



2025

家居服务行业 洞察报告

+ REPORT ON CHINESE HOUSEHOLD
SERVICE INDUSTRY

© ALL RIGHTS RESERVED BY WANSHIFU

前言

- 2025 年，国际形势动荡变化，世界经济在产业链重构中寻找平衡。国内经济供强需弱矛盾突出，叠加房地产市场深度调整等影响，家居行业竞争加剧，市场增速放缓，整体体感仍处于低温环境。然而，以旧换新政策加力扩围，各地补贴频发，老旧家具家电置换、厨房卫浴局部改造等存量需求加速释放，为市场注入稳定动力，行业展现出强大韧性。
- AI 技术深度融入家居行业，带来颠覆性变革与创新机遇。许多家居企业尝试将 AI 技术运用于产品设计、生产制造，极大程度上提升企业运营效率，实现生产模式的革新。未来，聚焦新质生产力发展、精准探索 AI 技术应用路径的企业，或将在竞争中展现更强生存能力，引领行业高质量发展。
- 伴随信息技术持续升级，消费行业的信息壁垒土崩瓦解，互联网平台以其突破时空的优势重塑消费公平，我国进入消费者主权时代。当今消费主力更加追求消费的确定性和生活中的安全感，不仅关注产品品质，还注重过程的参与感，愿意为体验买单，在服务需求上呈现出强烈的个性化特征，追求功能以外的情感价值。

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

2025
中国家居服务业
问题剖析

05

2025
中国家居服务业
趋势预测

01

中国家居服务行业发展背景

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”。

中国家居服务行业相关重点政策

2025家居服务行业洞察报告

万师傅®

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》	<ul style="list-style-type: none">• 开设线上线下载电以旧换新专区• 加快实施家电维修服务提升行动• 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》	<ul style="list-style-type: none">• 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）》	<ul style="list-style-type: none">• 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
2025-11-26	工信部等六部门	《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》	<ul style="list-style-type: none">• 鼓励高能效家电、绿色建材家装等领域绿色低碳消费• 支持企业深入农村开展绿色建材、绿色智能家电下乡活动，提供产品维保、价值评估、上门回收及换新服务• 开展优质老年用品惠老助企行动，推进居家适老化改造

家居服务行业相关标准

2025家居服务行业洞察报告

万师傅®

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
13	LY/T 3356-2023 定制家居木质部品安装、验收和使用规范	2023-06-19	/	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

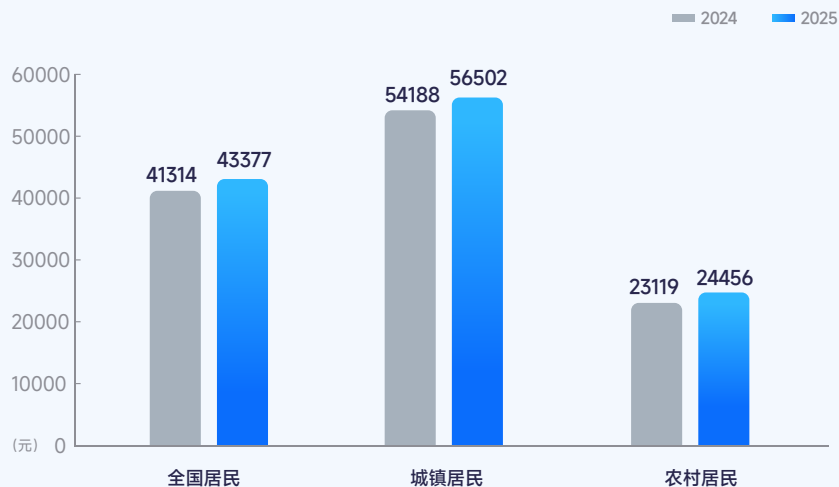
《家用和类似用途分体式
空调器室内机清洗技术规范》
团体标准发布

2025年12月

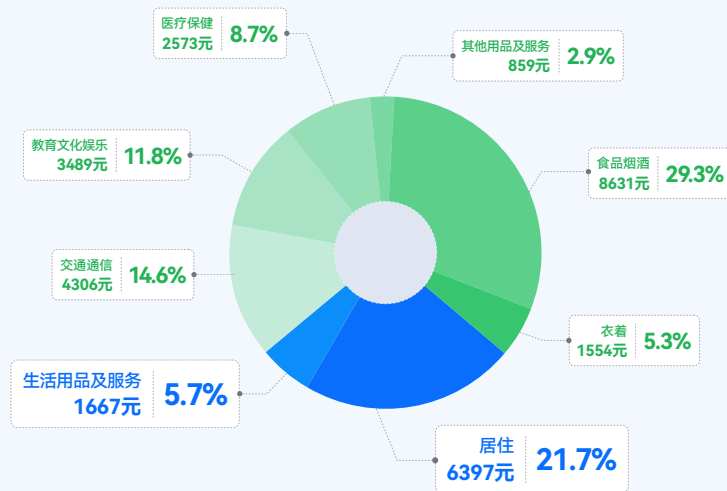
《智能家居施工安装规范》
团体标准发布

2025 居民收入与消费概况

2025年全国及分城乡居民人均可支配收入



2025年居民人均消费支出及构成

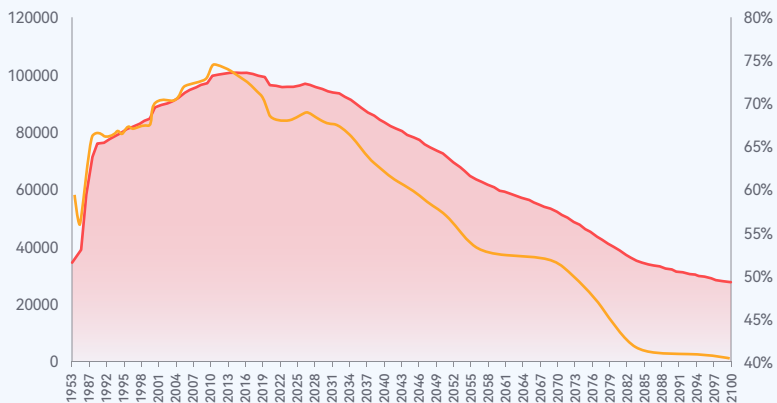


数据来源：国家统计局

国民收入保持稳定增长，居民人均消费支出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。目前我国正处在居民消费结构改善时期，服务性消费持续增长。

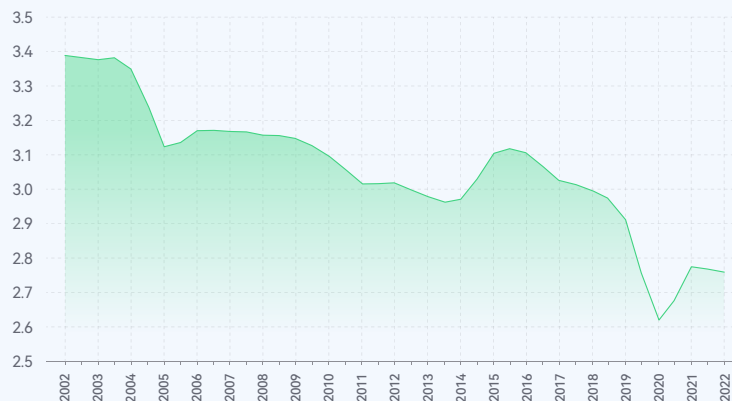
消费主力人口变化趋势

— 劳动年龄人口数量 (万人) — 劳动年龄人口占比 (%) 注: 15-64岁为劳动年龄人口



家庭规模变化趋势

— 家庭户规模 (人)

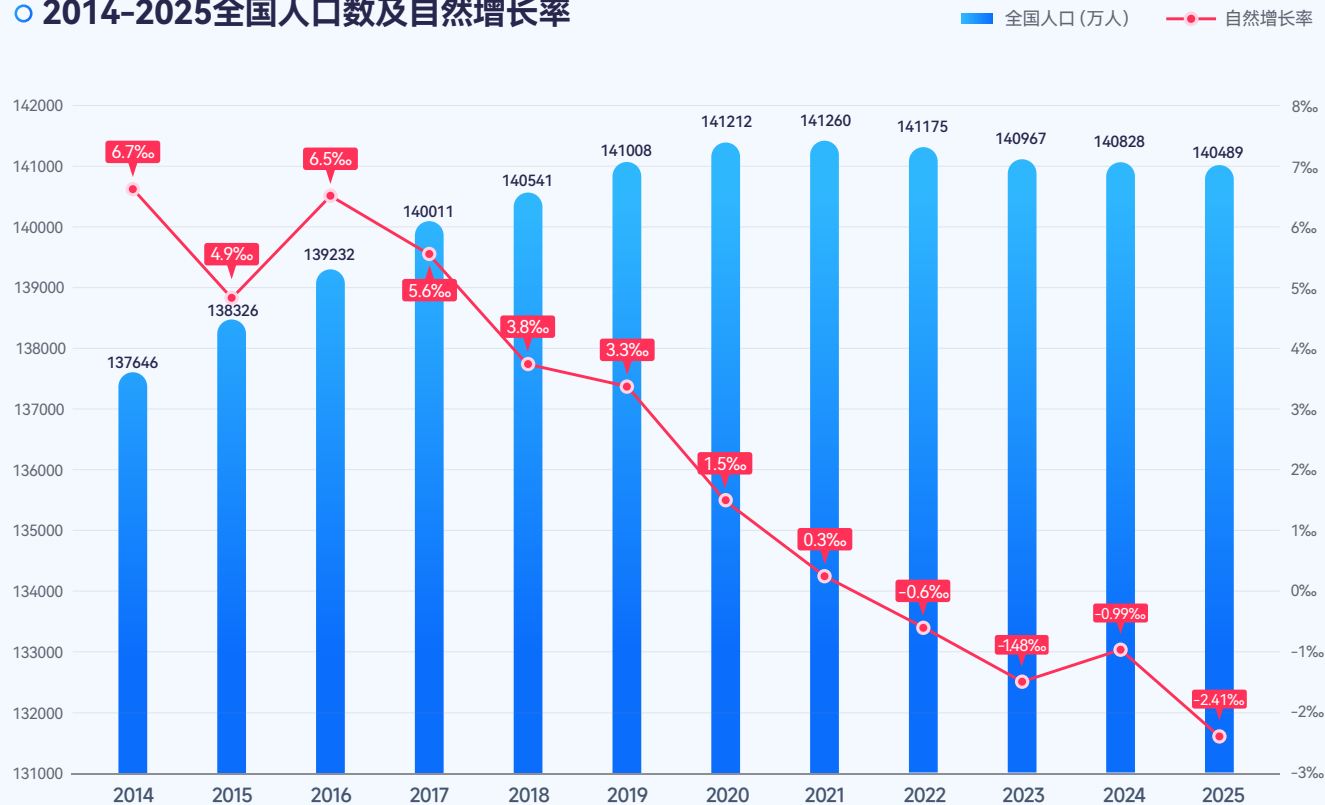


数据来源: 国家统计局, 育娲人口

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, 消费意愿下降, 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, 更加注重生活品质。

中国家居服务发展环境

2014-2025全国人口数及自然增长率

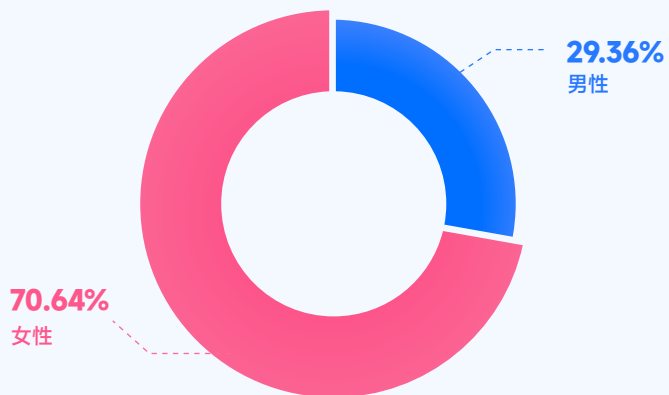


人口自然增长率持续下降,中国家庭结构正呈现出小型化、老年化、独居化的趋势。绿色人居、适老化改造、智能家居等细分市场将持续扩大,且伴随用户跨度增大,服务需求差异化特征进一步显现,服务产品应更加便捷、环保及安全。

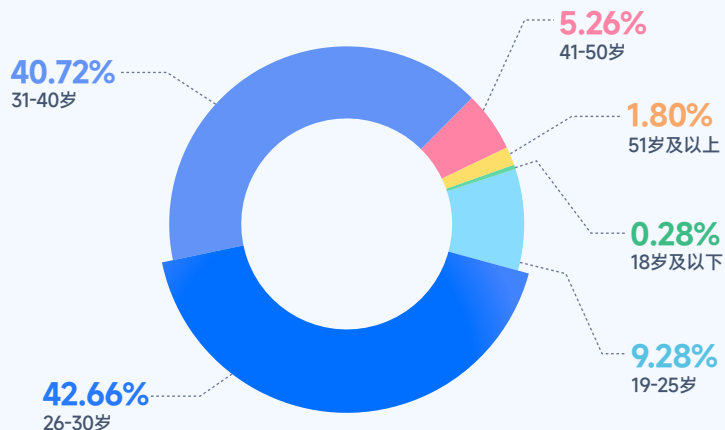
*数据来源:国家统计局

家居用户消费观念变迁

当代家居消费主力群体画像



当代家居消费主力群体画像

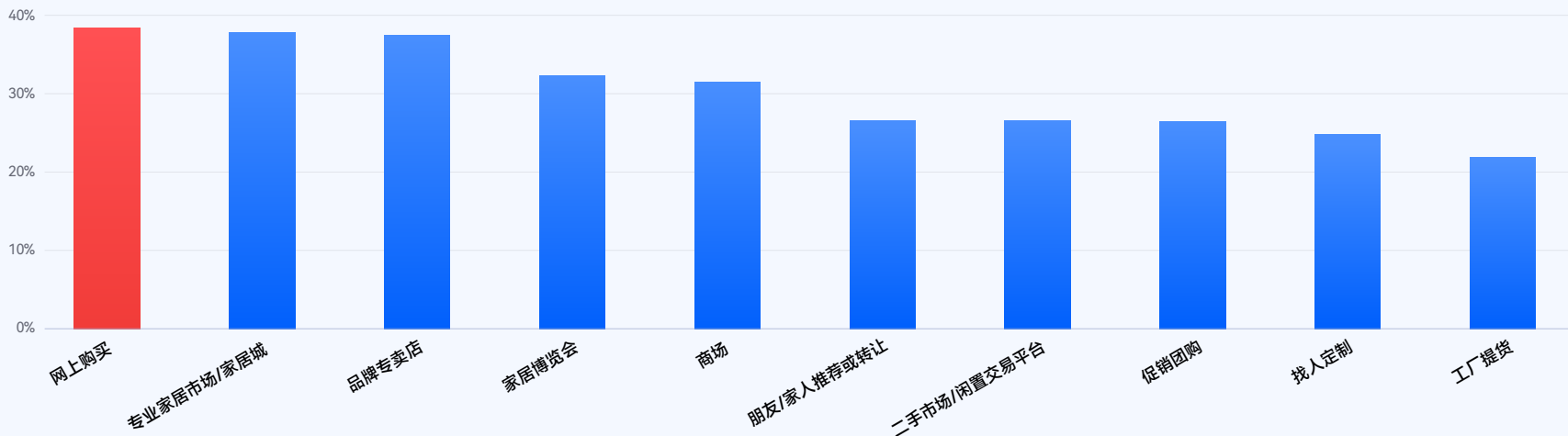


数据来源：艾媒咨询；样本来源：草莓派数据调查与计算系统；样本量：N=770；调研时间：2025年1月

家居用户跨度增大，主要集中在 26~40 岁年龄阶段，介于 85 后至 00 后之间，且女性购买力远超于男性。作为刚需产品，家居消费大多基于实用需求，消费者决策态度较为审慎，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。

家居用户消费观念变迁

2025年消费者购买软装产品的主要渠道

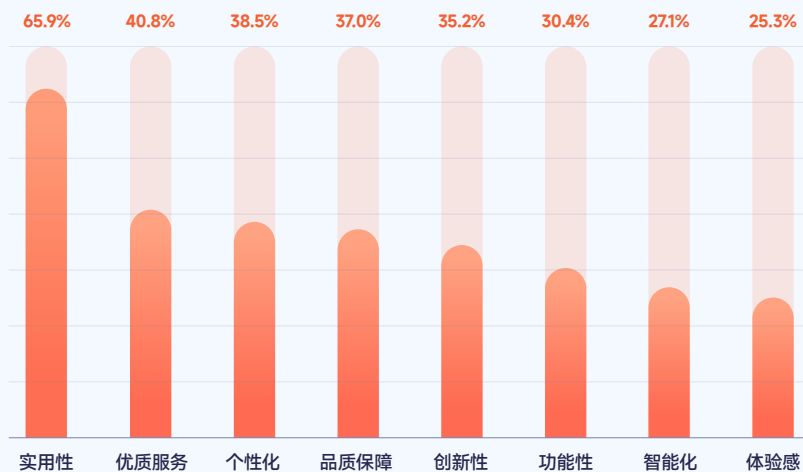


数据来源：艾媒咨询；样本来源：草莓派数据调查与计算系统；样本量：N=770；调研时间：2025年1月

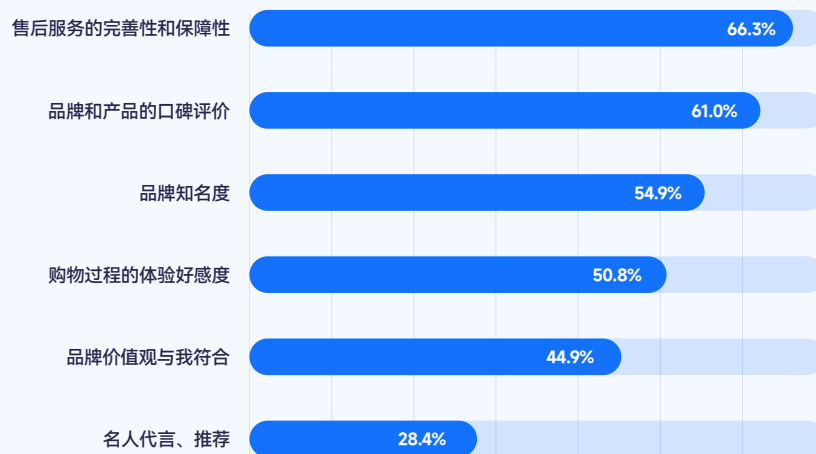
近年来,大众消费习惯发生深刻变化,决策路径从“线下重体验”逐步转向“线下轻体验 + 线上比价购买”。国家补贴叠加平台补贴,线上电商渠道的价格优势凸显,同时伴随物流与交付行业的快速发展,时效上的短板得以弥补,故线上渠道成为家居消费主阵地。企业在加快全渠道布局的过程中,构建一套覆盖全国的健全服务体系成为转型升级的必经之路。

家居用户消费观念变迁

家居消费需求方向



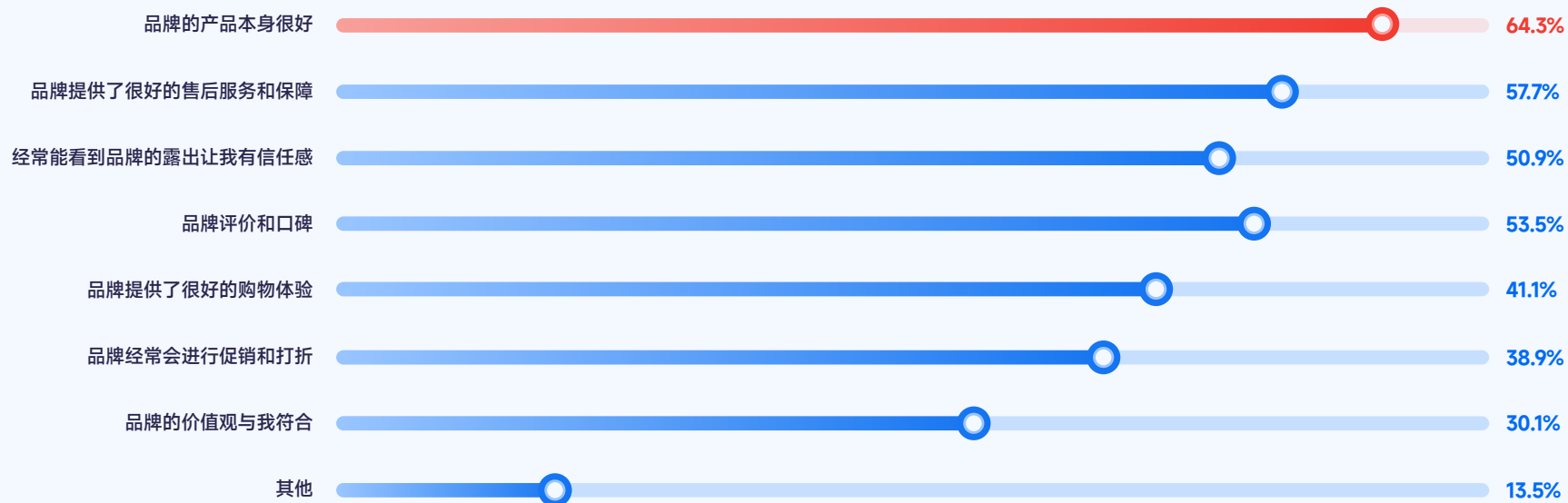
同类竞品影响消费决策因素



数据来源: HOME装饰界家居研究中心

当今存量市场产品同质化严重, 消费者在追求实用性的同时, 更加注重品牌是否具备优质服务与售后保障。交付体验与品牌形象直接挂钩, 良好的服务体验有益于树立品牌口碑, 增强用户粘性, 吸引“回头客”。

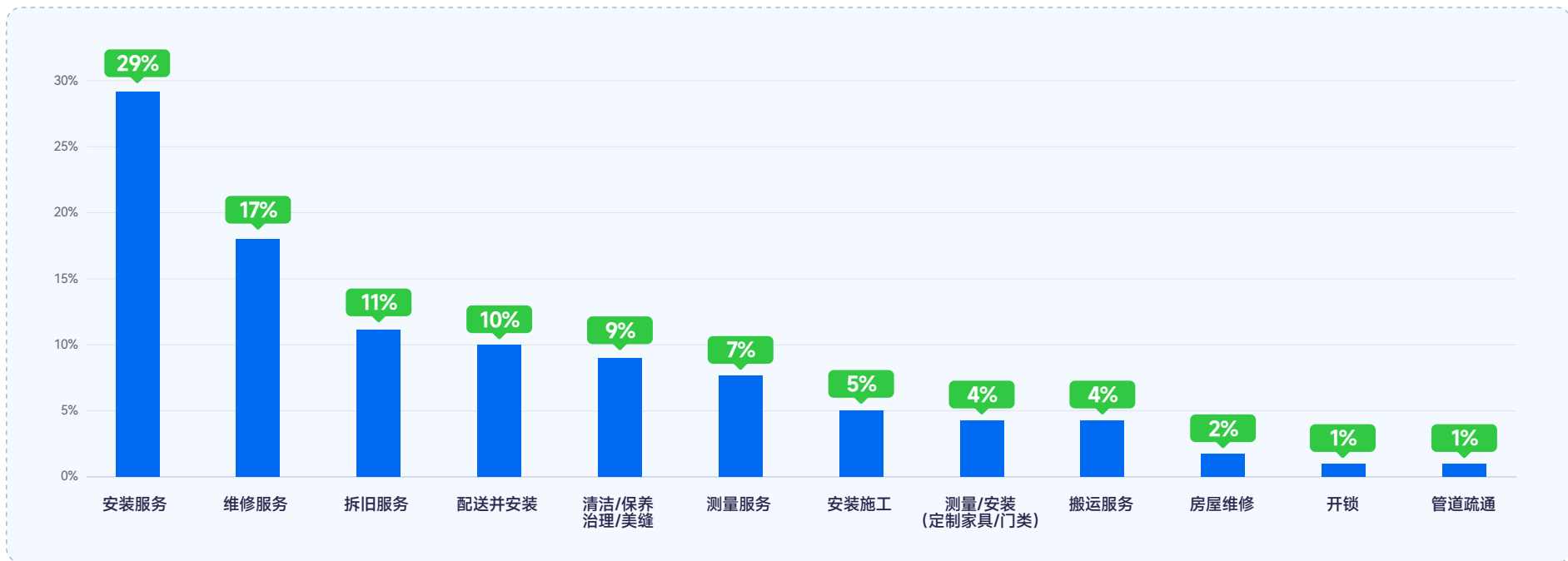
○ 消费者认为有助于建立忠诚度的因素



数据来源：HOME装饰界家居研究中心

现如今，家居消费者愈发重视产品的性能价值以及品牌所传达的形象、价值观，而非单纯地忠于某个品牌。同时，在产品本身之外，优秀的售后服务是建立用户忠诚度的关键，消费者期望在遇到问题时，能有便捷的渠道沟通和表达诉求，其次是售后响应速度。

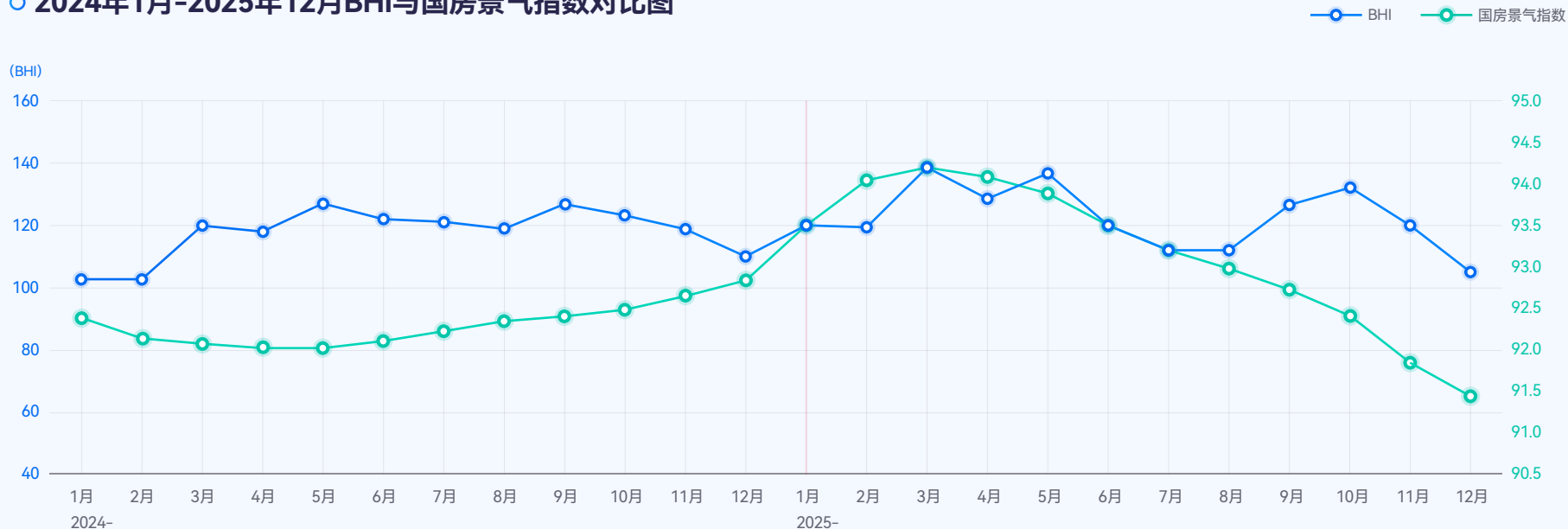
2025 家居服务使用场景



安装、维修是中国消费者最常使用的家居服务类型，其次是拆旧、配送安装和清洁。消费者主要通过专业师傅解决技术含量高的技能型服务需求。同时，随国民健康、环保意识觉醒，以清洗、保洁为代表的保养型服务需求均有上升。2025年，受“两新”政策影响，拆旧、测量等需求显著增长，居民消费结构持续升级。

中国家居建材市场变化趋势

2024年1月-2025年12月BHI与国房景气指数对比图

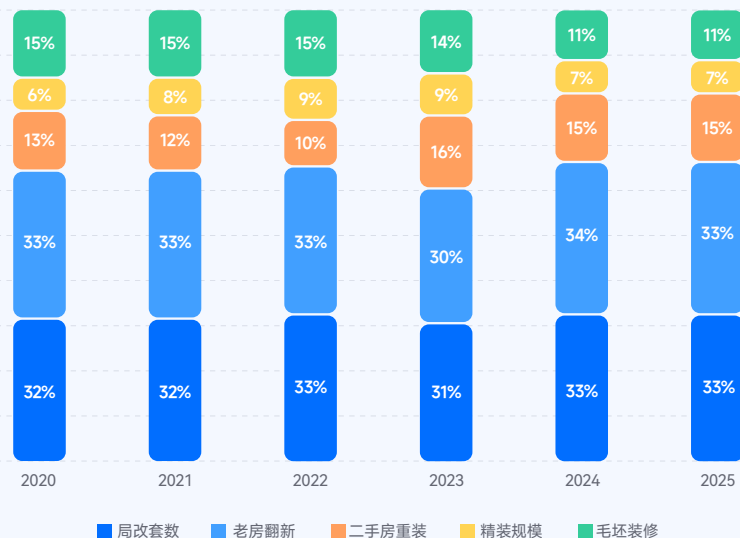


*数据来源：中国建筑材料流通协会 *BHI指数：全国建材家居景气指数，由商务部和中国建筑材料流通协会联合发布，通过采集各建材大卖场的营业面积、每月的营业额、每月顾客人数、每月的就业人数等数据，得出综合反映全国建材家居市场景气情况的指数。

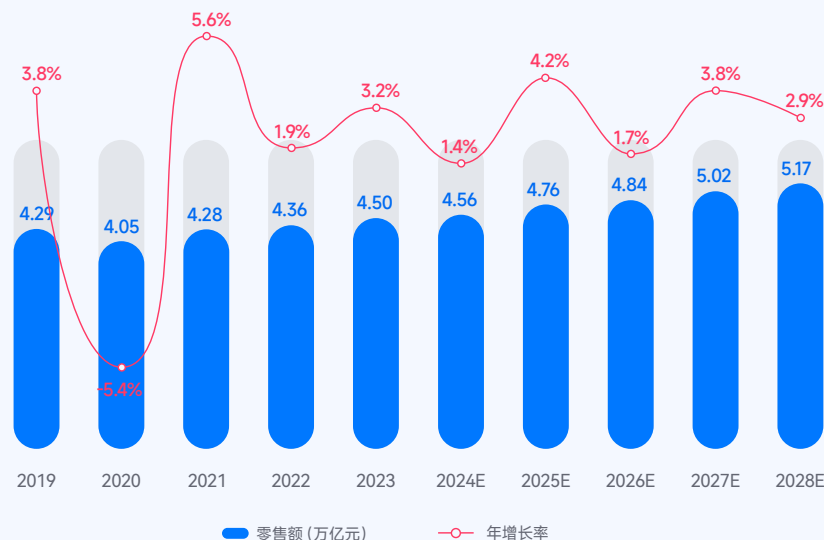
2025年，房地产行业持续下行，国房景气指数呈下降趋势。同期BHI(全国建材家居景气指数)波动上升，整体增长较为平稳。我国已步入存量房时代，“两新”政策扩围实施，内需逐步释放，家居市场展现出强大韧性。截至2025年11月，以旧换新带动家装厨卫“焕新”超1.2亿件。

家居行业零售规模增长情况

2020年-2025年不同类型家装套数结构分布



2019-2028E中国家居行业零售规模及年增长率



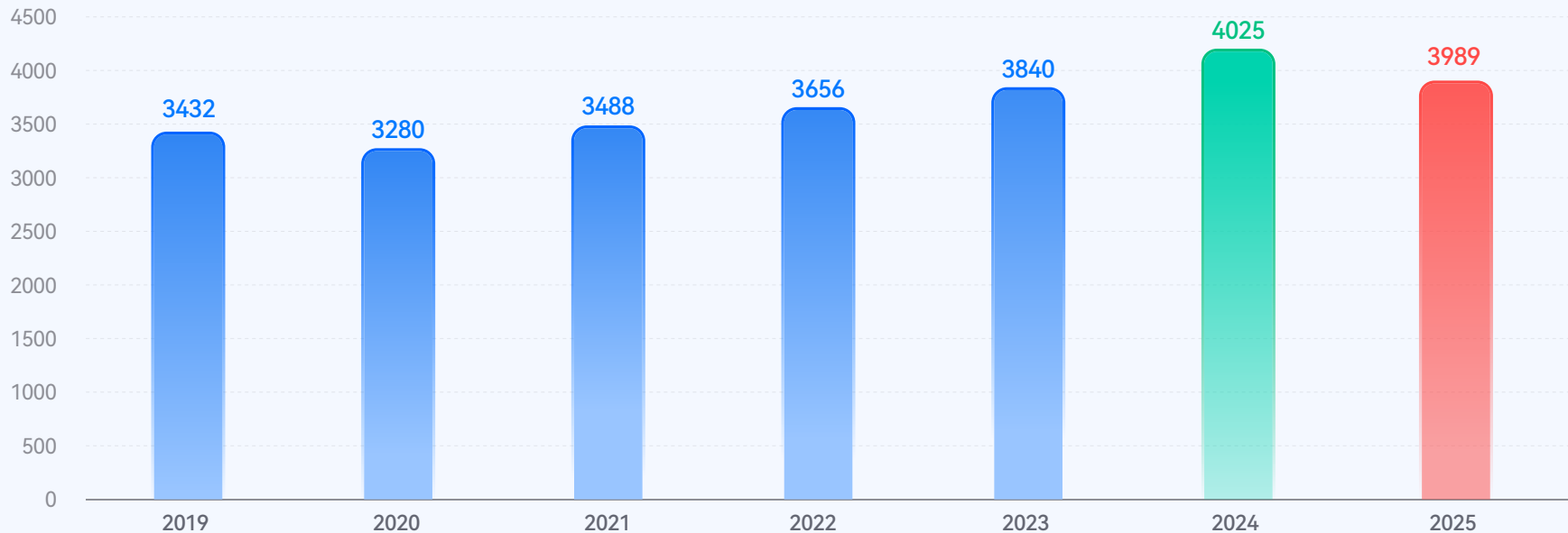
数据来源: 亿欧智库

以局部改造、旧房翻新和二手房重装为主的存量需求成为市场主要增长点。随着新型城镇化建设的推进、乡村振兴战略的实施、城市更新行动的开展、“两新”政策的推动等国补政策的大力加持,未来家居市场零售规模将持续扩大。

中国家居服务行业市场规模

2019-2025年家居服务行业市场规模

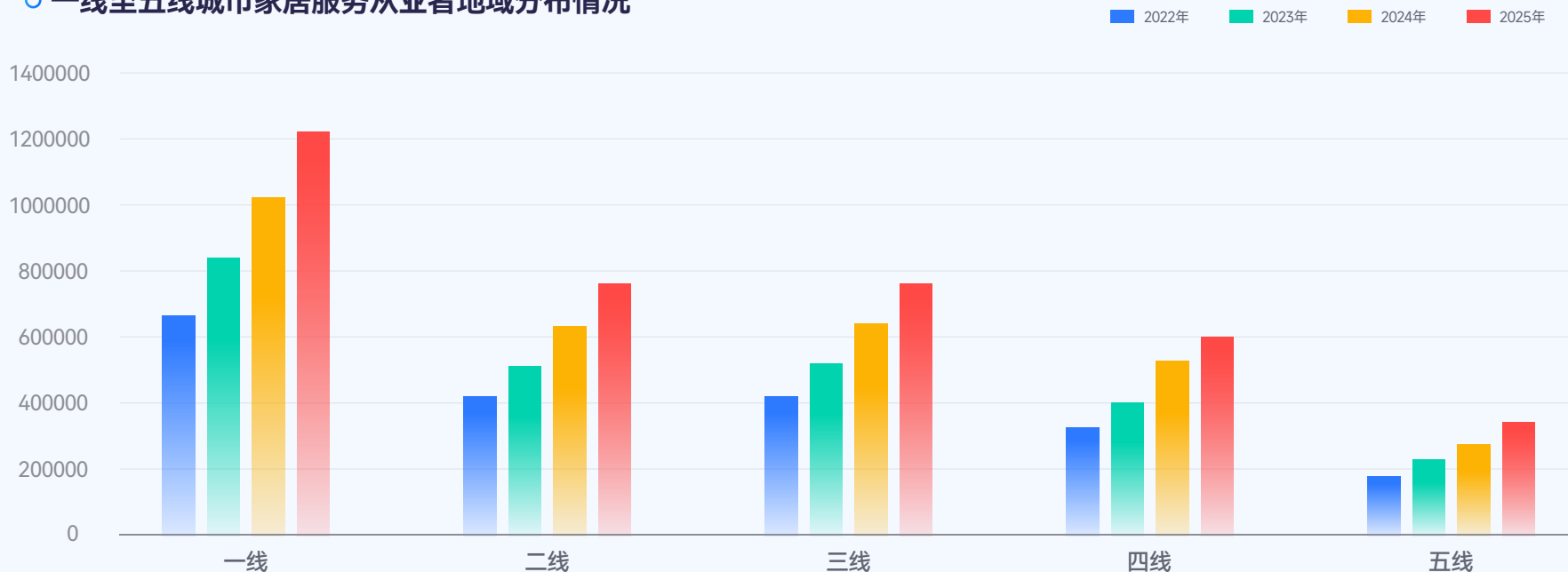
(亿)



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增长。在消费需求升级趋势下,消费者对居住空间的品质、功能、设计、环保、适老、安全等方面提出了更高要求,相对应地,也为家居建材产业转型升级提供了方向。

中国家居服务从业者规模

一线至五线城市家居服务从业者地域分布情况



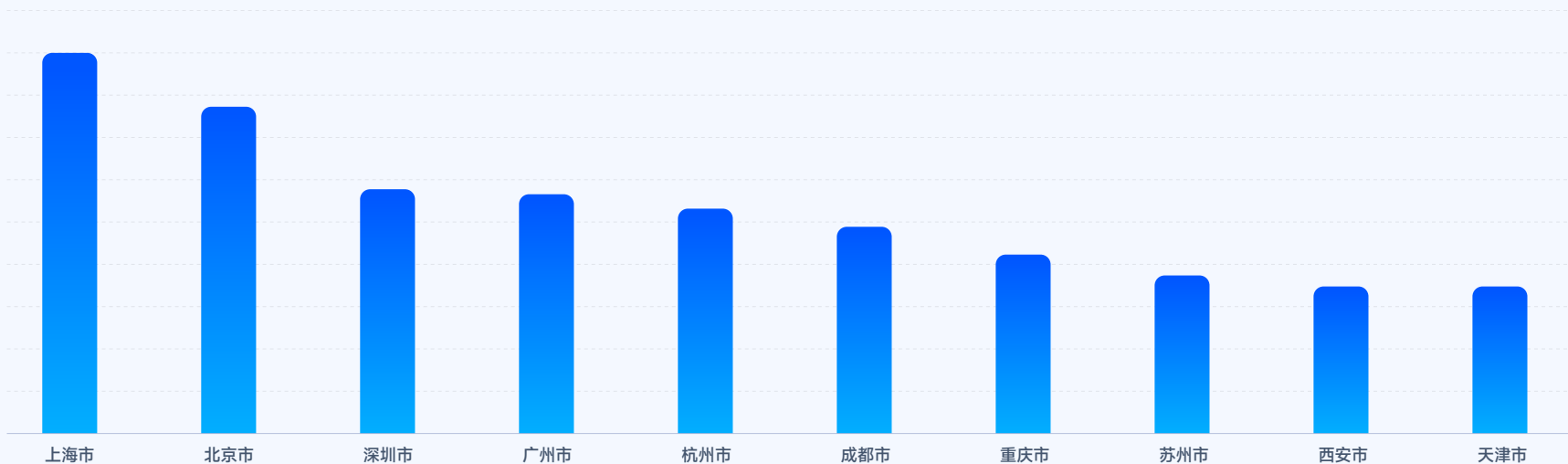
2025年，家居服务者从业规模持续扩大，在地域上呈两极化分布。服务者随市场需求流动，主要集中在一线城市。同时，我国城镇化进程加快，二手房翻新和旧房改造需求蓬发，二三线家居服务需求持续上涨，家居服务从业者规模随之增长。

02

中国家居服务行业发展现状

● 2025 全国城市家居服务需求

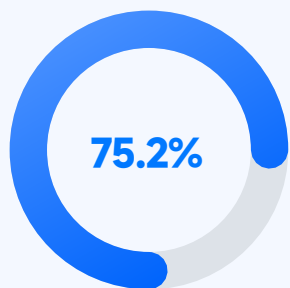
○ 家居服务需求量城市排行



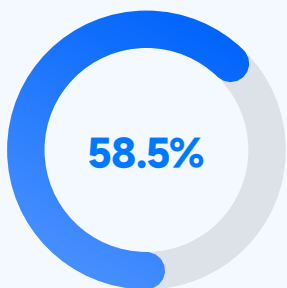
我国消费结构优化升级，国民服务性消费持续上涨。服务需求与当地消费实力呈正相关，消费分化明显，服务需求集中在超一线及新一线城市。以北京、上海为代表的超一线城市，居民更加注重生活品质，倾向于“让专业的人做专业的事”的生活方式，享受服务，感受生活。

● 消费者选择服务平台的考虑因素

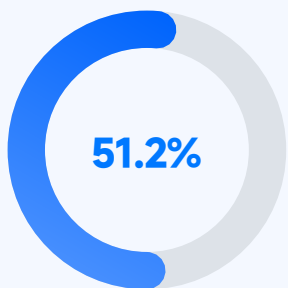
○ 中国消费者选择互联网家居售后服务平台时关注因素



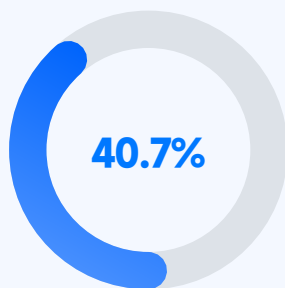
用户评价及口碑



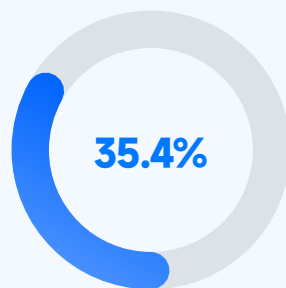
安全性



服务价格



平台知名度

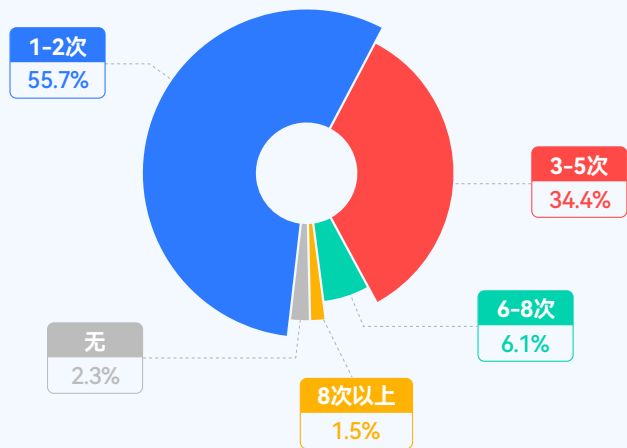


售后服务响应时间

用户评价及品牌口碑是影响消费者决策的首要因素，其次是安全性和服务价格。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”的乱象，消解用户隐忧。

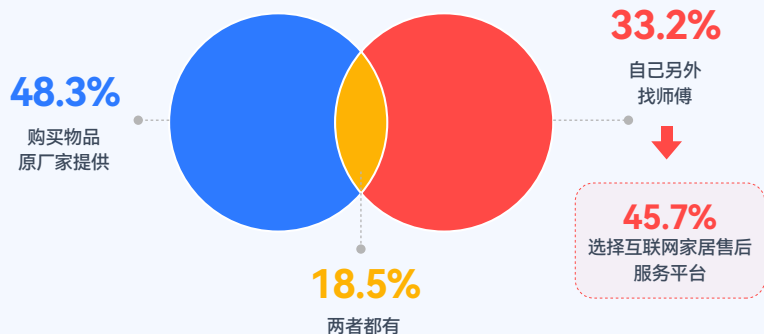
2025 消费者家居服务需求情况

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

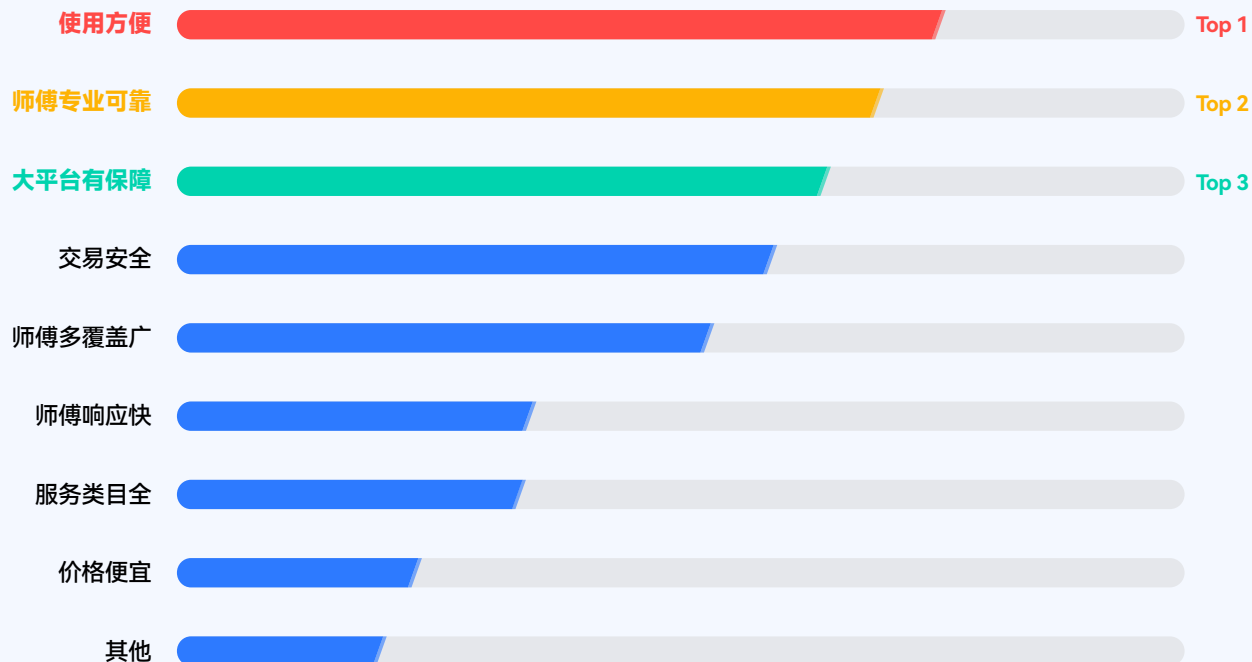


*样本来源：草莓派数据调查与计算系统 *样本量：N=1308 *调研时间：2024年4月

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。

家居企业关注因素

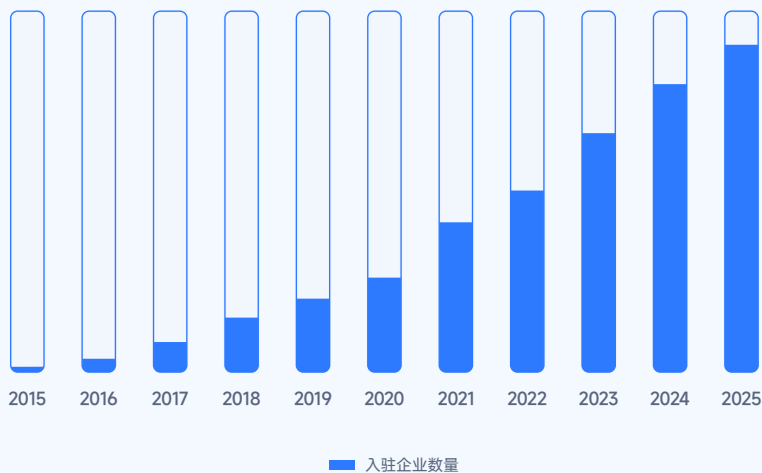
企业选择服务平台的考虑因素



服务交付作为消费者感知最为直观的一环,与品牌口碑直接挂钩。家居企业选择平台作为强力后盾的主要原因在于使用方便、师傅专业可靠、平台有保障。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供给确保覆盖范围和用户体验,树立良好品牌口碑。在专业平台的服务力与覆盖力加持下,企业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,谋求确定性增长。

2025 家居服务业发展趋势

2015-2025年构建数字化服务体系家居企业概况



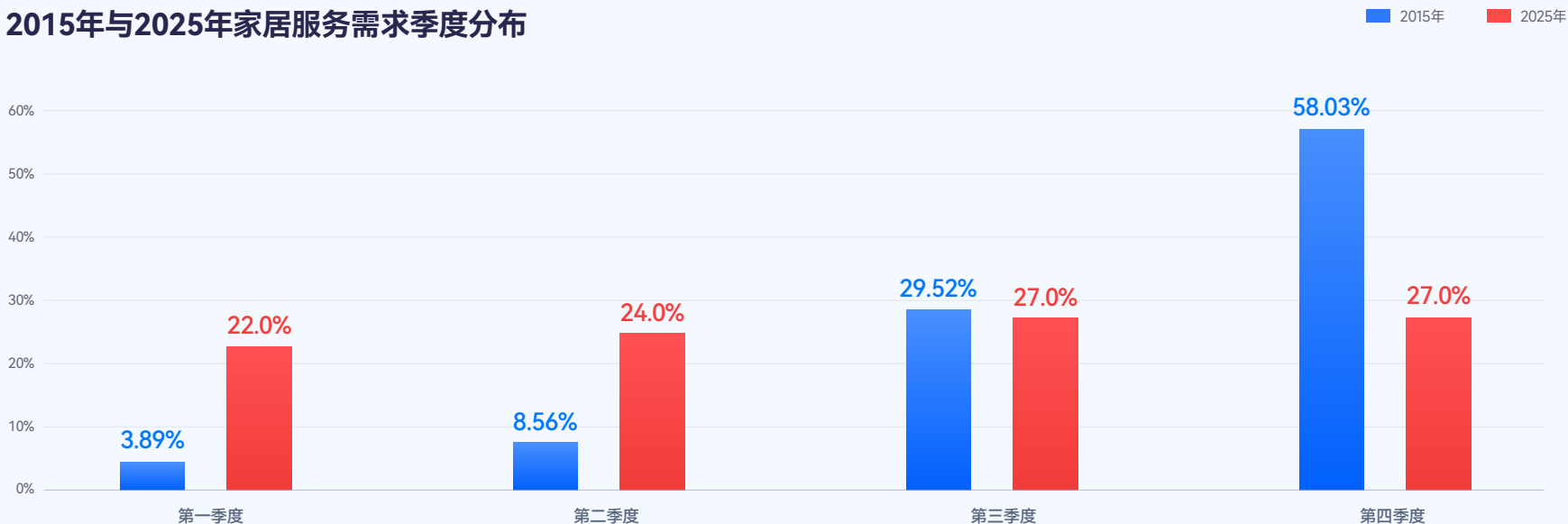
2016-2025年企业一站式交付需求增长趋势



家居市场与房地产行业逐渐脱钩，产业数字化转型进程加快，线上线下渠道加速融合。为缩减售后成本、扩大销售版图，绝大多数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。

2025 家居服务需求季度变化

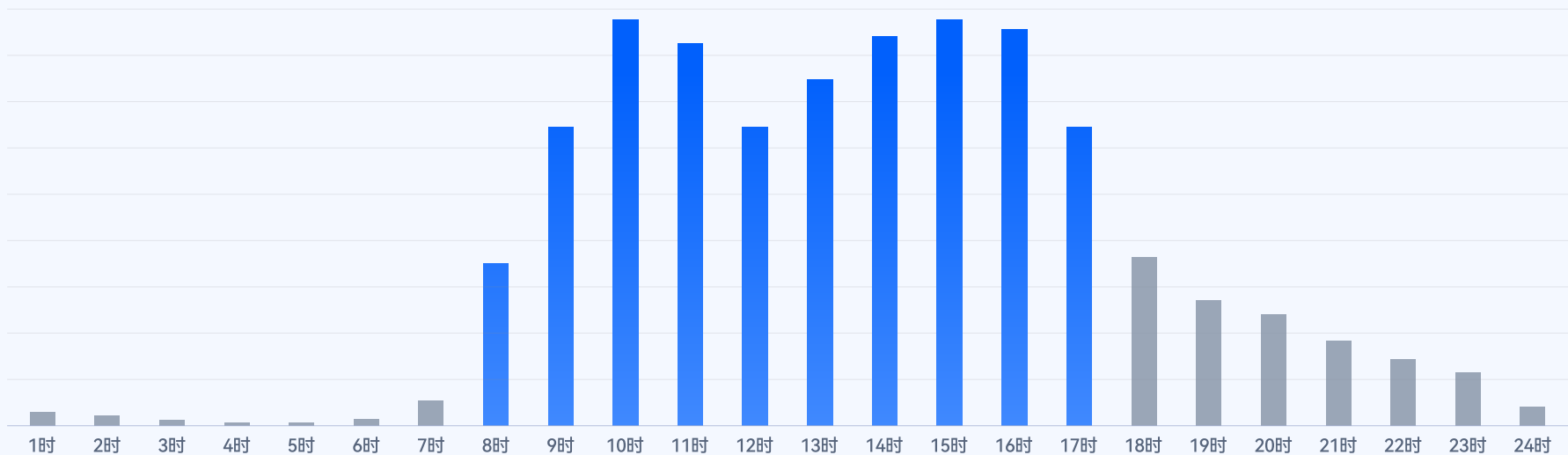
2015年与2025年家居服务需求季度分布



伴随家居行业数字化转型持续深化，线上线下渠道深度融合，电商平台常态化促销叠加各地政策补贴，使传统旺季的市场表现逐渐消弭。由于刚需属性，家居服务需求均衡分布。与此同时，数字化平台打破了供需双方在时空上的限制，服务性消费市场增长潜力加速释放。

2025 家居服务需求日变化趋势

家居企业下单时间分布

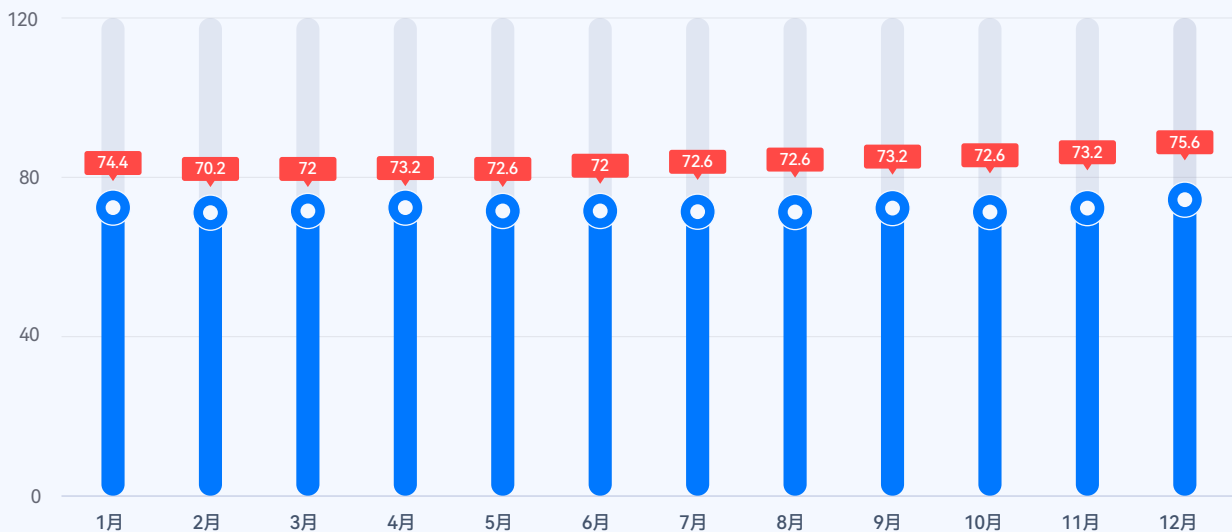


互联网技术在悄然之中改变了人们的生活习惯,当年轻一代消费者更倾向选择支持“48小时极速发货”的品牌,甚至愿意为加急服务支付溢价。未来,家居行业的竞争将加速从“产品功能战”转向“体验效率战”,能否构建快速响应消费者需求的敏捷体系,将成为品牌突围的关键。

2025 家居服务时长

师傅在客户家的服务时长

单位：分钟



2025年平均服务时长

72分钟

2024年平均服务时长

74分钟

2023年平均服务时长

75分钟

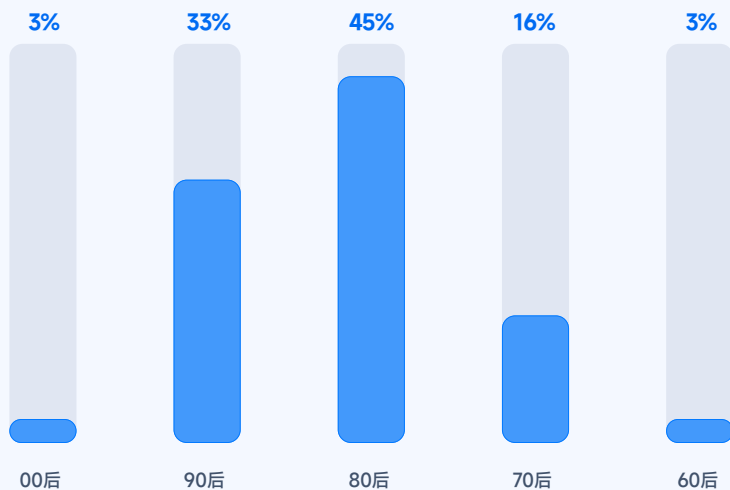
2022年平均服务时长

75分钟

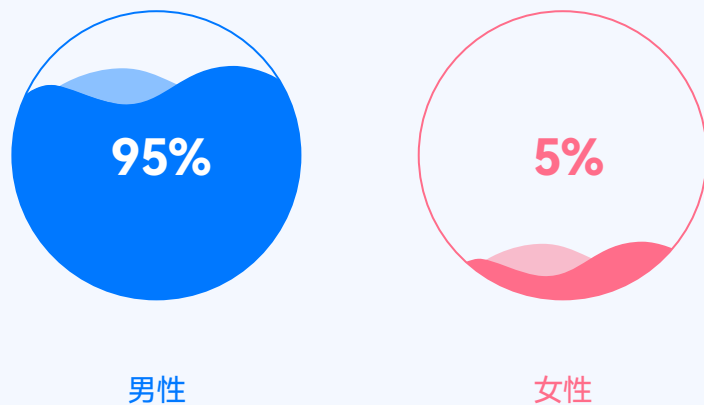
2025年,师傅从上门签到到服务完工,仅需70~75分钟。家居行业步入成熟阶段,产品标准化程度高,其配套服务流程已实现规范化,师傅技能熟练,服务时长趋于稳定。基于海量数据库与高新技术,平台精准匹配需求,为服务者规划最快捷的上门路径,节省路程与时间成本,从而实现即时响应,准时交付。

2025 家居服务从业者画像

师傅群体年龄结构



师傅群体性别结构



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。为应对日益变化的个性化需求，师傅主动提升职业素养与服务意识，立足消费者视角，将心比心，从时效、品质、态度等多角度加强服务水平。

2025 家居服务从业者地区分布

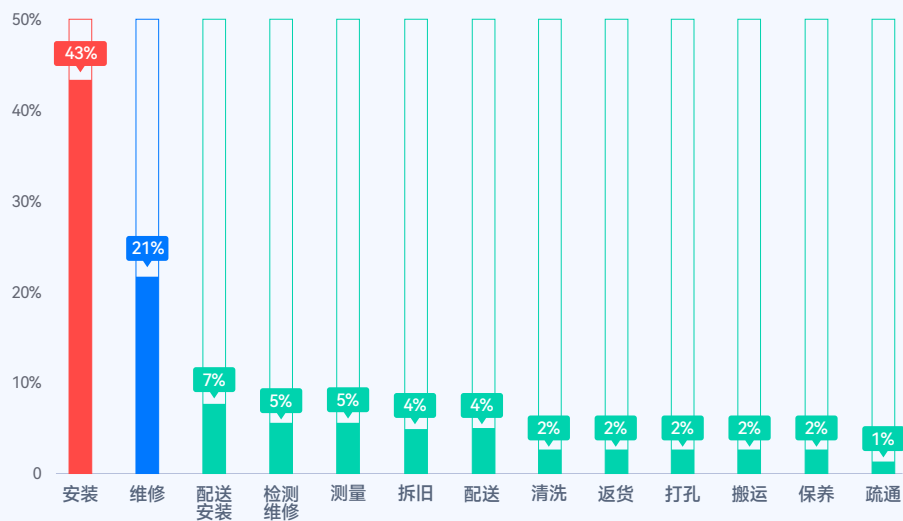
2025年各城市师傅数量排名TOP10



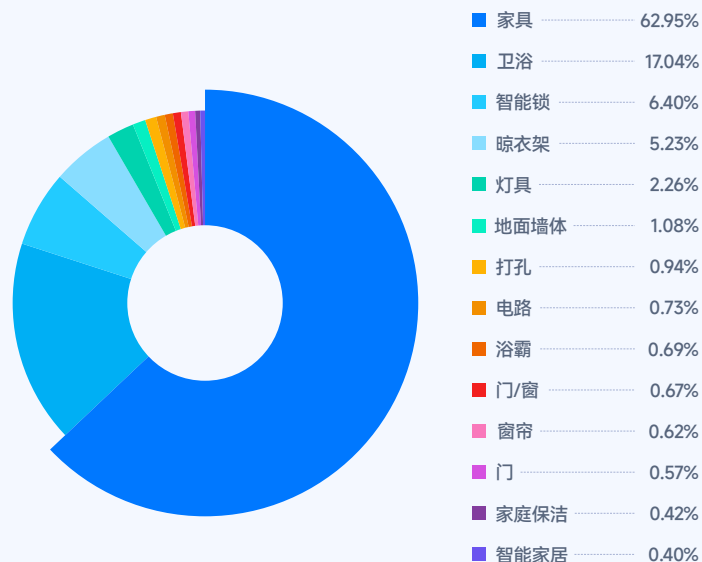
家居服务从业规模与当地消费水平呈正相关，同时受居民生活观念影响。一线及新一线城市仍是优质服务资源主要集中地，师傅数量连年稳定上涨。

2025 家居服务从业者类型分布

师傅主要服务类型

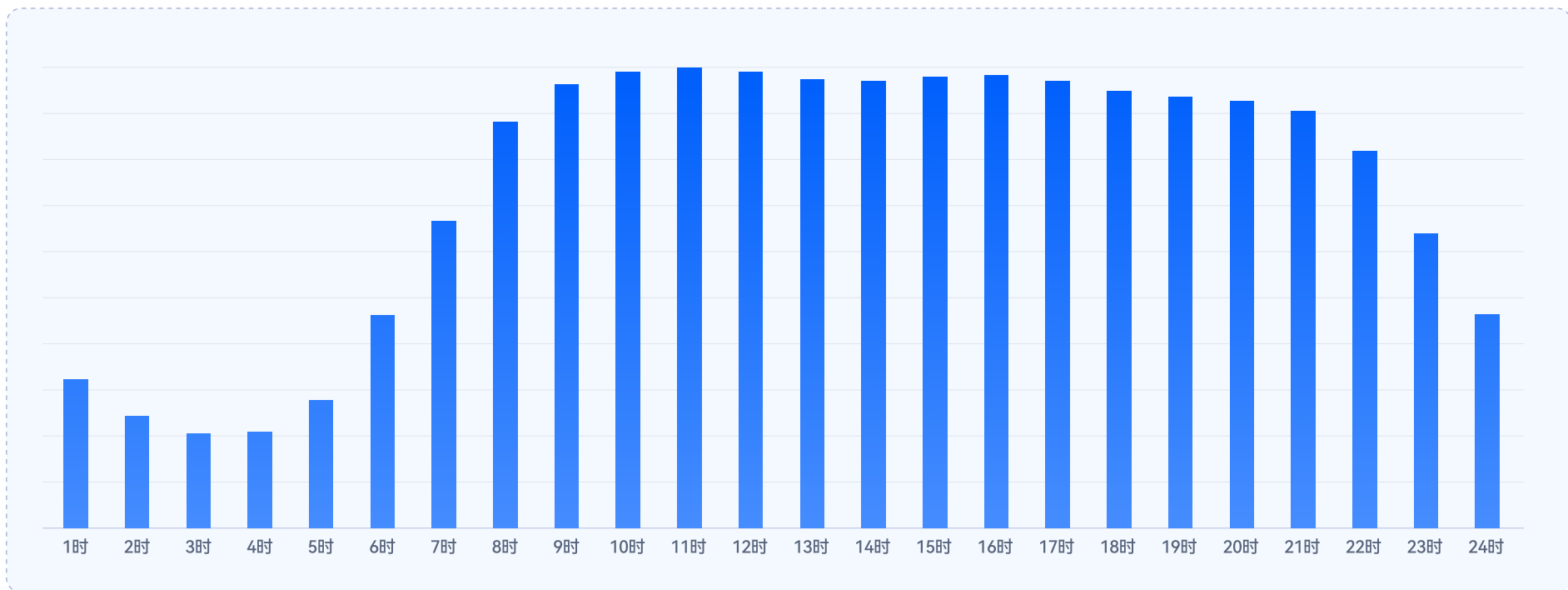


师傅主要服务类目



我国家庭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。服务者规模与日益增长变化的市场需求息息相关，也反映出国民消费升级趋势。

2025 师傅接单活跃时间



2025 年服务需求蓬发,平台师傅 24 小时在线,全天候待命。从早上 7 时至深夜 24 时,皆有大量师傅活跃在平台报价接单。为满足用户紧急需求,万师傅推出“当日装”、“当日修”服务,第一时间实现“所购即所得”,保障家居消费体验。

03

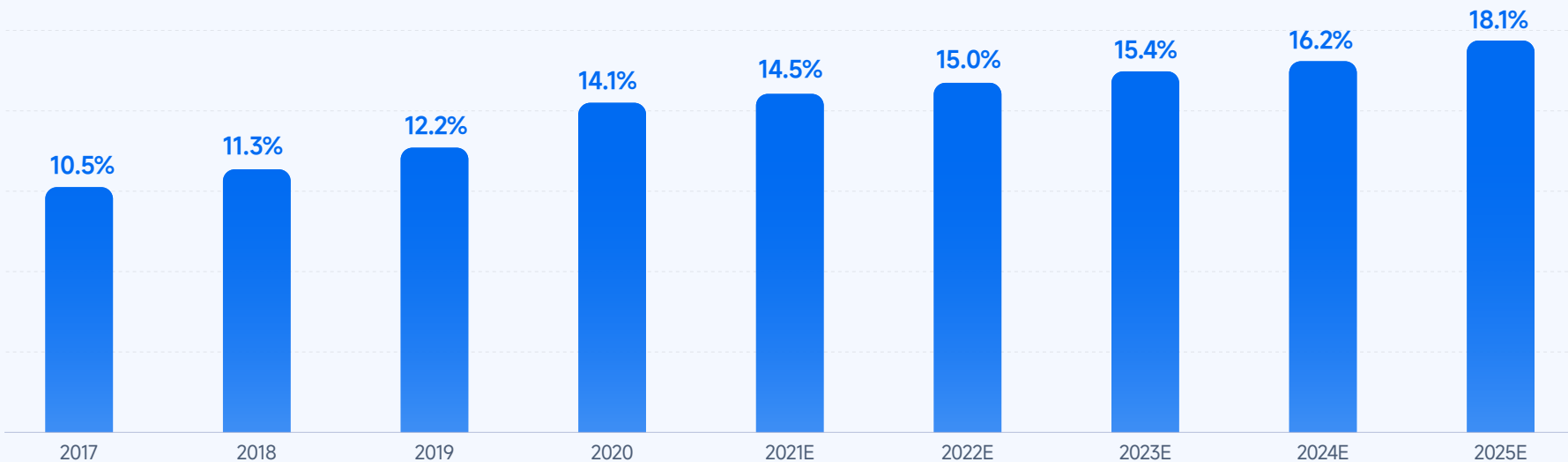
中国家居服务行业细分领域

家具

- 01 全球家具市场销售趋势
- 02 中国家具消费者画像
- 03 中国家具行业未来消费发展趋势
- 04 2025 家具产品维修需求概况
- 05 2025 家具类服务价格变化趋势
- 06 2025 家具类服务时长变化趋势

● 全球家具市场销售趋势

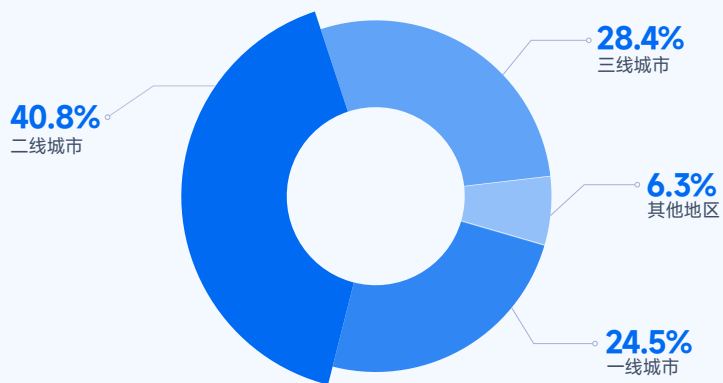
○ 2017-2025年全球家具市场销售渠道占比情况



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。近年来，许多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。

中国家具消费者画像

家具品牌消费者地区分布占比统计



家具消费影响因素



随着“两新”政策持续加力扩围，各地家具市场焕发崭新活力，消费者主要集中在二三线城市。家具作为居家必备的刚需耐用品，用户在购买选择上倾向于质量可靠和功能实用的产品，其次是品牌力。近年来，国民健康环保意识觉醒，家具企业在原材料选择上更应从消费者角度出发，打造令人放心和安心的产品。

中国家具行业未来消费发展趋势

中国家具行业未来消费发展趋势

专业适老适幼家具、康养家具

91.3%

新材料、新工艺的应用

73.5%

个性化与定制化需求激增

70.5%

绿色环保与可持续发展

65.8%

组合、模块化的定制家具

51.9%

智能化与科技融合

43.1%

家具消费市场细分差异化

40.7%

未来中国家具行业呈现百花齐放的态势,各大细分赛道蓬勃发展,主要表现出适老化、环保、个性化、定制化、智能化等特征,其中适老适幼家具最为火热。细分产品应结合具体人群的使用需求进行设计,尤其在落地交付方面,适老适幼家具注重安全、稳固,智能化产品则更注重便捷性和生态化,要求服务者交付后调试、演示。

数据来源: HOME家饰界家居研究中心

2025 家具产品维修需求概况

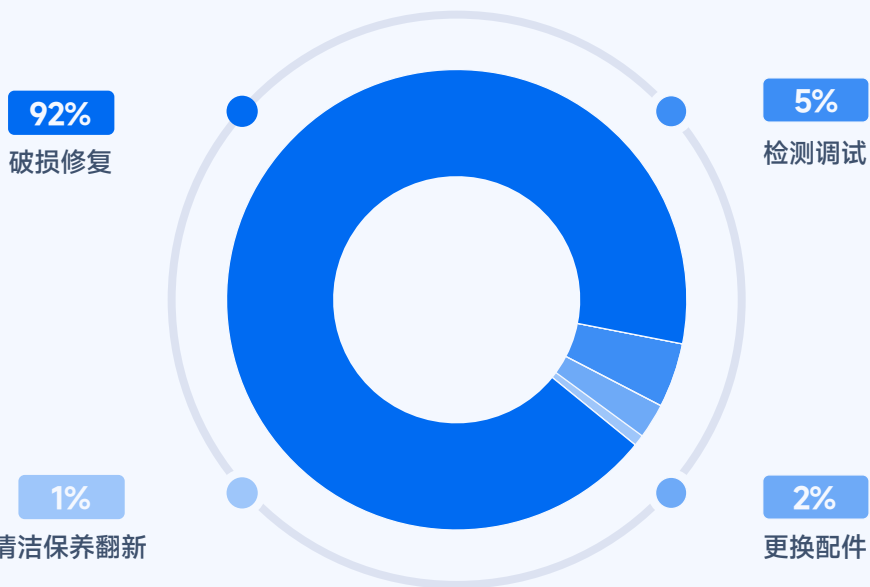
○ 各类家具产品维修需求



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，更加绿色环保。

2025 家具产品维修需求概况

2025家具维修需求概况

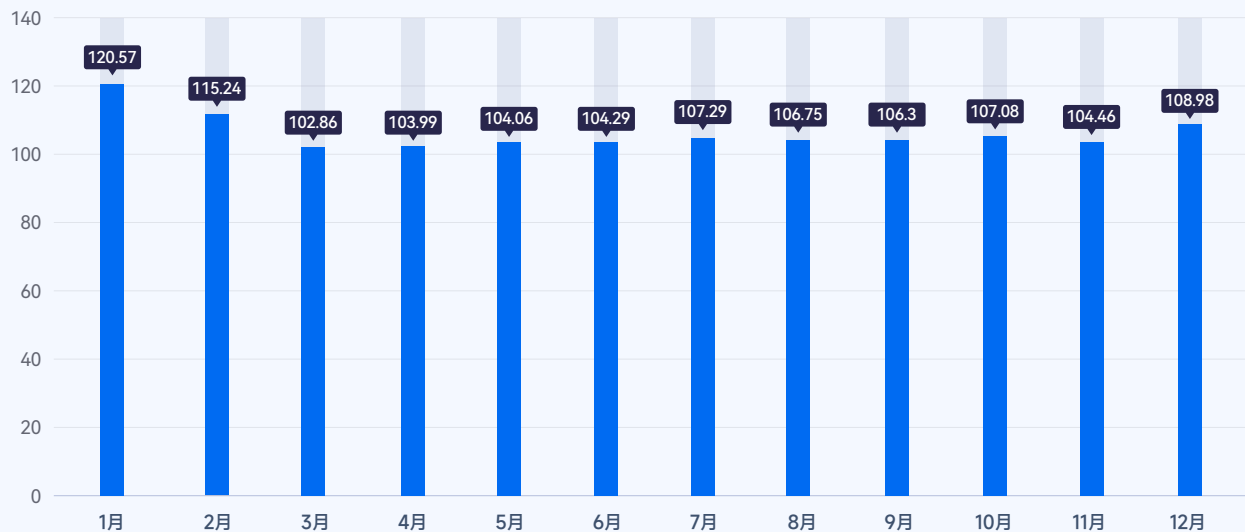


近年来，国民健康、环保意识觉醒，消费观念更为理性谨慎，在家具使用上倾向于以修代买、修旧利废。保养翻新、更换配件等服务需求随之上升。为满足用户品质维修需求，万师傅甄选行业排名前 2% 形象佳、态度好、沟通能力强的维修师傅，组成一支高素质、高技能的“金牌维修师”团队，一次修复率高达 96.31%，高效恢复如初，打造新品体验。

2025 家具类服务价格变化趋势

2025年1-12月家具安装客单价

单位：元



2025年平均客单价

107.65元

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

家具作为标准化程度高的成熟品类,产品结构较为稳定,服务者入行早、资历深,技能纯熟,安装均价维持在 107 元左右。

● 2025 家具类服务时长变化趋势

○ 2022-2025年家具安装服务时长



2022年平均
1.3h



2023年平均
1.35h



2024年平均
1.3h



2025年平均
1.27h

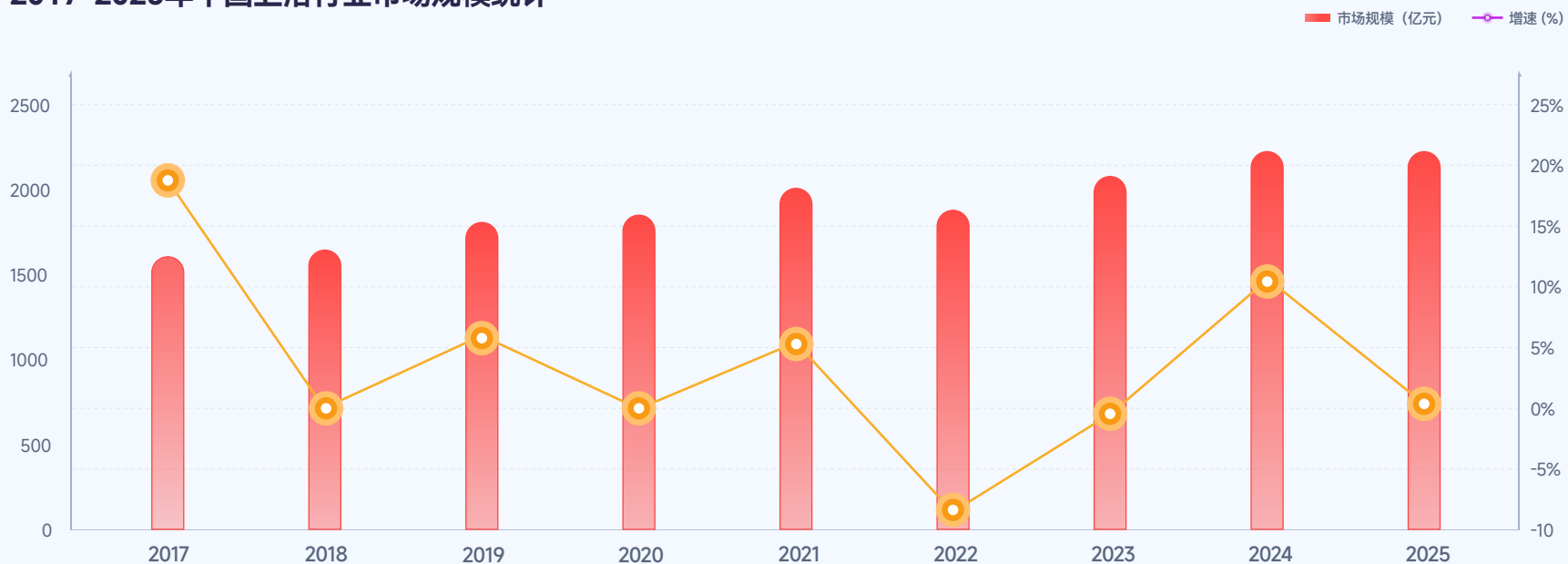
注：服务时长指上门签到至服务交付完成所耗费的总时间。

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 1.27 小时左右。

卫浴

- 01 中国卫浴行业市场规模
- 02 中国卫浴消费者画像
- 03 卫浴消费者购买决策要素
- 04 2025 卫浴产品维修需求情况
- 05 2025 卫浴类服务价格变化趋势
- 06 2025 卫浴类服务时长变化趋势

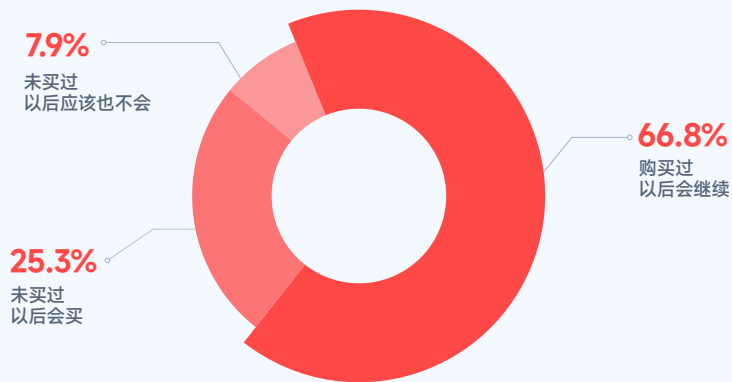
2017-2025年中国卫浴行业市场规模统计



*资料来源: 中国建筑卫生陶瓷协会, 华经产业研究院整理

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。商务部数据显示, 2025年, 以旧换新相关商品销售额超 2.6 万亿元, 家装厨卫“焕新”超 1.2 亿件。

消费者对于线上购买卫浴产品的偏好程度



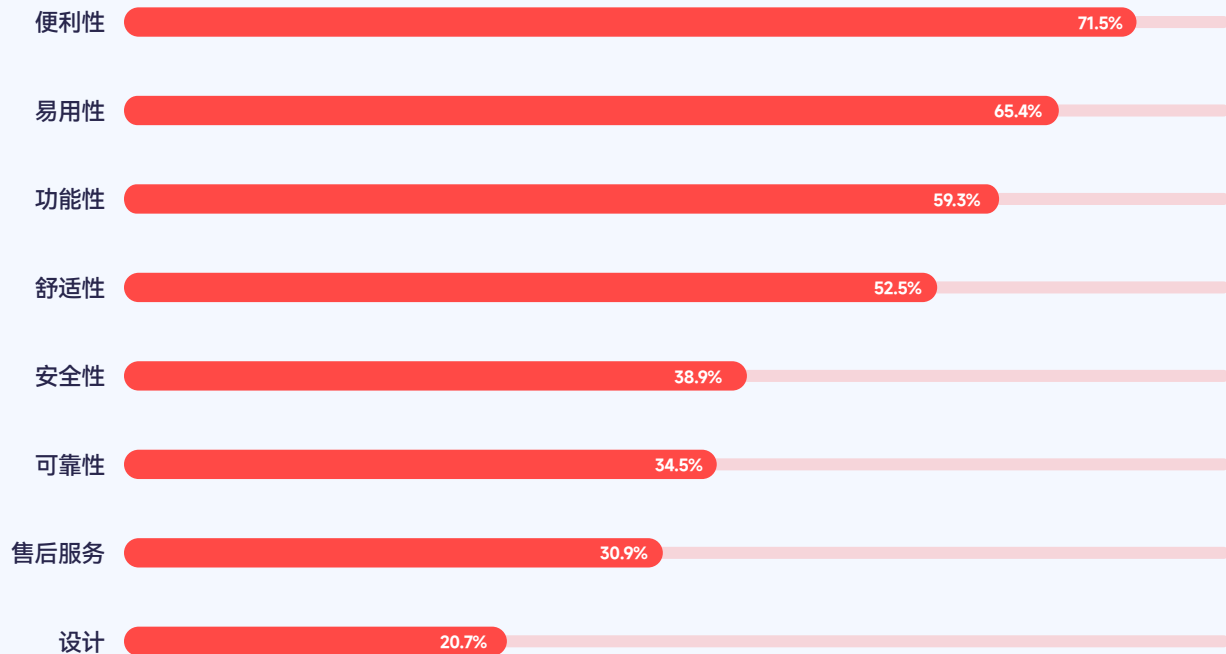
消费者选择线上购买卫浴的因素



调研数据显示,超6成受访者曾通过线上渠道购买卫浴产品,超9成用户偏向线上购买,原因主要在于价格透明且优惠多,购物高效便捷,且产品选择丰富。目前我国卫浴市场依旧呈现出价格导向特征,家装厨卫“焕新”政策推动下,消费需求集中释放,为卫浴行业增长注入强劲动能。

卫浴消费者购买决策要素

消费者对智能卫浴产品的使用关注点

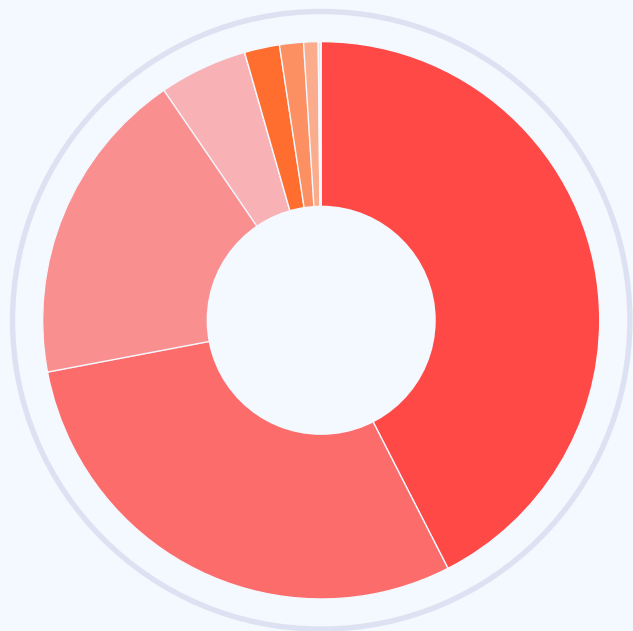


便利性、易用性、功能性是消费者使用智能卫浴产品的主要关注因素，产品功能设计应立足用户使用体验，结合具体需求升级。2026 年以旧换新政策明确将智能化、适老化作为支持方向，为卫浴企业转型升级指明清晰路径。相对应地，智能化、适老化产品的落地交付对服务者提出更高要求，一站式售后服务体系成为企业亟待解决的重要课题。

数据来源：HOME装饰界家居研究中心

2025 卫浴产品维修需求情况

各类卫浴产品维修需求



浴室柜	43%
坐便器/盖板	30%
花洒	18%
龙头	5%
淋浴房	2%
厨房商品	1%
浴缸	1%

卫浴产品的维修率与使用频率呈正比。浴室空间较为潮湿，合页或定位铰链容易生锈，或出现柜门无法关严、开关不便的情况，需维修更换。其次，漏水、按键失灵、堵塞等问题是坐便器产品的“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，企业提供一定期限内的维修质保服务，是极为必要的事情。

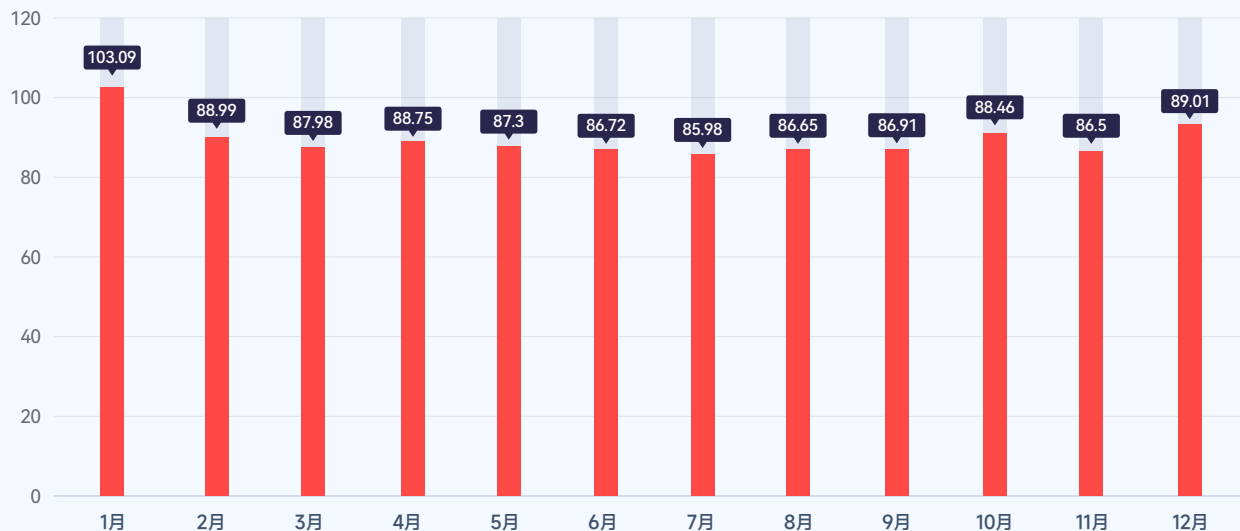
2025 卫浴类服务价格变化趋势

2025家居服务行业洞察报告

万师傅®

2025年1-12月卫浴安装客单价

单位：元



2025年平均客单价

88.86元

2024年平均客单价

83.28元

2023年平均客单价

81.75元

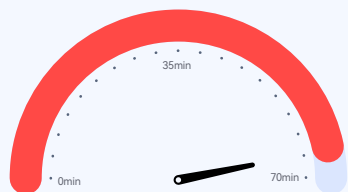
2022年平均客单价

82.37元

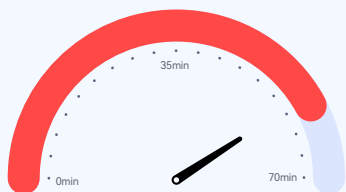
当前建材家居消费升级和注重性价比趋势相交织,智能卫浴产品更新迭代迅速,功能增加,零配件丰富,安装难度上升,服务价格也稍有提升。

2025 卫浴类服务时长变化趋势

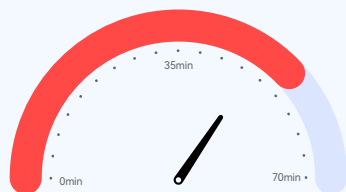
2022-2025卫浴安装服务时长



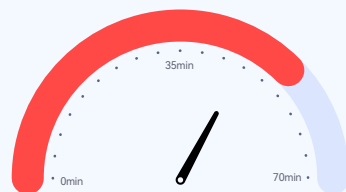
2022年平均
65min



2023年平均
60min



2024年平均
58min



2025年平均
55min

注：服务时长指上门签到至服务交付完成所耗费的总时间。

随着市场需求变化,卫浴产品迭代加速,无论是外观设计还是功能升级上都存在明显提升。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

- 01 中国智能晾衣架行业市场概况
- 02 中国智能晾衣架行业消费者画像
- 03 晾衣架消费者购买决策要素
- 04 2025 晾衣架类保养需求情况
- 05 2025 晾衣架类服务价格变化趋势
- 06 2025 晾衣架类服务时长变化趋势

中国智能晾衣架行业市场概况

2021-2025智能晾衣架市场总额

单位: 亿元



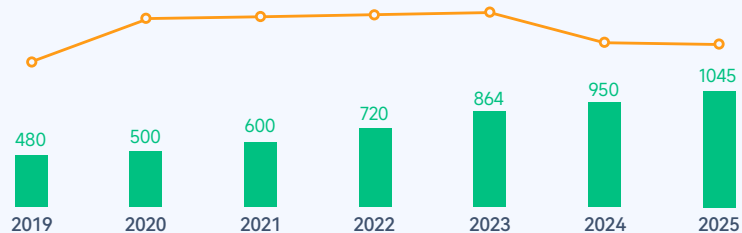
2021-2025智能晾衣架均价

单位: 元



智能晾衣架市场销量及增长率

单位: 万套

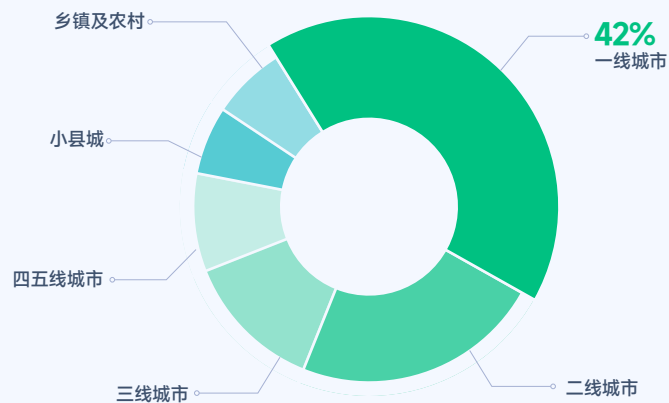


数据来源: CSHIA Research

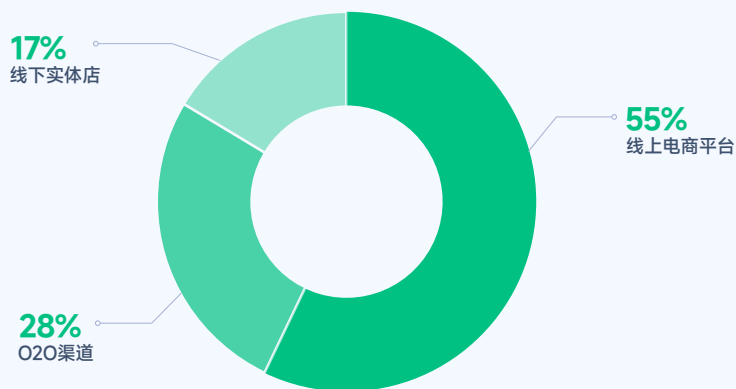
近两年,中国智能晾衣架市场规模已突破百亿,由高速扩张阶段过渡至稳健增长阶段。2025年,我国智能晾衣架均价约为1060元,维持在千元以上。

中国智能晾衣架行业消费者画像

中国智能晾衣架行业市场城市分布

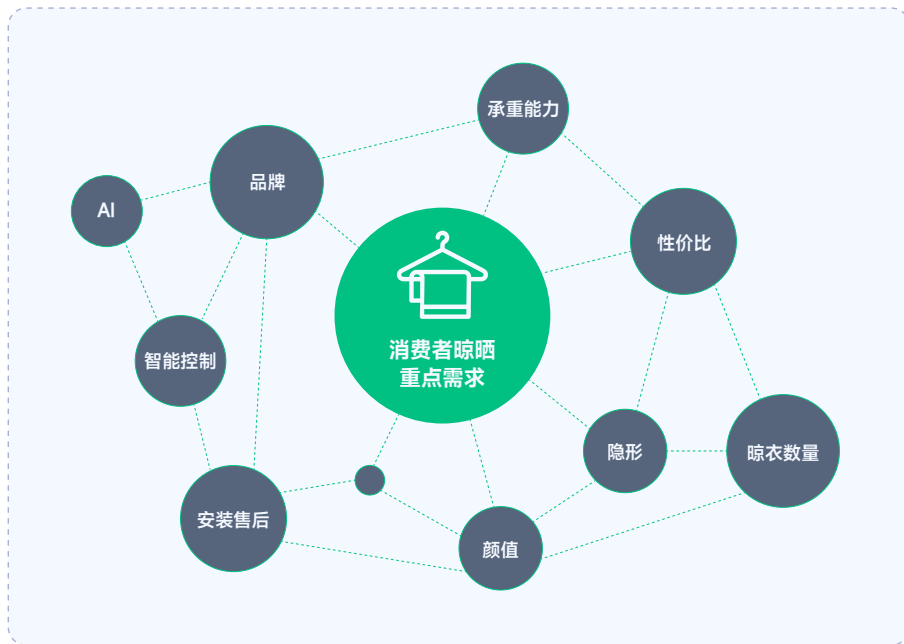


中国智能晾衣架消费者购买渠道



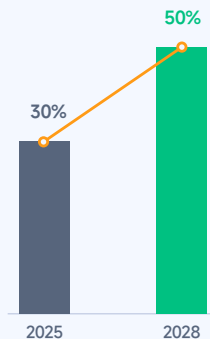
我国智能晾衣架行业加速融合，消费者主要集中在一、二线城市。线上渠道占主导，2025年销售占比高达55%，传统电商成为消费主阵地。价格分布呈结构化特征，以遥控晾衣架为例，中端产品占据63%市场份额，头部品牌集中度持续提高，行业进入整合期，规模效应与服务优势成为竞争关键。

智能晾晒消费者购买决策要素

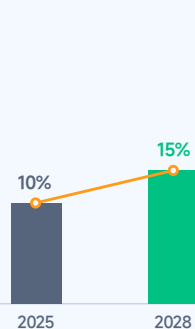


数据来源：CSHIA Research 中智盟咨询调研。

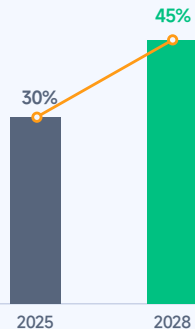
品类认知率



品类渗透率



以旧换新占比

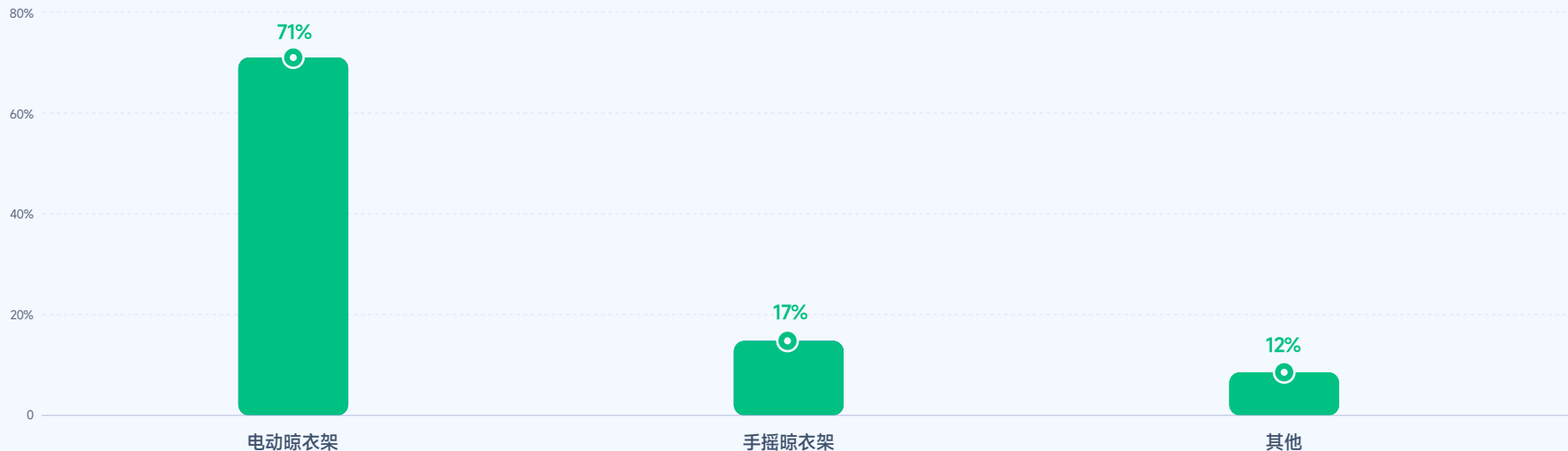


数据来源：CSHIA Research 中智盟咨询调研。

当代家居消费主力介于 85 后至 00 后之间，在购买智能晾衣架时，需求围绕品牌、颜值、安装售后、性价比等维度展开。品牌认知与产品差异影响消费决策，市场同质化背景下，消费者难以区分产品，头部品牌凭借技术创新和售后服务吸引用户，而中小品牌则通过性价比或颜值争夺市场，反映出信息不对称下的理性选择。

2025 晾衣架类维修需求情况

各类晾衣架产品维修情况

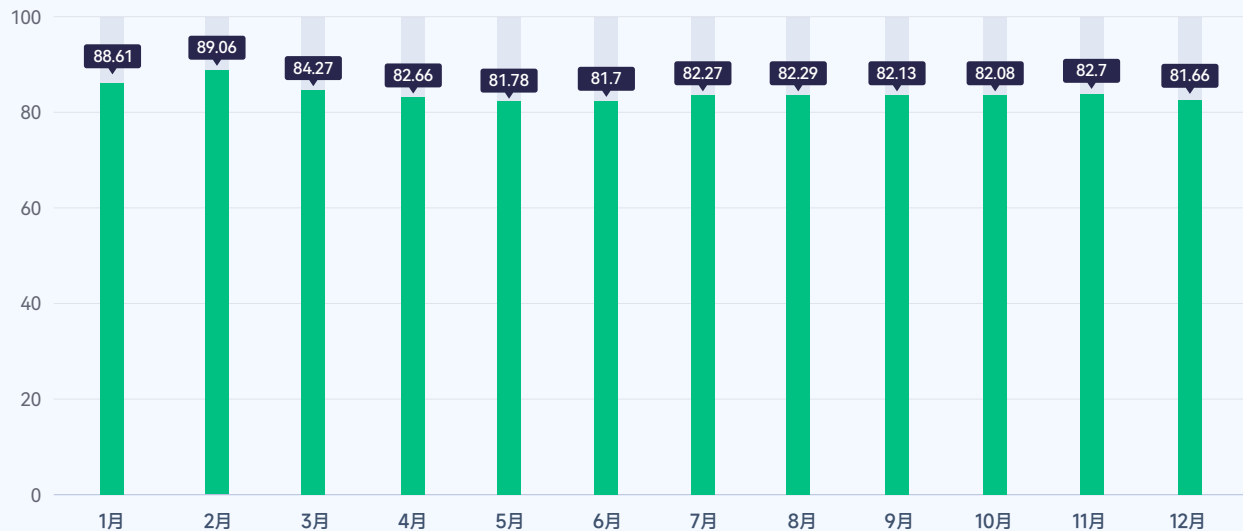


为延长晾衣架的使用寿命,一般建议定期维护摇杆、顶座等部件。

2025 晾衣架类服务价格变化趋势

2025年1月-12月晾衣架安装客单价

单位：元



2025年平均客单价

83.43元

2024年平均客单价

85.98元

2023年平均客单价

86.32元

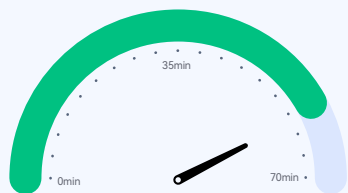
2022年平均客单价

89.87元

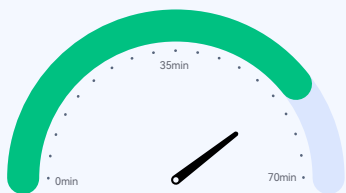
晾衣架服务价格主要受产品标准化影响。市面上安装需求主要集中为智能晾衣架，其技术发展纯熟，产品标准化程度高，因此安装价格稳定在 83 元左右。

2025 晾衣架类服务时长变化趋势

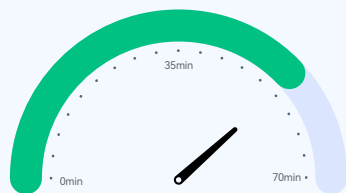
2022-2025晾衣架安装服务时长



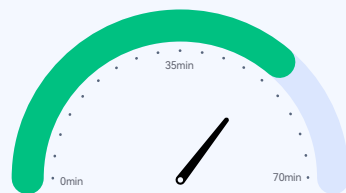
2022年平均
58min



2023年平均
56min



2024年平均
55min



2025年平均
51min

注：服务时长指上门签到至服务交付完成所耗费的总时间。

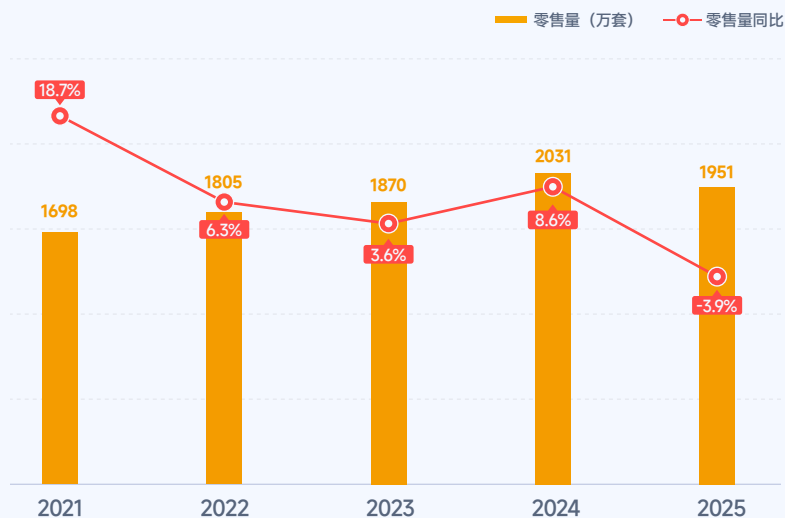
晾衣架作为标准化程度较高、发展较为成熟的家居用品,其安装方法及规范已较为普及。平台师傅熟练度高,从上门到安装完成,服务时长约为 51 分钟。

智能锁

- 01 中国智能锁行业市场规模
- 02 中国智能锁行业市场格局
- 03 中国智能锁城乡普及概况
- 04 中国智能锁产品升级趋势
- 05 2025 智能锁产品维修需求情况
- 06 2025 智能锁类服务价格变化趋势
- 07 2025 智能锁类服务时长变化趋势

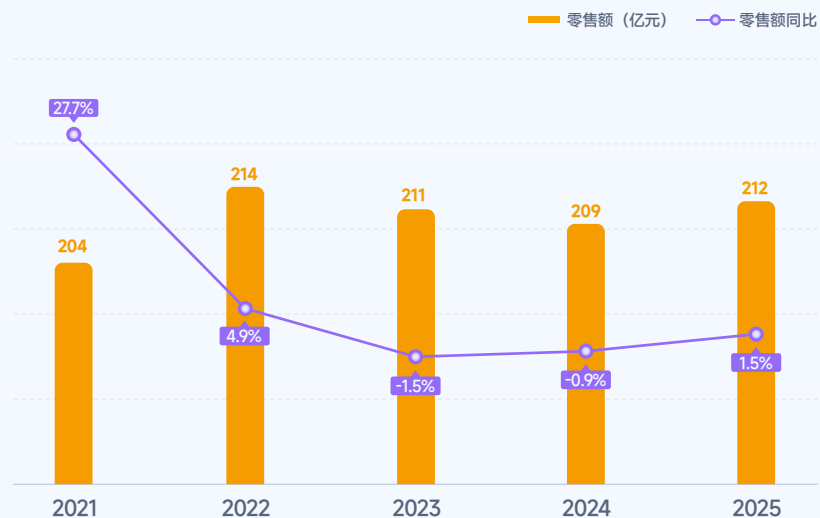
智能锁行业市场规模

2021-2025年中国智能门锁全渠道零售量规模



*资料来源: 奥维云网 (AVC) 全渠道推送数据

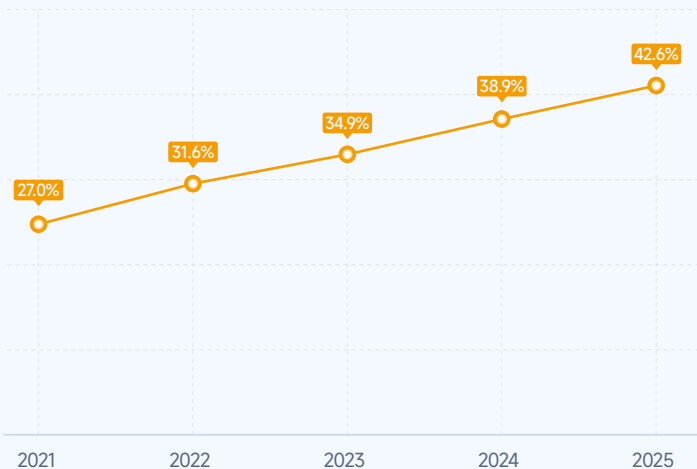
2021-2025年中国智能门锁全渠道零售额规模



*资料来源: 奥维云网 (AVC) 全渠道推送数据

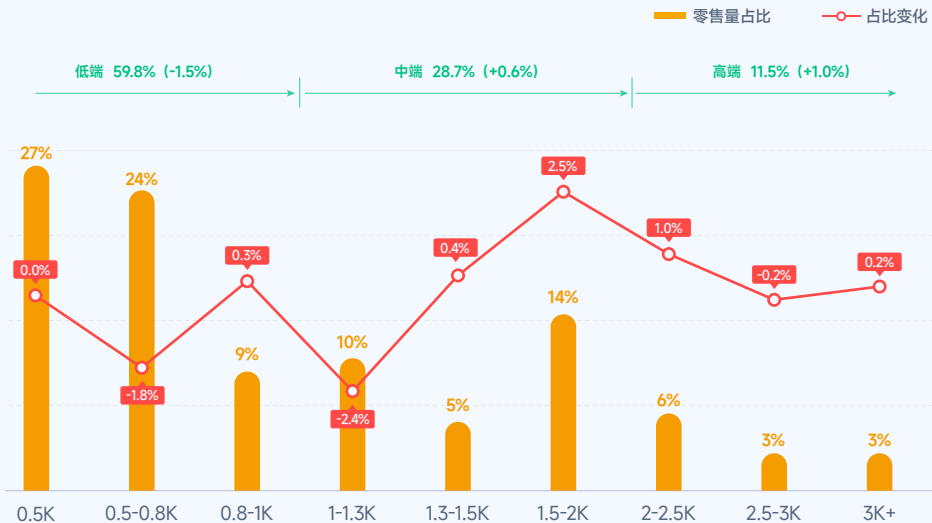
2025年, 智能锁市场规模增速趋缓, 行业呈现出结构性调整的特征。伴随着技术持续迭代与用户需求不断升级, 单一功能的智能门锁难以满足日益变化的多元需求, 能够满足细分场景的多功能智能锁, 可精准匹配用户痛点, 成为新的增长引擎。

2021-2025年中国智能门锁线上渠道占比走势



*资料来源: 奥维云网 (AVC) 全渠道推总数据

2025年1-11月传统电商分价格段零售量结构及变化



*资料来源: 奥维云网 (AVC) 线上监测数据

在产品同质化和技术透明化的趋势下, 品牌口碑成为消费决策的重要依据, 头部效应愈发凸显, 1.5-2k 的中高端产品增长势能强劲。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成为企业制胜关键。

智能锁城乡普及情况

2024年中国智能门锁家庭普及率测算

中国智能门锁净存量

14678万套

城市住房

住宅套数

3.91亿套

智能门锁普及率

33.87%

农村住房

住宅套数

2.5亿套

智能门锁普及率

5.87%

*数据来源: 洛图科技

中国智能门锁零售市场用户需求划分

城市

升级改善需求 (传统锁替换) 49%

迭代需求 (早期数字锁替换) 14%

新装需求 新居 (新婚) 12%

智能家居联动需求 11%

特殊群体垂直类需求 14%

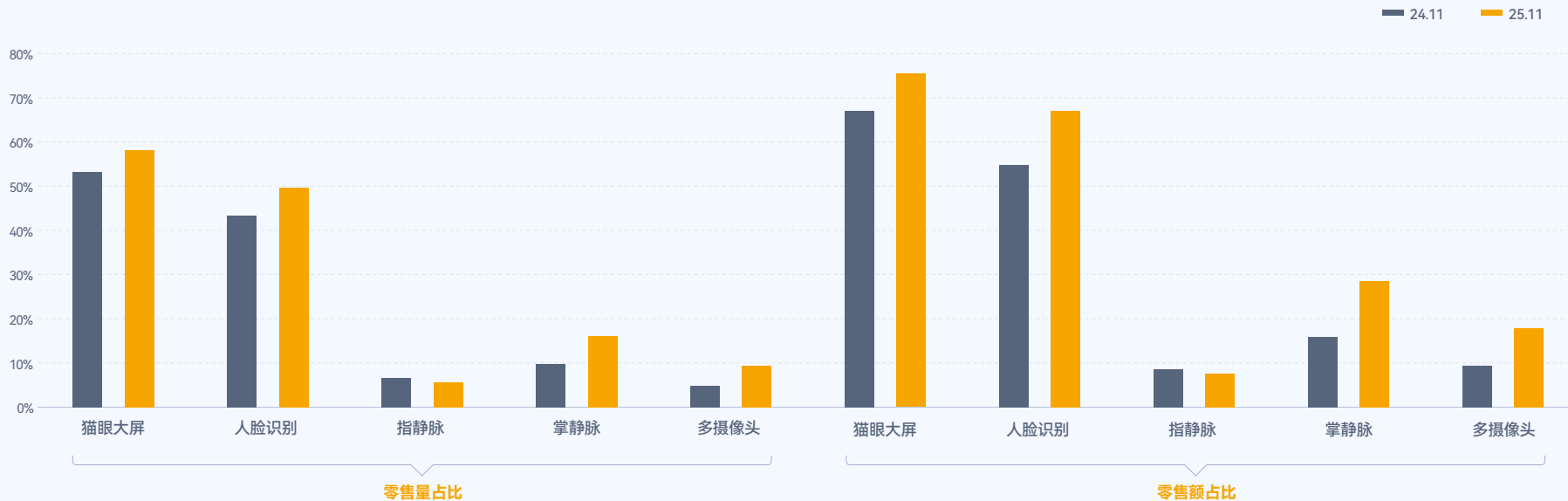
农村

升级需求为主 100%

*数据来源: 洛图科技

我国智能锁城乡普及率存在显著差异。城市普及率高,以升级改善需求、迭代需求为主,侧重产品的多功能性;乡镇仍以升级需求为主,潜在购买者更加关注安装便捷性与售后响应能力。总体来看,下沉市场潜力巨大,企业需加速布局覆盖全国的服务网络。

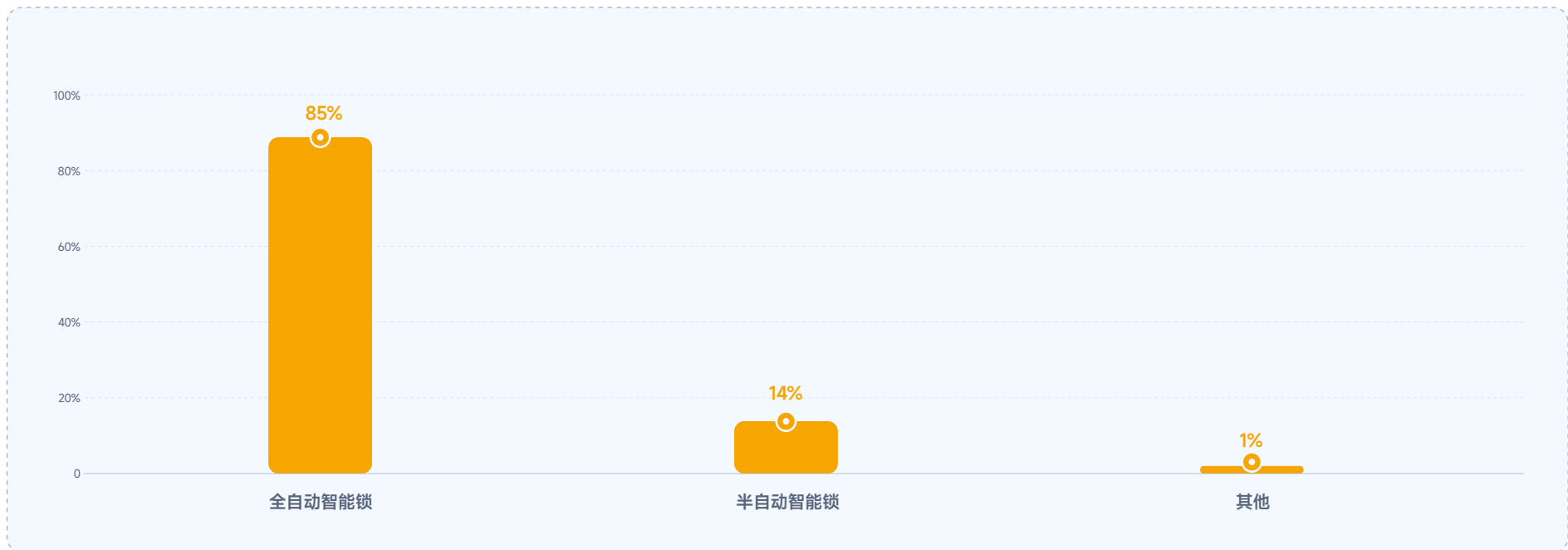
传统电商智能门锁创新技术渗透率对比



注：多功能产品趋势下，该页技术、功能数据存在交叉的情况 * 资料来源：奥维云网（AVC）线上监测数据

猫眼大屏与人脸识别仍是智能门锁的主要功能,其次是掌静脉、多摄像头。随着 AI 技术深度融合产品功能,新型智能锁实现了更精准的指纹识别、人脸识别、静脉识别等解锁方式,大幅提升出入效率与便利性,切实解决安全、便捷和场景适配等长期存在的痛点问题。

2025 智能锁产品换新需求情况

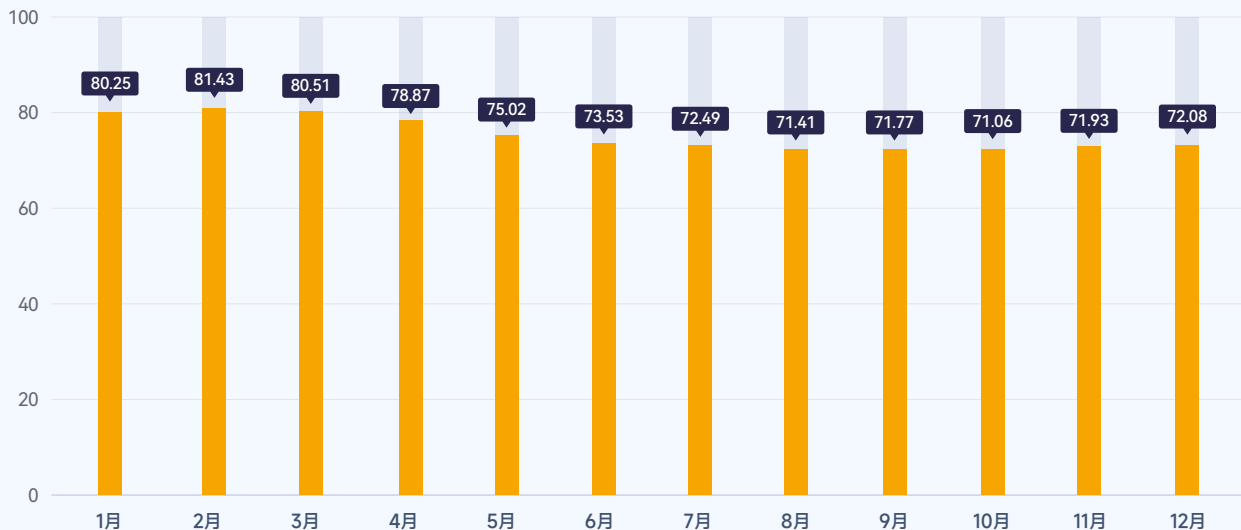


智能锁的换新周期约为 5~7 年, 2015~2017 年间首批尝鲜用户正陆续进入换新周期, 为市场带来稳定的存量更新需求。与此同时, 智能锁行业技术竞争激烈, 产品加速迭代, 功能愈发全面, 契合当下消费者的品质升级需求。

2025 智能锁类服务价格变化趋势

2025年1月-12月智能锁安装客单价

单位：元



2025年平均客单价

75.03元

2024年平均客单价

77.36元

2023年平均客单价

78.65元

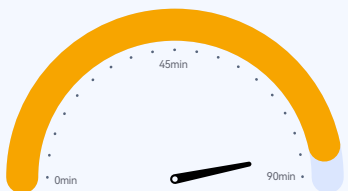
2022年平均客单价

88.67元

智能锁市场在结构升级中稳步增长，传统电商稳定发展，新兴电商持续扩张。线上渠道成为全渠道规模化上行的主要推动力。基础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 75 元左右。

● 2025 智能锁类服务时长变化趋势

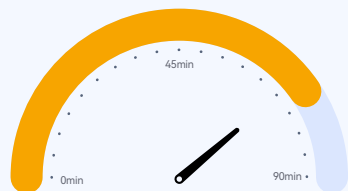
○ 2022-2025智能锁安装服务时长



2022年平均
83min



2023年平均
80min



2024年平均
76min



2025年平均
66min

注：服务时长指上门签到至服务交付完成所耗费的总时间。

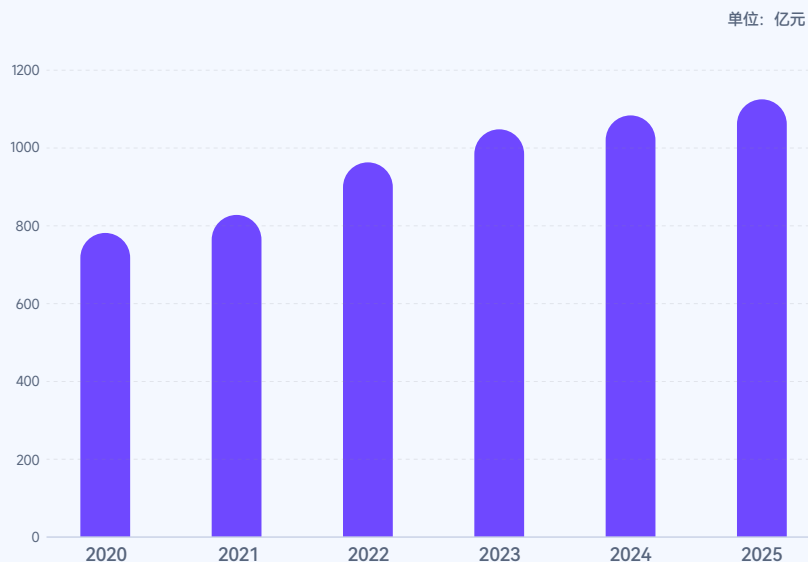
目前智能锁市场同质化严重，不少高端品牌通过加大研发投入巩固市场地位，基于多元需求持续推出新功能产品。针对市面上热门产品，平台定期对师傅进行专项培训，持续提高服务时效，提升整体服务水平。较之前相比，安装效率大幅上升。

灯具

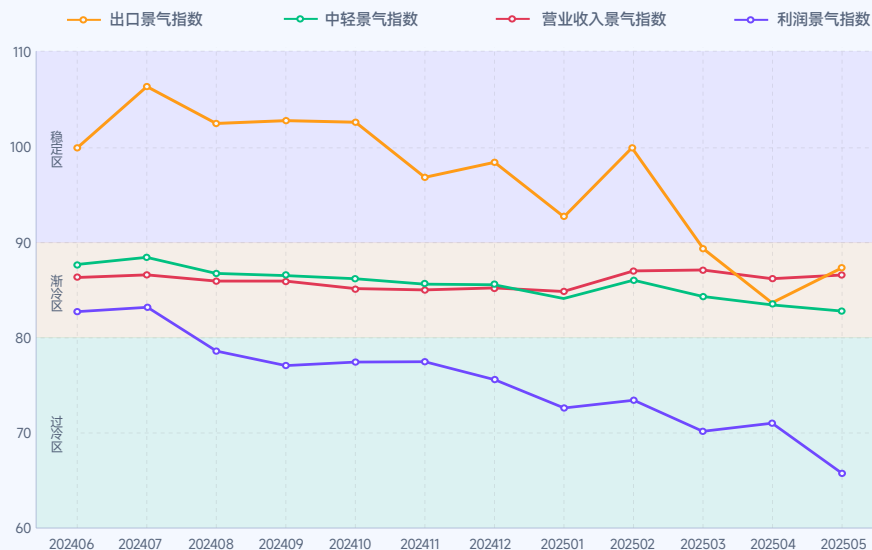
- 01 中国灯具行业市场概况
- 02 中国智能照明行业市场概况
- 03 2025 灯具产品维修需求情况
- 04 2025 灯具类服务价格变化趋势
- 05 2025 灯具类服务时长变化趋势

中国灯具行业市场概况

2020-2025年中国灯具行业市场规模情况



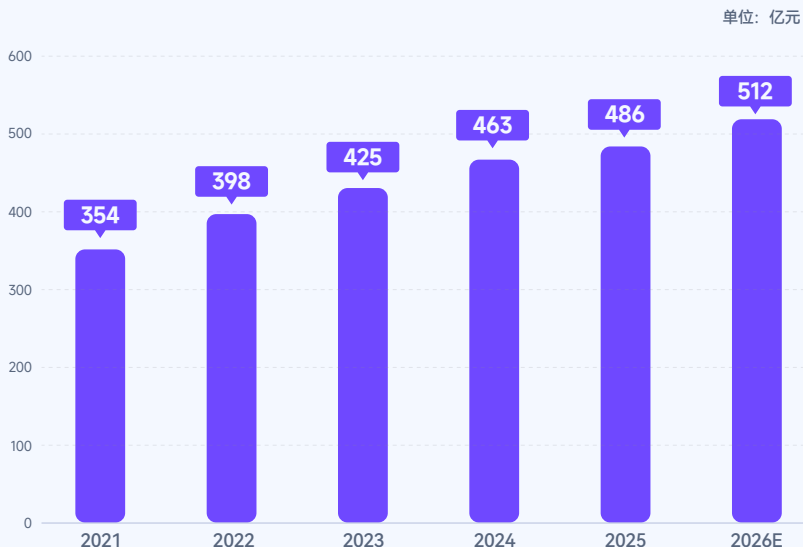
2024-2025年中国照明行业景气指数变化情况



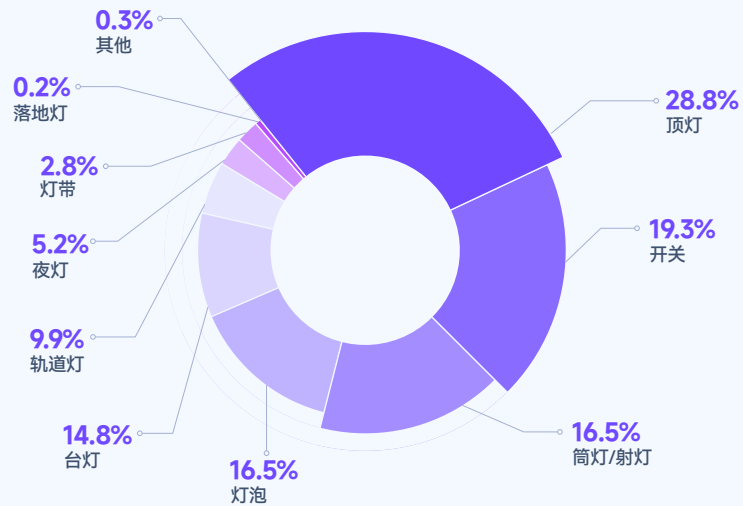
灯具行业市场情况与中国轻工业走势基本相符, 规模持续稳定扩大, 市场稳中向好。受地缘因素影响, 出口锐减, 导致整体利润景气指数持续下降, 但营收景气度增长平稳, 可见国内消费市场蓬勃发展。

智能照明行业市场概况

2021-2026年中国智能照明市场规模趋势预测图



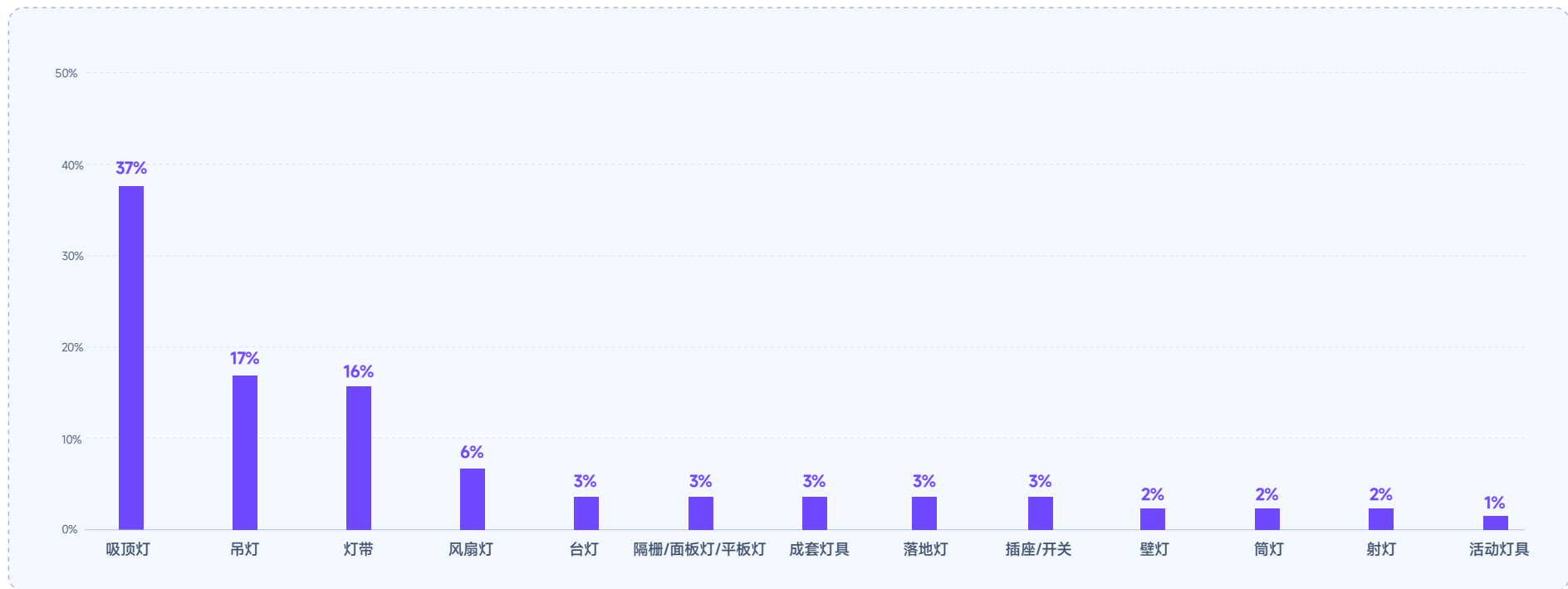
中国智能照明市场各品类出货量份额



资料来源: 中商情报网

在智能化发展趋势下,中国智能照明市场规模稳定增长。我国智能照明市场正处于快速发展期,顶灯、开关、筒灯/射灯品类的智能化渗透率最高。除此之外,消费者对美观、节能、环保的需求,也推动我国照明行业持续增长,为企业转型升级指明方向。

2025 灯具产品维修需求情况

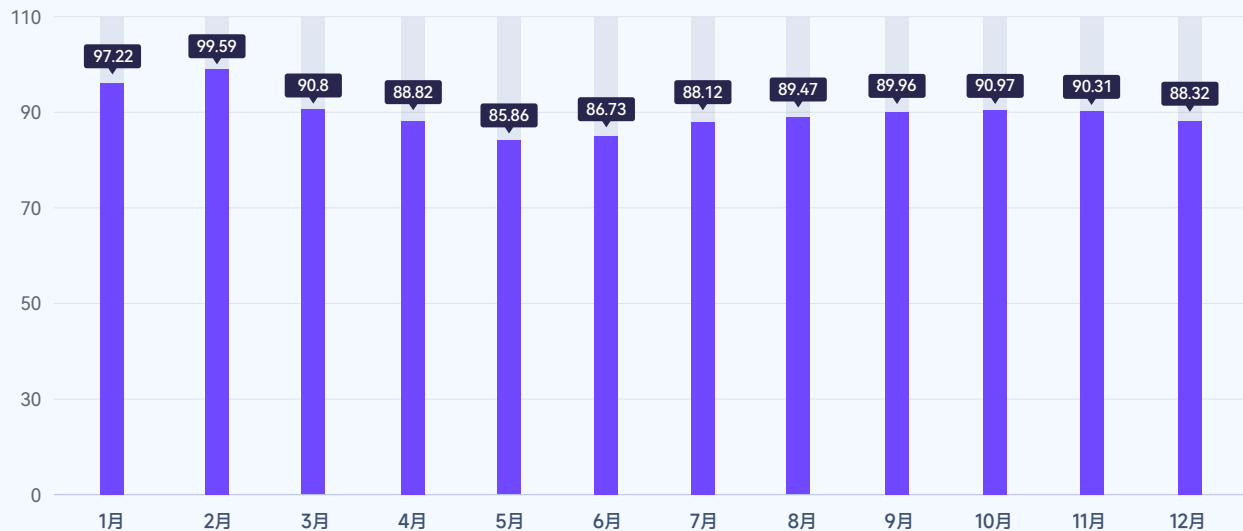


灯具在家居空间中不仅具有照明作用,且能够作为装饰品烘托氛围。吸顶灯是最常见的家居照明灯具之一,普及率高,维修需求大。

2025 灯具类服务价格变化趋势

2025年1月-12月灯具安装客单价

单位: 元



2025年平均客单价

90.51元

2024年平均客单价

93.47元

2023年平均客单价

97.68元

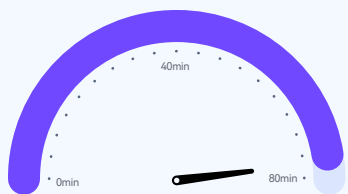
2022年平均客单价

100.36元

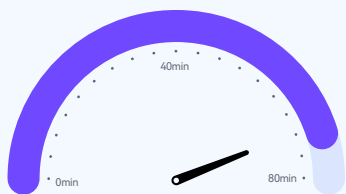
灯具安装服务价格受市场影响明显,波动较大。由于行业标准化程度高,安装平均客单价较为稳定,约为 90 元。

● 2025 灯具类服务时长变化趋势

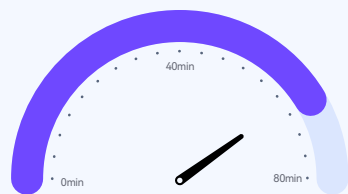
○ 2022-2025灯具安装服务时长



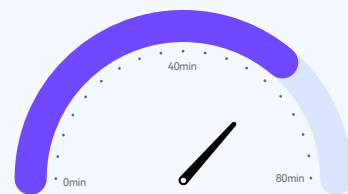
2022年平均
75min



2023年平均
73min



2024年平均
68min



2025年平均
63min

注：服务时长指上门签到至服务交付完成所耗费的总时间。

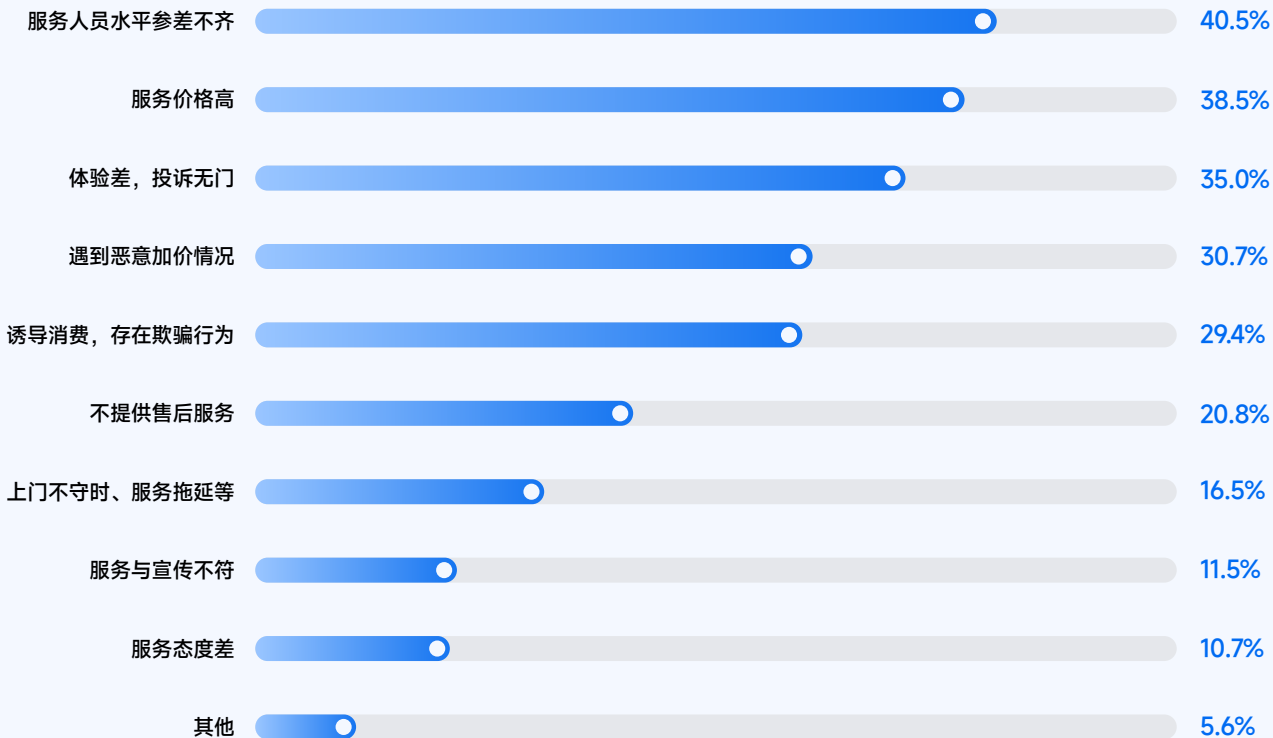
新时代家居用户对服务的感知维度增加，极其注重安装效率，期望“即买即用”。与此同时，从事灯具安装服务的师傅规模极速扩张，整体服务意识提升，灯具安装效率持续提升，稳定在 60 分钟左右。

04

2025家居服务业问题剖析

服务体验差

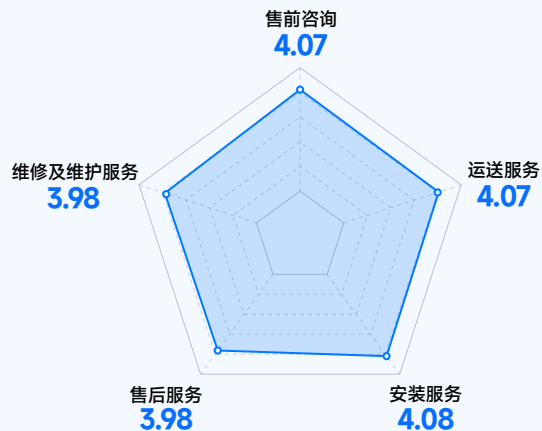
中国消费者在体验家居售后服务时遇到的问题



家居服务业正处于高速成长期, 相关政策法规并未完善, 乱象层出不穷。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。

● 售后问题多

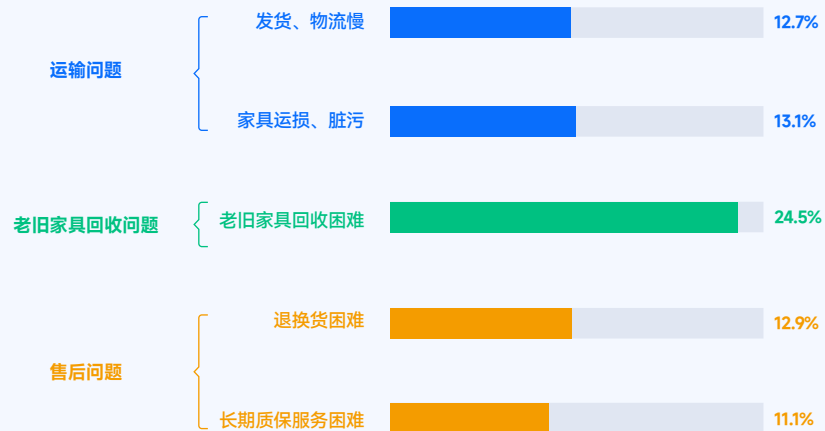
○ 家装家居消费人群家居购买服务满意度分布



“我认为品牌的售后服务需要加强，有的品牌虽然有全国统一服务电话，但是打过去之后就立刻推给经销商，有一次经销商还倒闭了，售后就此无门，让消费者很没有安全感。”

某消费者对售后服务的反馈

○ 家装家居消费人群家居交付及售后环节痛点分布

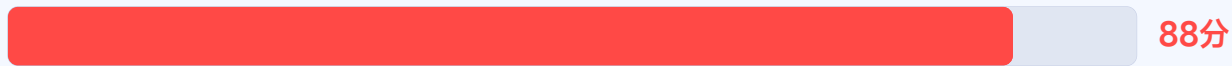


纵观整个家居消费链条，售后服务、维修及维护服务是家居用户满意度最低的环节，在极大程度上影响消费体验，有损品牌形象。从用户反映的痛点来看，新时代家居用户在交付及售后上呈现出对服务时效、便捷性及保障的诉求。其要求企业拥有一套健全服务体系，不仅涵盖送装等基础服务，还需一站式解决拆旧、清运、维修、换货等售后难题。

保障缺位

家居消费口碑全景

家房屋及建材类



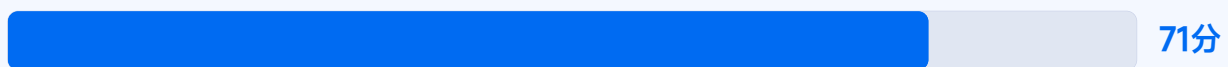
物流安装交付



物流产品质量



售后服务评价



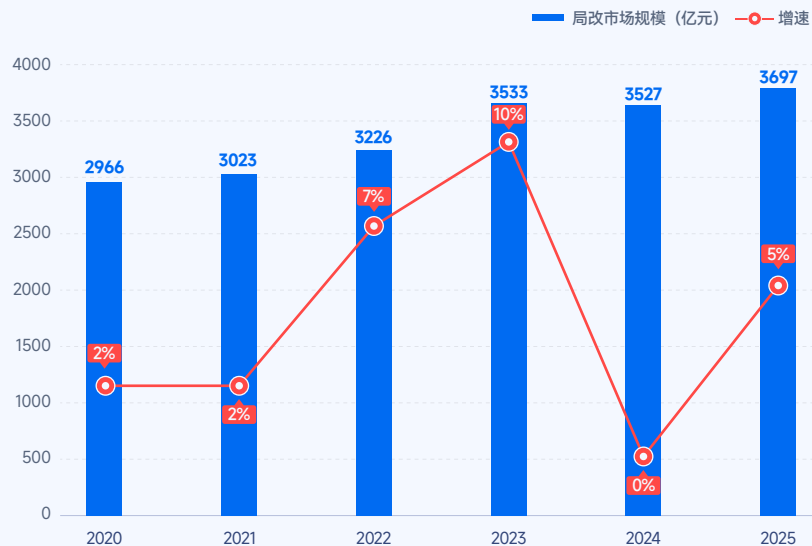
售后服务作为家居品牌产品力延伸的重要组成部分，被视为考验消费者耐心的“最后一道防线”。商家客服本身解决问题存在局限性，而售后内部流程也相对复杂，维修人员资源短缺，服务价格不透明，售后缺位的情况时有发生，且大件成品家居在维修、退换上存在一定成本。家居企业如若缺乏健全的售后服务体系，将严重影响消费者购买体验，损害品牌口碑。

05

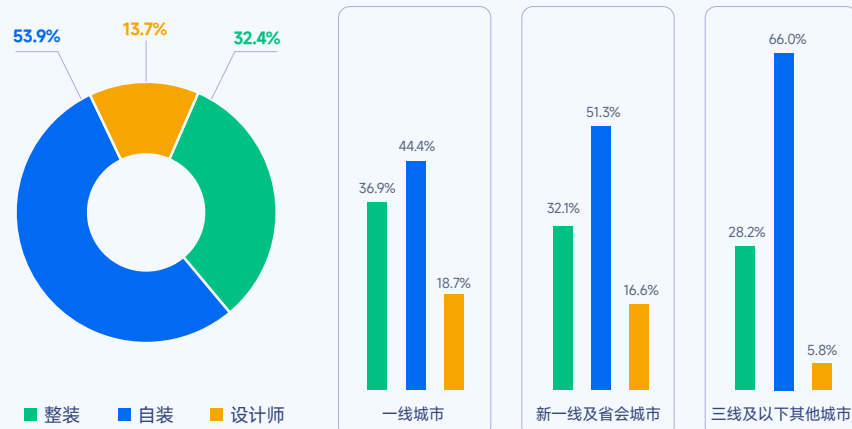
2025家居服务业趋势预测

2025 家居服务业发展趋势：以旧换新

2020-2025年局改市场规模预测



近三年内装修用户选择的装修方式

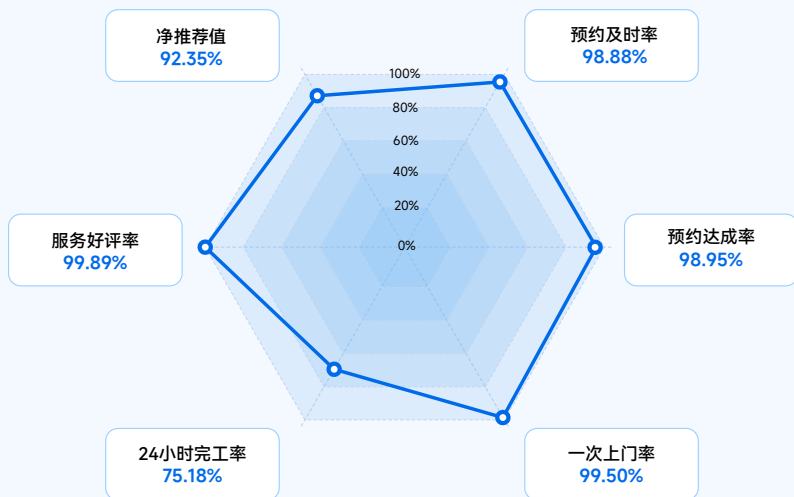


*资料来源: 奥维云网 (AVC)

随着新型城镇化的快速推进,“两新”政策加力扩围,局改市场蓬发。数据显示,2025年局改市场规模预计达到3697亿。从装修方式来看,当今家居用户偏向自装,尤其是二三线城市。相对应地,以拆旧、清运、返货、换货为主的一站式“焕新”服务需求随之爆发。

2025 家居服务业发展趋势：生态化建设

万师傅服务数据图



万师傅智能推单机制



AI、AR 等技术迅速发展,互联网平台承担的不再是简单的信息撮合功能,而是形成一张覆盖全国的“社会化服务网络”,逐渐发展成从场景展示、线上购买、物流配送到安装交付等全链路数字生态,深度渗入大众生活。一键下单,即时响应,借助一部手机,消费者得以随时随地解决居家生活麻烦。同时长期积淀的服务数据将生成用户画像,用以分析和预判个性化需求,系统进一步精准匹配,打造差异化体验。

2025 家居服务业发展趋势：品质化发展

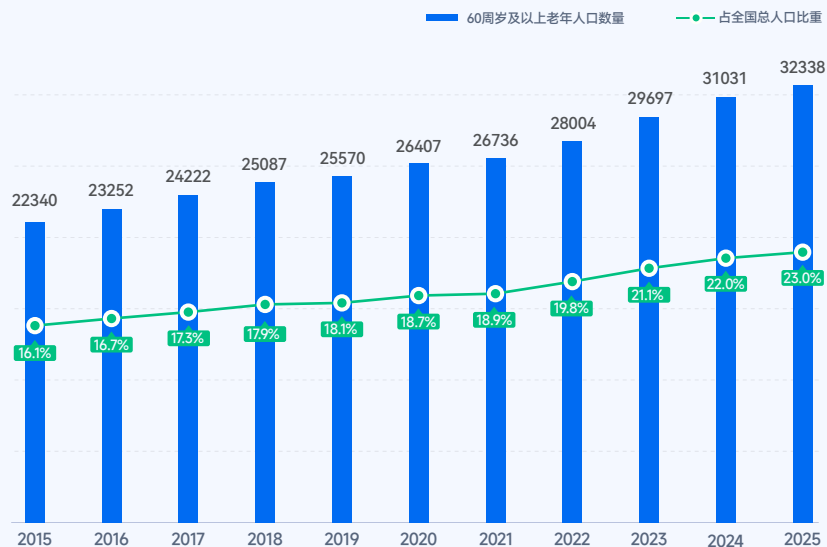
中国消费者选择在互联网家居服务平台下单售后服务原因



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，时效、保障、安全和质量是家居服务的基础价值。家居服务平台应基于用户视角，建立一套科学系统的服务质量评估体系，严格甄选服务者，把控服务品质，持续提升行业整体服务水平。

2025 家居服务业发展趋势：适老化改造

2015-2025年我国人口老龄化发展趋势

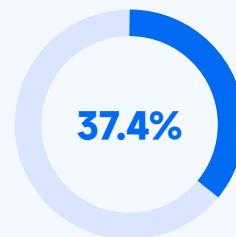


29.7万人

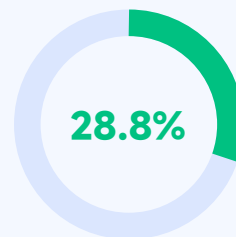
北京60岁及以上常住人口
同比2022年增长



2023年上海市户籍人口



60岁及以上人口
占总人口比例



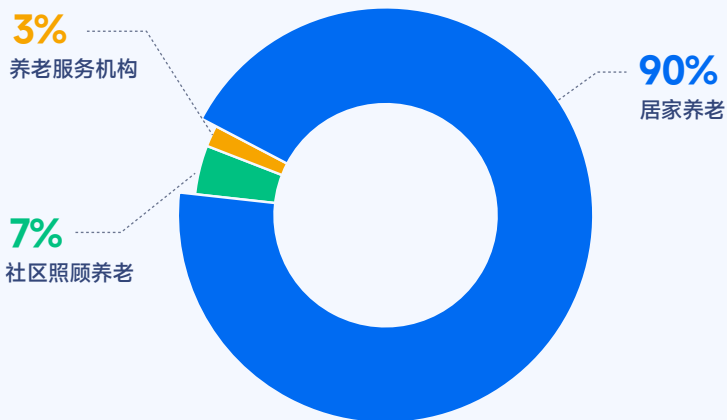
65岁及以上人口
占总人口比例

* 数据来源：国家统计局、树懒生活

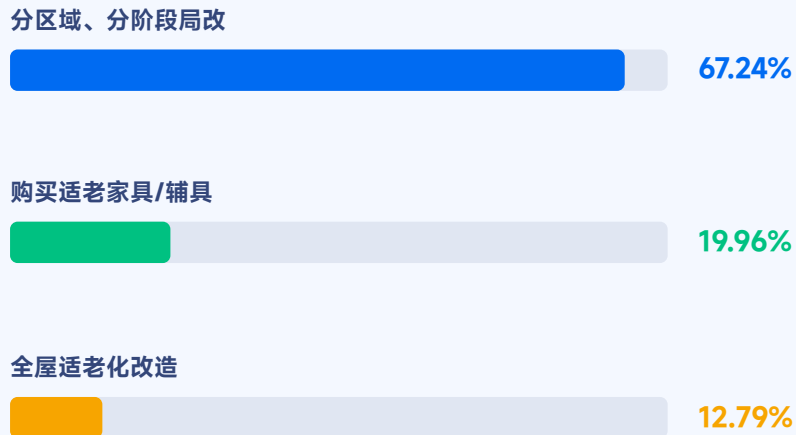
国家统计局数据显示，截至2026年1月，全国60岁及以上人口达3.2338亿人，占总人口比重首次突破23%。近两年北京、上海60岁及以上户籍人口总数持续增长。发展银发经济是妥善解决人口老龄化问题的关键，而“居家适老化改造”则是存量市场最确定的增量。

2025 家居服务业发展趋势：适老化改造

“9073”养老格局



2025居家适老化改造消费者调查



* 数据来源：《2025居家适老化改造消费者调查》问卷调查结果，N=2536。

“9073”养老居住格局提出，90% 老年人选择在社会化服务协调下通过家庭照顾居家养老，7% 老年人通过购买社区照顾服务养老，3% 老年人入住养老服务机构集中养老。在改造形式上，用户倾向于不影响居住的分区域、分阶段改造升级与换新。尤其是卫生间、卧室、厨房等具有潜在安全隐患的地方。适老化改造不能通过购买单品来实现，而是需要结合整个居住空间的功能需求进行布局调整。

2025 家居服务业发展趋势：适老化改造

购买适老化产品考虑因素

78.80%



功能性

72.80%



质量与价格

66.10%



安全性

57.20%



易用性

51.60%



品牌和口碑

48.20%



舒适性

34.90%



安装维护

31.10%



兼容性

26.50%

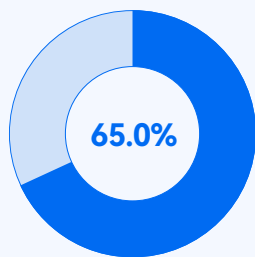


适应性

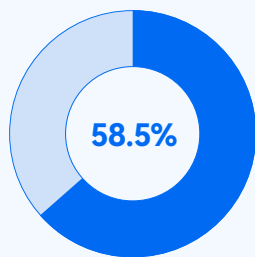
用户购买适老化产品的核心诉求是功能，其次是质量与价格，期望进行改造后，老人生活可以更加安全和便捷。居家适老化改造看似是个低准入门槛的产业，实则具备高专业壁垒。从产品设计到落地交付，皆需具备关怀思维，设计前是老人需求评估、动线了解，交付时则需结合具体使用场景，基于老年用户的生活习惯不断做细节调整，以解决其不便之处。

● 2025 家居服务业发展趋势：服务升级

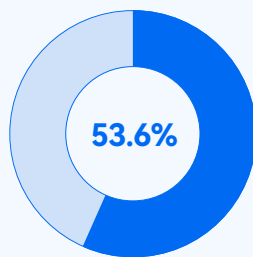
○ 消费者对未来互联网家居售后服务平台的发展期待



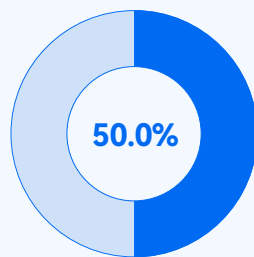
提供更全面的
服务项目



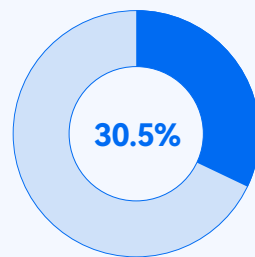
简化平台
操作流程



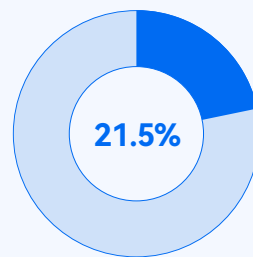
提高响应速度
高效上门



严格认证师傅资质
保障服务质量



拓宽
服务地域



增加
优惠活动

调研结果指出，65% 受访用户期望家居服务平台提供更全面的服务项目，近 6 成用户期望操作流程更简单、响应速度更快。消费者找师傅的核心诉求是解决问题，让专业服务者尽快摆平居家生活中出现的各种麻烦。未来，即时满足不仅是一种服务标准，更是家居消费体验升级的核心价值锚点。平台应通过技能培训和驱动，在效率与体验之间实现平衡。

- 近年来,家居行业历经结构调整期,市场竞争激烈,产品同质化严重,渠道效应失灵。“智能家居”、“绿色环保”、“整装定制”、“以旧换新”、“银发经济”、“跨境出海”成为年度关键词。未来,市场需求集中在存量房改造与“好房子”建设,绿色、智能、适老三大赛道,将成为家居行业的重要增长引擎。行业竞争的核心逻辑从“功能型利益点”转向“用户价值共生”,企业需以更开放的生态思维重构竞争力。
- 在供强需弱的背景下,品牌成为用户决策的“捷径”,“马太效应”凸显,消费者集中流向品质高、服务优的头部品牌。家居企业应深入洞察用户需求,明确自身风格定位,强化“产品+服务”全生命周期,通过产品创新与服务升级,持续优化用户体验,进一步占领用户心智,形成品牌壁垒。
- 基于定期市场调研及独家数据分析,万师傅生成此报告,深入分析当前经济形势下中国家居服务行业消费特点、消费需求和产业环境,洞察未来家居消费趋势,为企业寻找确定性增长提供参考。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

2025家居服务行业洞察报告

万师傅®



(排名不分先后)