

三维家蔡志森：用软件打通家居产业链

运动鞋、牛仔裤、T恤衫、厚眼镜、短头发——一个典型阳光IT男形象。带着三个志同道合的创业者，把玩起一款软件，在短短的六年内，团队扩展到500人，打造出家居行业赫赫有名的软件品牌，欧派、曲美、志邦等重量级企业都在使用。他是三维家CEO蔡志森。三维家品牌的崛起，正在悄然实现几代家居人梦寐以求的梦想——用一款软件打通从设计到销售、生产、物流的整个家居产业链。



从4人到500人

从尚品宅配出来，蔡志森的最初想法就是做一款“更好的软件”。

“那时用于家居设计的软件太笨，操作很复杂。我就想，能不能做一款软件，更漂亮，更简单，登录网页就能使用。”那是2012年2月3日，蔡志森带着肖永创、徐明华、李保生三位兄弟，开始了他的创业之旅。

突破口选择在定制家具，毕竟蔡志森的老东家尚品宅配是做定制的。他清楚定制家具前端销售的三个环节的痛点：设计图不佳，顾客看不到装修后的效果；报价不能实时，顾客往往等不及就走了；下单不能与生产打通，厂家还要拆单，浪费大量的人力物力。“三维家就是解决定制家具痛点的软件，可以实时出效果图，在几秒内形成报价，报价可以按展开面积、投影面积、产品单元和套餐四种方式提供，下单后可实现自动拆单，能够为厂家省下80%的拆单人员。”

2018年2月初，在蔡志森创业六周

年之际，企业从最初的4个人发展到500人，其中产品技术团队300人、销售团队100人、支持团队100人。“原来从事家居软件的企业很不争气，程序员只有几十个，一年做三五千万元的销售额就不错了。”蔡志森不愿透露现在的具体营业额，但他却对公司发展信心十足：“用我们的软件，家居业未来肯定会出现市值超千亿元的世界级企业。”

感恩贵人相助

“一家企业的发展，产品过硬是基础，贵人相助最关键。”创业六年来，蔡志森最大的感触是感恩。已经记不清有多少企业家需要感谢了，而家居行业认可三维家，得益于用诚意和激情征服了领军企业曲美和欧派。

2014年的一天，当得知曲美家居副总裁吴娜妮在广州回北京的路上之时，三维家负责营销的联合创始人肖永创赶到机场，将吴娜妮堵住，直接向她介绍三维家的与众不同。吴娜妮听他介绍了团队，没多了解产品，就决定支持。曲美家居董事长赵瑞海接触到三维家，当

即拍板：试一下吧！这一试，就让曲美家居放弃了自己投入巨资开发的软件，改用三维家。“我们的软件出的效果图漂亮，门店销售员一用就喜欢。随后一切都顺了，曲美的每个终端店都用上了三维家，一年用我们的软件超过1000个。”

征服欧派与征服曲美有异曲同工之处。“我们软件事业部总经理黄金丽直接找到了欧派的营销副总杨鑫，杨鑫将其介绍给欧派董事长姚良松，姚良松同意试用一下我们的产品。”蔡志森表示，在试用的两个月里，三维家派出了强大的团队进行对接，没敢收欧派一分钱；欧派经销商试用后，对我们的软件好评如潮，现在欧派使用的账号超过1万个，每天有四五万张效果图通过三维家传到工厂，就这样我们成了中国最大定制家居企业的软件服务商。”

招揽人才不断进攻

在企业困难或重要的转折期，需要贵人相助，但在平时的经营管理中，企业内功决定企业的未来。“三维家只做软件，定位家居企业的技术提供商。”蔡志森的表达清晰而坚定。

三维家的定位并不那么高大上，但蔡志森胸中的战略蓝图很大。家居行业还处在春秋乱世时代，行业格局没有形成，企业发展没有独门秘笈，只有往死里干，不干就会落后。蔡志森对行业分析得很透彻：“我们做得不错，但生意守不住，必须进攻。如果想安逸的话，就不会从尚品宅配中走出来，当时做高管的收入比现在做老板高多了”。

IT企业最核心的竞争力是人才，蔡志森把人才看做企业的生命，求贤若渴。很多人才都是在网上认识的，然后‘勾搭’一下，为他们提供‘广州一日游’，谈理想、谈情怀，如果志同道合，就很可能走到一起。”蔡志森网罗人才的手段简单实用：“我们的CTO杨翔，就是这样从阿里巴巴‘勾搭’来的，卖掉了杭

州的房子到深圳加盟三维家。”

就在北京商报记者采访的时候，三维家一位负责人正在和一位来自湖北襄阳的灯光算法工程师沟通。“灯光算法工程师的作用就是在做效果图的渲染时，对光源的亮度、材质进行把控，以达到最佳的效果。”如此深奥的技术，从蔡志森口中说出来，却如此轻描淡写。

打通家居产业链

打造了过硬产品、构建了稳定的团队、积累了优质的客户，三维家2014年就实现了盈利。到2018年初，公司成立六年，用户超过50万，每年活跃用户超过13万，并成功从软银、广发证券完成A轮融资，近期红星美凯龙等资本再次进入，三维家发展进入了快车道。上海办公区已经签约，北京、成都分公司也在筹备中，全国布局拉开了帷幕。

三维家的成长秘方是产品不断迭代，用户时时新，其秘密武器则是抛弃传统的卖软件模式，与企业形成合作伙伴关系，以收年费的方式提供软件服务。“传统软件公司和用户是买和卖的关系，企业买之前是爷，买之后是孙子，一锤子买卖，我们却是合作关系，每年向用户收钱，如果服务不好，立马被客户抛弃，而年年有进账，就有了不断投入的资本和勇气。”

“家居行业看似是传统产业，在这个看重体验的行业，图形解决方案将成为未来的重点，实现所见即所得。”蔡志森表示，三维家的技术攻关小组已经与欧派对接了一年，新系统将于2018年3月正式上线，同时三维家与豪迈等加工机器制造商进行了对接，真正实现柔性生产。“不久的将来，三维家将从前端设计、报价、下单，到后端拆单、加工、打包、仓储、发货，形成信息化数据无缝链接、配套厂家信息共享，打通家居全产业链。”

北京商报记者 李振兴



成为会员

给您无微不至的关怀



扫描二维码关注
居然之家集团官微
注册会员