

· 行业纵横 ·

悦装网部亮:三年打造10亿产能

北京商报讯(记者 谢佳婷)2016年12月2日,互联网家装品牌悦装网CEO部亮在A轮融资发布会上宣布,已完成近亿元A轮融资,计划三年打造10亿产能。

据了解,招商局是国家驻港大型企业集团、A级中央企业,作为中国民族工商业的先驱拥有雄厚的资本和资源背景,投资悦装网的招商局创投是招商局旗下的一级公司。“当下具备多个维度领先优势的品牌或平台在产品供应链的运营上开启了‘军备竞赛’,主要体现在仓储、物流、安装的配套服务体系建设,大家都开始变得‘重’起来,轻的那些已经都不在了,第二阶段创造的用户价值和行业价值绝对是超越第一阶段的。”部亮认为,悦装网已经跨越了产品供应链渠道扁平化的第一阶段,将在A轮融资后对品牌体系、电商体系、金融工具、网络技术、产品研发、全屋定制、施工体系、仓配体系、渠道布局九大系统进行全面升级,从线上到线下,从流量到产品到渠道,构建完整的泛家装生态体系。

同时,悦装网将进一步提高市场占有率和覆盖率,计划在2017-2018年覆盖100个城市,在4个城市实现直营,“希望能在三年内打造出10亿以上的产能。”部亮还透露,悦装网将坚持以家装为入口,为消费者实现一站式的整合家居生活服务,打造更完美的互联网家装消费体验。

爱空间陈炜:以Uber模式管控施工

北京商报讯(记者 曲英杰)2015年,爱空间提出产业工人概念,即“自己养工人、自己培训工人、自己给工人上五险一金”,曾在行业中引起重模式与轻模式的争论。2016年12月1日,在以“携手同行 创赢未来”为主题的2016-2017年度爱空间全国供应商大会上,爱空间创始人陈炜宣布,未来将采用Uber模式管控家装施工交付,将传统的包工头模式变为工料分离和兵将分离模式,2017年爱空间将大规模推广这一模式。

具体而言,爱空间将通过系统派单的方式,把全社会资源、工人资源全部整合起来,并针对15个工种、80道标准工序和各种工法对加入平台的工人进行标准化训练,“让客户、项目管家对他的派单、他的收入形成一个制约”。

在实现家装工人标准化的同时,爱空间还将尝试装配化装修,即通过工业化生产部件和产品提高产品的标准化;通过现场装配化施工,将原先的涂料工、泥瓦工等变为装配工,以此提高装修的精度和品质,进而缩短装修工期。

“双11”之前,爱空间推出的五天极速厨卫换新的MINI新品便采用了装配化装修的理念,通过工厂大型机器的切割,实现标准化的生产,同时满足用户定制化的需求,最终达到5平方米的空间,工人仅需两个小时即可完工。

PK套餐 小强装饰凭什么

增项难控,且选择互联网家装套餐就只能将个性化需求压抑于心底,正为家装左右为难的王女士突然眼前一亮,被小强免费装修LOGO中的“免费装修”吸引驻足,此时耳旁又飘来导购清脆的声音:“免除施工费、支持个性化购买家居产品”,半是疑惑半是兴奋的她走入了店内,每天像她一样的有效报名人数达50位。小强免费装修这种“坏规矩”的玩法,让以套餐模式而风靡的互联网家装市场受到冲击,它的秘密武器是什么?

10项施工免费

小强免费装修,是一家互联网家装品牌,但与大多数家装公司不同,它并未想过在施工上赚钱。

“用户通过小强网站平台或小强联盟品牌线下专营店面购买的家居(主辅材、家具等)产品数量达到约定的标准时,即可享

受包括设计、墙地面的基础施工、水电改造施工、油漆施工、瓦工施工、防水施工、安装施工、开荒保洁等10项免费的装修施工服务。”小强家居联合创始人富贵强调,小强是一个家居产品电商交易平台,而不是装修公司。

据了解,小强免费装修由一个家居品牌联盟电商平台“小强家居”、一个家装工程技术研发及执行团队“小强精工”和一个智能家居产品创研团队“小强未来家”组成。

个性冲击套餐

“小强免费装修,只有个性不免费。”以低价讨巧家装市场套餐模式,在施工和产品方面高度标准化,选择套餐就意味着舍弃个性化需求,小强“帮用户锁定品牌,不限制用户具体产品个性化购买”的玩法,对于时下盛行的套餐模式的冲击难以预估。

马可波罗瓷砖、TATA木门、科勒卫浴、德尔地板、志邦橱柜、索菲亚家具……这些家居市场主流的一线建材家具品牌,都是小强免费装修合作的联盟品牌,消费者可以选择在平台网站上下单,也可以在专卖店购买(主辅材、家具等),只要数量达到约定标准,即可享受10项免费装修施工服务。

值得一提的是,小强免费装修并不限制用户购买产品的店面和价格,相反,他们鼓励用户在任何店面自主议价,更彻底地消除了消费者在价格方面的担忧。

谁为免费买单

人工成本昂贵,用户通过平台网站或专卖店购买的主材,辅料又是没有加价的产品,那么羊毛出在谁身上?

“我们现在每天可以接待50个有效用户报名,

这其中很多用户,最后因为各种原因并没有使用小强的装修服务,比如局部装修的用户,他们通过小强家居平台和联盟伙伴店面买走了许多高性价比的建材家具产品,这种单独产品消费需求带来的利润,我们会拿出相当部分补贴在免费装修的施工项目中。”小强家居联合创始人栾大伟坦承,实际是在用卖东西赚的钱补贴装修用户。

“直击用户在装修过程中遇到的随意增项和套餐的去个性化痛点,以‘免费’为吸引点,降低用户体验门槛,并以此为突破口获取用户。”分析人士认为,小强免费装修从本质上来说就是“滴滴”,能否让这套高度标准化的施工服务和完全个性化的家居产品购买行为有机地整合在一套家装服务流程中高速运转,得看市场具体接受程度。北京商报记者 谢佳婷

行业看点

“爱心公益行”第二站走进山东

霍尔茨为希望小学定制木门

北京商报讯(记者 谢佳婷)“要送,就要送适用的,做公益要落到实处,而不是做做样子。”2016年12月2日,赶着寒冬来临之前,霍尔茨木门总经理赵崇联带着团队驱车290公里来到山东滨州牛岚希望小学,在这场捐赠中,霍尔茨并没有选择现成的产品,而是根据校舍实际情况与需求特别定制

的木门。

在2016年9月捐赠河北石家庄温塘希望小学之后,霍尔茨木门“爱心公益行”的第二站走进了山东滨州牛岚希望小学,历经多年的风吹雨打,牛岚希望小学的门、窗、屋顶等早已趋于老化破败,虽然经过了学校简单修补,暂无安全隐患,但依然不能抵挡冬天的寒风冷雨,霍

尔茨为校舍更换了木门。据了解,此次捐赠的所有木门都没有选用霍尔茨本身已有的现成产品,而是从细节上充分考虑使用过程中的种种问题后进行了特别定制,比如为了怕积水,门槛里面是木头,外面包裹着不锈钢;玻璃采用钢化玻璃,不怕撞、不易碎。

“这些门从花色到功能,都是我们负责生产的

经理实地考察过需求之后亲自设计的。”赵崇联表示,虽然不选用现成的木门会提高捐助成本,但公益不是做做样子,要给,就给孩子最好的。霍尔茨送来的温暖,让全校师生感动不已,在捐赠仪式上,孩子们给霍尔茨团队的成员们戴上了自己的红领巾,以独特的形式表达了谢意和敬意。

居然之家
EASYHOME

西境
XI JING

西境

居然西境进口家装

EASYHOME INTERNATIONAL DECORATION

居然装饰
Eas Decoration

蓝色星家居
BLUE STAR HOME

星饰国际
STAR-LIVING

联合出品

WORLD

把“世界”搬回家

- 瑞士
- 西班牙
- 法国
- 德国
- 比利时
- 意大利

北四环店 北京市朝阳区北四环东路65号居然之家·星饰国际西境进口家装体验馆 010-8333073

丽泽店 北京市丰台区丽泽商务区西三环南路27号居然之家丽泽店一层西境进口家装体验馆 010-83708608