

# 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。在信息发布两天后,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威熙有不同的看法。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。但威熙表示,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。但威熙对此深有同感,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。”但威熙说道。

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