

今年2400万张床被网友买走

网购家具像网购家电一般“丝滑”？



网络图片

网购家具“价更低” 物流售后却需担风险

如今，网购家电已经不是什么新鲜事，电商平台的物流服务及电器厂家的安装服务几乎可以同步到位，质量和售后都得到了保障。不过，对于种类繁多、厂家大小参差不齐的家具产品来说，网购还是让很多人有所担心。毕竟，大件物品无论是途中出现问题，还是安装不到位，都会为日后的使用、售后带来不便。

近日，“4万月薪招聘家具送装师”登上热搜，背后是年轻人网购家具正在成为新趋势。物流升级、官方售后保障了网购家具的安全与质量。据统计，今年前10个月，有2400万张床在网上被售出。

5年前，搬进北京市顺义区新家的李女士曾在线上源头厂家买了一套实木餐桌椅，价格是线下的三分之一左右。原本暗喜“捡了便宜”，孰料到货当天就出现意外：安装师傅拆开包装发现桌椅多处出现磕碰凹痕，李女士随即联系店家提出拒收，安装师傅与卖家进行了长达两个小时的电话“拉锯战”，才不情不愿地将家具拉走。“因为安装师傅与卖家并不相识，也没有合作关系，只是卖家在线上临时找的北京的安装师傅，因此磕碰到底是谁的责任，拒收后是否该由安装师傅拉走等等统统出现问题。”李女士回忆道，这次购买经历让她有点失望，认为网购家具虽然便宜，但也需承担较大的风险。

李女士的体验并非个例。网购大件商品已经是平常的体验，但很多消费者会担心：送货上门的时候能不能直接安装好，不要再让我预约一次安装，送货安装能不能也“包邮”？

电器家装商品包含家具、大家电、家庭装修用品3个大行业在内的1700个细分品类，中国人最熟悉的“居家十大件”有衣柜、床、沙发、电视柜、餐桌椅、浴室柜、电视机、冰箱、空调、洗衣机。

目前，全国电器家装商品的市场规模超过5万亿元。淘宝、天猫数据显示，近一年，有2.67亿消费者购买电器家装产品，仅仅今年前10个月，就有2400多万张床、2200多万套沙发、1800多万件餐桌椅在线上被售出。

与网购小件商品不同，消费者购买大件商品时，对送装服务的确定性要求更高，但也一直存在着难以解决的六大痛点：时效慢、乱收费、上门次数多、商品破损、退货难、旧货处理难，这些痛点影响着消费者的购买体验和消费决策。

但与此同时，商家也同样存在着诸多痛点：多数品牌没有能力自建送装服务能力，但目前市场上的第三方寻求服务，往往又没有统一的标准，导致消费者体验差，商家资损高。

物流与电商“打通”一次送装 未来3年覆盖全国县市

根据中国电子信息产业发展研究院发布的《2021年中国家电市场报告》，2014年，国内家电行业线上渠道销售额占比仅为11%左右，2021年，这一数据攀升到了52.9%。

时间到了2022年，李女士网购过程中被直播间“种草”了一台电动沙发椅，可以变成摇摇椅还可以躺倒按摩，于是她抱着“再试一次”的想法，有点“小忐忑”地下了单。这一次的经历出乎意料得顺利：大件的电动椅由电商平台物流送货上门并同步安装，师傅准时到达，验收、安装、测试一气呵成，并承诺出现问题也由卖家联系平台上门维修或退换货。“没想到现在线上买家具和买电器一样方便了。”

这样顺畅的体验同样不是偶然。据了解，为了解决网购家具的痛点，3年前就有电商平台开始布局“一次上门，免费送装”的服务，目前该服务已经覆盖了全国300个城市的消费者。未来3年，电器家装商品“一次上门，免费送

装”将覆盖全国2800多个县，电器家装商品送装网络将给人们带来“网购家电”般的良好体验。

为了实现这一目标，天猫大件商品的官方物流已经初步建立专业的大件商品物流解决方案：在佛山、赣州、潮州等产业基地开设了自营的集货分拨中心，并且率先实行“定点班车”模式，使得70个城市的消费者收货时长缩短了2至3天。

在最后一公里的送装环节，电商平台与物流企业建立了自营的送装师傅队伍，在提前预约、清洁防护、送货上门、送装一体、带走包装等方面都实现了标准化作业，一次送装完成率达到了98%，使得消费者对网购大件商品的物流体验评价大幅超过市场水平。

使用官方大件物流服务后，商家获得的消费者评价也明显提升。家具品牌源氏木语创始人张群峰表示，与物流企业建立合作以来，卖家服务评级系统评分达到4.95，回访消费者的绝对满意度高达94%。

最高月薪4万元急聘 家具送装师成为热门新职业

在网购家具成为新趋势的同时，家具送装师也成为热门新职业。一则“平均月收入在2万到4万元的招聘启事”冲上热搜，这一薪资水平是一般快递员的2到4倍以上，招聘要求主要是熟悉家具安装技能，能独立完成送装。

公开统计数据显示，国内家装市场的规模已经达到5万亿，但长期以来，家装物流市场主要是“送装分离”的模式，由物流公司把家具送上门后，需要再预约安装师傅上门安装，中间的时差短则一两天，长则一周以上甚至更久。

造成这一情形主要是因为物流公司的递送信息与商家安排的第三方安装团队并不对接，而如果安装也由物流公司完成，就打通了送、装这两个环节，从而有利于提高消费体验。因此，现在菜鸟、德邦等物流公司都开始组建自己的家具送装团队，以满足商家的这一需求。

然而，相比送货上门是物流公司的强项，上门安装则是相对技术的工作，这就意味着，上门送货的小哥还需要额外的家具安装技能。

因此，招聘到优秀的送装师傅成为物流企业的当务之急。目前，菜鸟已在全国300多个城市开展家具送装服务，同时又以全国重点70城为主，占据了整体物流订单量的80%左右。基本的业务流程是商家、工厂把他们的家具货物提前备在仓库，消费者的网络订单下达后，会通过运输干线运往对应区域的仓，然后再由区域仓的家装师傅提供上门的送装服务。未来3年，该企业将持续投入10亿元，建立起一支1万人规模的末端送装师傅团队，让大件物流服务更加有确定性的保障，最大限度降低破损率，提高数字化水平。

而以大件快递业务为主的德邦快递，家具送装业务量已经达到了上亿的规模。该公司在上海、北京、广州地区也有自建的送装团队，其他区域则是与家装平台合作。据了解，该企业招聘的家具送装师月薪也在2万元到3万元，负责一些需要拼装的定制家具的递送和安装。如果会开车，薪水还会更高。

（据《北京青年报》）