

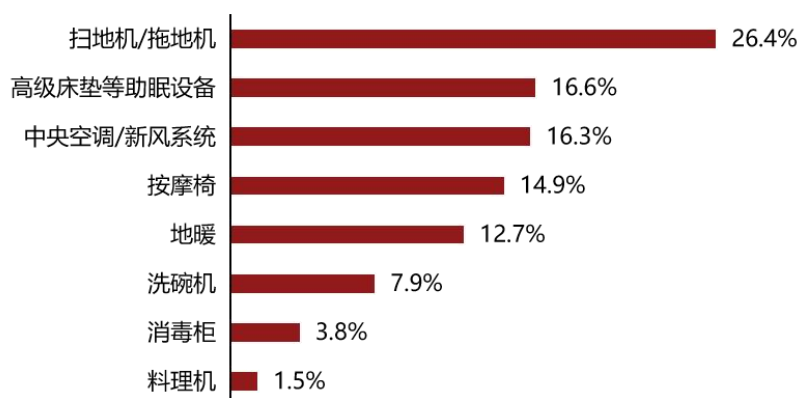
## 家居家电消费：最能提升居家幸福感的家电竟然是它？

居家幸福感，藏在每一件贴合需求的家居家电里。有人盼着家电解放双手，告别繁琐家务；有人追求健康舒适，打造专属宜居空间；也有人偏爱小众实用，填补场景空白。基于 1055 份有效调研样本，我们深度拆解当代人家居家电消费倾向与趋势，揭秘不同人群的家电选择偏好，读懂“幸福感家电”的核心消费逻辑。

### ■ 核心共识：清洁家电封神，成幸福感家电 TOP1

清洁家电成全民绝对刚需，健康舒适类家电形成稳定进阶需求，场景特定型、小众功能型家电接受度偏低。消费决策不再盲目跟风，而是更聚焦“痛点解决、场景适配、人群匹配”，精准化、个性化成为新趋势。

#### 最能提升幸福感的家居/家电



数据来源：《春节置业调查-2026 居住趋势展望》报告

无论性别、年龄、户型如何不同，所有调研人群的家电消费都呈现一个鲜明共性——扫地机/拖地机（占比 26.4%）是绝对首选，占比远超其他品类，成为最能提升居家幸福感的家电。这一数据并非偶然，而是上一篇关于居家方式调研中提到的“收纳整

洁、打扫卫生（62.9%）是最高频居家活动”形成强呼应。当代人生活节奏快，居家清洁耗时耗力成为普遍痛点，大家对“解放双手、提升清洁效率”的需求愈发迫切，而扫地机/拖地机恰好精准解决这一核心诉求，成为快节奏生活中“家务减负”的最优解。

“健康舒适类”家电成为第二大需求，尤其是高级床垫等助眠设备，占比16.6%，略高于新风系统，排在第二位，意味着“优质睡眠”成为居家健康的核心需求，用户愈发重视睡眠质量，愿意为改善睡眠环境投入，体现了“健康优先”的居家理念。中央空调 / 新风系统以16.3%排在第三位，用户对“居住环境品质”的追求，聚焦空气流通、温度调节等核心需求，尤其适合对居住环境敏感（如过敏、注重通风）的群体，是“舒适居住空间”的重要组成部分。

## ■ 群体分化：不同人群的家电偏好，藏着专属消费密码

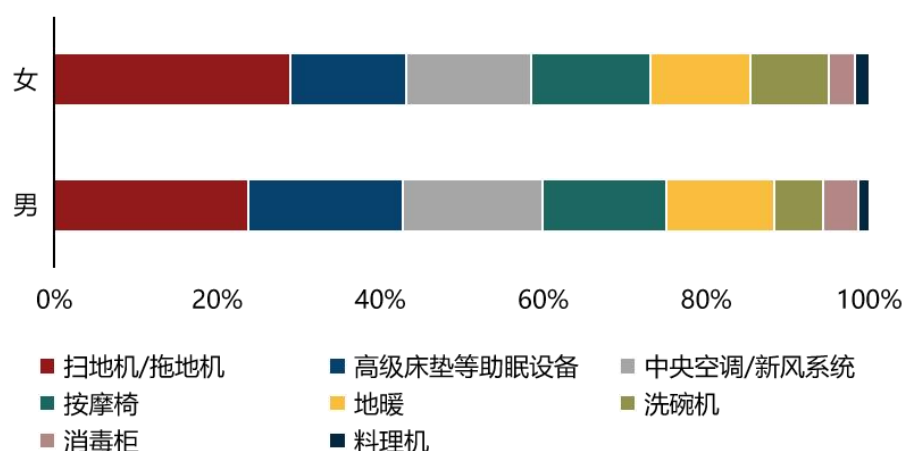
### 1. 性别差异：女性重“家务效率”，男性偏“健康舒适”

男女对家电的核心需求排序完全一致（扫地机 > 高级床垫 > 新风系统 > 按摩椅 > 洗碗机），但细节偏好截然不同，差异温和且不对立：

女性偏向“家务效率驱动型”，对家务替代型家电偏好更突出。扫地机/拖地机（28.9%）、洗碗机（9.7%）占比均明显高于男性，核心源于女性在家庭家务中参与度相对更高，对“减少人工劳动、降低家务负担”的需求更迫切，这类家电能直接命中其核心痛点。

男性则偏向“健康舒适驱动型”，对改善居住品质的家电关注度更高。高级床垫等助眠设备（18.9%）、中央空调/新风系统（17.2%）占比高于女性，反映出男性更重视优质睡眠和居住环境，愿意为缓解工作压力、提升居家舒适度投入。

### 不同性别人群幸福感家居/家电选择



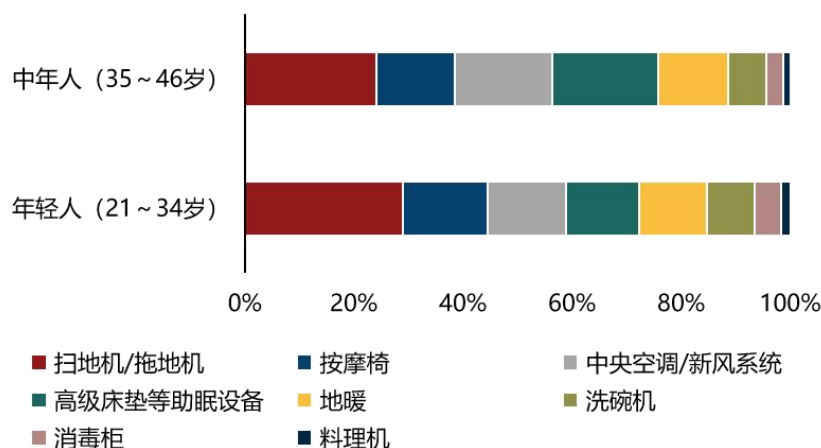
数据来源：《春节置业调查-2026 居住趋势展望》报告

## 2. 年龄差异：中年人关注健康舒适，年轻人更爱效率和小众家电

中年人（35-46岁）主打“健康与品质升级”。高级床垫（19.3%）、中央空调/新风系统（17.9%）占比显著高于年轻人，源于中年人工作与家庭压力叠加，睡眠质量关注度提升，且多为自有住房，更愿意投入改善居住环境。

年轻人（21-34岁）则聚焦“效率与卫生细节”。扫地机占比29.0%，略高于中年人；洗碗机（8.8%）、消毒柜（4.8%）占比也高于中年人，核心源于年轻人工作节奏快、家务时间有限，且更注重饮食卫生，偏好“低门槛、高效率”的家电。

### 不同年龄段人群幸福感家居/家电选择



数据来源：《春节置业调查-2026 居住趋势展望》报告

进一步细化到代际，差异更具针对性：80 后重“压力缓解”（按摩椅占比最高），85 后重“居住环境升级”（新风系统占比最高），90 后重“睡眠健康”（高级床垫占比最高），95 后重“实用便捷”（洗碗机占比最高），00 后则受家庭影响大，为潜在消费群体。

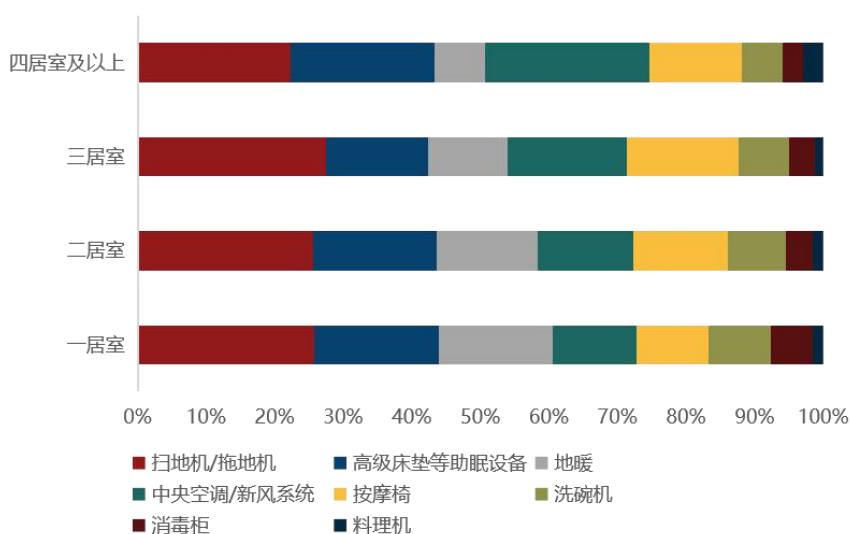
### 3. 户型差异：三居室需求最均衡，是各类家具家电核心消费户型

三居室各品类占比分布均匀且处于中高位，扫地机 27.5%（最高）、中央空调 / 新风系统 17.5%、按摩椅 16.2%、高级床垫 14.9%、地暖 11.5%，无明显短板。三居室多对应“三口之家/二胎小家庭”，是主流改善型户型，空间大小适配各类家电安装，家务量与健康舒适需求并存，既需要清洁家电减负，也重视环境调节、身心放松等进阶需求，是幸福感家电的“全能主力场景”。

一居室（单身/独居户型）侧重“基础实用”，扫地机（25.8%）、地暖（16.7%）、消毒柜（6.1%）占比突出。一居室多为单身独居或小情侣居住，空间虽小但注重生活品质，扫地机解决基础家务，地暖满足独居舒适需求，消毒柜契合小家庭饮食卫生痛点，且这类人群多为职场新人，预算聚焦实用品类，无复杂进阶需求。

二居室（小家庭/过渡户型）追求“平衡适配”，扫地机 25.5%、高级床垫 18.0%、地暖 14.8%、按摩椅 13.7%，无明显突出或短板品类。二居室多为“新婚小家庭/过渡居住”，空间适中，既需要清洁、健康等基础实用家电，也追求按摩椅等轻量舒适型家电，需求介于一居室的“基础”与三居室的“综合”之间，侧重平衡适配。

不同户型对幸福感家居/家电选择



数据来源：《春节置业调查-2026 居住趋势展望》报告

## ■ 2026 家居家电消费核心趋势

### 趋势 1：刚需优先，聚焦“痛点解决”

消费者更青睐“低门槛、高使用频率、能解决核心痛点”的家电，清洁家电的高占比印证了这一点——与其盲目追求高端小众，不如优先解决居家最繁琐的痛点，这是提升幸福感的关键。

### 趋势 2：需求分层，精准匹配人群与场景

消费不再“一刀切”，而是呈现“人群定制+户型定制”的特点。针对女性推家务替代型家电，针对中年人推健康舒适型家电，针对小户型推小巧易安装款，针对大户型推全屋高端款，精准适配才是王道。

### 趋势 3：进阶需求稳定，健康舒适成新增长点

高级床垫、新风系统、按摩椅等健康舒适类家电，占比稳定在 14%-17% 区间，成为清洁家电之外的核心进阶需求，反映出当代人居家理念从“基础生存”向“品质生活”转型，对健康和舒适的重视度持续提升。

#### 趋势 4：小众品类遇冷，精准场景才是出路

料理机（最低占比 1.5%）、消毒柜等小众功能型家电，整体接受度偏低，仅针对特定人群（美食爱好者、母婴家庭）有需求，说明小众家电无需盲目扩张，聚焦精准场景才能突围。

#### ■ 结语：选对家居家电，就是选对居家生活方式

当代人对家居家电的消费，本质上是对居家幸福感的追求，不盲目跟风，不浪费预算，精准匹配自己的生活节奏、家庭结构和居住空间，每一件家电都能发挥最大价值，这就是最理性、最舒适的消费选择。

如果你是职场新人，一台扫地机就能解放双手，留出更多自我时间；如果你是中年家庭，一套新风系统+一张好床垫，就能守护全家健康与睡眠；如果你独居，小巧的消毒柜+地暖，就能兼顾卫生与舒适。

你家的家居家电选对了吗？你心中最能提升居家幸福感的家电，又是哪一件？欢迎在评论区留言分享~