

经济日报携手京东发布数据——

# 家居消费全面升级

## 绿色健康助力美好生活

“美好生活”就是我们的奋斗目标。“追求幸福美好生活是永远的进行时，这是我国经济发展的不竭动力，也是消费升级的永恒方向。”

家庭是最基本的社会单元。关注和研究家庭生活消费特征及发展趋势，是品牌和商家服务美好生活的重要切入点，也有助于决策部门和市场主体掌握趋势变化，推进产业升级和高质量发展。

近年来，以食品、家电、家居等为代表的家庭型消费在整体消费中的占比不断提升，在关注品质和健康的同时，生活消费也开始更多关注精神消费、绿色消费和服务消费，并呈现出智能化、细分化特征。家庭生活场景愈发丰富，激发了产品和服务的功能化、定制化。“低碳”意识深入人心，驱动传统大家电概念升级，“绿色电器”与“健康电器”成为新风尚。而满足细分场景需求的智能小家电，如智能坐便器、内衣清洗机、衣物护理机、智能窗帘等，也逐渐融入并丰富了日常生活。其中智能窗帘、衣物护理机等品类在2019年至2021年实现了超过100%增速。孩子驱动着家庭消费，数据显示，年轻爸妈在精细化养娃支出上表现出科学化、精细化趋势，婴幼儿专用食用油、调味品等细分品类实现了超过200%的年均增长。

尽管当前消费增速有所放缓，但总体保持稳定，消费结构不断升级、消费模式加速迭代，特别是品质消费和垂直领域仍有较大的增长潜力。建议相关产业和企业要深刻洞察消费者在追求美好生活过程中的实际需求，通过更丰富的品类、更具性价比的商品、更全面的服务，满足和引领家庭消费升级，提升消费者幸福感和满意度，在帮助人们构建家庭美好生活的同时，实现企业长期发展和价值实现。可以预见，随着中国经济提质增效和消费换挡升级，人民群众美好生活将更加丰富多彩。

(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

### 说数



我国以消费为主导的内需发展格局基本形成，居民消费水平持续提升，新动能不断显现。商品消费从有向好，消费结构从商品向服务，消费重点从生存型向发展型、享受型升级。相关企业要关注消费品质化、精细化、多样化的发展趋势，以及健康和绿色对居民生活消费理念的改变，不断提升供给品质，更好满足人民群众对美好生活的新期待、新需求。

当下，消费正不断赋予新的内涵。消费者追求的不仅是产品本身的性价比和功能性，更是个人体验的价值消费，获得自我精神满足和快乐成为消费升级的主要目的。当前，从吃穿住用行，到医疗健康、教育、休闲娱乐，消费的新业态、新模式和新增长点不断涌现，相关企业应深耕细分市场，在提供优质商品和贴心服务的同时，努力提升品牌内涵，带给消费者精神共鸣，让消费助力美好生活。

### 娱乐休闲消费

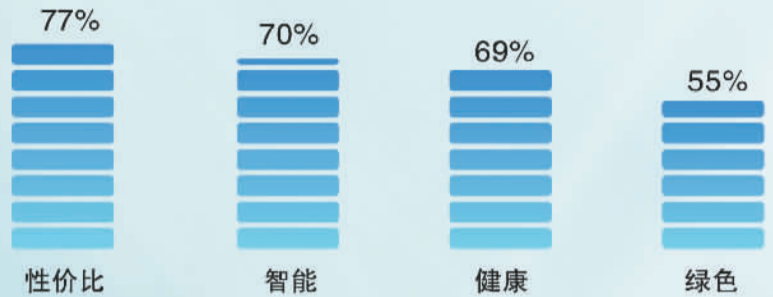
高端影音设备消费远超传统音响

▼影响品类人均年支出金额



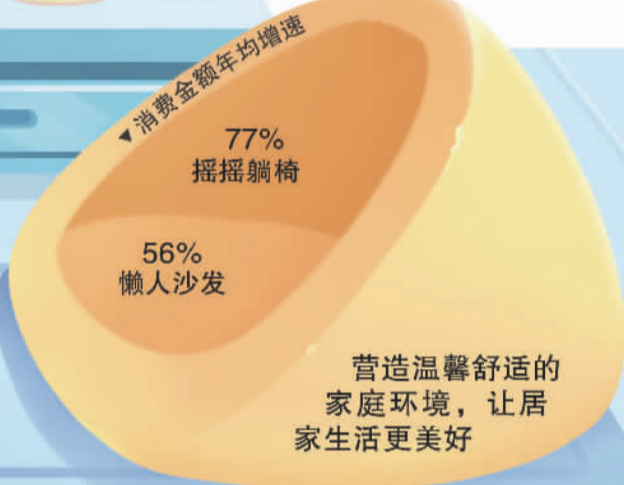
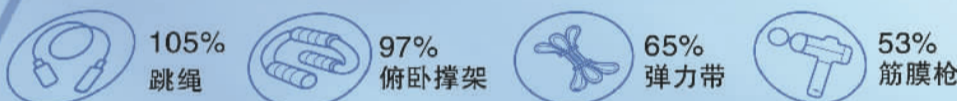
### 美好生活关键词

▼受访消费者购买商品和服务时关注的要素



### 居家健身轻量级器械受欢迎

▼家庭健身器械品类消费金额年均增速

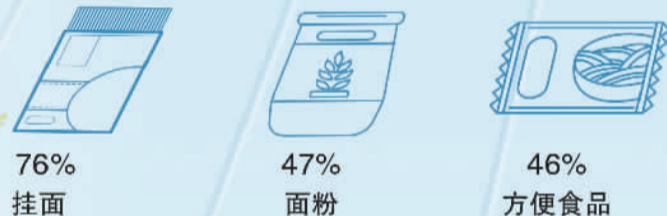


营造温馨舒适的家居环境，让生活更美好

### 食品消费

家庭主食消费增长迅速

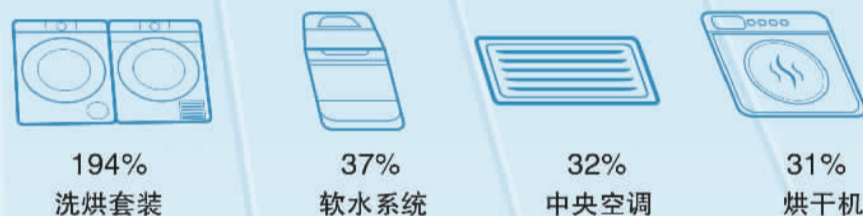
▼粮油调味品类消费金额年复合增速



### 电器消费

传统大家电概念升级，更加节能、友好

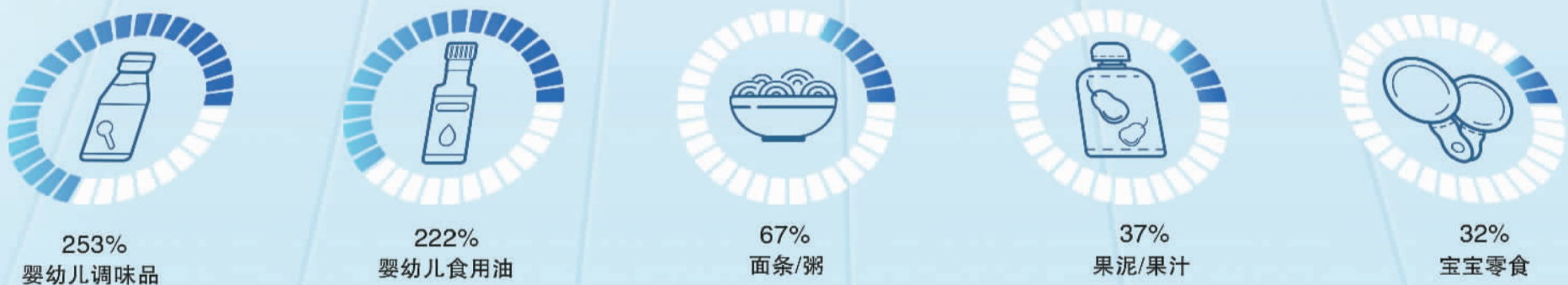
▼大家电品类消费金额年均增速



### 育儿消费

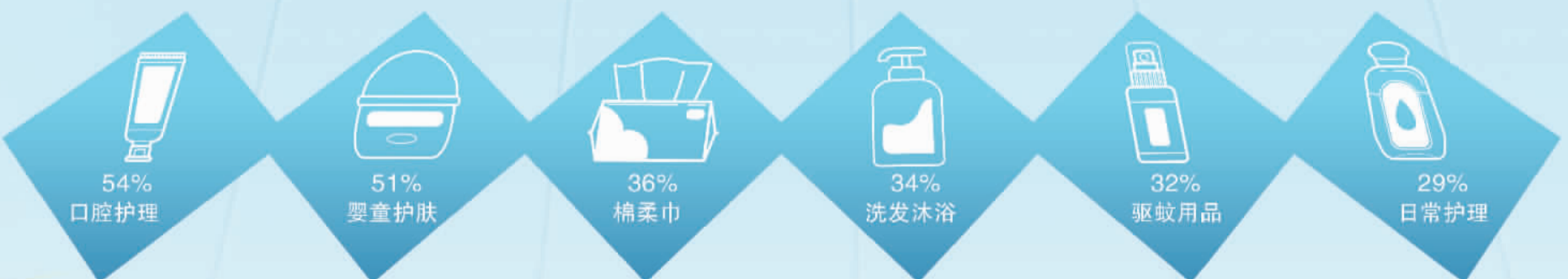
婴幼儿饮食更注重健康、营养、精细分类

▼营养辅食品类消费金额年均增速



精心护理从娃娃抓起

▼婴童洗护品类消费金额年均增速



### 健康消费

消费者越来越关注免疫健康和日常保健

▼营养滋补品类消费金额年复合增速



更多内容 扫码观看

数据周期：2019年至2021年