

家装,正处于大变革的前夜

最近和很多做家装的朋友聊天,大家给我的总体感觉就是“迷茫”。对于家装行业未来究竟要向何处去,很多人都无法给出一个确切的答案,甚至还有人一度认为,互联网家装的退潮是家装行业科技化的彻底失败。很显然,这种悲观的情绪不仅影响到了我们对家装行业的根本认知,甚至还有可能让家装行业的发展失去一次绝佳的机遇。

同很多人的悲观不同,我始终不认为互联网家装是失败的,我更加不认同有关家装行业必将传统的说法。相反,我更加认为,家装,正处于大变革的前夜。

家装,正处于大变革的前夜是因为家装行业并不传统,只是做家装的人太传统了。很多人将互联网家装的失败归结到互联网技术无法深度、全面地改造家装行业的痛点和难题,归结为互联网技术的平台属性和流量属性。这显然有些太过武断了。互联网家装的失败并非因为互联网技术,而是因为人们曲解了互联网家装的内涵和意义。于是,站在他们的角度来看,互联网家装是失败的。

其实,家装行业是一个非常现代且新潮的行业。我们看到的几乎所有新的营销方式,新的技术元素几乎都可以在家装行业身上找到注脚。互联网家装的出现同样在这种脉络下延伸而来的。至于互联网家装最终并未彻底改变家装行业的痛点和难题,那是因为做家装的人太传统了,他们仅仅只是把互联网家装看成了一个获取流量和签单的工具而已。这时,互联网家装其实与以往的营销方式并无两样,它的功能和作用仅仅停留在了签单层面。

是做家装行业的人太过传统和保守最终导致了互联网家装的败局,而不是家装行业本身的传统和原始才导致了互联网家装



的败局。认清了这一点,我们才能正确地看待互联网家装,并且可以确定的是,如果我们从这个角度来看到互联网家装,其实,互联网家装并未真正失败,它与其他所有的互联网模式一样业已深入到了传统行业的血液里。

家装,正处于大变革的前夜是因为新技术从萌芽到成熟需要一个过程。可以确定的是,下一波的行业变革一定是发端于新技术,以新技术的落地和应用为缘起。这一点在家装行业同样适用。现实情况却是,新技术并未真正成熟和完备,即使不在家装行业,就连那些与新技术距离很近的行业同样鲜见新技术的落地和应用。

当新技术并未成熟,落地和应用便成为泡影。这才是困扰当下行业发展的关键所在。家装行业作为一个产业链漫长的行业,新技术能够真正崭露头角必然是在它已经在其他行业的应用已经相对成熟的大背景下才出现的。互联网技术如此,新技术同样如此。

正是由于新技术正处于爆发的前夜,所

以,以新技术为肇始点家装新变革同样正处于爆发前夜。所以,现在的家装行业并非沉沦,更像是在等待。它在默默等待着新技术爆发时代的来临,它在等待着新技术对它进行一次更加彻底而又全面的洗礼。

家装,正处于大变革的前夜是因为原有的功能已经见顶,新功能并未出现。当精装交付成为一种潮流和趋势的时候,当人口红利已然见顶的时候,根植于传统功能的家装行业正在面临新的发展瓶颈。同时,家装行业的新功能并未真正被挖掘,或者并未真正被激发。

未来,家装行业的装修功能和属性将会进一步减弱,最终将蜕变为一个场景,成为连接家与外部的通道。根据笔者的理解,未来的家装将会蜕变为一个数据的收集器,成为获取人们较为真实的生活数据的场景,并与外部的金融、大健康等诸多行业产生深度而又密切的联系。之所以认为,家装行业正处于大变革的前夜就是因为基于家装行业传统功能的盈利空间的进一步被挤压,而基于家装行业新功能的盈利空间尚未

被真正打开。

从这个角度来看,我们依然可以认为家装行业正处于大变革的前夜。当家装行业的盈利真正摆脱了对传统装修功能的依赖,当家装行业的新功能真正成熟,并且可以以此为新盈利点的时候,家装行业的发展才算是迎来了真正意义上的黎明。

所以,千万不要以为现在的家装行业看上去比较沉寂,抑或是因为互联网家装并未真正改变家装行业的痛点和难题,就简单地以为家装行业无可救药了,就简单地认为家装行业就此沉沦了。要知道,现在的沉默是为了将来更好地爆发,相信当家装行业再度被人们熟知的时候,它已经不再是现在这样一个简单意义上的家装了,而是变成了一个全新的存在。从内在的角度来看,家装依然是家装;从外在的角度来看,家装早已蜕变为全新的形态。这个时候,我们才能说家装行业的变革是伤筋动骨的,是有所突破的。

对于家装从业者来讲,千万不要因为家装行业没有资本的关注,没有了新概念的加持,就此灰心丧气,而是要借助这样一个机会练好内功,认清家装行业的本质,寻找家装行业的出路。只有这样,我们才能真正把握好家装大变革前夜的机遇,等到新技术的一声炮响,为我们送来家装行业的发展新动能的时候,我们才能真正把握住机会,赶上最快的一班列车,而不是在迷茫中失去自我,甚至失去一次让家装行业真正绝地反击的好机会。

历史已经证明,家装行业这个与人们的生活息息相关的行业不会就此沉沦,而历史同样将会继续证明,家装行业将会再度爆发,并且让我们再度认识到它的时候,它已经不再是传统意义上的那个家装了。

参观开放房产能够帮助我以全新的视角看待自己的家



想学习如何出售你的房子吗?这很简单,戴上你的买家帽子,参观一下你所在地区的待售房屋。这就是我所做的,我学到了很多方法,并知道了如何出售自己的房子。

三年前,我在加州尔湾(Irvine)买了一套舒适的一居室公寓,对于一个20多岁的年轻人来说,离开租房的日子再好不过了。但现在,我已经结婚了,梦想着有一个需要自己房间的孩子,并计划要一窝小狗,它们可能不会喜欢我那有水泥阳台的后院。有了这些目标,我意识到我和丈夫需要一个更大的地方。所以,我开始在我的地区参观

开放的房子,而且经常和我的丈夫一起参观。虽然我最初的动机是弄清楚我们想买什么,但没过多久我就觉得自己成了房屋买卖专家,这是我学到的知识。

1. 相同的房子不同的设计

在一个周末,我和丈夫参观了一所我喜欢的房子,它给人的感觉是如此的亲切和优雅。我的灵感来自孩子们的房间,那里复古的感觉和柔和的颜色使我着迷。我甚至开始想象在厨房旁边华丽的木桌上与家人共进晚餐,我几乎可以品尝到作为甜点的冰淇淋。

然后,几个星期后,我们去看了另一所房子,走进没多久,我就

径直走了出来,我觉得那里绝对可以跳过不用参观了,就在那时,我丈夫阻止了我。我的丈夫对我说:“你知道那和你喜欢的房子的布局是一样的,对吧?”

这个客厅对我来说就像家一样,我喜欢厨房旁边的桌子和舒适的客厅。

我都没注意到,果不其然,当我看到网上的两份清单时,发现这两栋房子都在同一个社区,我还意识到几乎所有的东西都是一模一样的。我走过同样的房间,透过窗户看到本质上相同的景色,甚至测试了同样的水龙头,却没有把这些点连接起来。

我简直不敢相信这一切看上去有多么不同,我竟然这么快就放弃了第二所房子。这让我确信,好的分期付款方式可以提供巨大的优势,这是我在出售自己的房子时必须利用的优势,虽然我曾经考虑过在卖掉之前把家具搬出公寓,但现在我意识到,至少保留一些最好的东西是很重要的。买家很难想象自己在看不见的桌子上吃饭,或者在没有舒适床铺的卧室里入睡。

我走进这所房子,立刻被这里的布景弄糊涂了,我无法想象这和上一个房子格局相同。

2. 你家里的某些地方已经过时了

走进一个开放房子里,很难不首先看到主人的时尚感。有时,我被华丽的设计和迷人的艺术作品吸引,我甚至会问我自己是否可

以买那张沙发,或者那些酒吧的凳子,还有房子。但在其他开放参观的房子里,我发现自己会被过时的餐桌或华而不实的灯具分心。你希望房子在展示的时候能达到最好的状态,所以当我走进一间带有80年代风格壁炉和淡蓝色墙壁的房子时,它让客厅看起来像个托儿所,我甚至无法专注于巨大的生活空间或绝佳的视野。

当我参观这个家的时候,我有了一些关于在我自己家里流行色彩的好主意。我喜欢在这个安静的客厅里使用蓝色的枕头,它提醒我,改变外观很容易(也不贵)。

由于(相对)年轻和(比较)时髦,我以为自己不会犯任何严重的时尚错误,但有一天,我从开放参观的房子回家时,我意识到我的公寓可能也有一些地方比较过时。当我开始观察现代的、专业设计的房子时,我开始注意到我所有的家具都不搭配,我非常喜欢的主色调墙也有点过时了,我意识到,如果我有希望赚到最多的钱,我就得给我的公寓重新装修一下了。

我对这房子的内部没有什么印象,不仅所有的家具都过时了,房间也变得单调乏味。

3. 别忘了还有户外区域

因为我自己的家有阳台,所以我特意去参观了一些带阳台的公寓,只是想看看它们和我自己家的有什么不同。我看到一个又一个露台,上面摆放着光滑的家具,还有提供遮阳的窗帘等富有创意的

功能,我很快意识到,它们比我的露台更时尚、更受欢迎,尽管它们的大小差不多,我意识到我可以在这么小的空间里做更多的事情。

受此启发,我为我的阳台买了一些新的舒适的户外椅子,增加了一个小桌子和一些盆栽植物,甚至还买了一块户外地毯,以增加一些色彩。当我准备出售的时候,我的阳台已经准备好了。

我喜欢这个简单而温馨的户外空间,它有足够的家具来营造一个舒适的休息区(不会让人觉得拥挤),枕头和盆栽植物给人一种舒适的感觉。

4. 你必须会花钱才能赚钱

当我第一次开始看房子的的时候,我不明白为什么它们的价格是这样的。我看到过一些有三间卧室和三间浴室的房子,它们比同面积的房子贵10万美元。直到我参观了这些房子的设计,我才明白,这些价格更高的房子有一些明显的不同,比如拥有厨房的升级和更好的外观吸引力。我意识到人们愿意为某些功能支付一大笔钱。

我在家庭旅游中看到过很多90年代的厨房,都很无聊,但是这个更新的、别致的厨房打破了混乱的感觉。

当谈到我的公寓时,我知道我应该对厨房的橱柜和浴室进行更新,更新这些东西不会花太多钱,但我知道,当出售的时候,买家会更愿意为这些更新支付高价,所以这些额外的费用是值得的。

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
- 屋顶、室外装修 Siding
- 水电木工、厨、浴、卫翻新

- 地下室、阳台、围栏
- 扩旧房、更换/变新门窗
- 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。
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