

技术驱动国美为家居家装产业带来新变量

“今天,将是中国家居家装市场透明智慧新时代的开始。”国美控股集团杜鹃女士在4月29日“BIM智能装修平台——国美X打扮家·家居家装战略暨APP上线发布会”上如是说。

以打扮家APP为落点的国美家居家装战略有两重意义:一是作为国美“家·生活”战略的一块重要拼图,标志着国美战略布局落地又向前迈进一大步。二是家装行业已经到了质变的关键节点,国美的入局将加速这一进程。

家装行业已到必须变革的时代
“随着中国经济的发展,每一个产业都经历了历史性剧变,但只有装修行业未变。它给人的感觉还是那个熟悉的味道、熟悉的配方,你接触到的所有问题始终没有改变。”这是著名经济学家马光远对家居家装行业发出的无奈感叹,这也代表了绝大多数消费者的心声。

过去二十年间,互联网改造了很多行业,但我们知道,有些行业因为过于个性化、碎片化,或是传统链条利益过于复杂,改造升级相对较慢。家装行业就是这样一个行业。

其实,过去十年间,很多家装企业都在以自己的方式对传统家居家装产业进行改造,但是他们多是在一两个节点布局创新,很多行业痛点还是没有完全打穿,用户的消费体验依然不佳。所以我们看到,直到今天家居家装行业依然没有实现质变。

家居家装产业链比较长,涉及环节多,同时专业性又非常强,因此痛点颇多。

从消费者角度来看,家装就是一个“黑箱子”,因为不懂,从材料到设计,感觉处处不透明。但是,随着消费升级,以及Z世代用户逐渐成为家居家装消费主力,家装产业的服务水平迫切需要有个大幅提升。

从产业角度看,家装行业庞大的市场规模被成千上万的家装公司、建材公司、装修游击队瓜分。家装行业的碎片化,不仅无法形成规模优势,也很难有统一标准,最终导致家装产业整体陷入“劣币驱逐良币”的恶性循环。

可见,这个行业进行大变革既有必要性,又有迫切性,亟需解决用户的痛点,给从业者更好的生存环境。

再从外部因素来看,一是科技越来越成熟,二是互联网对各个传统产业改造的经验不断沉淀,家居家装具备了“大变革”基础条件。

显然,这个产业已经到了从量变到质变的关键节点。在当天发布会上,马光远表示:家装行业已经到了必须变革的时代。

打破旧世界,迎来新世界
解决当下家居家装行业的痛点,需要怎

样的雷霆手段?

“需要用商业模式来对行业进行改变,假如不能从商业模式,而从利益驱动来解决这个问题,可能最终变成一个谈资话题,并不能真正实际解决问题。”国美创始人黄光裕认为,这个领域需要更加彻底的变化。

国美这次切入家居家装领域,以打扮家APP为主体,推出设计平台、材料平台、家居平台、施工平台四大平台,在整个产业链里面形成一个闭环。研发了BIM系统的打扮家是国内顶尖互联网家装基础设施与服务的提供者,主要为产业链上下游提供数字化解决方案。

总结国美在家居家装领域的布局,有三大特点:第一是商业模式的重组,第二是以技术为核心驱动力,第三是汇聚生态力量。

首先,最重要的就是商业模式的改变。打扮家创始人兼CEO崔健认为,解决家居家装产业的商业黑洞唯有实现“六化”,即透明化、规则化、去中间化、全流程化、数据化、多样化,其中多样化可以给整个行业带来一个多样的未来。打扮家APP通过设计平台、材料平台、家居平台、施工平台四个环节的构建,完成了对家居家装全流程的布局,通过数字化手段在新平台上形成闭环,核心目标是让整个行业变得更透明、更规范。

其次,技术是商业模式改变的核心驱动力,没有新技术的使用,就无法形成新的商业闭环。打扮家用近六年的时间开发了BIM软件,它是全球首款基于VR和AI技术,由中国人完全开发,并掌握100%知识产权的软件,没有基于任何欧美BIM软件做二次开发。

举个例子,在设计环节,BIM智能装修平台能利用计算机的呈现技术,将所有的设计场景可视化。设计师和用户直接线上对接,实现量房、平面布局、效果图、施工图、算量清单的沟通。在选材环节,打扮家利用在线视频导购销售模式,业主和设计师可以通过3D的方式去了解各种物料的价格、质量。当然,对于装修需要的商品,包括非标品和标品,都可以直接链接到国美自身的“真快乐”线上平台,明码标价。在装修环节,打扮家研发了一套智能监测体系,对施工现场进行全场无死角的跟踪。一旦出现现场着火、工人抽烟等行为系统就会及时报警。

你会发现,每一个环节的透明、公开、规范,背后都是新技术在支撑。

第三,汇聚产业的力量一起进行这场变革。

作为一家零售巨头,国美一直在低调布局家居家装产业,目前家装所需的材料、大小家电商品,甚至是用户,都是国美平台的已有资源。此前,国美还于2017年领投过



互联网家装公司“爱空间”,双方合作开设家装旗舰店,接着又跟欧派、海尔等品牌合作,打造整体厨房、全屋智能。

这一次新战略发布时,国美请来更多合作伙伴参与,希望可以整合行业资源一起推动这场基因突变。

为此,打扮家APP启动六大合作者计划,包括新手艺人计划、云设计师计划、云导购计划、线下平台伙伴计划、大师合伙人计划、设计壹佰城计划,汇聚产业链各路伙伴,让平台服务串联各个环节。

消费升级是中国未来很长一段时间的主旋律。随着Z世代人群成为消费主体,他们的消费观有了根本性的变化,更注意商品品质,也更在意消费体验,对“美好”有自己的理解。

顺应这一趋势,国美依托遍布全国的线上线下资源,于2017年升级推出“家·生活”战略,致力于创造用户的美好生活。

在战略1.0阶段,国美走出家电局限,围绕“家·生活”提供全品类产品及服务。

2020年,国美“家·生活”战略进入2.0阶段,国美以“用户思维、平台思维、科技思维、闭环思维”作为经营理念,以“社交化、娱乐化”为特色,构建了以“真快乐”APP为主的线上总平台、国美家为主的线下展示体验+生活服务平台、全品类供应链平台以及物流平台、大数据&云平台、共享共建平台的六大平台,逐步构建零售生态闭环。

我们可以看到国美这几年的变化,一是走出家电品类的固有印象,成为全品类的平台。二是走出简单的购物模式,以更加丰富的形态提供不同的消费服务,是消费者美好生活的一部分。

当然,这还远不是国美的终点。随着战

略稳步推进,国美控股打扮家,加速布局家居家装领域,使其成为“家·生活”版图的一块重要拼图。

家居家装板块,对于国美之所以重要,不仅因为其市场本身足够大,市场痛点明显,拥有长足的革新升级空间也是原因之一。

根据最新机构报告数据,随着四线及以下城市装修金额比例的上升,到2025年左右,家装市场的规模将从目前的5万亿元增长到6万亿元,这一规模将是家电行业的四倍之多。

面对这样一个市场,如果互联网只起到撮合、连接的“中介”角色,自然无法创造新价值。只有深度参与其中,对行业进行技术与商业的双重改造,才可能为这个产业创造新的增值。

国美以对全产业链重构的姿态入局,也将给行业带来巨变。“今天,国美缔造家装平台,围绕整个产业链,通过用户端来倒逼和检讨整个产业链的对策,在产业链里我们协同进行优化,各方步步为营规范行业标准,给大家更多可持续而且有实施路径的发展空间。”黄光裕表示。

知名财经评论家、华夏传媒CEO水皮认为国美会给行业带来巨大变化:“BIM智能装修平台,其实是科技赋能传统企业的改造商,是一个新物种。”

对于国美的入局,在懂懂看来可以用一句话总结:以技术为驱动,汇聚产业所有力量,进行一场商业大变革。作为实践者、操盘者,打扮家创始人崔健对未来充满期待:“打扮家将打破一个家装旧世界,创造一个新世界。”

券商代理 投资顾问 **袁博士为您一一解答** 5-161

- “股市跌宕,债市低迷,都有哪些避险资产?”
- “银行利息太低,上哪儿找稳健高息的投资?”
- 市场联动型定期存款(本金FDIC insured)
- 如何给股票指数投资设立保护机制?

Dr. Ryan Yuan 15245 Shady Grove Rd
(410) 988-4451 Suite 310
ryuan@uprightplanning.com Rockville, MD 20850

Independent Financial Group, LLC Upright Planning

赖志成 注册税务师
Enrolled Agent
独立保险代理人
Independent Insurance Agent

代理多家A级保险公司

- 提供个人,自雇及小型公司的税务申报
- 代回信件和代与查帐人员交涉
- IRS eFile Provider, 免费电子传送税表
- 汽车保险
- 房屋保险
- 商业保险

电话: 240-476-0382 传真: 240-780-9176
Email 地址: zhicheng.lai@gmail.com 5-088

为您 保驾护航

保驾护航

纽约人寿
《财富》杂志美国百强企业之一
十位总统的共同选择

个人及公司保险

- 人寿保险
- 养老金保险
- 资产规划
- 伤残收入保险
- 长期护理保险

并且代理多家保险公司个人及团体医疗保险,老人附加医疗保险

Agent, New York Life Insurance Company

袁菲 Fanny Yuan
百万元圆桌终生会员
保险师协会会员
纽约人寿
优秀业绩奖会员
二十八年以上
专业经验

703-628-2608(手机) 703-723-1299(维州办公室)
Email: fyuan@ft.nyl.com 301-214-6793(马州办公室)

6905 Rockledge Dr., Suite 900, Bethesda, MD 20817-1817 5-071