

# 一年将46万件产品带入10万家庭 寓义团队：家居美学的追梦者

实习记者 朱一诺



寓义四人团队（右一为张鹏程）

在宁波，有这样一群热爱摄影和旅行的年轻人，在2013年的一次新西兰之旅中，他们在看到当地的民宿里挂着各式各样精美的装饰画时，萌发了一个想法：这样有艺术美感的装饰画，外国人能做，我们中国人为何不能拥有呢？

无独有偶，Sunny（寓义家居创始人）当时正在装修自己的新家，她在淘宝上买了近百次商品，退了几十次货，却依然找不到自己满意并且性价比高的家居饰品，于是便萌发了创业的想法。

就这样，几个80后的青年带着合拍的理念和相同的理想走到了一起，组建了一个名为“寓义”的团队，为实现家居“美”梦，影响国人美学生活的现状而努力。

当然，这个“美”梦并不好做。

东南商报创业分享会本期人物

分享者：张鹏程

年龄：80后

职业：宁波寓义家居创业合伙人

预约报名可扫描下列二维码

联系客服“东南风”（工作日 10:00~17:00）



## A 与「丑」 做斗争

“与其讲我个人的经历，不如讲述我们团队和产品的故事。”张鹏程坦言道。

这个怀揣“美”梦的团队，在创业之初频繁出现在全国各地甚至国外的家居博览会上，他们几乎翻遍了市面上所有的家居生活杂志，浏览了近2000家家居类的淘宝天猫店，最终决定以装饰画作为切入点创业。

“装饰画只是我们其中一种产品，此外还有一些仿真绿植、摆件、音乐盒、香薰、地毯等各类家居用品。”张鹏程介绍道。

不知不觉间，寓义家居衍生出了专注墙上装饰画的“星川”，做时尚潮流摆件的“南十字星”，专注家居布艺设计的“西厢记”，名为“25点”的艺术挂钟以及新推出不久的“Yuihome aroma”室内香氛等多个子品牌。

其中，去年一年卖出了近26000只的艺术挂钟，无疑是寓义最受用户喜爱的产品之一。而开发挂钟这一品类，也来源于设计师的小灵感和与“丑”做斗争的品牌态度。

当时，寓义设计师想买个时钟装饰家里，却发现淘宝上虽然选择很多，但国内普通款要么太传统，要么太浮夸，而北欧进口的时钟又实在太贵，就这样寓义团队发现了新的市场——自己开发产品，让高品质的时钟也拥有高性价比。

“前段时间有个朋友要装房子，就在我店里买了钟，有天他跟我开玩笑说要给我差评，我问为什么，他说你这个钟太结实了，掉下来了把鞋架都砸坏了，但钟却一点事儿没有。”回忆起这个小插曲，张鹏程对自家的产品充满自信。

除此之外，开发一个时钟还要关注许多细节，比如为了使工人能够辨别正方向，他们在时钟边缘设计了一个小卡口；为了使指针更精致而不死板，他们去寻找不同的材料，探索不同的工艺，还增加了秒针的长度。

在保证品质之后，产品也需要贴近市场。张鹏程说，唯品会、小红书等各个平台的客群其实是不一样的。像唯品会上三四线城市公务员、个体户更多一些，他们对时钟的理解，可能于必须要加上秒针以方便认读时间；而在小红书这样的平台上，大多数客户就并不在乎能不能看清楚时间，而只要画面足够好看就行了。因此寓义也会根据不同平台的数据，开发不同的产品，之后也为了搭配不同的家居环境而在时钟的尺寸、材质上做更多的设计开发。当然，这些都是以美和简约为前提的。