



# 2023家居服务行业 洞察报告

+ REPORT ON CHINESE HOUSEHOLD SERVICE INDUSTRY

## 前言

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

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

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

# 目录

1

中国家居服务行业  
发展背景

02

中国家居服务行业  
发展现状

03

中国家居服务行业  
细分领域

04

2023中国家居服务业  
问题剖析

05

2023中国家居服务业  
发展趋势

01

# 中国家居服务行业 发展背景

# 家居服务行业

## 定义

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

# 2023中国家居服务行业相关重点政策

政策发布时间	政策发布机构	政策名称	政策概要
2023-07-12	商务部 国家发展改革委等	《关于促进家居消费若干措施的通知》	<ul style="list-style-type: none"><li>· 完善绿色供应链，创新培育智能消费</li><li>· 提高家居适老化水平</li><li>· 支持旧房装修，完善废旧物资回收网络</li><li>· 促进农村家居消费</li></ul>
2023-07-28	国家发展改革委	《关于恢复和扩大消费的措施》	<ul style="list-style-type: none"><li>● 支持刚性和改善性住房需求</li><li>· 提升家装家居和电子产品消费</li></ul>
2023-09-01	商务部	《关于组织开展“家居焕新消费季”活动的通知》	<ul style="list-style-type: none"><li>· 提出在全国范围内组织开展“家居焕新消费季”活动</li><li>· 统筹城乡，线上线下联动</li><li>· 丰富家居消费场景，提升家居消费供给</li></ul>
2023-12-28	工业和信息化部等八部门	《关于加快传统制造业转型升级的指导意见》	<ul style="list-style-type: none"><li>· 聚焦消费升级需求和薄弱环节</li><li>· 大力开发智能家居/绿色建材/老年用品/婴童用品等领域新产品</li></ul>

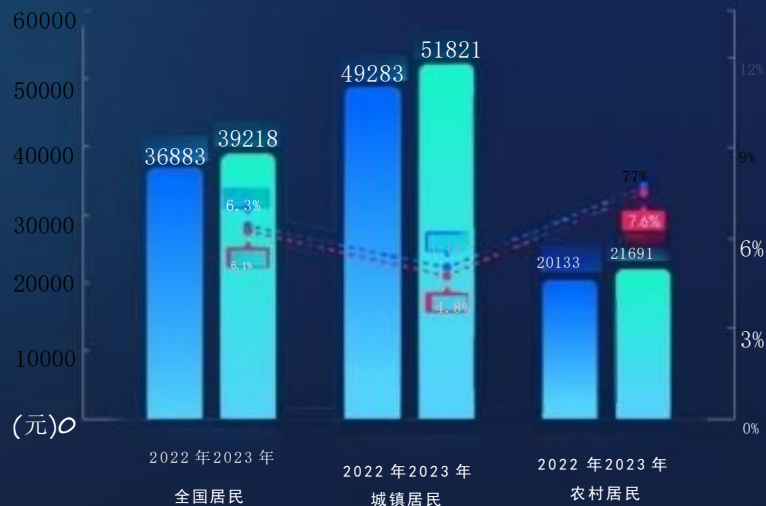
## 家居服务行业相关标准

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

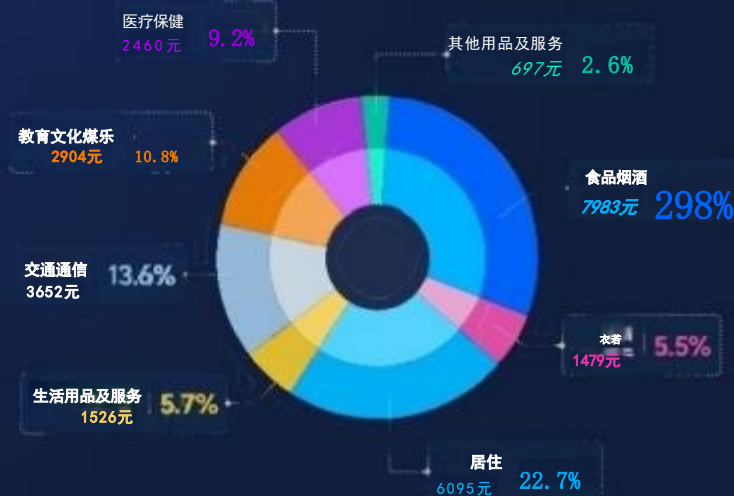
# 2023居民收入与消费概况

## 「2023年全国及分城乡居民人均可支配收入与增速」

—2022年人均可支配收入 —2023年人均可支配收入-0-2023年名义增速-0-2023年实际增速



## 「2023年居民人均消费支出及构成」



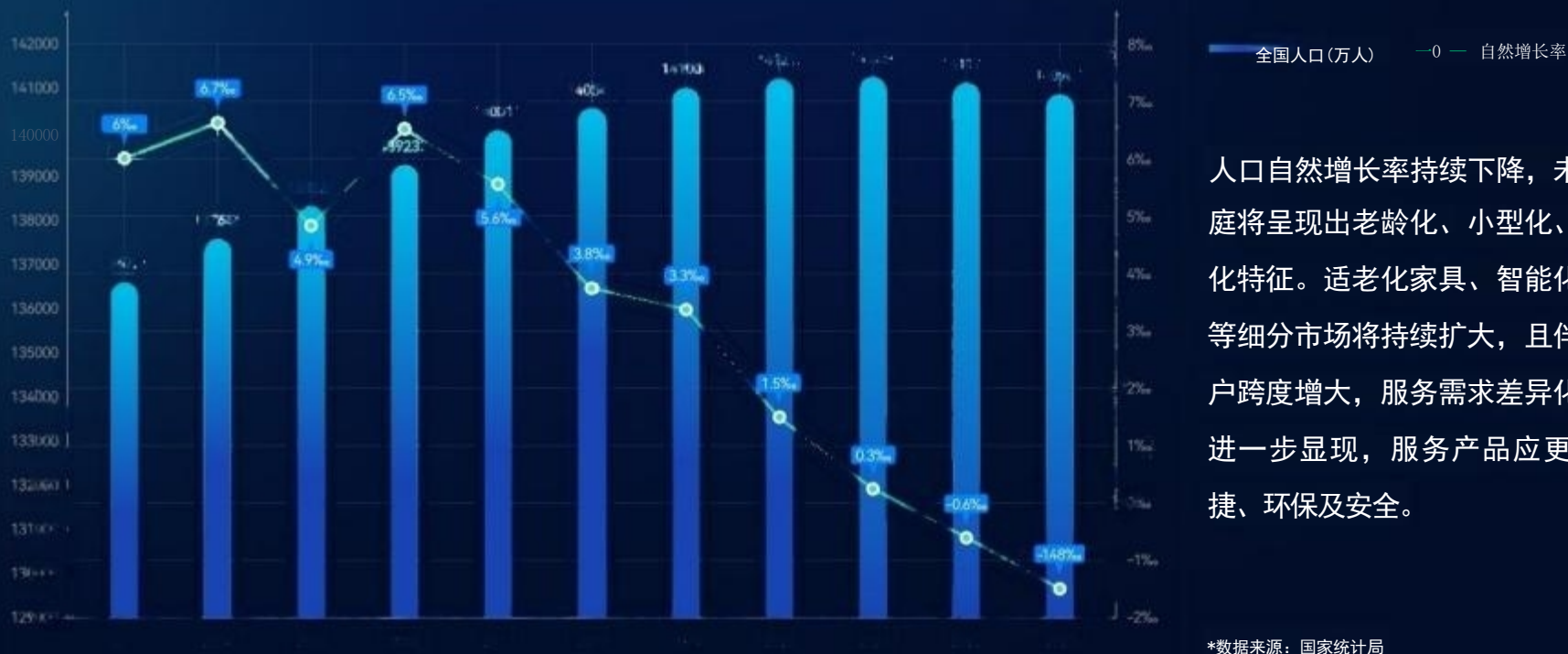
数据来源：国家统计局

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



# 中国家居服务发展环境

## 「2013-2023全国人口数及自然增长率」



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

# 中国家居服务发展环境

## 消费主力人口变化趋势」

25-64 岁人口占比



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

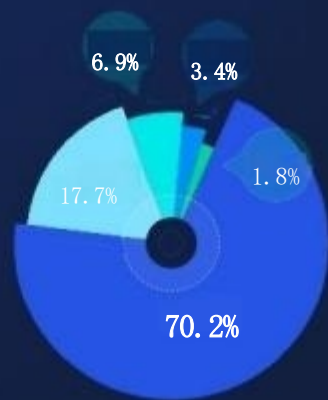
## 家居用户消费观念变迁

### 家居产品相关评论

评论量(条)



### 消费者在购物节的消费情况



结合实际情况酌情购买 70.2%

有计划地较大批购买 17.7%

容易冲动购买计划外商品 6.9%

仅购买少量商品 3.4%

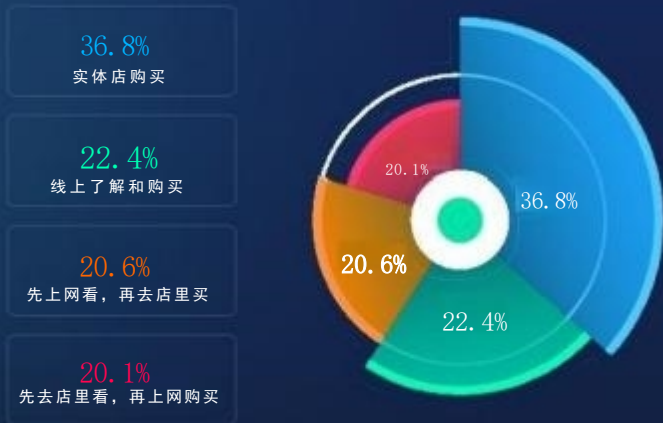
■ 尽量不购买 1.8%

91.3%的消费者会在购物节理性消费

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

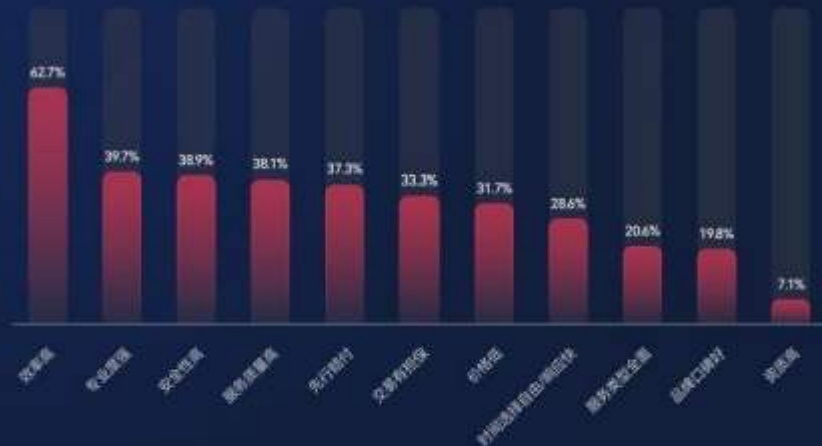
## 家居用户消费观念变迁

### 用户购买家居产品的主要方式



\*数据来源: 2023家居行业用户调研, 巨量算数, N=1788

### 2023年消费者在互联网家居服务平台下单的原因

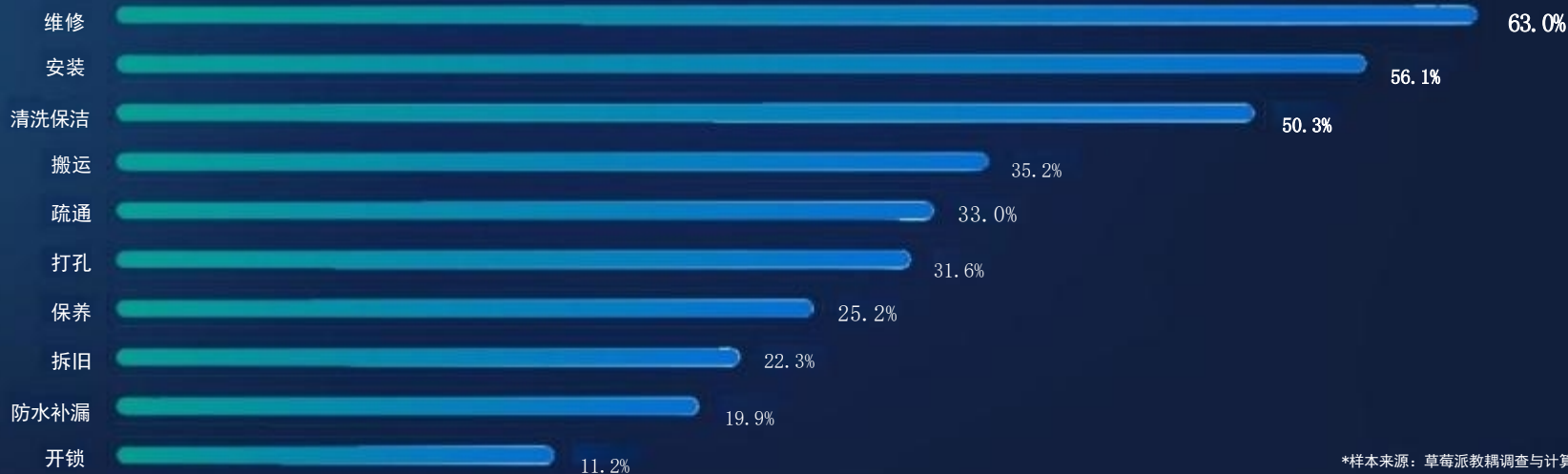


· 样本来源: 草莓派数据抽查与计算系统 · 样本量: N=1786 · 调研时间: 2023年8月

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

## 2023家居服务使用场景

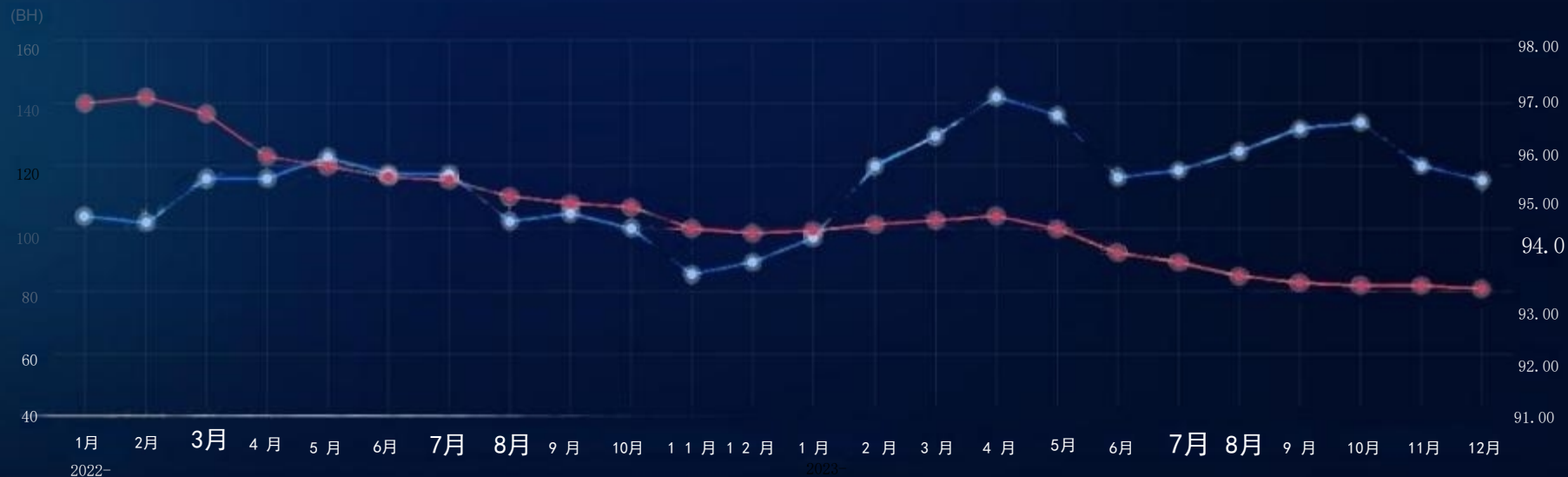
「2023年消费者使用过的家居售后服务类型」



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

# 中国家居建材市场变化趋势

## 2022年1月-2023年12月BHI 与国房景气指数对比图



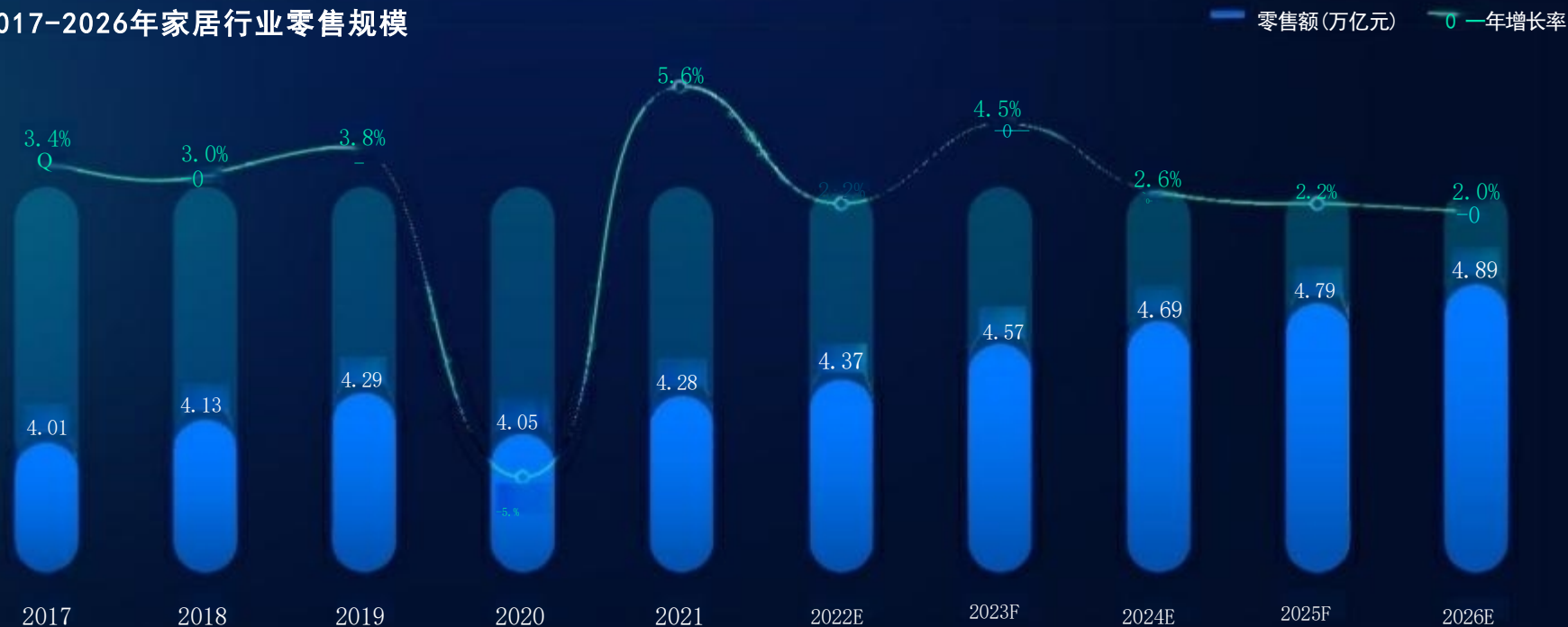
政策放宽之后，地产行业颓势依旧，国房景气指数一路走低。反观2023年BHI(全国建材家居景气指数)，较上年总体呈上升趋势，且在传统“金三银四”和“金九银十”期间迎来小峰值。可见，地产行业与建材市场相关性大大减弱，家居行业变革转型加速。

\*数据来源：中国建筑材料流通协会

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

# 家居行业零售规模增长情况

## 「2017-2026年家居行业零售规模



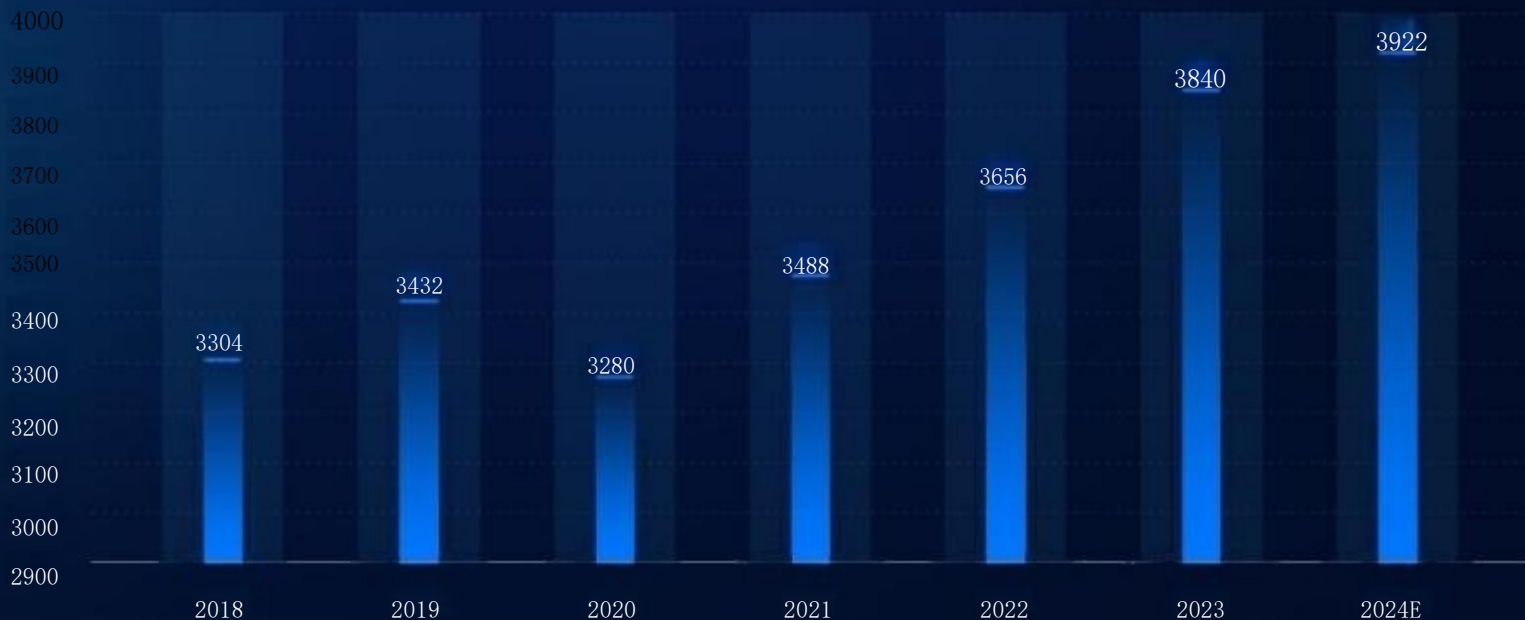
· 数据来源：亿欧智库

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

# 中国家居服务行业市场规模

「2018-2024E 家居服务行业市场规模预测」

□亿元



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



## 中国家居服务从业者规模

「2017-2021年我国到家服务从业人员数量及其增长率」



「2020-2023年一线至五线城市家居服务从业者地域分布情况」



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

02

## 中国家居服务行业 发展现状

## 家居企业关注因素



### 品牌方选择服务平台的考虑因素

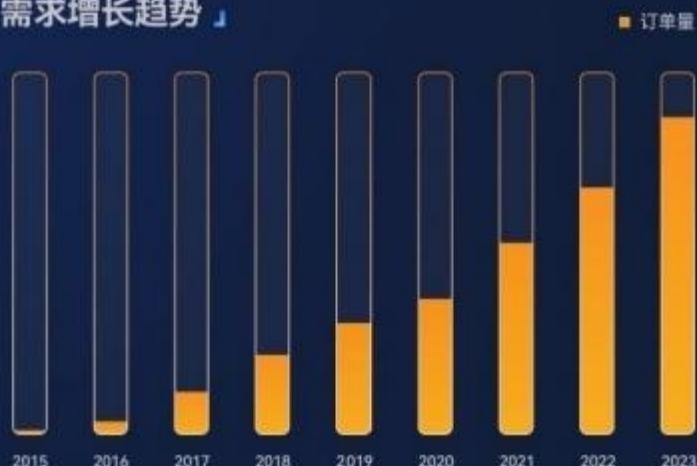
家居行业正处于格局重组的关键时期，行业竞争加剧，不少企业纷纷采取降本增效策略以对抗需求承压。在构建售后服务体系时，家居企业尤其注重合作平台的品牌硬实力，期望通过平台保障与优质资源供给确保资金安全，降低售后成本。在专业平台的服务力与覆盖力加持下，品牌方将有更多精力投入产品升级与品牌建设，进而扩大市场版图，实现确定性增长。

## 家居服务业增长趋势

「2015-2023构建数字化服务体系的家居企业数量」

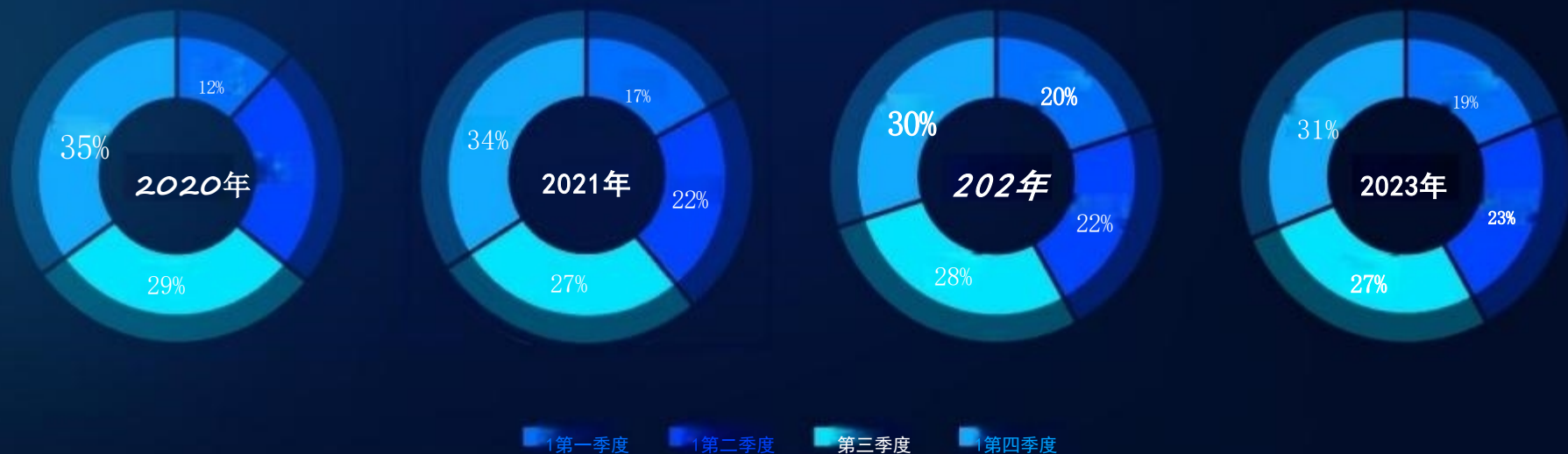


「2015-2023年品牌售后服务需求增长趋势」



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

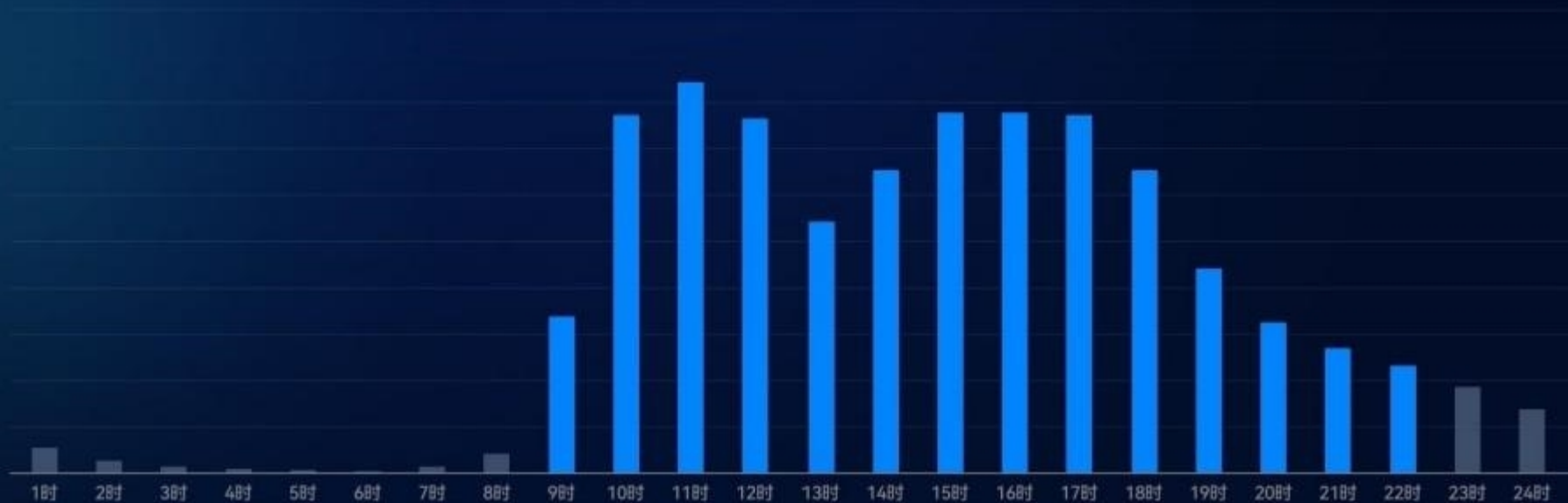
## 2020-2023家居服务需求季度变化



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

## 2023家居服务需求日变化趋势

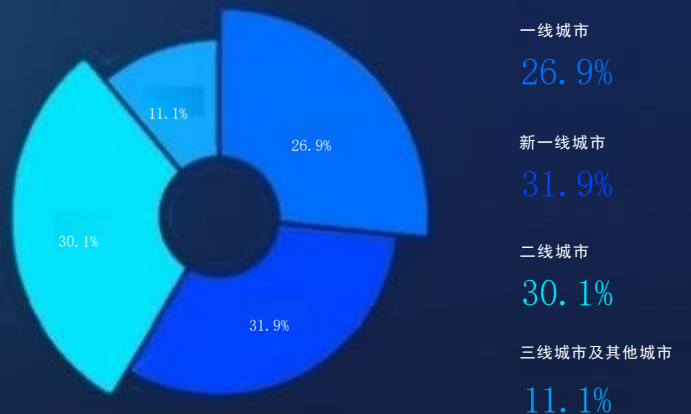
「家居企业下单时间分布」



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

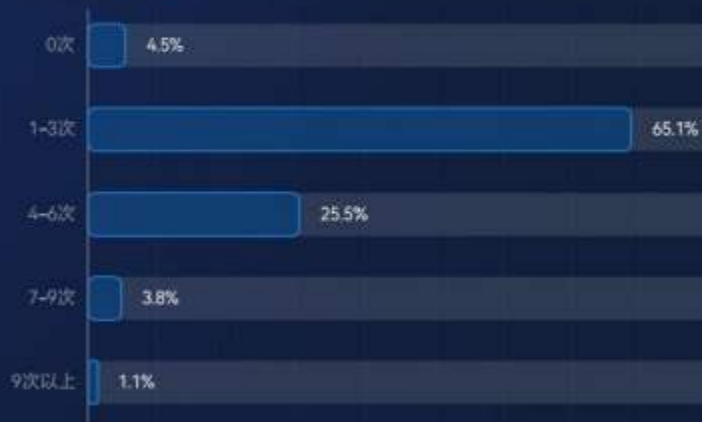
## 2023消费者家居服务需求情况

「2023年使用过家居售后服务的消费者所属城市」



· 数据来源：艾媒数据中心

「2023年消费者一个季度中对家居售后服务的需求频次」



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

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

# 2023全国城市家居服务需求

## 家居服务需求量城市排行」



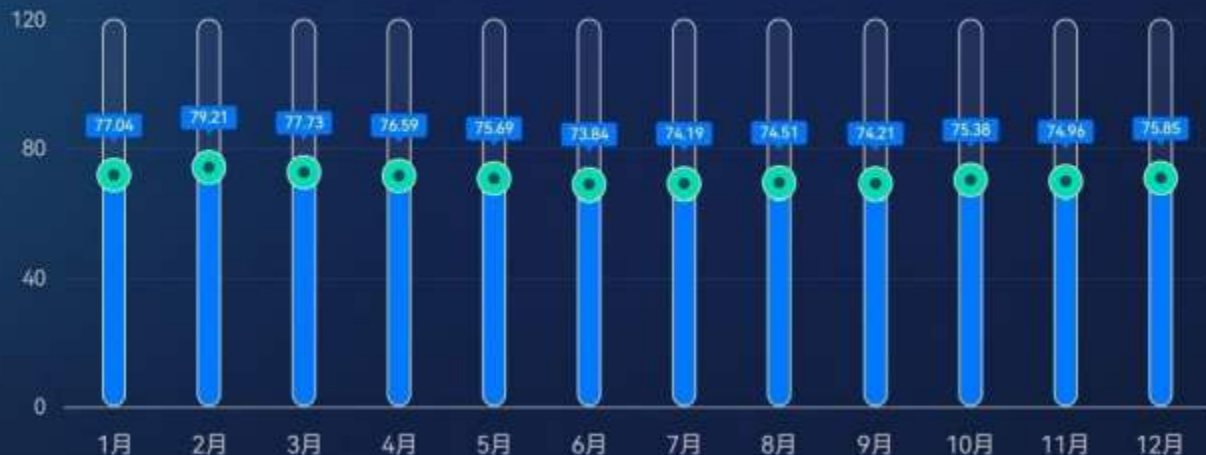
由于消费结构优化升级，国民服务性消费持续上涨。服务需求与当地消费实力呈正相关，消费分化明显，服务需求集中在超一线及新一线城市。上海、北京等一线城市居民注重生活品质的提升，家居服务消费持续增长。



## 2023家居服务时长

师傅在客户家的服务时长

单位：分钟



2023年平均服务时长

**75分钟**

2022年平均服务时长

**75分钟**

2021年平均服务时长

**70分钟**

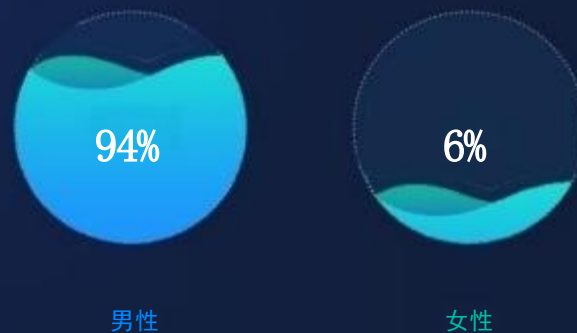
师傅从上门签到到服务完工，仅需73~79分钟。家居行业步入成熟阶段，产品标准化程度高，其配套服务流程也逐渐实现规范化，服务时长趋于稳定。

## 2023家居服务从业者画像

### 师傅群体年龄结构



### 师傅群体性别占比



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

## 2023家居服务从业者地区分布

「2023年各城市师傅数量排名TOP10」



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

## 2023家居服务从业者类型分布

### 师傅主要服务类型



### 「师傅主要服务类目」



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

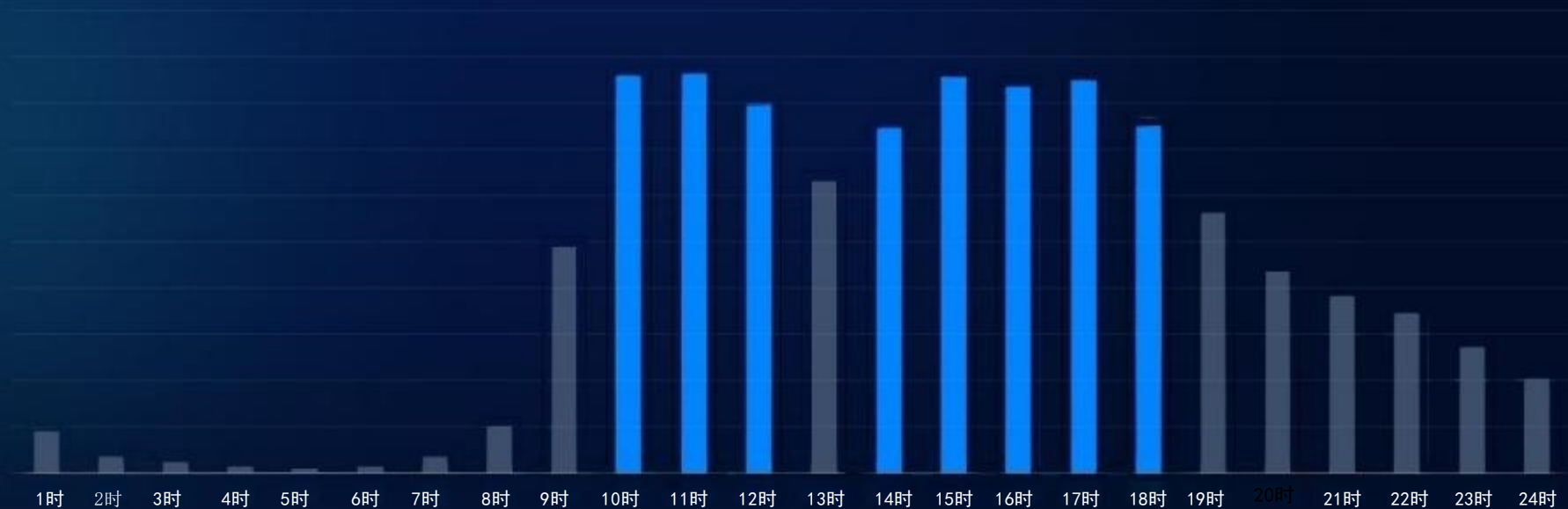
## 2023家居服务从业者收入城市排行



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



## 2023师傅接单活跃时间



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

03

# 中国家居服务行业 细分领域

# 家具

1

全球家具市场销售趋势

2

2023消费者线上购买的家具品类

3

2023家具产品维修需求情况

4

2023家具类服务价格变化趋势

5

2023家具类服务时长变化趋势



# 全球家具市场销售趋势

「2017-2023年全球家具市场销售渠道占比情况

□ 线上 □ 线下

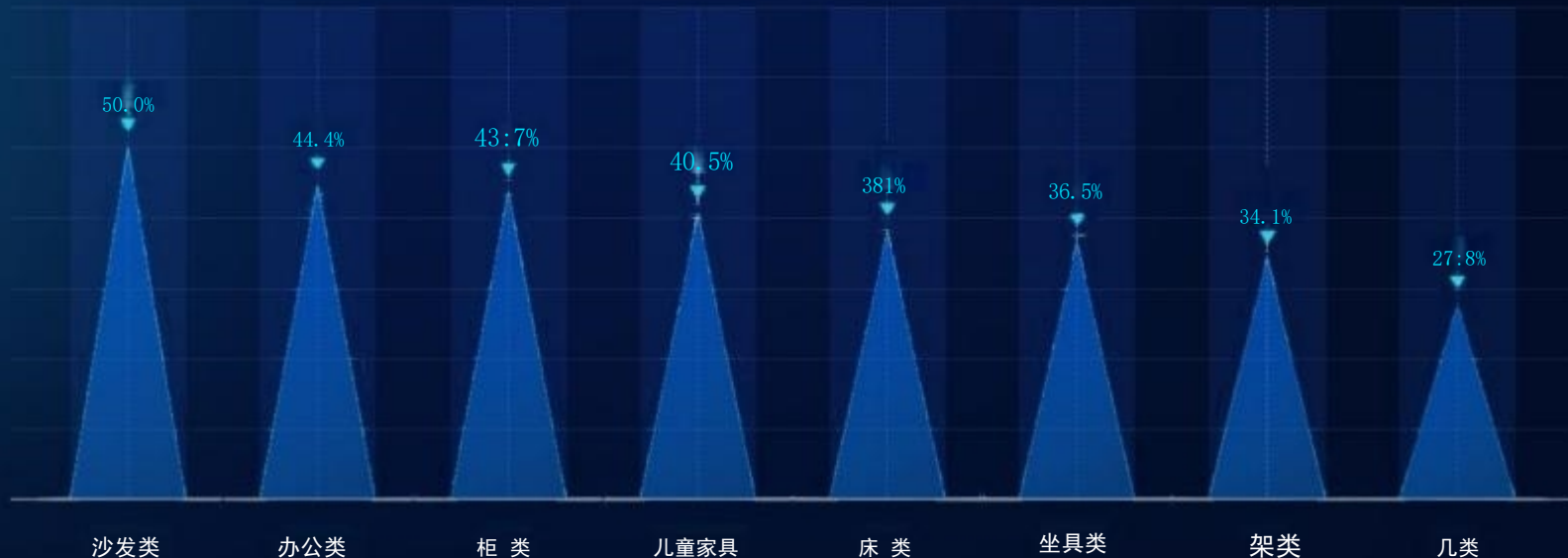


得益于物流业的发展和家具运输成本的下降，线上渠道丰富了消费者的购买选择，提供了更多便利。伴随着电商渠道的不断拓宽，物流、移动支付、售后服务等配套产业的纵深发展，线上家具市场占比将持续扩大。全球经济回暖，不少企业纷纷布局出海策略，家具出口，其配套服务成为关键课题。未来，万师傅将作为全球一站式技能服务平台，通过全球范围内的优质服务供给，持续为出海企业赋能，帮助降低售后成本。

## 2023线上渠道热销家具品类

2023年消费者在互联网家居服务平台下单的家具品类

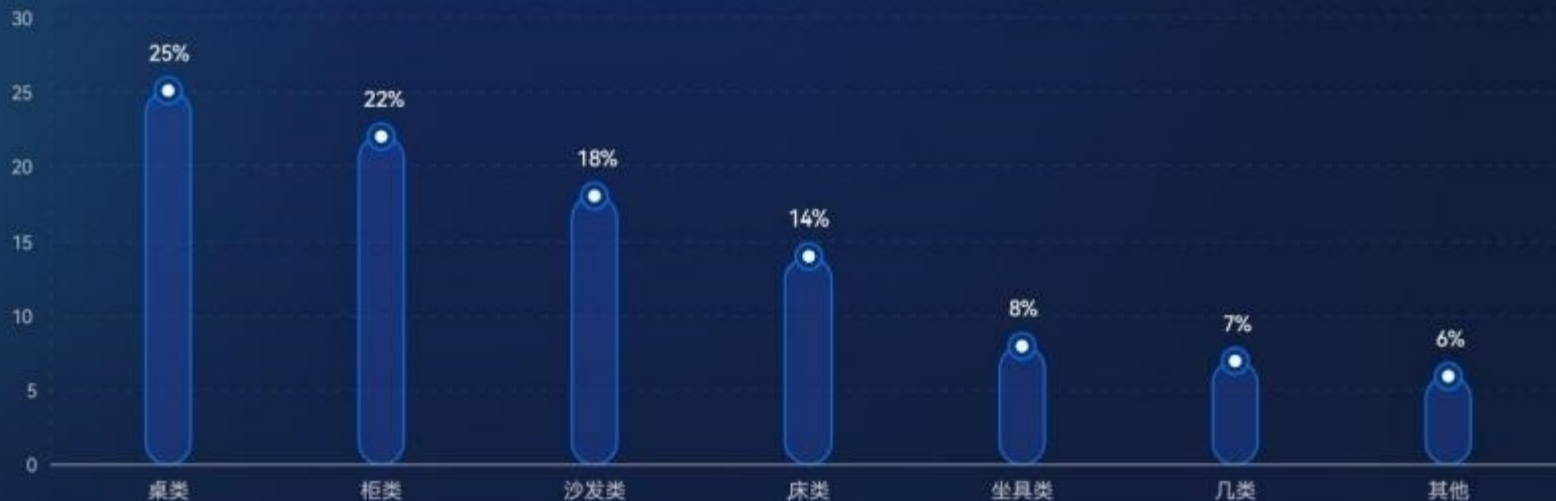
\*数据来源：艾媒数据中心



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

## 2023家具产品维修需求情况

「各类家具产品维修需求」



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

## 2023家具类服务价格变化趋势



2023年平均客单价

**118元**

2022年平均客单价

**121元**

2021年平均客单价

**128元**

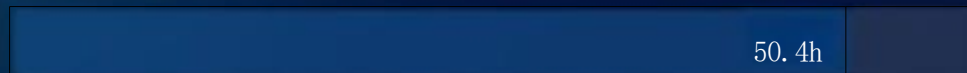
服务价格受市场环境及供需关系影响。家具产品因大件、易损、非标等特性，装卸难度、送装服务要求高，物流链条长、环节多、复杂度高，服务交付普遍滞后一个月。春节前夕是家具安装服务需求旺季，价格较平时浮动10元左右。

## 2023家具类服务时长变化趋势

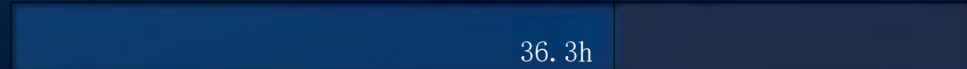
2020年平均



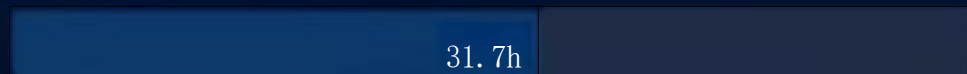
2021年平均



2022年平均



2023年平均



### 「2020-2023年家具安装服务时长」

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

注：服务时长指服务订单生成至服务交付完成所耗费的总时间。



1

中国卫浴行业市场规模

2

中国卫浴市场主要构成

3

2023卫浴产品维修需求情况

4

2023卫浴类服务价格变化趋势

5

2023卫浴类服务时长变化趋势

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：  
<https://d.book118.com/178031107012006055>