

新家装： 左手互联网家装，右手新技术



当新技术开始对越来越多的传统行业产生深度影响的时刻，家装行业同样未能幸免，一场以新技术改变家装行业的发展新阶段开始出现。很多看似并无可能在家装行业应用的新技术开始越来越多地出现在家装场景当中，同样地，家装行业同样开始告别传统意义上的装修功能，开始进入到了更多的领域当中。一场更加彻底和全面的家装行业的新进化开始出现。

对于家装行业来讲，这其实是一种真正意义上的升级。因为在互联网时代，我们并没有真正去改变家装行业本身，仅仅只是借助互联网的手段改变了传统家装行业的对接手段而已。从某种意义上讲，互联网家装是提升了家装行业的运行效率的，只不过是这种效率的提升建立在平台型的发展模式之上，而不是内生于家装行业本身。

当流量和资本红利开始见顶，互联网家装的这种以撮合和中介为主导的发展模式开始遭遇了越来越多的发展困境，家装行业需要新进化，才能在新红利期获得新的发展机会。如果我们将互联网家装的红利看成是流量和资本，那么，新家装时代的发展红利在于新技术本身。通过新技术在家装行业的落地和应用，我们不仅可以提升家装行业的效率，同样可以找到家装行业的新功能和属性，从而开启一个内生于家装行业本身的发展新时代。

对此，可能有人会有很多怀疑，因为在他们看来，以新技术为突破口的家装行业的新进化并不是一本万利的买卖，甚至在很多时候还有可能会投入很多，但是却得不到应有的回报。看上去，这种观点似乎存在一定的道理，但是，如果我们深度剖析，就会发现，所谓的投入仅仅只是一个开始，当新技术与家装行业产生深度融合之后，我们将会打开一个有关家装行业的新盈利模式。从用户需求改变的角度来看，当我们用新技术对家装行业进行深度改变之后，才能用新的供给产品满足用户需求，家装行业的供求两端才有再度对接的可能性。

新技术，家装行业进化的下一个风口

如果我们将流量和资本红利看成是互联网家装时代的风口的话，那么，新技术绝对可以称得上是家装行业进化的下一个风口。以新技术作为家装新进化的切入点，不仅可以为互联网家装找到解决方案，而且可以把家装行业的发展带入到真正意义上的新阶段。

新技术为解决家装行业的痛点和顽疾提供了可能性。互联网家装之所以会陷入发展困境，甚至被人称为伪命题，其中一个很重要的原因就在于互联网家装并未从根本上解决家装行业的痛点和难题，它仅仅只是用平台的模式来提升家装行业B端（装修公司）和C端（业主）的对接效率。想要真正解决家装行业的痛点和难题，我们还是要从新技术身上要生产力。

同互联网技术仅仅是去中间化不同，新技术的基础性决定了它可以家装行业的具体流程和环节产生深度联系，甚至还可能改变传统家装行业的形态。我们现在看到的家装行业的不同流程和环节，其实都可以通过新技术的内在改造和整合重新以新的形态和关系来存在。当新技术与家装行业深度融合之后，原本横亘在家装行业内部的诸多痛点和难题都有了解决方案，家装行业开始从一个壁垒深重的存在，变成了一个有机融合的存在，家装行业的效率可以由内而外地产生一次较大提升。

仅仅只是用互联网技术进行简单的去中间化显然是不够的，我们还要用新技术对家装行业的传统流程和环节进行重混与再造。简单来讲，我们就是要用新技术来重新建构一个新家装，从而让那些在传统时代和互联网时代都无法解决的痛点和难题找到解决方案。从这个角度来看，对于家装行业来讲，新技术绝对是一个全新的发展风口。

新技术可以让家装并不止于家装。经历了互联网时代的洗礼之后，人们的生活其实已经发生了深刻变化，互联网生活已经成为人们密不可分的一部分。同样地，家装行业经历了互联网的洗礼

之后，特别是随着精装交付时代来临之后，以装修为主要功能的家装行业正在式微。在这样一个十字路口，寻找家装行业在装修之外的新功能，成为新的发展主题。

对于互联网家装来讲，它仅仅只是以平台的模式来撮合B端和C端交易的达成，其实家装行业的功能和属性依然是以装修为主。当用户需求依然发生深度改变，我们再将家装的功能和属性仅仅只是局限在装修本身，其实等于是自断经脉，很多的家装公司都会面临倒闭和淘汰。说到底，这其实与家装行业的供给与需求的不对等有很大的关联。

因此，我们需要寻找家装行业之外的新功能和属性。这不仅可以让再度让供求两端实现完美对接，而且可以让我们为家装行业打开一个发展的新世界。从这个角度来看，新技术可以让家装行业跳出传统的功能和属性，真正进入到一个全新的发展阶段。对于一直受到装修需求萎靡困扰的玩家们来讲，以新技术来打开家装行业的发展新世界，无疑将会极大地提振他们的发展信心，这个时候，家装行业不再是一个夕阳产业，而是变成了一个朝气蓬勃的朝阳产业。

当流量和资本的红利开始见顶，人们开始寻找有关家装行业的新发展风口。在新技术日渐风靡的重要时刻，它其实正在为我们打开一个家装行业的发展新世界。透过新技术，我们不仅能够找到破解家装行业的痛点和弊病的方式和方法，而且可以为家装行业找到更多的新功能和属性。由此，家装行业不再是一个陷阱多多的行业，同样不再是一个老气横秋的夕阳产业，而是真正蜕变为一个新产业。

新家装：新技术与互联网家装的孪生体

当互联网家装的红利不再，我们看到了越来越多的人开始将发展的目光聚焦在了新家装的身上。根据他们的理解，所谓的新家装其实是一个与互联网家装没有任何联系的存在，甚至为了证明自己，一些玩家干脆割裂了自己与互联网家装的所有联系。其实，这非但不是真正意义上的新家装，而且可能把新家装的发展带入到发展的死胡同里。从某种意义上讲，新家装其实是新技术与互联网家装的孪生体。

新家装：以互联网家装为起点，以新技术为手术刀。尽管互联网家装并未从根本上解决家装行业的痛点和难题，其实，互联网家装已经与人们的生活产生了密不可分的联系。从某种意义上讲，现在几乎所有的家装公司都可以称之为互联网家装。当互联网家装业已成为一种主流的时候，所谓的新家装其实已经不再以传统家装为起点，而是以互联网家装为起点。

仅仅只是以互联网家装为起点还不够，我们在解决家装行业的痛点和难题的问题上还需要以新技术为手术刀，用新技术去剔除那些家装行业的痛点和顽疾。这个时候，我们就需要对新技术有一定的积累，并且要真正让新技术进行落地和应用。所谓的落地和应用，其实就是用新技术去解决家装行业的痛点和难题，用新技术去重构家装行业本身，从新技术去寻找家装行业的新功能和属性。

从这个角度来看，新家装其实并不是一个简单的概念，它是一个真正以互联网家装为起点，以新技术为手术刀的全新存在。当新家装具备了这样的特征之后，我们才能将新家装称为新家装，如果仅仅只是主打一个概念，那么，所谓的新家装或许依然没有跳出互联网家装的发展模式，仅仅只是一个营销概念而已。

新家装：以传统功能为辅，以新功能为主。很多的新家装玩家其实仅仅只是把新家装看成是一个营销概念，他们依然在用新家装的概念来获取用户和流量。装修依然是新家装的主要功能和属性。这其实是极大地低估了家装行业的功能和属性，极大地扭曲了新家装的内涵与意义。实际上，新家装是一个以传统装修功能为辅，以新功能为主的存

在。根据笔者的理解，新家装的传统功能主要是消费升级的新需求，即二次装修为主，并不是一次装修，随着精装交付时代的来临，一次装修的需求将会越来越少。因此，在新家装时代，我们只能以二次装修的功能作为辅助，真正为我们打开新的发展新世界的，依然是新功能的开拓和创新上。

当新家装开始以新功能不断演进的时候，家装早已不再是家装本身，而是变成了一个场景，它承载的是人的家庭生活与外部生活的联通的功能。这个时候，家装其实变成了一个建筑数据收集器的过程，通过家装，我们可以打通人们的生活与外部行业之间的联系，从而真正把家装行业变成一个承载人们的生活的场景，而不再是传统意义上的装修这么简单。

当流量和资本的红利见顶，人们开始寻找家装行业的下一个风口。当新技术开始成为新的发展热土，它当仁不让地成为互联网家装的全新风口，越来越多的人开始通过新技术来寻找破局点，新家装开始受到了越来越多人的追捧。然而，很多人认为所谓的新家装仅仅只是一个类似互联网家装的概念，并没有太多新的内涵和意义。其实，这完全曲解了新家装的内涵和意义。真正以互联网家装为起点，以新技术为手术刀，以传统功能的优化来承接满足消费升级的需求，以新功能来开启家装行业的发展新时代，才能真正让新家装告别所谓的概念，真正进入到有实质性内涵的全新时代。孟永辉

老乡建筑装修

35年 装修经验 做工精细
诚信务实 保质保量 价格合理

- 餐馆、商业型建筑维修
- 地下室、阳台、围栏
- 屋顶、室外装修 Siding
- 扩旧房、更换/变新门窗
- 水电木工、厨、浴、卫翻新
- 内外油漆、瓷砖、地板

(Korea) **443-765-5959** (中文) **443-953-8866**

妈妈乐 第五代 抽油烟机

大华府地区总代理 创新结构 品质保证 全美销售冠军

- 斜面抽吸
- 专利斜风箱
- 好拆、好洗、好保养

吸风面内角84度向上仰吸风口正对前面炒锅外角96度俯射范围扩大涵盖四个炉眼吸力集中没有分散吸力强 960CFM 声音3.2 SONES

符合流体动力学(FLUID DYNAMIC AIR FLOW)的原理设计,内部前后两端面积不同,由薄往后送风无阻力,吸力比它牌强1/3,声音约只有它牌的一半。

内部配件很容易拆下,可放入洗碗机里清洗。 (台湾制造)

马达永久保证 零件十年保证

热门型号: RL30S、SP730S, 本店有现货 网上有影片示范 www.pacairusa.com

30年经验,安全使用,卖屋增值
10614 Oak Pl, Fairfax, VA (近495,66) 703-385-8681 傅先生 mrfusale@yahoo.com