

说数

在这里读懂中国消费

# 家居消费日趋细分

李 瞳

从家庭清洁用品，到全屋智能家居，再到各类改善居家环境的小家电，家居消费早已跳出刚需采买的单一框架，成为结构更细分、偏好更多元、市场更下沉的消费赛道。

居家清洁领域率先拉开精细化消费序幕。过往一瓶洗洁精搞定厨卫、一袋洗衣粉包揽衣物清洁的消费模式彻底退场，细分场景下的清洁产品消费迎来快速增长。数据显示，厨具清洁剂、冰箱清洁剂、干洗剂等产品均实现快速增长，除霉剂、瓷砖清洁剂、洗衣泡泡纸、便携去渍笔等小众单品也备受青睐，居家清洁需求正按照空间、器物、使用场景不断细分。同时，从细分品类看，清洁用品以近四成成交额占比稳居头名，衣物清洁、居室环境清洁占据超三成市场份额。

从消费人群看，26岁至45岁消费群体构成市场中坚。从地域维度看，四线城市及县域农村地区家庭清洁消费成交额占比为

四成；广东消费体量稳居各省首位，京津冀、长三角、川鲁等地区紧随其后，下沉市场健康卫生意识快速增强，持续为清洁品类消费扩容注入源源不断的增量。

由日常清洁延伸至空间陈设，家具消费完成从实用大件向智能化、个性化的转变。一方面，智能化与场景细分成为家具市场增长核心引擎，智能床、智能晾衣架、智能电动床垫等智能产品成交额快速增长，适老家具、儿童桌椅、红木茶桌等垂直品类稳步攀升。另一方面，刚需品类消费依旧稳固，电脑椅、实木床、餐桌等家具成交额占比稳定，刚需换新与个性化添置双向发力。购买家具的消费者年龄分布依旧集中在中青年层，26岁至45岁人群合计贡献超七成成交额，年轻人租房改造、中青年置业家装共同推动家具市场发展。

在聚焦提升居住便捷性的生活电器赛道，健康化、小型化、功能化成为相关产品选

代主旋律，除螨仪、暖被机、茶饮机等新型小家电成倍热销，干衣机、烘鞋器、除湿机等改善型电器销量稳步增长，守护居家健康成为消费者选购商品时的首要考量。从成交额看，净水器独占31%，电风扇、空气净化器紧随其后，净水、空气治理类家电日渐成为家庭标配。中青年群体仍是消费主力，偏爱功能型、智能化电器。

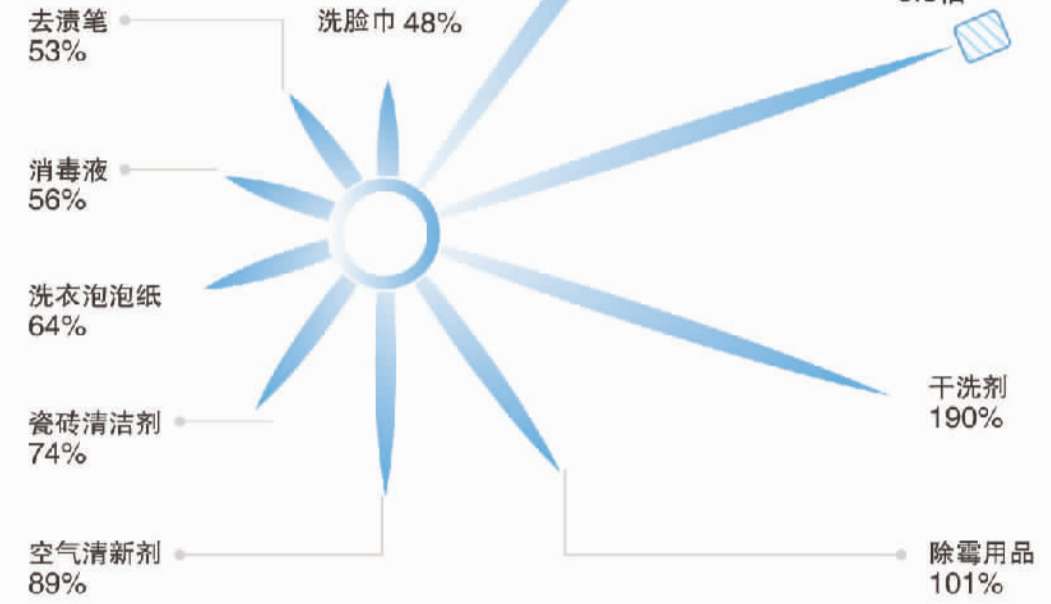
当前，家居消费各领域已形成较为统一的发展趋势：中青年需求驱动增长，一老一小需求稳步扩容；产品端精细化与智能化升级并行，不断催生新的爆款产品；地域端下沉市场全面崛起，逐步成为行业增长核心。未来，随着居住需求持续深耕细化，家居消费市场还将不断拓展出新的细分蓝海。



厨具清洁剂超10倍

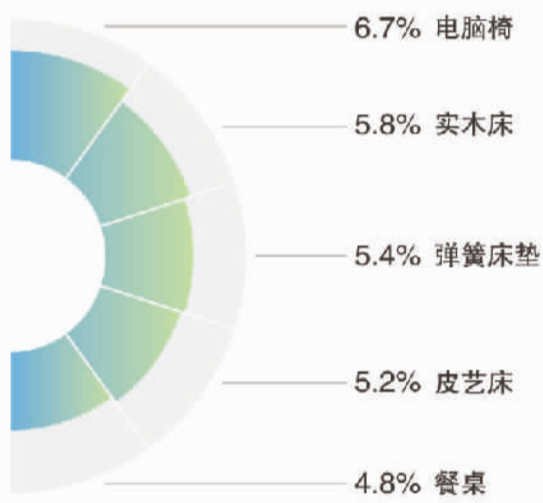
## 1 家庭清洁用品消费情况

▼ 清洁用品成交额同比增速TOP10

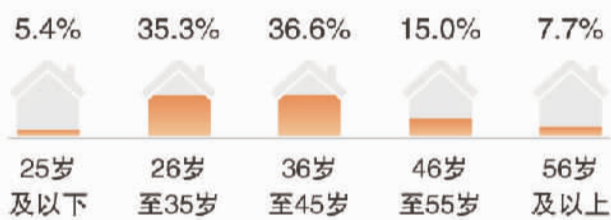


## 2 家具消费情况

▼ 家具成交额占比TOP5



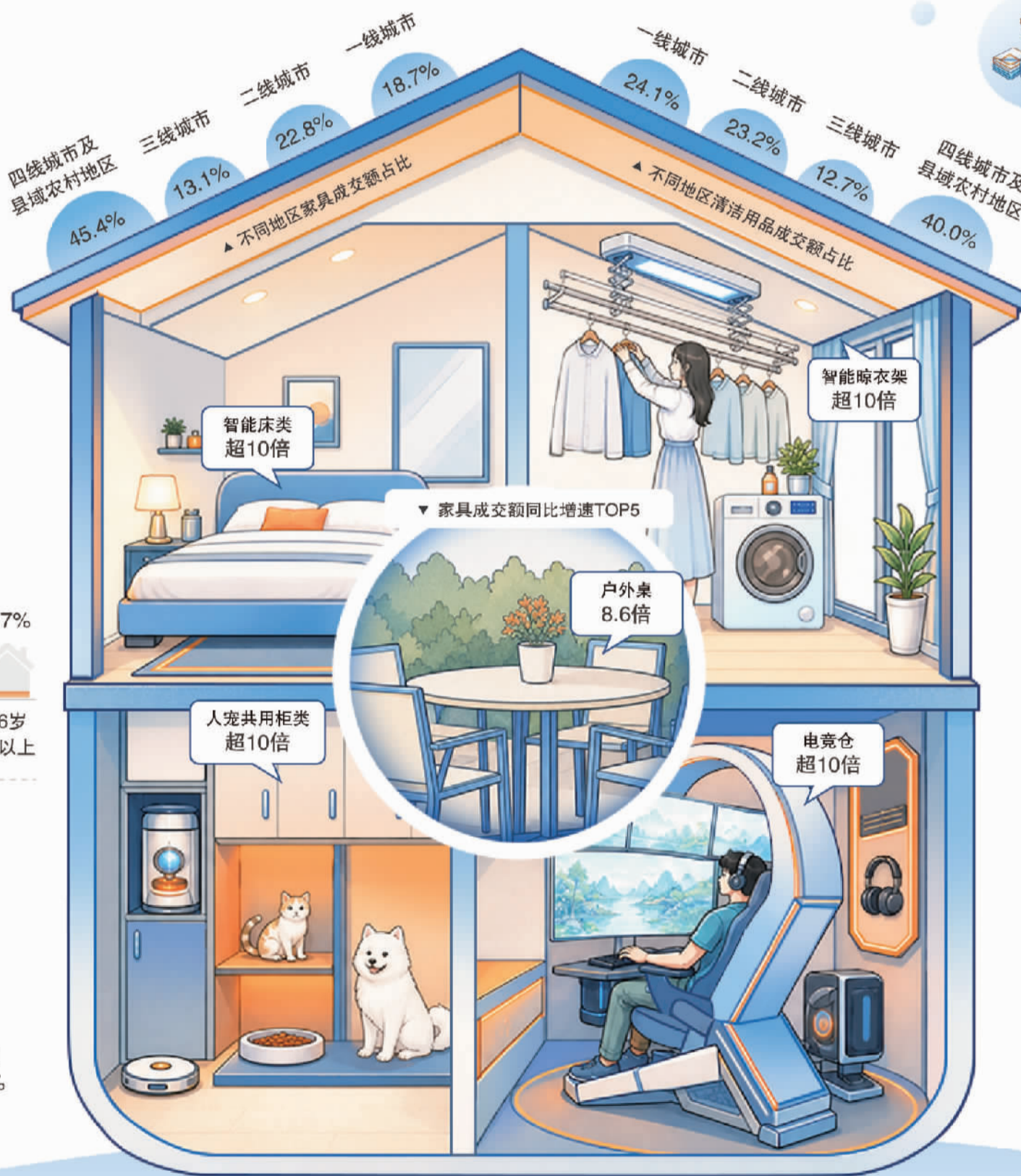
▼ 各年龄段消费者的家具成交额占比



▼ 不同性别消费者的家具成交额占比

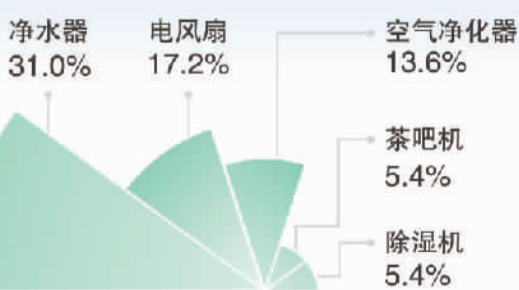


▼ 家具成交额占比TOP5省份



## 3 生活电器消费情况

▼ 生活电器成交额占比TOP5



▼ 生活电器成交额占比TOP5省份



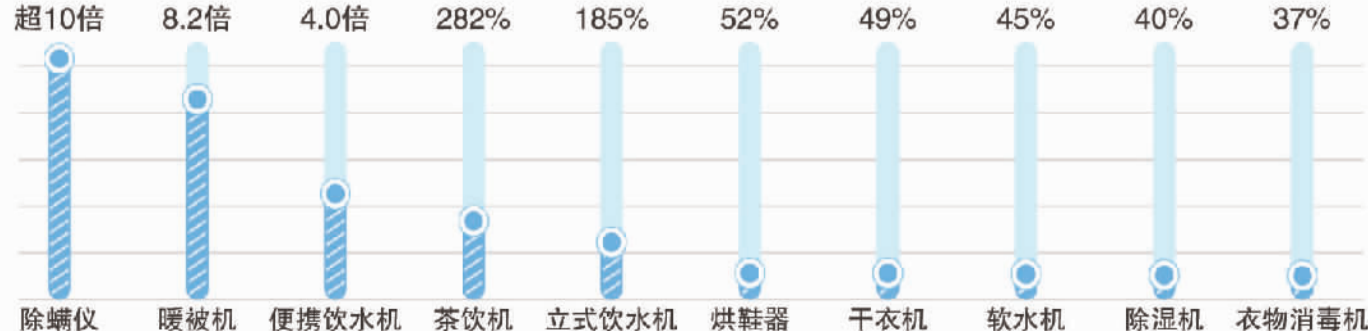
▼ 不同地区生活电器成交额占比



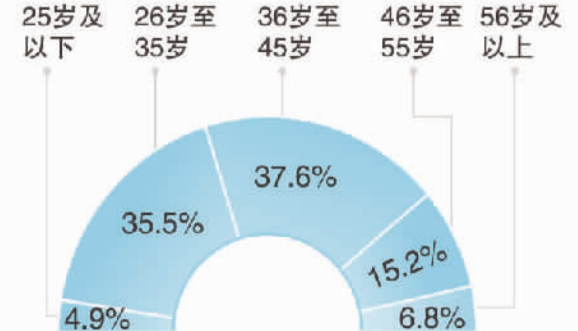
▼ 不同性别消费者的生活电器成交额占比



▼ 生活电器成交额同比增速TOP10



▼ 各年龄段消费者的生活电器成交额占比



数据周期：2026年4月28日至5月31日