

定制家居品牌加大力度推动设计消费

对于消费者而言，家居设计是消费者对于产品的第一印象。优秀的家居设计往往更能触发消费者的购买欲望，促使他们快速做出选购决策。近年来，定制家居企业凭借新颖巧妙的设计效果、各具特色的产品迅速捕获消费者的“芳心”，并获得快速发展。

然而，以个性化为标签的定制家居日渐陷入同质化的“泥淖”中。有业内人士表示，由于需要投入大量的资金、时间等成本，很多企业都不愿意走原创道路。目前有原创精神、原创能力，以及能长久坚持原创的企业仍是少数。

■新快报记者 梁茹欣/文 VCG/图



产品同质化根本或在于设计

日前，我乐家居官方微博宣布解散成立了16年的OLO研发团队。在消息发布两天后，公司成立ODC国际家居设计中心，并宣称该设计中心将赋能品牌的“全线原创专利产品”。这一来一去之间，让“坚持原创设计”这个看似老生常谈的话题再度成为行业关注的焦点。

回溯定制家居的发展历程，不难发现实现个性化定制是企业收获市场认可，得以快速发展的重要因素。随着定制家居品牌如雨后春笋般纷纷出现，为了满足规模化的生产需求，各家品牌近年来的卖点囿于房屋收纳空间的划分上，所提供的板材品类、五金配件，以及设计出来的款式也并无太大差别，个性化优势正在消失。

新快报记者日前走访家居卖场

发现，市面上的定制套餐多以设计好的模板为主。消费者想要对玄关、厨房、卧室、书房、餐厅、客厅等空间实现更多个性化定制，还需设计师对业主的房屋户型、整体装修风格、个人喜好等进行深度了解，从而规划设计好房屋空间，这也意味着双方的沟通及时间成本增多。有商家表示，从设计出图到客户签单，最快能在一周内走完所有流程，但大多数情况，双方会耗时更长。

为缩短回报周期，企业将用材用料、五金配件、板材花色、设计风格等固定为几大品类，这样虽然提高营销效率，但可供消费者选择的选项减少，最终落地效果也大同小异。从行业整体而言，新品一旦出现，跟风者也乘风而起，难免容易落入产品同质化窠臼中。就上述情况而言，以个性

化为标签的“家居定制化”，在当下是否已成为一道伪命题？

对此，顶固全屋定制营销总经理但咸熙有不一样的看法。他向记者表示，同质化主要是针对产品本身，“而我们所说的家居定制化是指针对消费者家里而言，根据客户的个性化需求来定制产品，是充分利用家里每一寸空间的同时呈现美感。每个客户的定制需求各不相同，这个层面上的定制不是同质化的。”

不过，他坦言道，定制家具产品存在同质化现象，其根本原因在于设计。“在整个行业中，实际上具有原创精神、原创能力，以及能长久坚持原创的企业仍是少数。主要是因为原创需要投入大量的资金成本和时间成本，很多企业不愿意走原创这条路。”

业内瞄准原创设计发力

事实上，研发费用是定制家居企业主要的资金投入项，这在头部企业中尤为明显。据公开财报数据显示，欧派家居2021年前三季度(1—9月)的研发费用约为5.2亿元，相比于去年同期的4.14亿元，同比增长25.6%。索菲亚前三季度研发费用为2.08亿元，去年同期的研发费用为1.44亿元，同比增长44.4%。尚品宅配2021年前三季度的研发费用则为1.4亿元，与去年同期的1.05亿元相比，同比增长33.59%。上述三家公司的研发费用直逼中小品牌的全年净利润。

产品同质化问题渐成为定制家居行业发展的瓶颈。想要破局，企业势必要以原创设计实力去形成差异化优势，进而打开市场。但研发成本居高不下，导致公司的经营压力加大。为了节约成本，个别品牌选择降

低研发设计投入，甚至解散设计研发团队的情况并不鲜见。如何解决同质化难题，从而提高业内定制家具生产制造企业整体的设计水平，行业当下似乎走进了“死胡同”。

业内不少人士对此持乐观态度。但咸熙表示，目前业内正在朝着积极方向发展。“其实从事中高端家居产品的设计师整体水平相当不错。核心问题还是在研发上，研发是需要投入成本的，如果不愿意投入成本，那其实是‘拿来主义’。重视研发投入，以原创设计为核心，提升设计水平才能打造更好的竞争力。”

今年以来，欧派、好莱客、皮阿诺、金牌等多家企业都在尝试通过举办与设计相关的品牌活动“深度捆绑”设计师，进一步锁定消费流量入口。但咸熙对此深有同感，并声称，企业坚持原创道路仍具备可行性，生

态化、人性化、智能化的设计将是未来高端定制家居的必然趋势，需要企业对前沿的设计趋势具有敏感性和前瞻性，并分析研究家居行业未来的主流消费群体的需求。“公司要原创能力和坚持原创，这个需要耐得住寂寞、守得住底线，多花点时间打磨产品，多把投资用在产品研发上。”

同时，助力更多新锐的原创设计实现商业落地也是一条可行道路。“在工厂里打造一个产品，最终的生产制造、产品本身及落地效果的呈现，可能都与设计师想要的理想效果相差甚远，也局限了设计师的发挥。企业若能提供设计师们喜欢的、想要的且在别处找不到的东西，其实也在无形中把设计师和消费者更好地连接起来，节约彼此的时间，从而增强企业自身的设计实力。”但咸熙说道。

关注

智能家居领域 首个双编号标准落地

新快报讯 日前，由中国家用电器协会、中国通信标准化协会联合制定的双编号标准T/CCSA 328-2021, T/CHEAA 0019-2021《智能家居系统跨平台接入与身份验证技术要求》正式发布。

据介绍，《智能家居系统跨平台接入与身份验证技术要求》为业内首个双编号标准，旨在统一不同智能家居系统间的设备发现、连接、身份验证和接入配网等必要交互过程，使不同厂商、不同平台的智能家居设备可以跨平台进行网络接入和身份验证，企业还可在该标准基础上自定义拓展特性，家居设备可基于该标准接入任何满足标准要求的生态平台，消费者可依据个人偏好选择智能家居平台入口(如：APP)。上述标准的发布将有效解决当前智能家居互联互通中存在的“生态壁垒”问题，助推智能家居互联互通行业的进一步规范发展，提升用户的使用体验。此外，该标准主要起草单位涵盖智能家居全产业链，包括通信设备制造商、家电企业、智能家居平台和解决方案提供商和通信网络运营商等。

伴随着双编号标准的落地，未来，围绕“智能家居跨平台互联互通”标准体系，中国家用电器协会、中国通信标准化协会还将陆续联合发布《智能家居云云互联互通》、《智能家居系统数据模型与控制接口技术要求》、《智能家居系统 跨平台接入与控制测试方法》等联合标准。



扫码了解更多“家·生活”资讯