

互联网赋能家居售后服务行业 “小修小补保养维护”成数万亿新赛道

近年来，我们每个人和家相处的时间越来越长，居家变成了一个重要的工作与生活场所。这也让我们开始重新审视居家场景内延伸出的“新刚需”。在居民消费行为升级、消费观念趋向理性的今天，家居消费不再是一锤子、一次性的买卖，像小修小补、保养维护这样的家居售后服务市场，在互联网技术及其商业模式的加持下，绿色化、智慧化、定制化等逐渐成为家居消费新趋势，家居行业将向新零售、新营销、新服务方向发展，售后服务市场大有可为。伴随着政策变迁、技术迭代以及消费需求升级，家居服务行业从无序走向有序，从原始走向规范。数据显示，2022年国内家居服务市场规模达到2.56万亿元。



01

买专业服务代替自己动手 超九成对售后服务有需求

随着国民生活水平的持续提高，用金钱换时间的生活方式逐渐成为主流。越来越多消费者选择购买专业服务代替自己动手，一是提升生活品质，二是节省个人时间，将更多的时间和精力放在更重要的事情上。与此同时，伴随着消费习惯变迁，家居消费逐渐向线上迁移，电商平台成为家居消费的重要入口，家居服务市场

随之稳定上涨。因此，家居服务普及是市场发展的必然趋势。

数据显示，2010—2025年全球家居市场规模整体呈上升趋势，2022年已达5066.2亿美元，预计2025年达5546.6亿美元，增长态势平稳。随着家居企业销售版图与用户跨度扩大，越来越多企业采取轻运营模式，依靠第三方家居售后服务平台强化自身服务力。

用户调研结果显示，超九成消费者愿意尝试平台推出的定制化服务，一站式个性化定制服务需求广泛。消费者在体验家居售后服务时遇到的主要问题在于服务水平、价格、人员资质等问题；消费者一个季度中对家居售后服务的需求频次集中在1—6次，占比超九成，市场需求广泛；99.2%消费者对于互联网家居服务平台推出定制化服务具有极高的尝试意愿。家居市场需求日趋个性化，以往标准化家具服务类别无法满足消费者诉求，家居服务平台可定制小众化、个性化产品服务，以在市场上获得差异化竞争优势。

2023年7月，商务部等13部门联合印发《关于促进家居消费若干措施的通知》，鼓励企业打造线上家居服务平台，促进“互联网+家装”“互联网+二手家居”、家电家具租赁等新业态、新模式健康

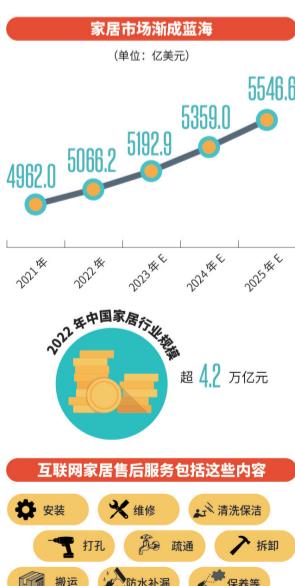
有序发展。

近年来，随着智能家居技术的不断发展，家居行业数字化转型加快，线上线下渠道深度融合。家居售后服务平台需不断拓宽销售渠道，利用电商、社交媒体等网络工具强化品牌营销和商品推广，并通过多元化合作开展“互联网+家居”业务。

家居售后服务，是指生产企业、经销商把家居产品或服务销售给消费者之后为其提供的产品介绍、送货、安装、调试、维修、技术培训等一系列服务。在实际生活中，智能家居售后通常包括安装、维修、清洗保洁、拆卸、搬运等类型。家具一般为大件耐用品，更换较麻烦，消费者在选购时较为慎重，售后服务是质量管理和产品销售中的重要环节，售后服务质量高利于家居行业的纵深发展。

数据显示，在互联网家居服务平台下单的家具品类中，沙发类、办公类、柜类占比较高，家居大件服务需求多；超六成消费者在互联网家居服务平台下单是因为其效率高。

调查数据显示，34%家居用户在购买产品时注重售后服务是否规范，27.6%消费者关注物流是否便捷。这意味着，在家居消费领域，是否具备基础安装服务及售后保障，成为影响消费者购买决策的主要因素。



互联网家居售后服务行业图谱

原材料



家居售后服务需求方



家居售后服务供应方

