用户需求，建立一套科学系统的服务质量评估体系，从而严格把控服务品质，持续提升行业整体服务水平。

► 2024 家居服务业发展趋势：数智提效

○ 万师傅服务数据图



○ 万师傅智能推单机制

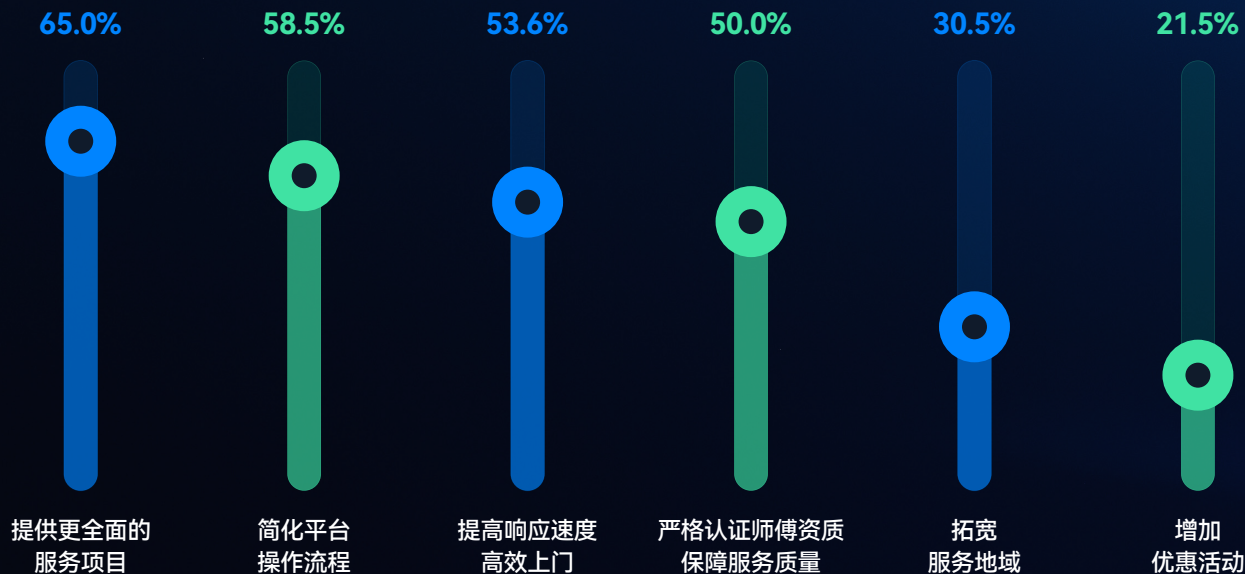


亿欧智库：万师傅服务数据图及智能推单机制

在理性、谨慎的消费观指导下，家居用户对服务确定性要求显著提升，尤其是服务时效。物流和快递行业持续升级，“最后一公里”交付服务直接影响消费体验。以万师傅为参考，平台通过一系列健全履约机制，从响应速度、预约及时率、上门及时率和 24 小时完工率等多维度保障服务时效的确定性。“当日装”服务在“时间确定”上做到极致，精准把控服务流程的每个时间节点，提供高度标准化的服务，改变“开盲盒”的传统生态，让用户放心、安心、省心心地享受服务。

▶ 2024 家居服务业发展趋势：服务升级

○ 消费者对未来互联网家居售后服务平台的发展期待



2024 年家居用户调研中，消费者期望家居服务平台能做到服务项目更全面、操作流程更简单、响应速度更快。真正有价值的服务，需要立足用户视角，切实解决困扰用户的家居难题，满足消费者日益变化的多元需求；且要求服务者技能水平和职业素养兼具，在服务品质和服务时效上达到超出预期的效果，打造令人舒心的服务体验。

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”“以旧换新”“业态融合”“适老化改造”成为年度关键词。
- 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。
- 基于定期市场调研及独家数据分析，万师傅生成此报告，期望加速推进家居行业创变，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，助推泛家居行业高质量发展。

联合发布品牌



(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:

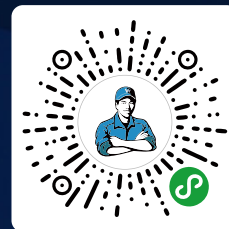
wsf@wshifu.com

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