

万亿级家装市场, 新机会正在打开



这是互联网家装从众星捧月到门可罗雀的根本原因所在。细细想来, 互联网家装遭遇这样的境遇并非偶然, 因为几乎所有的“互联网+”模式几乎都遭遇了同样的困境。从电商到金融, 从医疗到教育, 几乎都在经历与互联网家装相类似的困局。当流量红利见顶, 建筑于其上的互联网家装遭遇困局几乎是一种必然。同样地, 在诸多互联网物种开始从平台模式回归行业的时候, 互联网家装同样需要一场回归。

告别仅仅只是将自身定义为撮合和中介平台的过去, 迎接真正投身到家装行业, 可以给家装行业带来真实改变的未来, 成为越来越多玩家的新选择。如果我们将平台型的家装玩家看出是互联网时代的主角, 那么, 垂直型的家装玩家将会是后互联网家装时代的主角。

同平台时代出现了以土巴兔、齐家网为代表的经典的平台模式, 以爱空间、金螳螂为代表的专注施工的平台模式, 以酷家乐、三维家为代表的专业领域的平台模式一样, 在后互联网家装时代, 同样将会出现诸多新型的玩法和物种, 他们一道将会把家装行业的发展进化从平台时代带到产业时代。

观察当下正在进行的这样一场深入而又全面的家装产业化变革, 我们同样可以看出如下几个大的方向, 它们同互联网时代出现的诸多“互联网+”模式一样成为后互联网家装时代的“颜值担当”。

家装产业的赋能者

当产业互联网的风潮渐起, 我们看到的是一场以回归产业为主打的新发展浪潮的来临。在这种风潮之下, 经典意义上的

大型互联网平台都在开始转向深入产业的精耕者。比如, 阿里巴巴; 比如, 京东; 比如, 拼多多……都在开始以各式各样的方式投身到产业当中。无论平台型玩家究竟是哪一种模式, 他们所要充当的角色几乎都是一致的, 即充当赋能产业的“石油和发动机”。

在家装领域, 我们同样看到了一批赋能者的出现。借助他们在互联网时代积累下来的数据资源和优势, 他们研发出来了家装产业链内的用户必需的产品和服务。有些产品和服务是助力家装玩家们销售用的; 有些产品和服务是改造家装玩家们生产方式和流程的; 有些产品和服务是提升家装用户的体验用的……无论是怎样的赋能者, 他们当中都有一个共性, 即他们不再将自己定义成为一个普通的平台, 而是看是将自己定义为家装行业的一份子。

所谓家装产业的赋能者, 在很多情况下, 他们的用户通常是在家装产业的上游的。比如, 建材的生产商; 比如, 家居的制造商; 比如, 设计的提供商等诸多方面。家装产业的赋能者之所以能够如此定义自己, 其中一个很重要的原因在于, 他们在互联网时代掌握了足够多的数据资源, 并且可以将这些数字资源利用, 从而助力家装产业的转型。

在家装产业赋能者的赛道当中, 主要是以酷家乐、三维家为代表。他们主要是以家装产业上游的B端用户为主要目标用户的。从本质上来看, 他们是符合S2B的大方向的, 同样是遵循以阿里巴巴、京东、腾讯为代表的头部互联网玩家的底层运作逻辑的。

家装产业链的优化者

提及家装, 很多人印象最深的就是它的产业链漫长且繁杂。在这样一条漫长的产业链当中, 不仅涵盖了诸多的工种, 而且还包括了诸多的环节和流程。因此, 除了对家装产业的上游进行赋能和改造之外, 我们同样看到有些玩家开始投身到家装行业的产业链过程当中, 试图通过充当家装产业链的优化者来改变人们对于家装行业的原有认知。

现在, 我们看到的最多的模式就是以撮合和中介家装工人为主的模式, 从理论上讲, 这样一种模式有些像滴滴。即通过一个平台将拥有家装技能的人聚集在一起, 然后再通过网上派单的方式, 实现装修工人与装修项目的高效对接。尽管这种商业模式比传统意义上的互联网家装模式有了更加精准的方向, 但是, 如果仅仅只是做装修工人与装修业务的对接, 而忽略了对装修工人进行产业化的赋能和改造, 那么, 所谓的家装产业链的优化者, 同样只是一种变了样的互联网家装平台, 并没有任何新意。

笔者认为, 真正意义上的家装产业链的优化者要能够真正改变家装行业的产业链漫长、繁杂的现状, 将原本杂乱无章、乱相百出的家装产业链, 变成一个规范的、标准化的存在。在这个过程中, 仅仅只是做家装产业链里的滴滴是不够的, 还要对家装产业链里的各个功能和角色能够进行深度而又全面的改变。

比如, 对家装工人进行产业化的升级与改造; 对家装的流程和环节进行标准化; 对家装的元素进行新技术化……当家装产业链真正有了这些方面的深度而又彻底的改造, 并且真正成为一个与传统家装完全不一样的存在的时候, 玩家们才算是真正承担起了家装产业链的优化者的角色。如果做不到这样, 所谓的家装产业链的优化者, 依然是传统互联网家装模式的代名词。

家装新流量的挖掘者

互联网家装模式之所以会陷入困境, 其中一个很重要的原因在于, 流量的见顶。换句话说, 就是装修业主的增长速度已无法满足平台型家装公司的发展速度。当这一现象出现, 传统意义上的互联网家装的平台玩家所遭遇的一个最为直接的困境, 就是增长的乏力, 盈利的天花板越来越低。这个时候, 越来越多的玩家开始将关注的焦点从传统意义上的一次装修的业主, 转移到二次装修的业主以及存量房地产市场。我们可以将他们定义为家装新流量的挖掘者。

不可否认的是, 通过将目标用户从一次装修的用户转移到二次装修以及存量房

市场, 的确可以获得一定的发展。但是, 如果仅仅只是将目标聚集在此, 忽略了对家装产业本身进行深度而又全面的改造, 所谓的家装新流量的挖掘者, 只不过是换了名头的传统家装的玩家而已。

从本质上来看, 这些玩家依然是在以流量的思维来从事当下的家装业务, 他们仅仅只是看到了这个市场有需求, 但是, 并不明白家装行业本身业已到了一个非变不可的时刻。尽管这种方式可以获得一定的增长空间, 甚至还有可能延续自身的发展, 突破后互联网家装时代的发展窘境, 但是, 如果仅仅只是将自身定义成为一个家装行业的流量的挖掘者, 而缺少对家装行业的优化与改造。那么, 等到这些流量被消耗殆尽的时候, 他们的发展依然会遭遇类似互联网家装一样的窘境。这种以流量为主导的发展模式, 这种并未深度改造家装行业的发展模式, 仅仅只是望梅止渴而已, 并不符合家装行业的发展大趋势。

家装新功能的塑造者

一直以来, 笔者都认为, 我们不应该仅仅只是将家装的功能和作用定义为装修这么简单, 就像我们不能仅仅只是将汽车定义成为一种交通工具一样。特别是在流量见顶的大背景下, 我们同样需要对家装行业进行一场新功能的重塑与再造。换句话说, 就是要找到家装在装修之外的新功能和属性。

那么, 家装的新功能和属性主要包含哪些方面呢?

笔者认为, 家装的新功能和属性应当是充当数字生活的承接者与塑造者的角色。所谓的数字生活的承接者与塑造者, 其中一个很重要的方面就是要为主构建一个数字化的生活场景, 让业主在家的数字生活与家外的数字生活可以实现有效联通。如何建立这样一种联通? 这就需要家装在这个过程当中扮演构建者和搭建者的角色。

如果我们还在用传统的思维将家装仅仅只是看成是一个装修如此简单的功能和属性, 很显然是不够的, 而且是没有想象力的。只有真正将家装的功能和属性拓展到装修之外的领域里, 并且真正桥接与打通业主的数字生活的闭环, 才能让家装找到传统功能和属性之外的新内涵和新意义。

我们现在所看到的越来越多的玩家开始将关注的焦点聚焦在智能化的家装、数字化的家装, 正是这种现象的直接体现。无论是传统意义上的家电生产厂家, 还是新生的科技巨头, 几乎都将目光聚焦于此。在这样一种大背景下, 家装玩家如何扮演好联通的角色和功能, 充当家装新功能塑造者, 无疑一个新的发展大方向。

券商代理 投资顾问 **袁博士为您一一解答** 5-161

- “股市跌宕, 债市低迷, 都有哪些避险资产?”
- “银行利息太低, 上哪儿找稳健高息的投资?”
- 市场联动型定期存款(本金FDIC insured)
- 如何给股票指数投资设立保护机制?

Dr. Ryan Yuan 15245 Shady Grove Rd
(410) 988-4451 Suite 310
ryuan@uprightplanning.com Rockville, MD 20850

Independent Financial Group, LLC Upright Planning

赖志成 注册税务师 Enrolled Agent 独立保险代理人 Independent Insurance Agent

代理多家A级保险公司

- 提供个人, 自雇及小型公司的税务申报
- 代回信件和代与查帐人员交涉
- IRS eFile Provider, 免费电子传送税表
- 汽车保险
- 房屋保险
- 商业保险

电话: 240-476-0382 传真: 240-780-9176
Email 地址: zhicheng.lai@gmail.com 5-088

为您 保驾护航

人寿保险 养老保险 资产规划
伤残收入保险 长期护理保险

纽约人寿 《财富》杂志美国百强企业之一 十位总统的共同选择

个人及公司保险

- 人寿保险 养老保险 资产规划
- 伤残收入保险 长期护理保险

并且代理多家保险公司个人及团体医疗保险, 老人附加医疗保险

袁菲 Fanny Yuan 百万元圆桌终生会员 保险师协会会员 纽约人寿 优秀业绩奖会员 二十八年以上专业经验

Agent, New York Life Insurance Company

703-628-2608(手机) 703-723-1299(维州办公室) 6905 Rockledge Dr., Suite 900, Bethesda, MD 20817-1817 5-071
Email: fyuan@ft.nyl.com 301-214-6793(马州办公室)