



家装行业最后一公里的破解之道



目录

Contents

一

家装市场的潜力

二

家装行业物流之“痛”

三

居家通产业链重塑

四

一体化全方位服务平台



中国家居家装市场规模稳中有进

中国家居家装市场规模将稳中有升，新房精装和旧房改造性装修的工程量会继续保持增长姿态，建材家居市场规模增幅将有所放缓，互联网家装将继续渗透。家装拥有4万亿的市场体量。

- 房地产“去库存”推进，扩大家居市场；
- 浙江省：新建住宅全部实行全装修和成品交付；
- 家装消费者对家装的需求从传统的基础装修大幅转变为全屋定制；
- 政府深化户籍制度改革 2017年实现进城落户1300万人；



数据来源中国产业信息网



家装行业呈现“大行业、小企业”现状，扩大发展需依托第三方物流

用户消费能力及
家居家装需求日
益提高

装修公司服务
本地化质量参
差不齐

建材、家具、家
饰等产品标准化
产业化程度低



建材、家具等产品和服务标准化、产业化程度较低、产品同质化严重，用户的消费能力和消费需求差异化明显。

家装服务受到地域限制，业内公司多为当地的区域性公司，资本实力和服务水平参差不齐等种种因素导致家居家装行业相对分散，形成“大行业、小企业”的市场现状，如需扩大发展需依托于专业的第三方“大件家居物流”。

家装行业物流之“痛”，限制家装行业的发展

1

供应链协同难，运营效率低，运作成本高；

2

自建服务网点难，闲散师傅不可控，末端服务难保障；

3

自建仓储物流体系，耗精力、大成本；

4

中转环节多，破损率高，客户体验差；

5

信息技术落后，信息不对称，沟通成本高。

居家通产业链重塑，解决家装物流最后“一公里”痛点



优质资源 整合强化

整合各省份最优质的物流资源、师傅资源，进行专业化培训



业务闭环 一站式服务

最后一公里全程一站式服务，解决F2C、B2C的服务难题



信息化管理 标准化运作

信息化管理，服务全流程可视，全节点可控，统一系统沟通协调跟进

居家通产业链重塑，解决家装物流最后“一公里”痛点



□ 2200区县全网覆盖的服务资源

□ 2000个特约服务商

□ 100000多名专业配装技师

□ 三大主导服务门类

家具（成品、定制）、建材卫浴、工程项目

居家通建立全国服务网络，打造最强整装团队

□ 五大家居产业基地集配中心布局

华南：佛山、东莞、广州、深圳、南康

华东：上海

华北：北京

华中：武汉

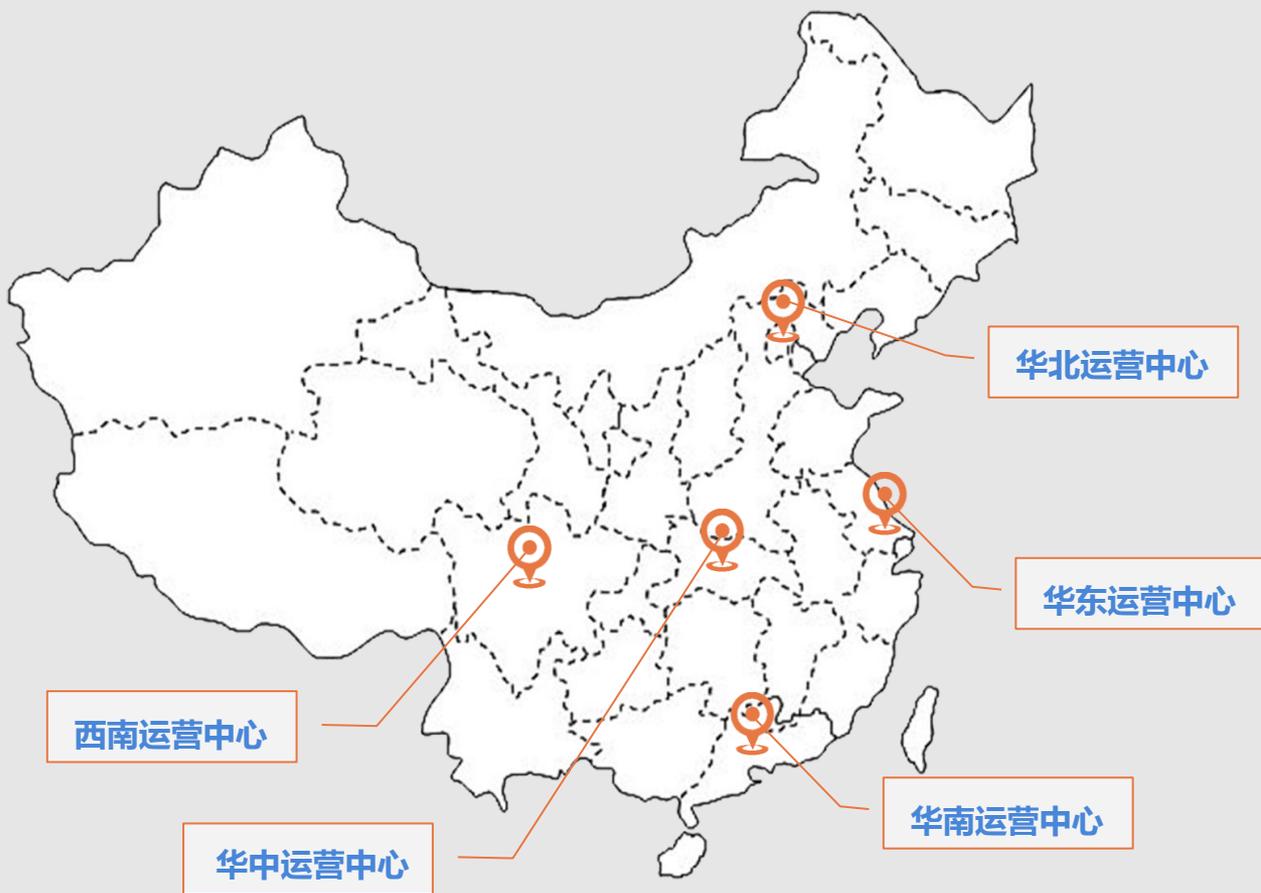
西南：成都

□ 2200县级的干线发运能力

□ 649个城市2200个区县的配送覆盖能力



五大家居产业基地集配中心布局收货仓、物流体系



居家通收货仓体系

智慧物流园，东莞收货仓
乐从收货仓，深圳收货仓
杭州收货仓，上海收货仓
沙富收货仓，成都收货仓
江门收货仓，南康收货仓
香河收货仓，苏州收货仓

干、仓、配、装一体化服务

服务模式

家装公司供应商工厂、仓库揽收，通过专线资源和配送安装资源，实现从第一公里到最后一公里的一体化仓、配、装、维服务

互联网家装

官网
电商平台

系统平台



收货仓

实体家装

O2O商家
B2C商家
实体店
C2C客户



干线物流



整合优质专线；
完成长途运输；

终端服务

安装

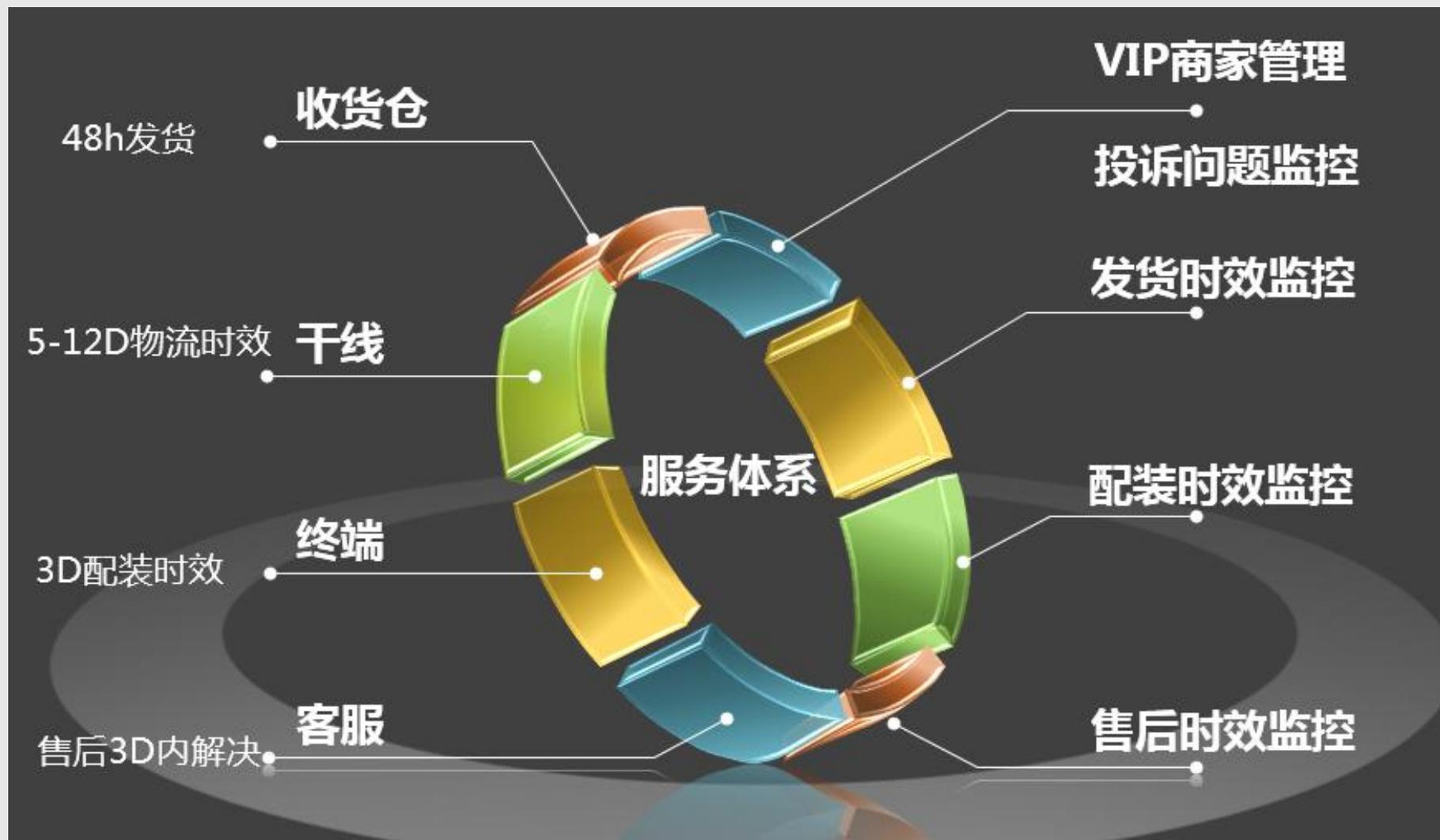


APP签收评分；
规范安装标准；
树立行业标杆；
打造优质体验；

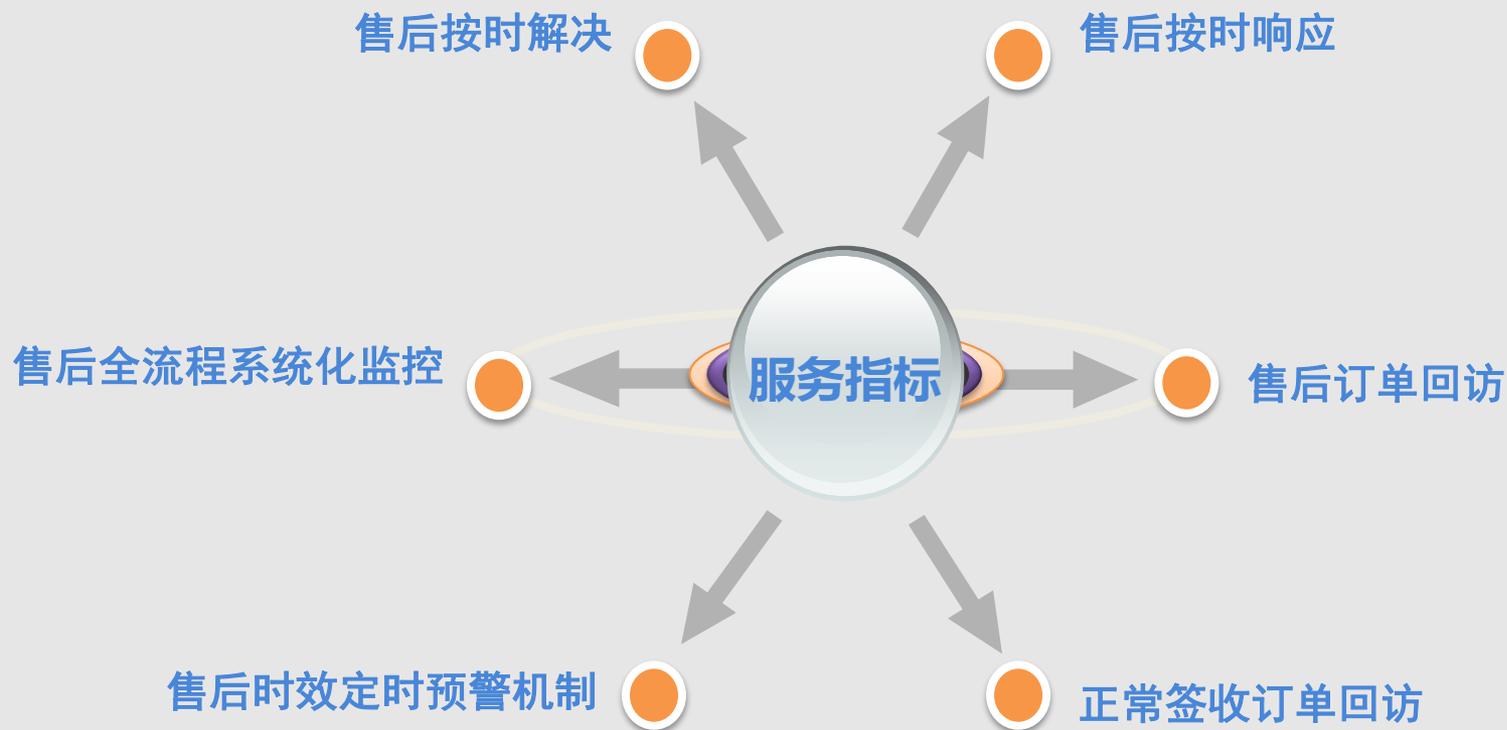
移动智能终端



服务管理——360°服务管理体系



服务管理——PDCA售后管理体系

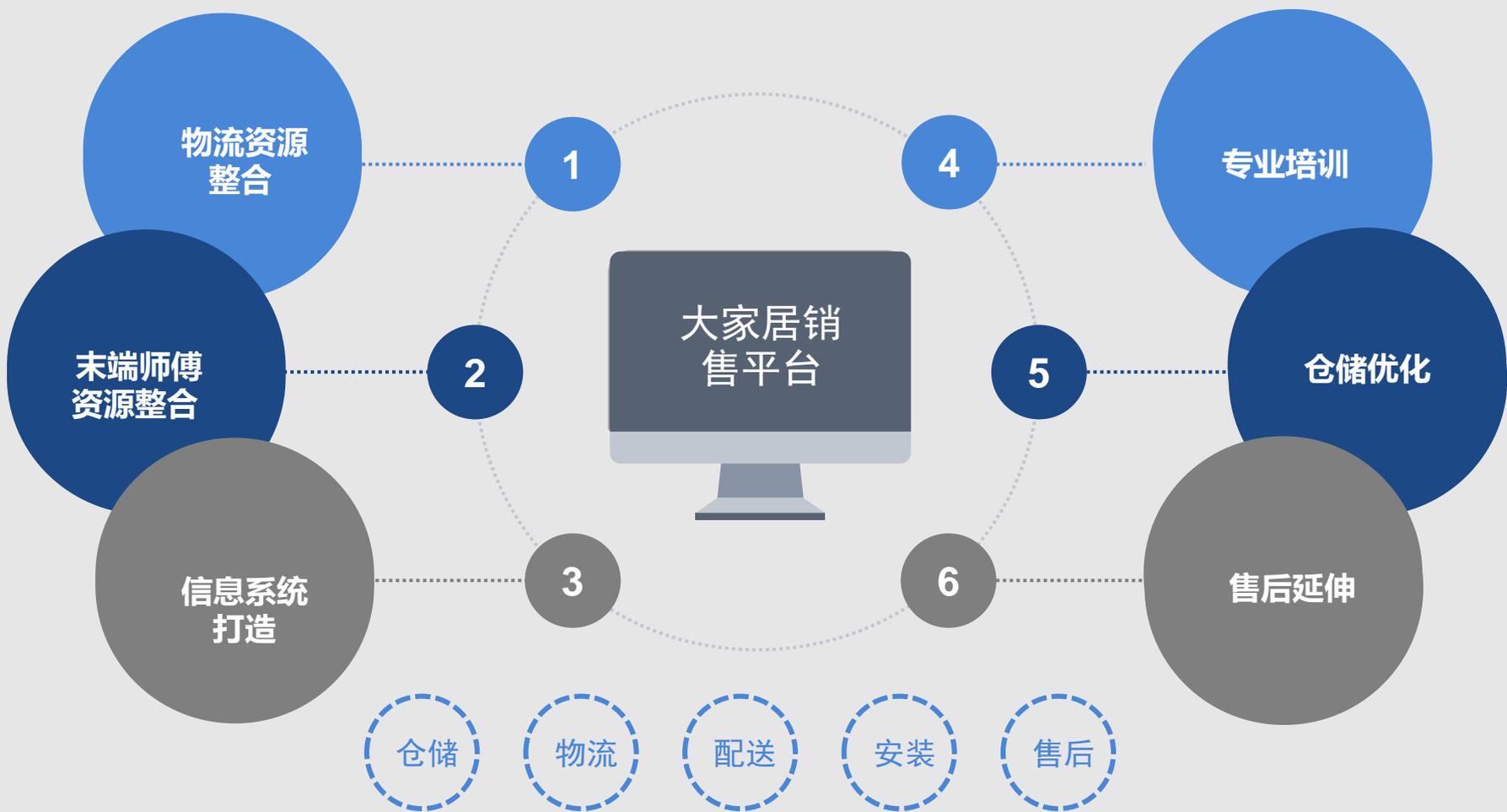


- ◆ 3分钟响应
- ◆ 10分钟回复
- ◆ 专业VIP客服团队1对1 处理

- ◆ 核销率 $\geq 98\%$
- ◆ 24小时解决方案 $\geq 98\%$
- ◆ 售后3天解决率100%

居家通打造家居物流服务生态圈

居家通通过整合物流资源，配装资源，通过优化仓储，数据分析，专业培训等解决家居销售时效，末端服务弊端，形成线上线下互联，传统销售与电商互联，助力商家进行线上线下销售，打造家居物流服务生态圈。



居家通打造家居物流服务生态圈

——家居物流服务领域专业解决方案提供商

服务平台



干线平台



配装平台



线下平台

解决方案



最优方案匹配



海量资源选择



方案提供免费

信息技术

移动终端
PC端接口

一体化信息系统

服务过程全程可视

合作伙伴





打造中国家居服务第一品牌