

微改造、美学展厅、 整体软装、VR 虚拟设计

.....

宁波“软装”江湖 初露端倪

随着“全装修”住宅大面积交付,甬城的家居软装需求或将迎来全新的增长点。2018年以来,宁波新交付的楼盘中,实行统一全装修的约占46.8%,且这一比率仍在持续上升。同一个楼盘内单一的装修风格,将促使现代家庭对整体软装更加重视和投入,软装的风格也将愈发个性化与特色化,这为宁波家居装饰行业带来变革的契机。

“软装”市场仍是“蓝海”

宽泛意义上来说,凡是室内空间中可以被挪动、能起到装饰作用的元素,包括兼具功能性和装饰性的家具、灯具、布艺、饰品、植物、收藏品等,都属于软装范畴。据中国商业联合会初步统计,近年来全国软装家居产品销售量每年以约30%的速度递增,目前年消费量高达2000亿至3000亿元。有业内专家预测,国内未来软装产业有望达到10万亿元规模,或将成为全球最大的软装消费市场。

“软装市场需求的不断提升,主要来自两个层面。”宁波鼎天装饰总经理麻宏伟分析认为,“一是跟过去相比,人均住房面积得到改善,使得家庭装饰品的需求量变大;二是改善型需求的购房者数量上升,这部分消费者对家居室内环境的要求更高。”随着现如今80后、90后人群成为购房和家装的主流消费群,他们对于居住品质的关注点不再是房屋的空间结构划分,而是转向整体家居环境是否具备个性化的装饰风格,是否能体现独特的审美品位。

“独立软装设计师”成为新兴职业

郑先生2012年从美院毕业,学的是综合艺术专业,毕业后和朋友一起经营一家绘画培训机构。2016年年底,他在多年从事商业装饰设计行业的父亲的建议下,开始学习室内整体软装设计,如今,郑先生是一位专职的软装设计师。

“以往人们在房屋装修完成后,一般都是自主选择购买家具和装饰品,往往很难做到室内风格的统一。”郑先生说,“软装设计师其实更像是业主的装修顾问,他们根据专业的室内空间美学法则,以业主的个性化需求为基础,帮助业主确定基础家具的风格,然后进一步完成灯具、饰品、配画等组合方案。”

如今,像郑先生这样选择成为专业软装设计师的人越来越多,宁波不少家装品牌机构对于软装设计师的人才需求也在不断攀升。“不少室内装修设计师现在也开始转型做软装设计,他们的行业关联性更好,因此转型也会更容易。不过,在对整体软装风格的色彩搭配掌控上,我觉得艺术专业的人会有优势。”郑先生说。

传统家装企业转型 “整体软装”平台兴起

家装消费观念的改变,带动家装服务行业的改变。去年下半年开始,宁波不少家装企业纷纷将转型的目标定在“软装”市场,包括成立专属的软装设计部门、定制整体软装的套餐、构建家居软装美学展厅以及加强与家具品牌、家居产品供应商的合作等。

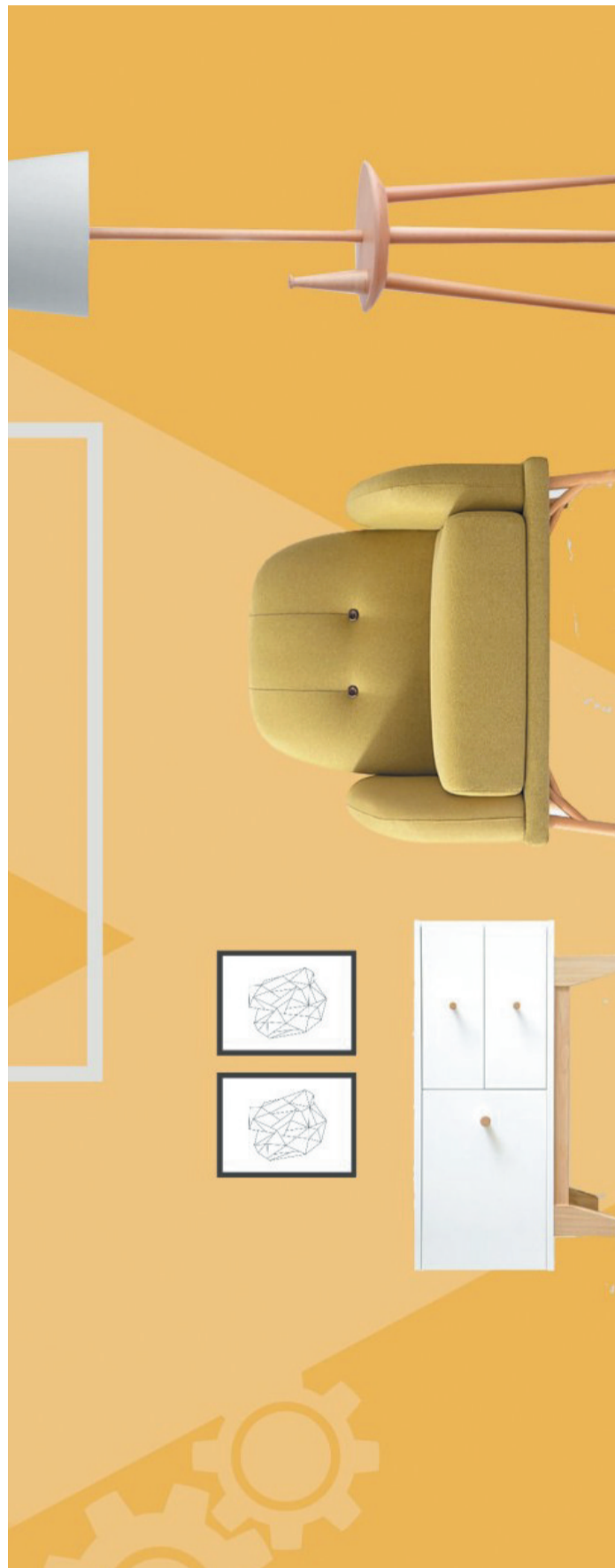
“以前我们在为客户进行硬装后,最多只能提供一部分灯具、窗帘产品的配套建议,而现在我们已经有了多种标准、多种风格的整体软装设计方案。”宁波十杰装饰总经理黄河春说,“根据我们现在接的业务来看,大概每10组硬装客户中,就有一组会选择同时购买我们的整体软装套餐,这说明宁波的软装市场潜力正在逐步呈现,越来越多的人开始将软装工程交给专业的设计团队来执行,而不再是以往的自主零散购买。”

随着软装业务的扩大,今年,黄河春将原先的软装设计部门独立出来,单独成立了一个软装设计子公司,一方面继续升级整体软装套餐的标准,另一方面为高端的客户进行量身定制式的软装顾问服务。

“硬装软装分离”不仅是家装行业的大势所趋,更是当前人们家居生活理念更新的直观体现。在鼎天装饰,一项名为全装修房的“微改造”定制服务上线,通过对全装修住宅除隐蔽工程外包括墙布铺设、背景转换、区域风格构建、家居饰品组合等众多方面的改造,不仅摆脱了“千篇一律”的全装修模式,同时也能实现个性化家居的理念。

除了传统家装企业纷纷转型软装市场,一种独立的“整体软装”平台也开始兴起,这类平台以软装风格打造为起点,以各类家居产品为闭环,为消费者提供一站式的家庭整体软装产品采购服务。

祁治群和他的合伙人就在宁波打造起这样一个平台,并且还利用互联网,将VR虚拟现实技术引入软装设计中。“我们致力打造的是一个线上智能的软装平台,它会提前导入宁波各个全装修楼盘不同户型样板房的设计图,软装设计师通过虚拟手段,对样板房原有装修进行软装‘再造’,将不同品类的家居软装产品合理布局到样板房空间中。”祁治群介绍说,“对于消费者来说,通过平台就可以非常直观、高效地体验到不同户型的多元化软装设计效果。”



软装市场能实现“弯道超车”吗?

“蓄势待发”的软装市场潜力,“蓬勃发展”的新生代软装设计力量,“多点开花”的行业转型模式……这是否意味着甬城的家装行业即将迎来新一轮的“弯道超车”?

“虽然目前宁波的软装市场是蓝海,但对于这个市场的运作并不是可以一蹴而就的。”黄河春说。在他看来,目前宁波的软装市场依然处于起步阶段,专业的软装设计机构数量少、规模小。另外,在市场需求层面来看,消费者也需要合理的培育和引导。

“首先应该明确的是,软装设计的初衷不是简单地‘推销’家具和家居产品,而应该是通过软装设计机构,根据消费者个体的家居需求,整合产品和供应厂家的渠道资源,因人制宜地为消费者制定既具有科学性、又具有美学性的家居整体解决方案。”黄河春说,“其次,软装应该以‘设计’为主导,软装与硬装的不同之处在于,硬装有固化的数值及规范,而软装设计更多的是感性的创造,如何通过设计去实现生活的美学和品质,如何通过设计去契合消费者的精神需求,这是年轻的软装设计行业需要不断摸索和提升的。”

也有业内人士指出,无论是家装企业转型还是独立软装设计平台的构建,在模式创新的同时更应该致力建设一支强大的设计团队,以及更全面更优化的产品供应链体系,并且推动多行业、流通渠道和消费服务上的融合,从而保证企业的上下游整合能力,促进整体软装市场的良性发展。

余涌