

2025广州建博会观展感受

讲座一些分享：



颜值+功能——>情感+场景，未来，谁能提供更多得情绪感受，让产品价值更完整，谁就更有竞争力。

为生活定制而不是为风格复制

空间影响生活方式，人创造有故事得空间

不炫技，而是专业+洞察+人文

每个空间先要有个设计要点

对第几代不care，如何做好产品才是最重要

收藏 是个流行元素

并不是把空间固定下来，不要刻意定义某个功能，空间流动的，多元的。

未来设计：最懂生活的设计

乐高式拼装系统，适配每一种生活方式（有选择的）【可以被组织，不被定义的】

高定：高级生活的定制+高级材质

智能化：关注生活小点滴

为女性用户贴心设计，她的空间，不只一种角色

当代年轻精英高端住宅需求：

1、自我的表达，多元表达。

- 2、个性化需求，新奇的东西，私人定制（足够的留白）、可变的空间，足够的视野。
 - 3、特别个性化呈现方式，卖的很爆的反而抗拒，想要独一无二。家具涉猎打造，囤物/收藏的爱好。非常认可品牌有品牌意识、尊重设计。
- 产品（杜拉维特）和设计师非常紧密的沟通。

一、关于展会

1. 展会关键词：

智能AI、全球出海、绿色低碳、局旧改、设计美学、跨界融合

2. 观展目标：

高端人群需求： 观察高端品牌如何理解并满足高净值人群诉求。

定制化深度： 关注智能系统如何深度融入柜体、墙面、天花、家具。

用户体验设计： 体验交互方式、UI/UX、多模态反馈等。

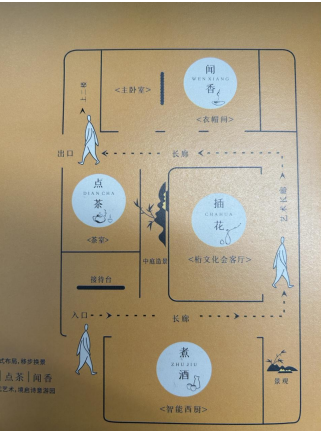
材料与工艺： 留意高端材质与智能的结合方式，以及工艺细节。

新兴技术： 关注 AI应用、传感器等。

二、展会发现

1. 东方美学的表达：

玛格定制，一桁一世界，以“三进四雅”游园动线重现宋代四雅生活：煮酒（智能西厨）、插花（会客厅）、点茶（茶室）、闻香（衣帽间），美心门将水墨融入门板纹理，百得胜则用榆木拼花传递静奢感。





思考/启示：

功能重构文化空间；

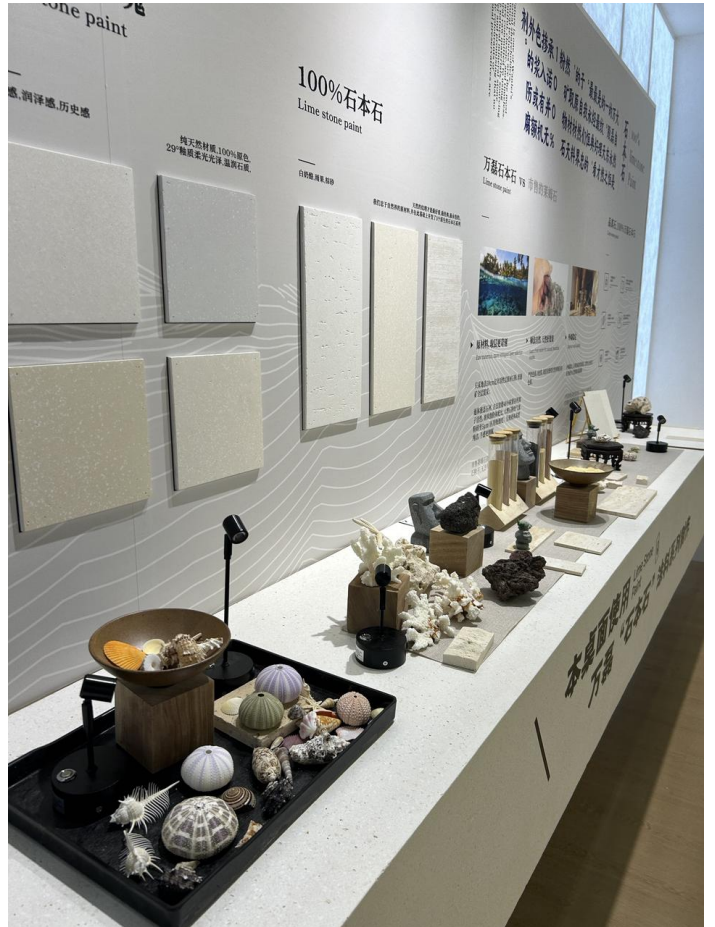
文化表达多元化。这次的为什么是宋代美学？宋代美学以“简雅”为核心特征，恰好契合当代人渴望的“减负”生活？

2. 家居智能的无形化：

玛格定制、威法等全屋定制品牌，将灯光控制、电动开合、无线充电等模块完全内嵌于柜体、岛台、墙面系统，表面无可见按钮/屏幕，通过触摸、语音或APP控制。

百得胜将新风系统嵌入门墙内。

百得胜橱柜采用实木拼花面板+隐藏式LED交互界面，平时呈现木纹质感，触摸时亮起柔和灯光显示温湿度等信息



思考/启示：

这次最大的感受是，高端品牌的智能化是内敛、低调隐藏的，但偏向单品，非联动控制。

高端定制智能的核心是“不破坏设计美感”，追求极致简约与功能隐藏。考虑如何将技术“隐身/消失”在材质和结构中？

电动升降/平移/旋转系统的应用，以及模块化组合，实现空间灵活变化。

温感、纹理感材质的应用增多。交互设计需考虑材质的特性（如石材的冰冷感与交互反馈的协调，触控微震）

3. 场景化体验的深度化：

西蒙插座面板基于场景的智能解决方案：先分析空间特征——>智能需求&照明需求

三翼鸟：1+6+N全屋智控、网络、照明、安防、遮阳、影音。场景：马尔代夫浴、大师菜、AI健身、洗凉联动

触控、声控、视控、脑机交互。

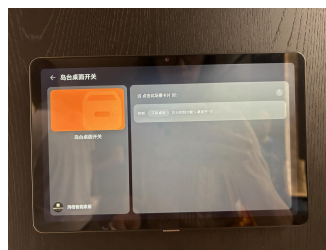
百得胜康氧空间：滤网消杀技术，到家具家电一体化的新风门、新风墙、空气净化柜的应用，再到新风空气净化设备的生产制造，最后到康氧标准的制定，实现了康氧产业链的闭环。特别是针对母婴设计的康氧空间，让人感到贴心、安心。

百得胜-母婴安全岛

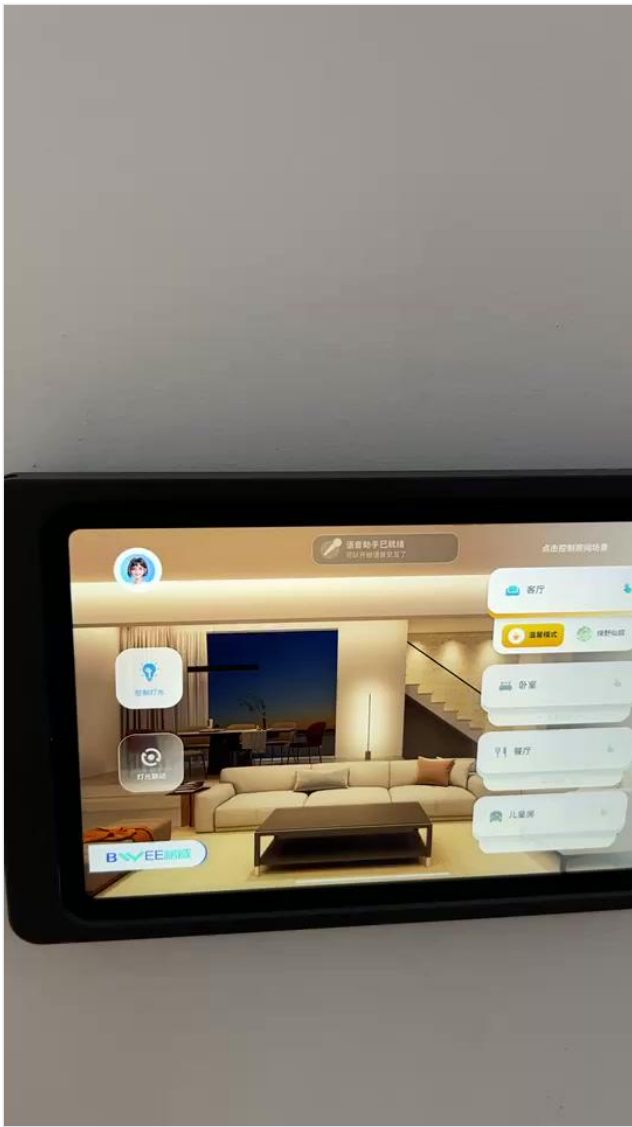
- 母婴纪念品方案：抗菌藤编抽屉，存储脐带盒、手足印等纪念品；柜门集成感应器，儿童靠近自动锁定危险物品。
- 成长记忆数字化：内置“时光胶囊”模块，通过NFC标签关联电子相册，扫描即可播放儿童成长影像。

玛格精品定制的中控屏场景非常多，有愈疗放松相关的场景。

模块化博古架：采用碳纤维框架+可调隔板，适应不同尺寸藏品，并通过鸿蒙系统联动环境监测，自动调节温湿度。







思考/启示：

- 1、高端用户购买的不是设备，而是极致的生活体验和情绪价值。我们的场景设计需更注重情感连接、仪式感和独特性，提供远超基础功能的“专属感”。
- 2、为女性用户贴心设计。
- 3、【收藏】是个流行元素。
- 4、展会上的UI和交互大同小异，我们在交互体验上的探索创新突破将具有很大的价值。

4. 交互的无感/主动化：

毫米波雷达/UWB技术广泛应用，实现无接触手势控制；（目前用得最多得是简单手势，比如窗帘一开一关，对于复杂手势需要技术支持）。

萤石的魔丸摄像头（自研蓝海大模型），识别“妈妈拿快递”等复杂场景；

萤石桌面机器人 RK3，生活助理、安全管家、健康咨询、教育辅助、娱乐互动于一体；

RK3 适老版，针对长辈看护、陪伴、关怀的场景。

思考/启示：

运用新技术，如何通过设计，让交互更自然？

5. 信任感的设计

多个品牌都强调本地化处理/边缘计算能力，减少云端依赖，保障数据隐私。

大多品牌的UI界面，突出能耗、安防系统。

玛格配套展示专属VIP服务（7x24小时响应、私人智能顾问等）。

萤石：7×24小时紧急响应，界面实时显示救援进度

华为全屋智能面板物理滑动盖板遮挡摄像头，强化隐私掌控感

掌静脉解锁，比指纹识别错误率低90%，且无法被复制，隐私保护方面前进了一步。



思考/启示：

高端用户极度重视隐私和安全。设计上需将安全、可控作为核心要素，并通过视觉和交互清晰地传达给用户。

强调“专属服务”？

6. 其他

金属定制：不锈钢、西南全铝高定等展商增加，防潮环保？。

局改爆发：三翼鸟适老化卫浴等。

跨界融合：问界M9汽车、机器人等出现在展会上，体现人车家互联生态，艺术家与家居的合作。

情绪价值设计：从功能载体——>情感疗愈的空间/媒介。

三、竞品&机会

1. 头部品牌优势：

平台生态： 华为、小米等在连接协议、生态广度上优势明显，比如百得胜只接华为鸿蒙系统。

设计整合： 定制品牌（欧派、威法等）在空间规划、产品一体化设计上更成熟。

品牌溢价与服务： 进口品牌在品牌调性、细节打磨、全球服务网络上有优势。

2. 机会：

超个性化定制： 模块化，提供基于用户独特生活方式、[收藏爱好](#)的深度场景定制设计。

中式美学融合智能体验： 根据高净值人群的文化偏好和居住习惯，打造具有东方美学和智慧的独特智能场景。

艺术与科技的跨界： 探索与艺术家、设计师合作，打造限量版或可收藏的智能家居组件，提升产品的艺术价值。而交互界面本身也可作为艺术品设计，特定时间，展示数字藏品？

下一代交互： 关注脑机接口、探索更先进的AR/VR在智能家居中的应用。

四、设计启发

1. 产品设计：

强化隐形智能： 智能模块的隐藏性、与定制家具/建材的融合？

情感化场景的打磨： 设计能打动人心、体现身份认同的标志性高端场景。

提升材质与交互质感： 研究高端材质（木、石、金属、织物）与智能、交互方式的创新结合方案。

2. 用户体验设计 (UX/UI)：

设计原则： 将优雅、无扰、专属、可信任，作为核心设计原则。

界面视觉： UI设计需匹配高端品牌调性。更少的信息展示？极简克制的表达？

隐私安全： 清晰、直观的隐私、数据的可视化，让用户每一步都使用的安心。

多模态反馈： 探索灯光、声音、轻微震动的反馈方式，确保其精准、及时、优雅不扰人。

3. 用户研究与服务设计：

明确用户画像： 明确用户类型特征，理解其未被满足的深层次需求、痛点和生活仪式。是高端还是普通用户？比如西蒙，服务两类人群，大众和高端。

梳理优化服务体验设计： 我们不是只卖单一的产品，而是一整套服务方案。应重视服务设计，将售前咨询、方案设计、安装调试、售后维护的全流程进行服务蓝图设计，确保每个触点都体现我司想要传

达的品牌信息。

五、 总结

- 科技隐形于设计与工艺之中
 - >服务于个性化、情感化的生活场景
 - >隐私安全与专属服务是赢得高端用户信任的基础。

作为UED设计师，我们的用户体验设计思路，也许可以：

- 做减法：** 追求更极致的隐藏与一体化。
 - 做深度：** 设计更能触达心灵的场景与交互。
 - 做质感：** 在每一个细节（材质、触感、反馈、界面）体现高端品质。
 - 做信任：** 通过设计，让用户每一步都使用的安心。
-