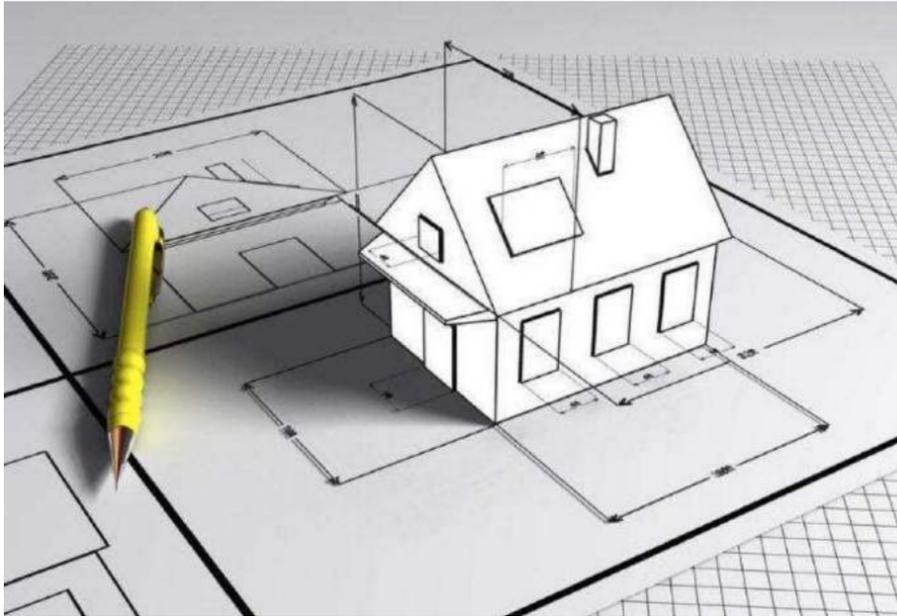


家装数字化, 势在必行



在互联网家装的概念不再具有吸引力的时候,我们看到的是一场以逃离互联网家装为“政治正确”的新发展道路。

很大一部分玩家开始又回到了互联网家装风靡之前的状态,不断用新的营销噱头来吸引用户和流量。

在这个过程中,家装行业开始重新回到了互联网家装风靡之时所讨厌的样子。

换句话说,即使是经历了互联网家装时代的洗礼之后,家装行业本身并未发生太多真正意义上的改变,家装行业从未真正改变。

这足以引起我们的反思,即家装行业的进化究竟是为了获取流量和用户,还是为了改变家装行业本身。

如果家装行业的进化仅仅是为了获取流量和用户,那么,我们只需要沿着互联网家装的发展模式,衍生出更多的家装新概念即可,只要这些新概念能够给我们带来足够的用户和流量,我们就算是成功了。

如果家装行业的进化是为了改变家装行业本身,那么,我们就需要寻找从本质上

深度改变家装行业本质的方式和方法。通过深度改变家装行业本身的内在运行逻辑和运行方式来找到更多的发展新方式。

当用户消费日渐成熟,特别是经历了互联网家装时代的洗礼,用户的消费已经升级,如果仅仅只是一味地改变概念,而不去做改变家装行业本质的事情,那些所谓的新概念或许仅仅只是白驹过隙,转瞬即逝,一切又将回到家装行业本身。

可见,真正从根本上改变家装行业本身,才是真正可以长久且持续的发展方式和方法。

从当前的发展情势看,家装数字化是真正可以从本质上改变家装行业的途径和方法。

同互联网家装仅仅只是构建一个平台,然后将家装行业的流程和环节全部聚集到平台上面进行撮合和对接不同,家装数字化则是通过深度改造家装行业的内在元素,重构家装行业本身,从而让家装行业获得新的发展新动能。

如何改造?

家装数字化首先完成的是对于家装行业内流程和环节的重新表达,即用数字化的手段进行重新表达,在完成了这种重新表达之后,原本横亘于不同流程和环节的壁垒开始得到缓解,家装行业才有真正融为一体的可能性。

从这个角度来看,家装数字化比互联网家装要深度且全面得多,甚至我们可以预见家装数字化是真正可以找到破解家装行业的痛点和难题解决方案的新物种。

这才是真正意义上的蜕变。

家装数字化其实是产业数字化的一个重要组成部分,它衍生的背景是大数据、云计算、人工智能和区块链为代表的新技术的不断成熟和完善。

当这些新技术不断与家装行业本身产生深度联系的时候,我们看到的是有关家装行业内在元素的根本性改变。

传统意义上以设计、建材、施工为代表的粗狂的家装“大线条”开始被数字为代表的精细化的家装“工笔画”所取代,统一的表达,统一的元素让原本横亘于家装行业不同流程和环节的壁垒开始有了消弭的可能性。

同互联网家装仅仅只是主打概念不同的是,家装数字化其实是一个长期的、多元的、深度的过程。在很多时候,家装数字化并不会像互联网家装那样快速见效,但是,它却是家装行业必然也必须达成的一个重要阶段。

虽然现在很多投机者开始将发展的重点重新回到家装行业本身,甚至用新概念继续获取流量和用户,但是,我们依然看到很多对家装数字化有信心的人坚持投身到漫长的家装数字化过程当中,用自身的坚持,寻找家装数字化的未来和方向。

我认识一个坚持家装数字化方向的老板,他最近几年一直都在做家装数字化相关的工作。他所做的是通过一键导入户型图,三秒将水电图纸全部生成的技术。

在我看来,他所做的其实就是家装数字化的工作。

因为他所做的工作真正实现了家装行业效率的提升,并且我们可以通过水电图纸

为切入点,找到一个联通家装行业各个流程和环节的方式和方法。

这是一个好的开始,当新技术不断成熟,特别是当家装数字化带来的效率提升足以支撑家装行业发展的时候,家装数字化才算是真正走向了正轨。

我同样也看到了家居建材的生产厂商开始在生产过程当中使用智能机器人的案例。

通过人工智能机器人在建材生产过程当中的应用,建材生产厂商不仅可以节省人力成本,而且还可以提升生产的标准化。

在这个过程中,不仅为建材厂商节省了生产成本,而且可以让建材生产更加合理和规范。

这些现象其实是家装数字化开始的标志。虽然在很多时候,这些新的尝试可能会遇到新的困难,甚至还有不被理解的地方,但是,家装数字化的确是一个未来。

当互联网家装开始逐渐失去魔力,当家装行业的发展陷入混沌的时候,我们迫切需要锚定家装行业未来的发展方向。只有这样,我们才能不会丧失未来的发展方向。

另外,当产业数字化业已成为一种发展潮流和趋势的时候,家装数字化同样显得势在必行。因为家装数字化是打通人与外部世界的桥梁和纽带,如果家装数字化无法完成,人与外部世界的连接无疑将会受到影响。

从这个角度来看,家装数字化更是一项势在必行的工作。

当家装行业的进化陷入困局,当产业数字化的浪潮凶猛来袭,家装数字化势在必行。

在这种新的发展潮流之下,有人依然延续他们看待互联网家装的方式,仅仅只是把家装数字化看成是一个概念,有人则看到了家装数字化在提升家装行业效能的方式和方法。

互联网家装的经验告诉我们,一味地主打概念,一味地做营销,仅仅只是阶段性的,只有真正能够给家装行业本身带来本质且全面的改变,我们才能获得长久且持续的发展。难道不是吗?

出价不是最高也能抢到房

现在湾区买房竞争激烈,很多买家抢着买同一个房子的现象屡见不鲜。很多人都误认为 Offer 最终会不会被卖家接受,完全看出价是不是最高。其实事实并非如此。很多其他原因都有可能最终房子反而卖给了出价低了几千刀的买家。所以下面就来为大家普及一下除了价格以外到底还有哪些因素会影响到 offer 被接受的几率。

1、是否全款买房。大多数时候卖家会更偏向于不需要贷款的买家。如果都需要贷款,那么首付比例高的买家会有更大的几率赢得买房合同。

2、附带条件(Contingency)。所谓附带条件就是如果这些条件没被满足,买家可以撤回合同而不损失定金。附带条件越少,或者清除附带条件的条件时间(Contingency period)越短,会让 offer 更容易被接受。

3、合同条款(terms)。除了房

子的本身价格之外,买家和卖家会需要支付给第三方一定的费用。如果买家愿意支付这些费用,也会提升 Offer 被接受的几率。

4、你的贷款方(lender)是否可靠。和一些规模比较小的贷款方相比,卖方经纪人会跟愿意和资质条件比较好或者有名的贷款方合作。

5、你的经纪人是否专业。专业的经纪人会准备一套完整的 Offer 文件,并且保证文件中没有错误。有的经纪人在条件允许下甚至会亲自去见卖方经纪人陈述或递交 offer 从而建立良好的合作关系。

6、买家陈述信。好的经纪人会建议或者帮助买家写一封信给卖家,介绍买家的情况和购房的原因,从而和卖家建立情感的联系。有些卖家真的会因为被信感动,而把自己住了多年的房子托付给其中一个他喜欢的买家。





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

9-157

(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

符合流体力学(FUID
DYNAMIC AIR FLOW)的原理
设计,内部前后两端面积不同,由
薄往厚送风无阻力,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