

数字化,家装行业的蝶变之道

数字化俨然已经成为一种无法阻挡的潮流和趋势,几乎所有的行业都无法独善其身,深度参与数字化的浪潮里,并且真正找到数字化时代发展新机遇,成为每一个玩家必然要着重思考的重要课题。家装行业,亦不例外。

提及家装行业的数字化,很多人是不以为然的。因为在他们的心目当中,家装行业始终都是一个相对传统和原始的行业,数字化几乎是不太可能的。在我看来,如果仅仅只是因为家装行业的传统和原始就断定它与数字化无缘,甚至来躲避数字化浪潮的冲击的话,未免有些太过简单和武断了。

作为一个真正能够给几乎所有的传统行业都带来本质性改变的存在,数字化是每一个行业玩家必然需要着重思考的话题。如果仅仅只是以所在行业的传统和原始来搪塞数字化的必然和趋势,那么,等到数字化时代真正来临,或许,仅仅只剩下了被淘汰的命运。因此,思考并且寻找家装行业数字化的可能性,并且以此来开启家装行业发展的新纪元,才是保证家装行业可以获得新生的关键。

数字化,家装行业重生的起点

一直以来,家装行业的玩家们都在寻找着流量。传统时代如此,互联网时代同样如此。从某种意义上讲,互联网时代的来临,真正将家装行业寻找流量的特性发展到了极致。借助互联网的方式,家装玩家们将一切可能的流量全部被收割殆尽。

尽管互联网时代的来临让家装行业获取流量的成本大大降低,获取流量的效率大大提升,但是,这样一种方式同样让家装的本质更加直接地展示在人们的面前。这是诸多互联网家装平台最终会走向没落的根本原因所在,同样是处于头部的互联网家装平台始终无法获得持续发展的关键所在。

从这个角度来看,与其说互联网时代的来临让家装行业的潜能得到了最大程度的发挥,不如说,互联网时代的来临将家装行业的发展真正带入了死胡同。因此,当互联网红利见顶,我们看到了一场回归家装本身的浪潮,人们开始抛弃互联网家装模式,用传统的家装逻辑,继续延续自身的发展。纵然如此,家装行业的发展依然是不瘟不火的,市场原有的红利,正在被一点一点地消耗殆尽。在这个大背景下,我们需要重新为家装行业注入新的生机与活力,以实现家装行业的重生。

数字化时代的来临,恰恰为家装行业的重生提供了这样一种可能性。无论是对于家装行业内在元素的深入彻底的改造,还是对家装行业内在流程的重构与再造,我们都可以看到一场家装行业新发展时代的来临。可以说,数字化是家装行业重生的起点。有了数字化,家装行业的发展才能真正告别传统以流量为生命线的发展套路,真正进入一个全新的发展阶段。

数字化,家装行业发展的必然

可以说,数字化是一切行业发展的必然。无论是家装行业,还是其他行业,它们发展的终极目的与意义都是数字化。我们看到的数字和数据成为新的生产资料和生产要素,正是这一现象的直接证明。当几乎所有的行业都在朝着数字化的方向发展时,家装行业同样无可避免地进入了这样一种发展过程当中。

特别是经历了互联网时代的催化和洗礼之后,我们看到家装行业的诸多元素开始沉淀成为数字和数据。设计、施工、建材等诸多流程和环节,我们都可以用数字化的手段来表达,这些流程和环节出现的矛盾和痛点,都可以用数字化的方式来解决。

如果说互联网时代开启了家装行业数字化时代的大门,那么,完全的数字化,才是家装行业的终极归宿。无论是家装行业的哪一个流程和环节,无论是家装行业的哪一个部分,我们都需要对它们进行数字化的升级和改造。从理论上讲,只有真正实现了家装行业的数字化的升级与改造,数字化才算真正完成和实现。

如果忽略了家装行业的数字化,仅仅只是将家装行业看成是一个固定的,僵硬的存在,而不去寻找家装行业数字化的方式和方法,那么,所谓的家装行业的发展必然会陷入到停滞的状态。那些在互联网时代已积累下来的家装行业进化的成果,同样将会付之一旦。

数字化,家装行业新供求平衡的开始

家装行业存在的意义是什么?在我看来,家装行业存在的目的与意义在于满足用户的需求。换句话说,家装行业若要一直存在,就要不断地寻找用户的需求点,并且不断用新的产品和服务来满足他们。然而,我们现在越来越多地感觉到家装行业越来越无法提供给用户真正需要的产品和服务。

无论是在传统时代,还是在互联网时代,家装行业提供的产品和服务都仅仅只是

装修本身。随着精装交付时代的来临,特别是随着房地产红利的出清,这样一种以装修为主导的产品供应逻辑开始遭遇越来越多的困境和难题。虽然一些玩家通过将目标对象转移到存量房市场以及二次装修的身上,或许获得一定的发展空间,但是,这样一种发展空间同样是无法持续的。

笔者认为,家装行业的玩家们真正提供的产品和服务,并不是用户真正需要的,才是真正导致家装行业的发展持续进入到发展瓶颈期的关键。试想一下,如果等到我们把存量房市场和二次装修的用户需求消耗殆尽之后,家装行业又将会朝着哪个方向发展呢?可以说,等到那个时候,如果家装行业再不去提供新的产品和服务,它的存在将不会再有任何意义的。

笔者认为,只有真正改变家装行业的供给端,真正提供需求端真正需要的产品和服务,才能让家装行业真正有存在的必要。如果想要改变家装行业的产品和服务,数字化,无疑是一个开始。

当精装交付时代来临,特别是当装修不再是家装行业的主要功能,我们需要为家装赋予新的功能和意义。那么,未来家装行业的功能和意义究竟是什么?笔者认为,家装行业未来的功能和意义应当扮演的是数字的收集、整理与应用的功能和作用。通过家装,用户获得的将不再是我们传统意义上所认为的那种看得见、摸得着的家装产品和服务,而是更多的是一种无形的,特别是数字化的产品和服务。

如果家装行业依然还在用传统的产品和服务来满足用户的需求,特别是用传统的装修功能和属性来满足用户,那么,玩家们真正感受到的只能越来越接近的增长天花板以及越来越大的生存压力。相反,如果我们将家装行业的功能更多地聚焦在无形的、数字化的方面,抑或是将家装行业看成是一个数据收集与复用的角色和作用,那么,家装行业非但可以找到新的发展方向,甚至还将会把原本业已失衡的供求两端再一次实现对接。

数字化,家装行业新角色的再定义

无论是在传统家装时代,还是在互联网家装时代,家装行业都不能被称为称之为一个行业。原因在于,这个阶段的家装行业内在的流程和环节都是一个行业。比如,设计有设计行业;比如,建材有建材行业;比如,施工有施工行业等。如果一定要给传统家



装有一个定义的话,笔者更加愿意将这个时代的家装看成是一个集合体,一个大杂烩。

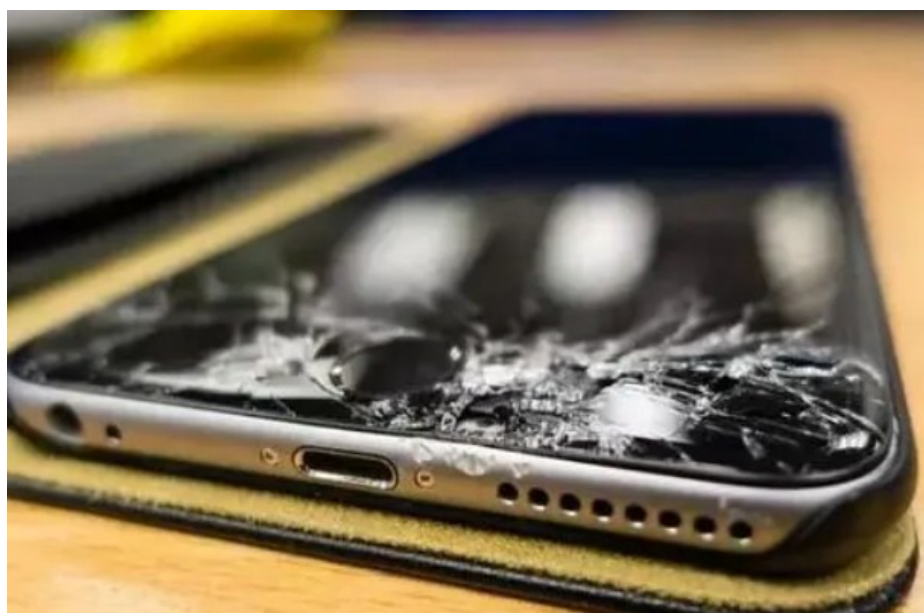
当传统时代构成家装行业的内在元素都开始发生变化的时候,特别是它们都在进行数字化的时候,家装行业如果还仅仅只是承担集合体,大杂烩的角色,势必无法再度成为一个新的行业。只有真正让家装行业的内在进行改变,并且找到它与内在元素结合的新的可能性,才能让家装行业有存在的意义。

在这个过程中,数字化,很显然成为了定义家装行业新角色的主要方式和方法。借助数字化的手段,原本在传统家装时代相互独立的设计、施工、建材等流程和环节有了结合的可能性。换句话说,原本家装行业当中相互割裂的流程和环节有了融通的可能性,而家装行业同样也有了从一个大杂烩,真正实现深度融合,并且独立成为一个行业的可能性。

笔者认为,实现了数字化的家装行业不再是一个仅仅只是集合体,而是蜕变成为了一个有机的生态。它的角色同样不再仅仅只是我们看到的装修,而是开始更多地承担起数字整合,梳理的“数据库”的角色。有了家装行业的“数据库”之后,我们才能对家装行业的内在流程进行赋能,才能对家装相关的行业赋能,此刻,家装行业的盈利点同样不再仅仅只是装修,而是有了更多的可能性。

当数字化浪潮来袭,我们看到的是一场家装新进步的开始。正确地认识数字化对于家装行业的作用,并且找到数字化时代的新机会,才能实现家装行业的蝶变升级。等到数字化真正完成,我们所认识的家装行业或许将不再是一个老气横秋的行业,而是变成了一个朝气蓬勃的新物种。

苹果开启自助维修,DIY 大咖们的技艺有用武之地了



众所周知,在PC刚刚流行的时候,DIY是一种常态。在中关村曾经有专门的卖场,就是为DIY量身定制的;只是随着后来PC市场的逐渐没落,DIY的势头才逐渐衰退下去。那时候,会DIY基本是每一个电脑发烧友必备的技能,如何搭配主板、内存条,如何选择硬盘、显卡、声卡,如何跳线,如何组装等等“十八般武艺”基本都要样样精通才可以。

一些DIY高手也经常会帮助自己的亲戚朋友去组装一些电脑,因为性价比的缘故,买品牌机的用户反而不多,大部分是集体或者企业才会选择了。不过随着后来PC的价格一落千丈,人们DIY的热情才逐渐消退了。当然,还有一个重点是移动互联网的流行,笔记本电脑的快速普及化,DIY的人就更少了。到iPhone出现之后,手机和平板

电脑成为另一种移动终端应用之后,DIY几乎都快绝迹了。除了一些游戏高手还热衷于自己配置电脑之外,大部分人都懒得去DIY了。

1.手机DIY维修时代要来了吗?

手机的大面积普及之后,关于手机售后和维修成为另一个热门,即使再好的品牌也难逃被用坏的可能,至于屏幕摔碎,掉水里等等更是司空见惯了。于是,修手机就成为另一个刚需。而一些知名品牌是不愿意用户自己动手维修的,甚至都不愿意用户自己找维修个体去维修的,而希望用户到自己的旗舰店或者专门的定点维修店去维修。这样做的麻烦是:一是等待时间较长;二是配件基本都是“天价”,有的用户在问到维修价格之后,甚至都不愿意去维修,直接换新机了,就是因为配件的价格高得离谱,维修的

意义已经不大。

其中尤其以苹果公司为甚。iPhone系列的维修基本都是异常昂贵的,除非是刚买的新机出现问题,不得不修之外,一些人的机器使用的时间偏长之后,出现问题之后,面对高昂的维修价格基本就是放弃了,直接重新购买新机了。这恐怕也是手机厂商最愿意看到的现象,本来新机型的推出,就是希望用户能够一直迭代自己的手机的。

对于那些“抠门”的用户,修修补补还要继续使用,就要仔细地选择维修店了,到底是找厂家的旗舰店还是定点维修店,亦或者直接找一个修手机的去看看,成为很多用户纠结的地方。而一般的维修点能不能有相应的配件,也很难说。尤其是苹果iPhone系列的产品,更是如此。因为苹果公司是不建议用户自我维修的。这一块大蛋糕,苹果公司不愿意舍弃。

2.苹果将开启iPhone自助维修计划

如今,苹果公司的政策出现了调整。苹果公司正式宣布将推出自助维修计划,该计划将允许顾客获取Apple原装零件与工具,自行修理设备。根据苹果官方介绍,该计划将首先应用于iPhone 12与iPhone 13系列产品,搭载M1芯片的Mac电脑也将很快加入。自助维修计划将从明年年初开始在美国率先启动,并在2022年或更晚推广到其他国家。

消息一公布,外界一片欢迎之声。其实,苹果公司做出这样的决定也是事出有因的。那就是在全球监管机构和消费者要求放宽对产品DIY维修限制的压力下,苹果公司才做出这个决定的。据悉,苹果公司还将向用户提供维修手册。苹果公司表示,最初将提供200多种零部件和工具,并计划在明年晚些时候添加更多零件和工具。苹果公司称,将向个人用户收取目前向独立维修提

供商收取的同等价格。

对于用户自助维修,苹果也表示,“自助维修服务面向具有维修电子设备知识和经验的个人技术人员。对于绝大多数用户来说,前往拥有认证技术人员并使用苹果正品零部件的专业维修门店,仍然是最安全和最可靠的维修方式。”

3.中国庞大的DIY维修市场会如何发展?

此前,支持维修改革的维修门店以及游说者呼吁立法者通过实施各种规则,允许苹果等企业向消费者直接销售官方零部件。但多年来,苹果一直以难以控制市场上流通的第三方零部件的安全或性能担忧为由,不支持用户自行对手机或其他设备进行维修。

如今,苹果公司的这条理由,在美国联邦贸易委员会(FTC)看来,并不成立。FTC表示,将考虑改变“对第三方维修或自行维修物品的不公平反竞争限制”的规则。FTC在今年7月一致投票决定将加强对于维修限制的打击;英国和欧洲的监管机构也已经通过或正在考虑立法,迫使设备制造商向其客户提供零部件。

众所周知,在中国市场,苹果DIY维修已经是一个非常巨大的产业。由于中国是iPhone全球最大的市场之一,中国也拥有大量的手机维修厂商和个人,随着苹果公司放开对配件的供应,未来这个市场的维修价格或许会出现更多的下滑。

对于普通用户来说也是一个利好。值得关注的是,随着移动终端产品的集成化越来越高,或许DIY维修已经不再是难事,用户更多的是缺乏拆卸工具和相应的备件罢了。一些配件的更换也非常简单,比如更换电池;随着苹果放开自助维修的计划,或许在每个DIY高手内心都会有蠢蠢欲动的自我上手的冲动了。