

## 特别报道

## “爱空间”家装体验馆落户广州

主打立体的沉浸式家装体验,有望成为城市家居灵感新地标

## iSpace Home



生活提案 | 标准化 | 一站式



家装就选爱空间 更省心、更放心

昨天,占地面积近5000平方米的爱空间家装体验馆于广州正式开业。据了解,馆内加入了大量体验化场景,希望以立体的沉浸式体验带给消费者更深刻、有趣、可落地的家装消费环境和服务,打造成为城市家居灵感新地标。

去年底爱空间通过“新生活+新产品+新体验”开启了标准化家装新历程,全面升级为生活方式品牌,同时从北京旗舰店开始,爱空间全国14家直营门店展厅也相继升级改造,广州则是其第三家升级完毕的展厅。爱空间自2014年创立至今,先后获得顺为资本、国美资本等多家知名机构投资,以“信息化系统、产业化工人、供应链”三大基础设施为支柱的标准化家装体系,率先建立一站式家装服务模式,推动家装行业步入个性化、品质化的快车道。

## LIFE12+ 打造心之所向的居住空间

去年12月9日,爱空间正式发布“LIFE12+”家装理念及产品体系,从当代青年群体之中挑选了12个极具代表性的家庭作为原型,结合中国传统文化理念“天、人、群、己”四个角度之上,明确了当代生活方式的四个方向,进而提取了12种生活方式。这是爱空间基于深厚的中国古典文化、广泛的社会调研和真实的用户需求,

LIFE12+所延伸出源、漫、宠、阅、乐、范等12种理想生活提案得以真实呈现。

爱空间的LIFE12+家装理念,旨在通过在理想的生活方式中解读爱与空间的关系,引起消费者对生活的深思,从而发现诸多美好。

承载LIFE12+理想生活提案的广州爱空间家装体验馆选址在广州市天河区黄埔大道

易通大厦内,占地面积近5000平方米,由日本大师设计团队操刀设计,展厅动线设计清晰流畅,加入了大量体验化场景,希望以立体的沉浸式体验带给消费者更深刻、有趣、可落地的家装消费环境和服务,同时装修产品层面也针对广州的气候条件和饮食生活进行了调整,以更为本地化的形式满足消费者家装定制化、个性化的需求。

## 一站式家装服务让消费者省心放心

据介绍,广州爱空间家装体验馆聚焦多元化的需求,为羊城消费者带来α-Next系列产品,针对“空气”“温度”“声音”“收纳”“安全”等多个家装痛点提出解决方案,满足不同的个性、不同的需求、不同的选择,希望让各不相同的灵魂都能拥有同样

美好的生活。

此外,为拥有更优秀的全屋解决方案,爱空间选择以优质的头部品牌作为合作伙伴,精选马可波罗瓷砖、老板电器、法恩莎卫浴、大自然地板、雷士照明、美的、方太、西门子、公牛等世界知名品

牌作为合作商,只为助力实现“让家的生活更美好、更舒适”的核心理念。在此次广州发布会上,爱空间还宣布了与柜类定制专家索菲亚达成战略合作关系。这样的强强联合,将会为爱空间带来怎样的赋能?亦令人期待。

## 推动实现家装服务标准化建立行业壁垒

众所周知,家装交付链条错综复杂,但归根结底是由产品和服务组成。爱空间率先提出“培养产业工人让服务实现标准化”的举措,开启了爱空间产业工人模式,即去中介化、去工长制,100%直管产业工人,彻底改变传统用工模式。截至2020年12月,爱空间的产业工人规模已达6800人,而其中入职超过两年的工人占比46%。

爱空间将工人按照产业制的方式分成16个工种,在装修一间房屋时,负责每一个环节的工人分别按照相应订单上门进行安装,并通过爱空间后台系统完成自己所负

责的环节交付。将传统的分包模式打掉,去掉工长模式,直接管理每一个产业工人。通过“人+系统+体制”的组合拳,大幅提升管理效率和客户满意度。在爱空间看来,产业工人真正的意义和价值在于,通过模范工人,促使家装行业真正向正循环发展。

据介绍,在过去七年里,爱空间服务了超过六万个家庭,完成了超过一百万次的派单,NPS(净推荐值)达到76%,其客户满意度与市场的受欢迎程度可见一斑。同时,家装标准化体系的建立,也使得爱空间的新房竣工工期压缩为33天,老房竣工工期

为45天,大大提高了效率和品质。

爱空间多次强调“生活方式的个性化满足,当以企业的标准化为基础”,这一观点掐准了行业的脉搏——因审美变化、家庭成员变化及财富变化,让时下消费者对居住环境的功能性和舒适性更为重视。

家是生活的容器,家的本质是对生活方式的满足。对爱空间而言,真正以用户为中心的家装企业,能做到的不仅仅是提供漂亮的房屋,更要提供文明的家居生活方式。爱空间希望装修不再是单纯的物质选择,而是一种生活文明的传播。(文安)