

整装之下，盛名难副

提及互联网家装，人们首先想到的是，它对于传统家装痛点和难题的破解。然而，这仅仅只是那些互联网家装标榜者的说辞而已。事实上，互联网家装并未真正解决传统家装的痛点，甚至还将家装行业从一个陷阱带入了另外一个陷阱之中。分析互联网家装遭遇到的「滑铁卢」，我们会发现，仅仅只是改变家装行业上下游的对接方式和方法，而没有去解决家装行业本身的痛点和难题，才是导致这种问题出现的根本原因所在。

当资本开始退潮，流量的红利消失，人们开始将关注的焦点从改变上下游的对接方式和方法，转移到家装行业本身。无论是参与家装标准的制定，亦或是家装产业数字化的深度改造，人们开始将关注的焦点从流量转移到了家装行业本身。这其实与互联网行业回归实体，回归产业的大趋势是相通的。

在这种趋势和潮流的助推之下，我们看到的是，越来越多的人开始将关注的焦点聚焦在了家装产业本身。整装，便是在这种大背景下诞生的。同传统家装时代和互联网家装时代，仅仅只是以不同的流程和环节来提供家装的产品和服务不同，越来越多的玩家开始将自身打造成为一个「家装综合体」，试图以此来提升家装行业的效率，减少业主在装修过程中的痛点和难题。

不可否认的是，同以往的方式不同，这样一种以整体化、产业化的整装方式来为业主提供装修产品和服务，的确可以在某种程度上解决用户的装修痛点和难题。然而，如果仅仅只是将整装看成是家装产品和服务的「箩筐」，而没有实现真正意义上的融通，那么，所谓的整装，或许终将是一个过客，它的未来依然还在于家装产业化的身上。

整装，一个匆匆过客

毋庸置疑的是，通过将「互联网」和「家装」两种元素进行简单相加，我们的确在一定程度上提升了家装行业的效率，并且让家装行业获得了不小的进步。同时，玩家们也获得了资本市场的青睐，并且让家装行业的发展带入了一个全新的发展阶段。于是，为了再度提升效率，继续延续互联网式的发展模式，通过将家装更加集成化、更加规模化来实现家装行业的效率，便成为了后互联网家装时代的全新选择。

整装，便是在这样一个大背景下出现的。然而，同互联网家装仅仅只是从表层改变来提升家装行业的效率相同，整装依然是通过简单相加的方式来实现提升效率的目的，并未真正从家装的内在元素、流程和环节上做出改变。因此，从表面上来看，整装，似乎是一个好的解决方案。实质上，整装，依然会变成了一个匆匆过客。

整装，依然仅仅只是局限于家装成品的简单拼凑。从目前的实际情况来看，绝大多数的整装玩家，仅仅只是为装修业主提供一整套的家装成品。这样一套家装成品，不仅

包括家具，还包括建材等诸多方面。如果给现在的整装玩家做一个总结的话，它们更像是一个家装的集合体。

不可否认的是，通过规模化、集成化地提供家装产品和服务，的确可以在某种程度上减少家装痛点，提升家装效率。但是，我们依然要看到的是，在这些家装产品和服务的背后，依然是陈旧的、落后的家装生产链条，依然是封闭、独立的家装流程和环节。尽管借助整装的方式可以减少业主的痛点和难题，但是，如果仅仅只是简单地拼凑家装的产品和服务，而没有真正实现家装内在元素、流程和环节的深度融合，那么，所谓的整装，依然是一个落后的、原始的，本质并未改变的存在。

当整装所带来的流量红利不再，当整装玩家的利润空间被压缩，整装这样一种简单拼凑的发展模式，依然会陷入到困境之中。最终，整装，依然还是要从改变内在的元素、流程和环节的角度来寻找新的发展动能和突破口。因此，整装，仅仅只是一个进行时，而不是一个休止符。

整装，依然没有彻底改变传统家装本身。我始终认为，家装行业之所以会出现那么多的痛点和难题，其中一个很重要的原因在于，家装行业的环节多、流程杂和壁垒深重有关。因此，如何解决这一痛点和难题，才是真正从根本上解决家装行业的痛点和难题的关键所在。

不可否认的是，整装的确可以在一定程度上提升家装行业的效率，但是，这种效率的提升是建立在家装的集成化和规模化的基础上，它为了的是可以在一定程度上获取足够的流量，而不是为了彻底解决家装行业本身的痛点和难题。当整装因流量而生，而不是为了重塑家装而生的时候，所谓的整装，其实又一次陷入到了新的困境和死胡同里。

说到底，整装还是没有从根本上解决家装行业的痛点和难题，仅仅只是将它看成了一种新的营销方式和方法。整装的终极目的是为了获取流量，而不是为了改变家装，所以，从短期来看，整装的发展可能是有机会的。但是，从长期来看，整装依然还是要回归到改变家装行业本身的发展道路上来。

整装，并未真正有新的功能和属性的产生。很多人将互联网家装的退潮，仅仅只是归结为资本和流量的退潮上，其实不然。我认为，资本和流量的退潮，仅仅只是一个方面，其中一个最为重要的原因在于，家装行业的需求开始发生一场深刻而又彻底的改变，才是导致互联网家装时代彻底落幕的内在原因所在。简单来讲，家装的需求变了，家装的供给侧必然需要改变。只有这样，家装行业的发展才能有新的突破。

当互联网家装时代落幕，我们再寻找新的发展突破口的时候，依然需要从这个角度来思考和看待。我们需要从家装供给侧衍生出来新的功能和属性来满足用户需求业

已发生转变的现实，而不是通过对家装本身的简单整合来继续透支仅剩不多的装修流量。不幸的是，整装，恰恰正走在这样一种发展道路上。

我们看到了诸多的整装玩家，仅仅只是将自身打造成为了一个综合性的、规模化的家装集合体，但是，它们提供的家装产品和服务依然是传统的，原始的，尚未改变的。尽管这种方式可以在一定程度上提升家装行业的运行效率，但是，这样一种缺少了新的功能和属性的衍生，缺少了新的家装元素的出现的发展模式，必然是无法长久满足用户需求的，无法实现与用户需求的可持续对接的。当家装行业的供求两方开始失衡，整装必然会被新的物种所取代，必然会有新的进化。透过以上的分析，我们可以非常明显地看出，整装仅仅只是一个简单意义上的拼凑和整合，并未真正找到实现家装行业的内在元素、流程和环节深度融合方式和方法。从短期来看，整装尚且有一定的发展空间，但是，等到整装无法再给玩家们带来流量，无法再给玩家们带来增长，它的发展依然还是会陷入到新的困境当中。未来，整装，必然会被新的物种所取代。

整装之后，何为家装行业的新未来？

尽管整装无法彻底解决家装行业的痛点和难题，但是，它却是家装行业发展过程当中不可或缺的一个阶段，特别是互联网家装落幕之后必然要经历的一个阶段。在我看来，只有经历了整装阶段之后，家装行业才能连接起来「旧家装」和「新家装」，真正实现家装行业的脱胎换骨。那么，整装之后，何为家装行业的新未来呢？

数字化触发的家装产业化。正如上文所讲，整装，其实就是一个将家装的流程和环节进行简单拼凑的过程，它并未真正改变家装行业内在的元素、流程和环节，而由这些元素、流程和环节所组成的家装，自然也不会有太多改变。然而，我们同样要看到的是，一场数字化的浪潮正在各行各业上演，对于家装行业来讲，自然也不例外。

试想一下，如果家装还是之前那种漫长的产业链、壁垒深重的流程和环节，家装行业的数字化必然会出现巨大的障碍。而经历了整装阶段之后，我们就可以相对较为轻松地拥抱数字化，用数字化来激活家装行业，来整合家装行业，让家装行业以一种全新的方式实现一种深度而又全面的改变。

经历了数字化的改造之后，家装行业才能朝着真正意义上的产业化的方向迈进。这个时候，家装行业的演进将不再像今天我们看到的那样，仅仅只是简单意义上的相加，而是更多地从内在的元素、流程和环节等方式实现一种全方位、多角度的深度融合，由此，家装行业的发展才能真正进入到一个全新的时代。

在进入到家装产业化的阶段之后，我们所看到的家装将不再是现在这样仅仅只是有不同的流程、元素和环节进行简单相加的

存在，而是变成了一个集标准化、智能化为主体的全新的存在。到那时，我们所认识的家装，同样不再是一个拼凑体，而是真正成为了一个产业。

产业化触发的家装生活化。无论是在传统家装时代，还是在互联网家装时代，亦或是现在的整装时代，家装其实都仅仅只是一个附着在房地产身上的存在。换句话说，家装，其实是对房屋这个整体进行「装扮」，但却没有和住在房屋里的人产生联系。

仅仅只是以此来定义家装，家装始终都是一个靠房地产存活的存在，这是我们看到家装行业在房地产市场不景气之后，之所以会出现困境和难题的根本原因。事实上，真正意义上的家装，应当是一个以「人」为中心的存在，它要与「人」产生联系，才能将自身的功能和作用得到最大程度的发挥。

当家装产业化时代来临，我们将会看到越来越多的家装脱离房地产，回归「人」的现象的出现。无论是家装与人之间的联通，亦或是家装与人之间的转换，我们都可以非常明显地感受到家装行业正在发生的这样一场深刻而又全面变化。简单来讲，随着家装产业化的逐渐深入，家装的生活化，将会成为一种潮流和趋势。

生活化触发的家装场景化。笔者以为，未来的家装将会更多地承担起的是，场景营造者，场景搭建者的角色。未来，人们生活的场景将会有以家为主导的私人空间，以公共交通为主导的公共空间以及以社交、工作为主导的工作空间的三大空间构成。当三大空间组成，家装在这个过程当中，承担的是空间的搭建者和营造者的角色。换句话说，家装，其实就是一个搭建场景的过程。

值得注意的是，家装的生活化的逐渐完备，才是导致家装场景化衍生的关键所在。只有家装与生活产生了密切的联系，实现了人的生活与家装流程、环节和元素之间的链接，家装的场景化才有出现的可能性。因此，家装的未来必然是以场景化深度联系和统一的。

从这个角度来看，整装依然仅仅只是一个短期的存在，无法长期持续地获得发展。未来，家装的终极目的地，应当是场景化。这个场景化是可以实现内外部场景之间的深度联通与融合的，可以让人的生活更加数字化和智能化的。只有这样，家装行业的发展才能真正进入到一个全新的发展阶段。

即使是现在有越来越多的玩家开始关注整装，并且开始投身到整装的行业里，但是，我们依然无法逃脱整装仅仅只是家装的简单拼凑的现实。说到底，整装依然是以流量为终极追求的，整装依然是互联网家装的延续。可见，整装并不是家装的真正未来。那么，究竟什么才是家装行业的未来和终极归宿呢？在我看来，建立在数字化基础之上的家装产业化，由产业化引发的家装生活化，由生活化主导的家装场景化，才是家装真正意义上的未来和趋势。

