

/老房数据构筑壁垒/

AI技术快速发展,给行业带来更好的设计、更快的出图,家居行业智能化设计迭代提速、赛道竞争加剧。随着AI技术的飞速普及,家居企业纷纷加速布局智能设计赛道。

维意定制北区总经理兰剑锋表示,随着AI技术兴起,行业进一步将AI技术融入研发与服务环节。AI可以精准匹配不同需求,针对消费者,可提供更丰富、互动性更强的方案选择。

当行业仍在摸索方向时,今朝装饰选择了一条与众不同的路。不追求“大而全”的通用AI,而是聚焦“小而专”的垂直赛道。据了解,今朝装饰客户中老房占有率超九成,二十余年间累积超十万级老房客户资料,涵盖全生命周期数据。

今朝装饰总经理戴仙艳向北京商报记者表示,今朝装饰依托已服务的超十万级老房客户资料,在老房改造的垂直领域,导入今朝自

有老房改造和适老化改造专业专利技术,构建公司的核心客户服务数据大模型,并针对这些数据数据进行AI训练分析,形成私域流量真正细致化的运营,让品牌变得不可替代。

依托深耕存量老房赛道的数据积淀,今朝装饰打造出专属垂直AI系统,实现技术与场景的深度适配。在前端服务环节,今朝装饰的AI系统能够结合不同年代小区户型特征,预判墙体疏松、管线老化、防水失效等老房高频隐患。在施工阶段,今朝装饰通过“AI智能云监理”数字化工具,形成“高层实地巡查+业主云端监工”的立体化监督网络。

戴仙艳表示,公司一直在推动业务数字化与智能化战略计划的落地。通过技术手段,打通管理、服务各环节之间的壁垒。未来也会利用技术手段解决各项问题赋能企业,提升今朝装饰的服务体验和服务价值。

/从探索走向变革/

当全国老龄化浪潮与AI技术交汇,形成一个巨大的市场窗口。国家统计局数据显示,2025年末全国60岁及以上老年人口达3.23亿人,老龄化水平升至23%。预计到2035年,这一群体数量将超4亿人。居家养老成为主流养老模式,适老化居家改造的市场需求与社会关注度不断提升。

“人老”叠加“房老”,适老化改造从“可选项”变为“必答题”。中国建筑装饰协会发布数据显示,截至2025年底,9.03%的家庭有强烈适老化改造需求,超七成家庭存在不同程度的改造意愿。

北京商报记者走访了解到,改造需求主要集中在卫生间防滑处理、出入口无障碍设计、过道扶手安装、照明系统优化以及紧急呼叫装置配置等方面。然而,多数老旧住宅在建筑结构、管线布局等方面与适老标准存在差距,改造工程往往涉及拆改、加固和重新布线,施工难度和成本均高于普通装修。

/数据安全博弈/

AI技术在家居行业的应用日益深入,随之而来的消费者隐私保护问题正成为企业必须直面的另一道门槛。从设计端的户型数据采集,到施工阶段的影像监控,再到智能家居设备的日常使用反馈,数据采集维度不断扩展。如何在借助大数据与AI推动创新的同时,保障消费者的个人信息安全,已成为行业智能化转型过程中无法回避的问题。

瑜韵家居董事长何绍轩表示,随着AI技术在数据收集与应用上的不断深入,个人信息安全管控至关重要。如何规范利用AI收集用户数据、如何做好数据管控,需要国家层面进一步加强监管引导,建立更为细化的行业标准和审查机制。

事实上,家装行业涉及的数据类型较为特殊,户型图、房屋地址、家庭成员信息、居住习惯等,均属于高度敏感的私密数据。

强力家具执行总裁张晶从企业与客户关

AI技术的普及,正在为这道“必答题”提供新解题思路。智能AI工具的出图效率提升、施工管理的数字化尝试,让家装行业从量房到交付的各个环节都在发生变化。对于适老化改造这一细分赛道而言,AI技术的渗透意味着将多年的改造经验转化为可复制、可规模化的服务能力。

今朝装饰将海量真实案例数据导入垂直AI模型开展训练,实现AI与适老化场景深度结合。这套模型深度融合企业百余项老房、适老化改造专利工艺,把多年线下施工经验转化为标准化AI设计能力。

戴仙艳坦言,家装业务链条长、客户个性化需求多、协同服务环节繁杂,家装服务数据模型非常复杂,企业自己的大数据模型的塑造比较困难,需要大量时间和精力去实践训练自己的模型。目前行业各企业都在自行摸索自己的AI模型,部分企业在用AI进行分板块的使用和优化,还在探索阶段。

系的角度指出,AI技术在家居行业落地的过程中,顾客信任一定是企业发展的重要基石。强力家具在使用或收集客户信息前,会明确告知顾客所需数据的采集方式、具体用途,以及这些数据将给顾客带来哪些实际价值。

兰剑锋表示,维意定制在给AI“喂养”训练数据时,会先抹去客户姓名、联系方式、具体地址等个人隐私信息,仅保留户型结构、设计方案本身和材料参数等非识别性内容。

当前,家装企业在AI数据应用方面的隐私保护实践仍处于各自为政的阶段。企业在数据脱敏标准、存储安全等级方面缺乏统一的行业共识。在AI技术加速渗透的背景下,如何平衡数据价值挖掘与隐私权益保护,既考验企业的技术伦理意识,也在不断推动更细化的政策指引和行业自律机制的建立。对于整个家居行业而言,解决好这道“必答题”,智能化转型的道路才能走得更稳、更远。

北京商报记者 翟枫瑞

一线对话

今朝装饰总经理戴仙艳： 家居AI仍处摸索期 全面变革尚未落地

北京商报：AI家装相比传统家装模式，核心变革是什么？

戴仙艳：AI技术带来的变革主要体现在两个维度，首先是AI协助流程优化后带来的效率提升。AI可在各个流程下快速找到漏洞并经过训练优化原有的SOP，效率有了大幅度提升。其次是客户服务体验的质的升级。AI技术赋能企业，创造了透明和精细化服务价值的提升，家装客户能够更好地增加体验感。

北京商报：当前家装行业AI应用进入分层竞争阶段，您如何看待目前的行业竞争格局？

戴仙艳：目前行业各企业都在自行摸索自己的AI模型，部分企业在用AI进行分板块的使用和优化，处于探索阶段。真正意义上实现了AI变革的企业都还没有。

北京商报：目前AI在家装行业落地普遍存在“效果图与实景脱节、标准化AI难以适配非标户型、设计与施工数据割裂”等问题，您认为存在的痛点是什么？

戴仙艳：家装业务链条比较长，客户的个性化需求多，协同服务的人员环节很多，家装的服务数据模型比较复杂，企业自己的大数据模型的塑造比较困难。需要花费大量的时间和精力去实践训练自己的模型，分模块进行AI工具的使用更适合现在的家装行业。

北京商报：展望未来1—3年，AI将逐步走向产业底层化、标准化、基础设施化，您如何预判家装行业AI的发展趋势？

戴仙艳：未来1—3年，AI会变成各岗位标配，家装行业可以实现全面搭载AI技术来实现模式的变革。

北京商报：针对家装行业AI应用中存在的设计落地偏差、授权管控不清晰、全流程数据不通等难题，今朝装饰采取了哪些举措？

戴仙艳：公司一直都在坚定地落实业务数字化、智能化的战略计划，通过技术手段打通管理、服务各环节的壁垒。同时公司也通过巡检、业主面对面的家话会，深入客户、工地当中来了解公司服务存在的问题并及时修正数字化、智能化落地过程中的偏差，一直坚定不移地利用技术手段来解决各项问题来赋能企业，提升我们的服务体验和服务价值。

北京商报：今朝装饰后续在AI技术迭代、行业标准适配、生态共建方面有哪些规划？

戴仙艳：AI技术迭代方面，短期聚焦全域数据治理与知识库结构化，打通CRM、AI设计、云监理、工程系统、英迈木业生产系统，消除数据孤岛，实现营销—设计—施工—生产—售后数据流闭环；中长期瞄准老房改造垂直领域的大模型训练落地。