

华府首创华裔老人日间健康护理中心



彩虹日间健康护理中心

地址: 8400 Helgerman Ct, Gaithersburg, MD 20877

彩虹宗旨

真心对待 细心照顾
耐心辅导 热心体贴



- 💡 隶属全美最大的医疗护理机构,正规化、现代化、人性化的管理模式。
- 💡 拥有华人优良传统,积累了十四年专业管理经验和细心的工作人员。
- 💡 完善的医护服务:预约医生,问诊,跟踪健康状况及安排交通接送。
- 💡 在营养师的指导下提供营养美味的早餐、午餐及点心。
- 💡 协助申请各项老人福利(包括Medicaid 和 Medicare)。
- 💡 提供有趣的室内外娱乐及购物活动和中美两国传统节日庆祝活动。
- 💡 全新装修,安全舒适卫生的活动环境。



加入我们吧
彩虹有您
期待已久的幸福

衷心感谢华府地区华裔老人的支持!

在新的一年里我们推出全新打造的彩虹日间健康护理中心!

欢迎您来电咨询: 301-987-8889

整装,未必是互联网家装的解药

当整装的旋风席卷整个家装行业,我们看到了似曾相识的情形。在那个互联网家装被追捧的年代里,人们就像现在追捧整装一样,追捧着互联网家装。然而,互联网家装真的成为了破解装修用户痛点和难题的解药吗?很显然,没有。时至今日,我们再一次看到了同一种情形的出现,整装开始占据人们的心智,似乎成为了另一个互联网家装。

不可否认的是,互联网家装仅仅只是解决家装上下游的对接难题,而没有解决家装过程本身的痛点,才是导致互联网家装真正走向死胡同的关键原因。于是,人们开始将目光聚焦在了如何解决家装过程的痛点和难题上。尝试了诸多的互联网家装模式之后,人们开始意识到将家装打包成为一种新的产品,无疑是再合适不过的了。正是在这样一种情况下,我们看到的是,整装开始被越来越多的玩家追捧,开始被越来越多的人所加持。

的确,通过将家装行业的诸多流程和环节全部都囊括在一起,并且将家装真正以一种产品的方式来呈现到用户的面前,是可以规避掉互联网家装的某些痛点和难题的。然而,如果仅仅只是对家装流程和环节的打包,仅仅只是将整装看成是一个倾销家装产品的方式和方法,并未真正找到整装的本质和内在逻辑,那么,所谓的整装,或许并不是真正意义上的整装,充其量只能是一种新的营销手段罢了。

整装,互联网家装的代名词
整装,这个名字听上去便给人一种整体化的印象。对于深陷家装行业的漫长、繁杂的流程和环节里的用户们来讲,整装彻底将他们解救了出来,他们终于不再和家装行业的诸多流程和环节打交道了,只需要购买一套整装的家装产品,便可以轻松实现入住的梦想。然而,如果我们深入分析整装背后的运行逻辑,就会发现,所谓的整装并不是我们所看到的那样美好,甚至从某种程度上来讲,它仅仅只是互联网家装的代名词而已。

按照很多玩家对于整装的理解,所谓的整装,其实就是将原来需要由诸多的提供商来提供的家装产品和服务,打包在一起,由一家装修公司来完成。于是,我们看到的是,越来越多的人开始将关注的焦点聚焦在了尽可能多地实现家装行业的标准化上。

通过这样一系列的打包和标准化之后,家装行业的效率的确得到了一定的提升,用户再也不用面对繁杂、冗长的家装产业链了。相对于以往的家装,用户很明显是非常愿意选择整装的。然而,整装难道真的能够满足用户的需求吗?这样一种形式的整装,难道真的就是给家装行业带来了本质性的变革吗?我看未必。



的确,整装通过将家装行业的一系列流程和环节进行整合,在一定程度上提升了家装行业的运行效率,但是,如果仅仅只是简单地进行拼凑,而没有实现家装行业内在流程和环节的深度融合,那么,这样的整装与其说是一种整装,还不如说是一个箩筐,简单地将家装行业的流程和环节扔在了一起而已。

这绝对不是真正意义上的整装。真正意义上的整装应当是实现了家装行业的内在流程和环节的深度融合,特别是建构了家装行业内部环节和流程之间的新型关系的全新的存在。它提供的是一个整体的产品,这个产品是有机的,统一,而不是像现在这样生拼硬凑的。因此,当下我们看到到整装并不是真正意义上的整装,如果一定要给当下的整装找到一个代名词的话,它仅仅只是互联网家装的再进化而已,它仅仅只是为了获得新的用户和流量而推出的一个全新的概念而已。

在我看来,整装的概念之所以会出现,其实是与当下的整装交付以及流量的见顶存在着很大的关系的。我们都知道,现在许多地方都开始推广整装交付,即用户购买到的都是精装房。当这种情况开始出现,越来越多的业主是不需要一次装修的,于是,一次装修的需求是减少的。而在一次装修的需求不断减少的情况下,我们看到的是,有关整装交付的需求开始从装修业主这里转移到了房地产开发商等上游的大客户那里。

同一次装修的用户需求不同,这些大客户需要的是整体的、高效的一种装修模式,于是,为了满足这样一种需求,我们看到的是,越来越多的玩家开始用整装的概念来吸引这样一批流量。

除了整装交付的大客户之外,存量房

市场的用户,同样是整装的另外一个大的流量群体。这其实又回到了我们上文所讲的那一部分流量上。这些流量经历了传统家装时代和互联网家装时代之后,他们发现,这些所谓的家装新模式并未解决他们的痛点和难题,他们还是要受到家装痛点和难题的困扰,他们开始深陷家装的泥潭里。于是,他们更加需要一种整体化的家装产品。整装的出现,其实同样是满足了这样一部分流量的需求的。

除了大客户和存量用户之外,我们还应当看到的是,整装的出现,其实是满足了一大批年轻用户的需求的。相对于70后,80后在装修过程中的亲力亲为,以90后为代表的新一代的用户更多地愿意一种整体化的,标准化的产品,从而避免深陷家装的泥潭里。正是瞅准了这样一种全新的需求,所以,整装同样成为了诸多玩家们的新宠。

通过上述分析,我们可以非常明显地感觉到,整装的出现,其实是与流量有着千丝万缕的联系,说到底,流量,才是整装出现的始作俑者。那么,流量究竟是谁的命脉呢?很显然,流量是互联网的命脉。因此,与其说整装是一种全新的存在,不如说,整装是互联网家装的代名词而已。

整装,需要被赋予新的内涵
可以确定的是,如果整装仅仅只是一种因流量而生的存在,那么,它是无论如何都无法成为互联网家装的解药的,甚至在某种情况下,它还是会成为收割流量的工具。很显然,这样一种类型的整装,是无论如何都无法获得长久的发展的。欲要获得长期的发展,整装,需要被赋予新的内涵和意义。

整装需要一套有机的家装生态。我始

终认为,只有真正实现了家装行业的内部流程和环节的深度融合,并且打破了传统家装行业的流程和环节之间壁垒的整装,才是真正意义上的整装。如果要对整装赋予新的内涵和意义的话,我们就需要建构一套全新的有机的生态。

在这样一种全新的生态之下,原本孤立的、封闭的家装流程和环节,实现了联通,实现了整合,它们不再是互相对立的存在,而是成为了彼此的支撑。这个时候,我们再去谈整装,我们再去谈标准化,才是真正是站在行业的角度,而不是站在流量的角度来思考的。因此,如果一定要给家装赋予新的内涵和意义的话,建构一套完整的家装生态,实现家装内部流程的联通,才是保证整装成为真正意义上的整装的关键所在。

如何实现这样一种生态呢?我认为,必然需要对家装行业的内部流程和环节进行彻底的升级与完善。只有以新的元素来替代传统元素,以新的流程和环节来替代传统的流程和环节,家装行业才能有机会实现深度的融合和完善。因此,建构一套有机的、流通的的家装生态对于实现真正意义上的整装,其实非常具有现实意义的。

整装需要实现对家装产业的升级。如果仅仅只是简单地拼凑和相加,而没有对家装行业进行升级,那么,这样的整装,其实与互联网家装并无区别。与其将它划归到家装新物种的范畴,还不如说它是互联网家装的延续。因此,欲要让整装跳出互联网家装的牵绊,必然需要实现对家装产业的升级,只有对家装有了升级,整装才不仅仅只是一个互联网家装的代名词。

然而,现在的整装玩家是否实现了家装的升级呢?很显然没有。如果一定要找到升级的地方的话,只能说他们仅仅只是对营销的手段和方法进行了升级而已,并且他们之所以会对营销进行升级,仅仅只是为了这样的升级可以给他们带来流量,但是,却无法真正给家装行业带来真正意义上的改变。

可想而知,仅仅只是局限在这样一个角度的整装,并不是真正意义上的整装,它们现在是受到市场的追捧的,但是,等到整装无法再获得流量,无法再获得资本的支持,这样的整装还是会被扔进废纸堆。只有那些真正实现了对于家装产业的升级,并且真正建构了一整套全新的家装运行流程的玩家来讲,才是真正意义上的整装。

仅仅只是以流量为终极追求的整装,并不是真正意义上的整装,它非但无法成为互联网家装的解药,甚至还会陷入到互联网家装泥潭之中。在我看来,只有跳出了流量的陷阱,建构了一套完整的、有机的家装生态,并且实现了对家装产业的升级,整装才能获得持续的发展。这样的整装,才是真正意义上的整装。