

302.7
万

香港住宅单位
(统计处2023)

600-
900万

年订单量
(行业估算)

24-
72亿

市场规模 HKD/年
(估算)

<10%

平台化渗透率
(蓝海市场)

客户痛点

痛点	现状
价格不透明	上门后加价，无标准报价
师傅质量参差	无认证体系，无评价机制
无售后保障	安装后无回访，问题无人处理
配送安装分离	需自行协调物流与师傅

香港市场特殊性

- ◆ 楼宇结构多样（唐楼/公屋/村屋/豪宅并存）
- ◆ 过海交通成本高（港岛↔九龙需加价）
- ◆ 技工日薪高（人工成本驱动定价）
- ◆ "一刀切"定价不可行 → **必须动态报价**
- ◆ WhatsApp/FPS 为主要沟通支付方式
- ◆ 屋苑社群活跃（口碑传播效率高）

投资亮点

香港家居服务市场**规模大**（24-72亿HKD/年）、**渗透率低**（<10%）、**痛点明确**，是典型的蓝海市场。动态报价引擎 + 全生命周期数据采集是解决行业痛点的核心技术能力。



核心服务

- 家居配送 + 上门安装一条龙
- 覆盖 8 大品类 (家具/灯具/卫浴/厨房/家电/智能/门窗/软装)
- 全港覆盖 (港岛/九龙/新界/离岛)
- 动态报价引擎: 8 大类参数 × 32 项因子
- 全透明报价, 封顶价保障

平台演进路径

阶段一 (前期): 统一派单 + 标准化动态报价

平台抽成 20-25%

阶段二 (中期): 引入师傅报价浮动

平台抽成 15-20%

阶段三 (后期): C2C 撮合模式

平台抽成降至 10-15%

收入结构

主要

平台抽成
10-25%

增值

加价险
封顶价保障

B端

合作方
批量订单佣金

数据

楼宇数据库
行业数据服务



🏆 口碑营销 — 平台最关键竞争壁垒

家居服务高客单价、低频次、强信任依赖的特性，决定了“熟人推荐 + 信任可证伪”是获客与留存的最优路径

🛡️ 口碑营销三重壁垒



数据壁垒

全行业最完整客户项目数据
8品类 × 6楼宇 × 6场景
全生命周期采集 + 交叉对比



信任壁垒

全流程透明 + 零增项承诺
客户可验证每一项承诺
信任可证伪



网络壁垒

屋苑社群裂变 + 老带新
楼宇聚类 + 推荐客户池
双向激励闭环

📅 6 大策略

- ✓ 服务透明化（可分享服务卡片）
- ✓ NPS 驱动推荐（9-10分激活）
- ✓ 师傅个人品牌（专属推荐码）
- ✓ 案例内容化（完工案例库）
- ✓ 社群裂变（屋苑老带新）
- ✓ B 端背书（合作方联合营销）

🎁 激励机制

- ✓ 双向激励 HKD 50-200
- ✓ 验收→推荐（NPS 9-10）
- ✓ 验收→复购（NPS 7-8）
- ✓ 复购→推荐升级
- ✓ 流失→90d 唤醒优惠
- ✓ 转化率高于单向 2-3 倍

🏆 信任徽章

- 🏆 零增项（无增项记录）
- 🏆 准时服务（SLA 100%）
- 🏆 高满意度（≥4.5分）
- 🏆 回头客（复购≥2次）
- 🏆 推荐达人（≥3次转介）
- 🏆 基于真实数据可验证



💰 QSV 报价服务 — 定价引擎

📁 8 大类参数 × 32 项因子

📄 基础费率 × 楼宇系数 × 区域系数 × 时段系数 × 复杂度系数

💎 全透明报价，封顶价保障

🎮 规则引擎先行 → ML 优化

🌈 竞品难以短时间复制

📊 CPT 客户项目跟踪服务 — 数据主线

🔄 8 阶段全生命周期跟踪

📷 7 类采集物（照片/视频/录音/截图/扫码/表单/GPS）

🎯 8 类客户跟踪池（流失/成功/推荐等）

📊 交叉对比矩阵（差异化核心）

🔄 数据反哺报价参数校准

🔄 数据闭环 — 飞轮效应



数据越多 → 报价越准 → 体验越好 → 口碑越强 → 订单越多 → 数据越多（飞轮效应）



报价公式 — 8 大参数动态计算

基础费率 × 楼宇系数 × 区域系数 × 时段系数
× 复杂度系数 × 师傅等级系数 × 供需系数
+ 附加费 (特殊作业/加急/拆旧/过海)

客户价值

- ✓ 全透明：下单前完整明细展示
- ✓ 封顶价：每项服务设价格上限
- ✓ 加价险：可选保障，杜绝意外
- ✓ 动态调整：8 大类参数实时计算
- ✓ 持续校准：实际数据反哺优化

技术壁垒

- ◆ 8 大类参数 × 32 项因子
- ◆ 规则引擎 + ML 混合架构
- ◆ 冷启动用规则引擎 (可解释)
- ◆ 数据积累后引入 ML 优化
- ◆ 竞争对手难以短时间复制

8 大品类覆盖

C01 家具

C02 灯具

C03 卫浴

C04 厨房

C05 家电

C06 智能设备

C07 门窗

C08 软装



S01

线上平台露出

C端零售 · 内容触发型
FB/IG/小红书/Google

S02

香港拼多多随箱卡片

C端零售 · 场景触发型
宅配随箱露出

S03

电商平台官方服务商

C端 · 官方背书型
国内主流电商

S04

中港物流落地配合作

B端物流 · 资源引荐型
落地配+安装

S05

内地品牌香港官方安装商

B端品牌 · 源头合作型
家居品牌方

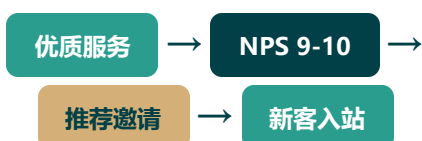
S06

香港菜鸟物流合作

B端平台 · 准入合作型
淘宝/天猫香港买家



口碑获客闭环



双向激励 HKD 50-200, 转化率高于单向 2-3 倍



获客成本优化

- ◆ CAC (获客成本) 按渠道追踪
- ◆ LTV (客户终身价值) 持续评估
- ◆ 推荐获客成本远低于广告获客
- ◆ 屋苑社群裂变 (楼宇聚类)
- ◆ B 端合作方批量导流



增长路径与目标

08 / 12

1

筹备期

1-3 月

- ✦ 楼宇数据库
- ✦ 招募师傅 50-100人
- ✦ MVP 报价引擎
- ✦ 覆盖 5 大核心品类
- ✦ 港岛/九龙 80% 住宅

2

试运营

3-6 月

- ✦ 日均 50-100 单
- ✦ 成交率 >70%
- ✦ 客诉率 <5%
- ✦ 师傅培训体系
- ✦ 价格反馈机制

3

扩张期

6-12 月

- ✦ 日均 500 单
- ✦ 复购率 >30%
- ✦ 品类增至 15+
- ✦ 扩展新界/离岛
- ✦ 用户补贴获客

4

成熟期

12-24 月

- ✦ 日均 2000+ 单
- ✦ 市场份额 >15%
- ✦ 全港覆盖
- ✦ 全品类
- ✦ C2C 过渡, 盈亏平衡

>70%

试运营成交率目标

>30%

扩张期复购率目标

2000+

成熟期日均订单

>15%

成熟期市场份额



壁垒	核心机制	竞品复制难度	数据支撑
 口碑营销 (核心壁垒)	熟人推荐 + 信任可证伪 数据→信任→推荐→裂变闭环	极高	CPT 全生命周期数据 NPS + 推荐激励 + 案例库
 动态报价引擎	8 大类参数 × 32 项因子 规则引擎 + ML 混合架构	高	CPT 实际数据反哺 参数校准
 全生命周期数据	8 阶段全流程采集 8 类客户跟踪池	高	7 类采集物 交叉对比矩阵
 师傅分层体系	认证/评价/培训体系 金牌/认证/普通三级	中	L6-L8 师傅执行记录 与评分数据
 品牌信任	织布鸟品牌背书 Slogan "用心编织你的理想家居"	低	—

 核心差异化

口碑壁垒的关键不在营销动作本身（易被复制），而在 **CPT 数据深度支撑下的"信任可证伪"**——客户可验证平台每一项承诺（报价/师傅/时效/验收），这是竞品无法短期复制的核心竞争力。



团队架构

10 / 12

SPO

项目发起人
战略决策、资源投入、
关键合作拍板

BO

业务负责人
业务模式、场景落地、
报价校准

PO

产品负责人
平台设计、需求管理、
路线图

TL

技术负责人
架构选型、技术实现、
API对接

OL

运营负责人
师傅招募培训、SOP、
质检

ML

市场负责人
内容矩阵、社交媒体、
推广

FL

财务/法务
商业登记、保险、合
同、合规

AI

智能体团队
DT文档/CA代码/RA调
研
辅助建议权

协作机制

- 每日站会（试运营起）
- 项目周会（每周）
- 方案评审会（按需）
- 月度复盘（每月）
- 阶段评审（每阶段）

质量管理

- 师傅分层系统（金牌/认证/普通）
- 客户评价机制
- 神秘客抽检
- 质检指标：成交率/客诉率/按时率/好评率
- 文档质量：评审制 + DT 把关



风险	影响	概率	应对策略	负责角色
定价风险 (报价过高/过低)	客户流失或亏损	高	A/B 测试, 动态调整系数	BO
师傅供给 (技工短缺)	订单无法履约	中	内地劳务合作, 收入保障	OL
竞争风险 (低价抢市场)	市场份额被侵蚀	中	价格透明+品质差异化+口碑壁垒	BO
数据安全 (信息泄露)	合规风险、信任损失	低	权限管控, 加密存储, PDPO合规	TL
法规风险 (监管趋严)	运营受限	低	主动合规, 合同规范, 保险完备	FL
交付风险 (服务质量)	客户投诉、口碑受损	中	师傅分层、质检体系、客户评价	OL



风险管理机制

- ✓ 变更管理流程: 提出 → 评估影响 → 审批 → 执行 → 验证 → 归档
- ✓ 阻塞项 24h 上报机制, 延期超 1 周须提交说明
- ✓ AI 协作保密: AI 不得外泄客户/师傅/商业机密
- ✓ PDPO 合规: 客户画像采集采用主动勾选, 敏感信息脱敏处理



投资亮点总结

12 / 12



蓝海市场

- ◆ 市场规模 **24-72 亿 HKD/年**
- ◆ 平台化渗透率 **<10%**
- ◆ 痛点明确：价格不透明、质量参差
- ◆ 香港市场特殊性 → 动态报价刚需



核心壁垒

- ◆ **口碑营销**（最关键壁垒）：信任可证伪
- ◆ **动态报价引擎**：8 参数 × 32 因子
- ◆ **全生命周期数据**：8 阶段 + 8 类跟踪池
- ◆ **飞轮效应**：数据越多 → 报价越准 → 口碑越强



增长路径

- ◆ 筹备期 → 试运营 → 扩张期 → 成熟期
- ◆ **24 个月**达到日均 2000+ 单
- ◆ 市场份额目标 **>15%**
- ◆ 平台抽成 20-25% → 10-15% (C2C)



当前进展

- ◆ ☒ 市场调研与报价模型设计完成
- ◆ ☒ 项目管理制度与文档体系建立
- ◆ ☒ QSV + CPT 服务设计完成
- ◆  团队组建、楼宇数据库、师傅招募启动中



织布鸟 **WEAVELY**

香港配送+安装互联网平台 · 用心编织你的理想家居

织布鸟智居科技有限公司 (WELYT) · 2026年8月 · 仅供投资方参阅