

互联网家装 终究被他们扔进了废纸堆

如果我们将时针拨回到5年前，互联网家装一定不是今天这样一番情形。那个时候，无论是传统家装公司，还是互联网平台都会对这个概念趋之若鹜。究其原因，人们还是看准了家装行业本身的市场规模和增长潜能。于是，开始将家装与“互联网+”概念结合在一起，由此产生了“互联网家装”的概念。

当人们的消费习惯和行为方式出现改变，传统的营销方式逐渐失效时，互联网家装的确在一定程度上起到了提升家装行业效率的目的。可以说，互联网家装不仅解决了家装公司获客难度不断加大的问题，同样解决了装修业主苦于无法找到合适装修公司的难题。两者一拍即可，一场以互联网家装为主题的家装进化由此上演。

很显然，互联网家装的诞生源于供求两端对接上的困境和难题，而非

真正解决家装行业的痛点和难题。至于后来我们看到的互联网家装在设计、施工、建材等方面的探索和所谓的改造，仅仅只是为了促成供求两端的高效对接所产生的噱头而已，最终目的依然是为了促成家装公司与装修业主的高效对接。

当人们对于互联网家装不甚了解，信息不对称普遍存在的时候，互联网家装模式的确是有一定市场的。当这一局面被打破，互联网家装的魔力便开始失效，它在设计、施工、建材等方面的所谓改造则变成了一个彻头彻尾的概念，互联网家装开始被那些曾经推崇它的人扔进了废纸堆。家装行业似乎又进入到了那个互联网家装的概念诞生之前的时代——传统模式的传统家装堂而皇之地死灰复燃，业主同样怨声载道。

一句话，在流量红利时代，互联网家装的确可以通过概念和营销达到获取用户的目的；而到了存量用户时代，简单地通过概念和营销已经无效，家装行业必然需要通过新的方式进化，才能实现新的发展。

方向在哪？关键还是在于“人”和“物”两个方面。所谓的“人”，其实就是家装行业当中的设计师、装修公司、建材经销商等相关角色；所谓的“物”，其实就是家装行业提供的产品和服务。在“人”和“物”两个方面都未得到真正改变的大前提下，家装行业是无论如何都不会获得突破性发展的。

这也是互联网家装本身陷

入困境的根本原因。跳出传统意义上的撮合和中介，真正从改变家装行业的“人”和“物”来入手，寻求家装行业的新增长点，才是家装行业的发展进入到新阶段的关键所在。对于此，人们进行了很多尝试，想出了很多方法，但似乎都没有找到改变家装行业“人”和“物”的正确方式和方法，于是，一场抛弃互联网家装，回归传统家装的闹剧开始上演。

历史开始重演。

在互联网对人们的生产和生活产生深刻而又全面影响的大背景下，彻底割裂互联网与家装之间的联系是完全不可能的，一味地撇清自身与互联网家装的关系只会让自己失去一次直面家装行业问题的机会，最终失去的是大好的发展机会。在承继互联网家装的基础上，寻求改变“人”和“物”的方式和方法，才是让家装行业进入新阶段的关键。

有人已经开始尝试。但，现实当中，很多人把“承继”当成了“拷贝”，把“改变”当成了“优化”，他们口头上所说的家装新进化其实又陷入到了互联网家装的怪圈之中。这还不是最致命的，最致命的是很多人一边在说着互联网家装的万般不是，一边却依然在遵循着互联网家装的逻辑，将流量看成是自己的终极追求。很显然，这种方式可能在短期内有效，一旦流量不再，一切又将重头开始。

以改变家装行业的“人”和“物”为终极追求，让流量成为附庸，才是家装行业新进化真正应该去做的。此刻，流量的获取和转化是基于“人”和“物”的深度改变实现的，而不是通

过营销和推广达成的，家装行业的供求两端通过一种完全有别于互联网家装的形式实现了完美对接。这才是现有情况下家装行业进化的正确姿势。

当“人”和“物”得到了深度且本质的改变之后，家装行业的进化才不是像互联网家装一样可有可无，用的时候拿起来，不用的时候可以随意丢弃的存在，而是深入到了家装行业的“骨髓”里，即使是风口已过，它们同样存在于家装行业当中。这样的进化对于家装行业来讲，才称得上是有意义的进化，这样的家装新概念，才称得上是有改变的进化。

所以，当互联网家装被扔进废纸堆，其实是一种必然。因为那些曾经追捧着他的人，仅仅只是把它看成了一个获取用户和流量的手段，从未想过用它去解决家装行业的什么问题。于是，当互联网家装无法给予这些，便会被他们无情地扔进废纸堆。现实就是这么残酷。然而，生活仍将继续，因为家装需求依然存在。跳出互联网家装的固定思维，真正立足家装行业本身，以“人”和“物”的改变来寻找并衡量家装的新进化，或许才是打开家装新进化突破口的关键。

站在这样一个新关口，我们需要警惕的是用互联网家装的思维来看待新的进化。如果真的如此，未来，这些全力支持家装新进化的人们，或许将会像今天他们对待互联网家装的方式一样，把今天他们极力追捧和推崇的同样扔进废纸堆里。

这是事实，但这不应该成为事实。



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

9-157
(Korea) 443-765-5959 (中文) 443-953-8866

7-080

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