

空调清洗师日薪千元? 万亿家电后市场蛋糕待啃

又到空调使用高峰，如何清洗空调避免细菌感染总是会自然而然地成为当季热门话题。无独有偶，最近一则关于“空调清洗师日薪千元”的新闻，让人们对中国家电后市场的大蛋糕甚为眼红。

据央视财经《第一时间》栏目报道，6月中旬以来，在某家政平台夏日除菌、保洁、清洗类的家政服务订单，同比暴增超600%，其中部分空调清洗师的日薪达到千元。今年平台空调清洗、冰箱清洗、洗衣机清洗等服务有三到四倍的增长，很多是年轻一代做出的贡献，这部分群体更喜欢花钱买方便。

对于家电企业而言，售后服务是产业链中最重要的一环，甚至可以影响盈利和自身的成长。目前我国家电市场已经进入存量市场，而巨大的市场保有量便意味着同等数量的服务需求，家电后服务市场对企业的重要性不言而喻。

中国家电业走过了几个阶段，分别是向人口要红利、向渠道要红利、向电商要红利。如今，随着电商趋势于平缓和外部环境的变化，家电行业需要做的是向服务要红利，这就是未来家电行业重要的利润增长点之一。

家电后市场的蛋糕到底有多大？说实话，当前没有一家企业，或者一个机构可以说清楚。家电的深度清洗、保养等服务的收费情况，一般来说都在200-300元每单。虽然市场整体容量不明，但从用户的需求来看，呈现较井喷式的发展趋势。同时，家庭中需要进行深度清洗保养的家电产品普遍都在2-3件甚至更多。据中国家用电器服务维修协会数据显示，近5年间，家电后服务市场规模从2015年的2905亿元，已经发展到2020年的突破1万亿元。

坐拥万亿的家电服务市场，无疑是

一块大蛋糕。一直以来，家电后服务都是国内家电产业最薄弱的一环，同时也是发展潜力巨大的一环。

家电行业向服务要红利的走向可想而知，毕竟万亿的市场无疑会成为行业重要的利润增长点之一。已经有不少家电厂商和渠道商将重点放在了服务上，因此而催生的第三方服务平台不在少数。但是它们的弱点在于，缺乏一个稳定成熟而专业化的服务体系，很多O2O服务平台利用整合的还是传统家电服务网点和队伍。

家电行业目前必须要啃这块万亿元的蛋糕，同时消费者对于家电服务的要求也会越来越高。服务质量直接影响用户体验，进而决定用户黏性和产品复购率。如果服务做不好，丢失的不仅仅是万亿级的家电后服务市场，还有可能是已经购买产品的用户。

■采写:新快报记者 陈学东 ■制图:廖木兴

