



在您看到这篇文章前我先做个声明，以下的每一个字都是我亲手打出来，主要通过几个方面去描述大匠之家这个项目，我这边有特别完善的项目计划书，但是我没发，主要也是让合伙人能通过这篇文章看到目前家具行业的现状，以及我们做这个项目的未来可行性，蓝海市场，具体的商业模式，核心竞争力，规划等，如您看完这篇文章对这个项目感兴趣的加我微信后细聊，至于投资这块，有好几个投资人我一直都在跟进，也有做详细的沟通，好的项目是我们选人，而不是我们到处去找人来投我们。

目前家具市场存在现象，乱，贵，不透明，信息不对称，我们从家具市场十大品牌和三大购物主力平台在看这件事，十大品牌一个普通的床，成本几百块的东西卖几千块，像这种情况早晚会被打破，以前消费者买东西会看品牌买，现在越来越多人会去网上对比，只不过像淘宝京东也卖的很贵，所以没有形成鲜明的对比，而大匠之家要做的就是让市场去标准化专业化。

那么阿里巴巴，淘宝，京东作为目前购物网站的主力平台，阿里

巴巴已经从批发变成了对个人的，失去原先的本质，在价格上面已然没有优势，京东和淘宝价格更是乱，我们与阿里的价格差在 0.8 倍以上，京东淘宝是 2.5 倍到 3 倍。

根据目前的调查，在家具市场上现在还没有出现一家独大的情况，未找到类似的平台，地方家具网比较多，基本都做得不行，产品单一，种类不齐全。基本都是代购，直销，发广告的小程序这些，没有一家能够从真正意义上能够帮助到线下产业去做一个赋能。

上个月去广东中山谈合作，那边整个镇都是生产红木家具的，但是今年在疫情的影响下，工厂和门店倒闭了 40%，原有的场地一年下来 100 万，现在只需要 50 万，可见这个市场有多难，我原来预测两三年工厂和经销商会倒闭一大半，现在看来只会更快，家具这块大部分经营者都是 6070，不会经营线上，那么接下来市场会从 6070 开始转向 8090 接班，刚好在这个时间点，就需要有这样一个平台去给他们做赋能，工厂都这么难了，线下的经销商就更难了，我好些朋友经营线下的家具店，今年也是特别的痛苦，家具市场已经不像前几年那么暴力，加上传统的模式，租金场地费用人工成本等等，已经慢慢的不成正比，那么我们平台点对点的网状结构就是针对未来，经销商的一个设计，帮助他们从以往的传统思维模式，走到线上来，把产品销往全国。

未来的规划规划：至 2021 上半年：拿下全国各地厂商，当中包括广东佛山，中山，新会，东莞，江西南康，福建仙游，浙江东阳，广西凭祥，东兴等地

经销商全国铺开，重点会偏向北方市场。

下半年做市场维护，面像各地区厂商开始做各种活动。

2022 年：实现全民参与，目标群体为：建材店类，装饰公司，房产中介等等。

家具的市场毋庸置疑，它是一个万亿级别的市场，极高的天花板，按照我们的规划，2021 走完会占领是市场十分之三的份额，2022 占领市场的一半以上份额。

至于我们的用户流量都是非常点对点的设计，不会放走任何一个有购买家具需求的用户。

有理想抱负，创业者心态的朋友请联系我，微信：djzj68

最后做个自我介绍：

我是一个来自深圳的潮汕人，家里经历了十几年的贫困期，让我从小就养成了自立更生，从大学时就开始做各种买卖，努力当上班长，学生会主席，为的就是拿各种奖学金，能让家里减轻负担。

大学学的是室内设计，11 年毕业后开始在室内装修，市政，水利，基建等开始我的建筑生涯，我的第一桶金是做别墅时赚到的，

最高峰带了几十个人做起了别墅装修。

16年后在深圳又做起了 O2O 便利店，及食到家餐饮品牌，口号新东方厨师团队。

14年年底进入股市 15年碰到了大牛市，在最高峰的时候我套现了所有的股票，成功逃顶，到目前为止也没有碰过股市。

16年到 17年，进入了区块链，在这个领域投了有接近二十几个项目，当中最高的回报 200 倍，有 100 多倍，几十倍的，这两年下来平均回报在 55 倍上下。

17年在潮汕老家买了铺面，投了几百万，做了家居体验馆，这几年的家具生涯，我开始反思，特别是碰到疫情后，我觉得做一番伟大的事业机会到了。

19年年底我开始返回深圳，做起了大匠之家，从 1.0 到 2.0 截至目前，快速的去试错，终于试出了一条可以走得通的路，能够让多方共赢的路，这才是好的商业模式。