

整装，互联网家装的再进化



当互联网家装的脚步渐行渐远，我们看到的是，越来越多的玩家开始将关注的焦点聚焦在了整装身上。无论是大型的家装平台，还是中小型的家装公司，几乎都是如此。一时间，整装俨然成为了一个人人都想要进入，人们都想要分一杯羹的行业。

不得不说，从当下市场的发展情况来看，整装的确是有一定的发展潜能的，如果把握得好的话，整装可以让那些在互联网家装上败下阵来的玩家们获得新的发展机会。然而，如果仅仅只是将整装看成是一个概念，而没有抓住整装的精髓与奥义，那么，所谓的整装，或许和互联网家装一样，仅仅只是一阵风而已。

因此，认识到整装的内在逻辑，并且把握整装发展的规律，要比一味地将整装看成是一个概念，更加贴合实际。对于很多有志于在整装行业有所作为的玩家，他们需要的并不是一味地追捧整装，一味地跟风，而是需要弄清楚整装背后的发展逻辑。只有这样，我们才能跳出互联网式的发展怪圈，真正将家装行业的发展带入到一个全新的发展阶段。

在我看来，所谓的整装，其实是互联网家装的再进化。它仅仅只是跟随着流量需求的变化而进行的调整而已，并未真正改变家装的本身。我们现在看到的一系列的玩家加持整装的概念，投身到整装的浪潮里，多半是看到了整装背后所蕴藏着的巨大的流量而已。认识到这一点，我们才算是抓住了整装的本质和内在发展逻辑。

整装，因流量而生
深入分析整装衍生的内在原因，我们可以非常明显地感受到，流量在其中扮演着相当重要的角色和作用。说到底，玩家们正是看到了流量本身的巨大需求，所以才投身到了整装的过程当中。不得不说，通过整装，家装行业的玩家们是可以获得一定的发展潜能的。然而，如果仅仅只是将整装看成是一个获取流量的手段，而没有真正借助整装推动家装的发展，那么，所谓的整装，或许终将会和互联网家装一样，成为一个过客。

笔者认为，真正意义上的整装，并非仅仅只是以流量为终极追求的，它更多地表现出来的，是家装行业朝着家装产业化发展方向上的进化。可以说，经历了整装的发展之后，家装产业化的道路向前迈出了相当重要的一步。因此，如何在迎合流量的同时，

真正借助整装让家装行业有新的发展和进步，才是留给每一个玩家们必然需要思考的重要课题。

然而，从时下玩家们的表现来看，他们更多地是将整装看成是一种流量的获取手段。无论是对于B端流量来讲，还是对于C端流量而言，几乎都是如此。在我看来，只有真正让整装跳出了流量的陷阱，只有真正让整装有了新的目标和方向，它的发展才能真正长久和持续。

整装，因平台而生
无论是哪一种整装模式，它们的本质依然是一个平台，依然是一个场所，而不是一个产业。对于整装的玩家们来讲，他们更多地是希望借助整装的方式将家装行业的资源聚拢在一起，并且实现他们之间的对接。只不过，整装的对接方式从互联网变成了家装产业玩家而已。

可以肯定的是，如果整装的本质依然仅仅只是一个平台，如果真正并未真正形成一个产业，那么，等到它无法实现家装上下游的高效对接的时候，它的发展依然还是会陷入到新的怪圈之中。笔者认为，只有将整装从平台的方向上转移开去，只有真正让整装摆脱场所和平台的功能和角色，才能真正将整装的发展带入到一个全新的发展阶段。

欲要解决这一问题，我们需要改变整装的功能和定位，真正将整装从一个仅仅只是

撮合和中介的场所的角色，真正蜕变为一个产业。对于整装的玩家们来讲，他们不应该仅仅只是做家装产业上下游的工作，而是需要真正深入到家装产业当中，通过自身的努力，不断地去做家装行业的流程和环节的赋能和改造的工作。

当整装不再是一个平台，而是成为一个产业，并且这样一个产业可以真正能够满足用户的需求，真正能够给家装行业的发展带来新的改变的时候，它的发展才能跳出互联网家装式的发展怪圈，真正进入到一个全新的发展阶段。按照我的理解，整装不应该是一个平台，而是应当是一个家装的新形态，在这样一个新形态下，家装不再是繁杂的，冗长的过程，而是一个高度融合的产品。只有这样，整装才能真正成为家装的新物种，而非家装的新概念。

整装，因资本而生
无论是从整装的诞生，还是从整装的发展来看，我们都可以非常明显地看出它和资本之间的密切关系。可以说，整装因资本而生，因资本而发展，因资本而壮大。如果没有资本的助力，如果没有资本的加持，如果没有资本的驱动，整装是无论如何都无法会在如此快速的时间内，获得如此快速的发展的。

搜索「整装 资本」的关键词，首先映入我们眼帘的便是某某大型企业投资整装的

消息，还有一些整装与资本之间的密切联系的文章。观察以欧派、索菲亚、尚品宅配为代表的整装玩家们的发展，我们同样可以看出，资本在其中所扮演的推波助澜的作用。

可以说，整装之所以会受到如此多的关注，之所以会受到如此多的追捧，很多的玩家是看中了它背后所隐藏着的资本的力量。说白了，玩家们之所以会对整装如此关注，最为根本的一点，就是想要借助资本的力量获得新的发展，想要借助资本的力量赚得盆满钵满，想要借助整装继续复制他们在互联网家装时代的辉煌。

从这样一个角度来看，整装的诞生，除了与家装行业本身的内在逻辑有一定的关系之外，更多的原因在于，资本在其中所扮演的推波助澜的作用。当整装成为了资本的产物，当整装成为了博取资本市场关注的噱头，那么，它的一切的一切都仅仅只是讲给资本市场听的美好的故事，而非真正完全反映的是用户的需求。

可以想见的是，当整装的概念依然还受到资本市场的青睐时，那么，它是可以获得发展的。然而，等到资本市场对于整装的关注不再，特别是当整装被资本市场彻底放弃的时候，它的发展或许将会经历与互联网家装一样的遭遇。

透过以上的分析，我们可以看出，整装的出现和发展，其实是有诸多的因素，诸多的力量共同驱动的结果。经历了互联网家装时代的洗礼之后，我们更多地是在整装的身上看到了互联网家装的身影。从某种程度上来讲，整装，就是互联网家装的再进化。

然而，我们并不能因此否定整装在整个家装行业的发展过程中所扮演的重要作用。笔者认为，整装是开启家装产业化必然会经历的发展阶段。经历了整装时代的洗礼之后，玩家们才能真正看到家装进化的真正方向，才能真正了解困扰家装行业发展的内在原因，才能真正把握家装发展的真正方向。

而正是因为整装在家装行业的发展过程中扮演着如此重要的功能和作用，所以，我们并不能够用看待互联网家装的方式来看待整装，我们更不能用地互联网家装的方式来落地整装。跳出互联网家装的牵绊，找到真正适合整装的发展方式和方法，并且真正借助整装让家装行业有新的进化，才是正道所在。

马斯克救不了推特

马斯克终于如愿以偿地入主了推特。在很多人看来，无论是对于马斯克而言，还是对于推特来讲，都是一个天大的好消息。的确，对于马斯克来讲，入主推特，可以进一步扩大自身的商业版图，不断地完善自身的商业生态；对于推特来讲，则可以借助马斯克的加持暂时缓解发展过程中的尴尬。然而，如果仅仅只是站在这样的角度来看待马斯克入主推特这件事，未免有些太过简单和武断了。

有一个视频，值得我们去细细品味。视频中，马斯克大谈特谈对于推特的畅想与改造，并且他还试图将推特改造成为了下一个微信。不得不说，马斯克的想法是美好的。可以肯定的是，如果马斯克能够以微信为样板来改造推特的话，的确是可以为推特的发展带来一定的增长空间的。然而，如果仅仅只是将微信看成是推特的样板，而没有真正意识到推特以及它所处的社交领域正在发生的深刻变化，那么，所谓的改造，或许终将是一厢情愿而已。

这一点，我们可以从Facebook的身上看出一些端倪。我们都知道，扎克伯格一直都在试图改造Facebook，为了达成这一夙愿，甚至不惜将Facebook改名成了Meta。然而，事情的发展告诉我们，仅仅只是进行所谓的改名，仅仅只是进行所谓的概念上的创新，而没有真正解决Facebook本身所面临的根本问题的做法是无论如何都无法达到预期的效果的。

对于马斯克来讲，同样如此。的确，推特是需要一场改造的。但是，对于推特的改造不应该仅仅只是照搬照抄微信，而是需要从更高的维度，更多的方面着手进行才行。只有这样，对于推特的改造，才能真正摆脱以往的发展模式，真正进入到一个全新的发

展阶段。

可以确定的是，如果马斯克仅仅是按照社交的逻辑，甚至是按照微信的做法来改造推特，甚至无法挽救推特，甚至还将会把推特带入到新的发展困境之中。

具体原因如下：
推特的问题并不在推特本身
当马斯克完成对于推特的收购之前，不断地诟病推特，无论是从推特的产品本身，还是从推特的商业模式本身，几乎都是如此。尽管马斯克的说法有一定的合理之处，但是，如果将推特的问题全部都归结到推特本身，甚至还将其看成是他收购推特的根本原因的话，未免有些太过简单了。

事实上，推特所面临的问题并不仅仅只是在于推特本身，而是整个社交行业都在面临着推特的问题。因此，如果马斯克将对于改造推特的方案全部都放在微信上，那么，可能这样一种做法会暂时缓解推特所面临的问题，但是，等到这样一种改造完成之后，推特依然会面临社交行业必然会面临的问题。

从本质上来看，这是由推特的问题并不在推特本身所决定的。笔者认为，推特真正应该解决的是，用户的需求与推特的产品供给难以完美对接的问题。对于马斯克来讲，可能通过照搬照抄微信的确可以暂时性地缓解推特的困境，但是，等到这样一种「红利」被消耗殆尽的时候，马斯克依然会面临扎克伯格一样的问题。

因此，对于马斯克来讲，或许真正应当思考的是推特所处的社交行业面临的问题，并且提出有针对性的解决方案。只有这样，马斯克才能从根本上缓解推特面临的问题和尴尬。不过，可以肯定的是，这样一种解决方案并不会在很短的时间内找到，单只看

看扎克伯格所面临的问题，我们就可以看出一些端倪了。

收购推特并不在收购推特本身
在收购推特这件事上，马斯克始终都将自己包装成为一个「救世主」的形象。然而，如果仔细分析马斯克的商业版图，我们就会非常明显地看出，马斯克收购推特，或许是醉翁之意不在酒，在乎山水之间也。在我看来，马斯克收购推特，并不仅仅只是单纯地为了挽救推特于水火，而是更多地想要借助推特来打造自己的商业帝国，完善自己的商业版图。

是的，对于马斯克来讲，的确是需要推特这样一个社交平台来完善自身的商业版图。无论是对于马斯克的个人言论而言，还是对于他的公司的对外发声来讲，推特都是一个不可多得的选择。有了推特，马斯克可以不断地向外界发出他自己的商业构想和言论；有了推特，他所治下的公司可以按照自身的思想去进行宣介与推广。

因此，在马斯克收购推特的这个问题上，我们需要更多地看到的是，他收购推特或许并不仅仅只是在于收购推特本身，而是更多地想要借助推特来完善自身的商业版图，来构建自身的商业生态。可能推特在被收购之后会获得资本市场的关注，但是，推特本身想要走得长远，想要真正有所突破，依然还是要从根本上解决本身所面临的困境和难题才行。

推特的价值并不在推特本身
当马斯克开始收购推特的时候，我们通常所看到的诸多的分析都将其与社交联系在一起，甚至将推特的价值全部都归结到社交上。事实上，社交仅仅只是推特的外在，马斯克收购推特并不仅仅只是看中了推特的社交价值，而是更多地看到了它本身所蕴

藏着的社交之外的价值和意义。

这一点，我们可以从社交上来观察和发现。无论是推特也好，还是Facebook也罢，甚至是腾讯也好，它们最大的价值都不再社交本身，而是在于由社交所延伸开去的价值。可以说，有了社交，马斯克就可以做金融，做电商，做健康等诸多方面的事情。从某种意义上讲，社交仅仅只是一个入口而已。对于马斯克来讲，同样如此。他之所以会收购推特并不仅仅只是看中了它的社交价值，而是更多地看中了它的社交之外的价值。因此，仅仅只是从社交的角度来改造推特，仅仅只是将社交看成是推特重生的方式和方法，并不能够真正从根本上解决推特的问题。

笔者认为，马斯克如何以社交为切入点，盘活推特，并以此来寻找破解推特发展困境的方式和方法，才是保证推特可以行稳致远的关键所在。如果马斯克仅仅是将改造推特的方案局限在社交本身，甚至局限在推特本身，那么，他只能解决推特表皮上的困境和难题，而无法从根本上解决推特的困境和难题。从这个角度来看，马斯克同样是无法真正挽救推特的。

马斯克终于如愿以偿地入主了推特。于是，外界开始寄希望于他能够改造推特，为推特的发展带来新的生机。不可否认的是，马斯克入主推特，的确是可以为推特的发展获得一定的发展潜能的。但是，欲要真正解决推特的问题，我们并不能够仅仅只是以社交的方式来解决，而是需要站在更高的维度来看待和寻找推特问题的解决方案和方法。只有这样，马斯克才能找到解决推特问题的正确的方式和方法，而非仅仅只是为了社交而社交，更不仅仅只是把所有的希望都寄托在照搬照抄腾讯的身上。