



中国居家生活 趋势报告 2023

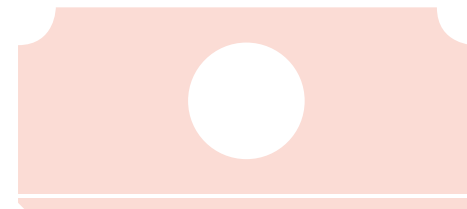


“家 因你而生”

在宜家，
我们是一群热爱家、热爱生活、充满好奇心的人。
未来会怎样？
宜家相信，
未来充满不同的可能性，
畅想未来，
是我们在当下创造更美好生活的一种方式。
虽然我们无法预知未来，
但我们相信，
可以通过对当下的观察，
来寻找通往未来美好生活的线索。
因此，我们走进真实的生活和真实的家中，
共同探讨对美好生活的情感需求，
并希望为人们带来更多的灵感和解决方案。

家，是最重要的地方。
家，是美好生活。
家的改变，
我们看见。

宜家希望与你一起，
让“家”发生。



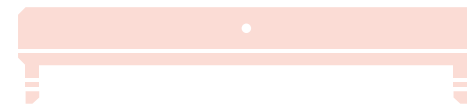
宜家携手第一财经生活方式研究团队“未来预想图”，完成了《中国居家生活趋势报告2023》。在研究中，我们发现，人们在居家生活方式选择上进一步展现出“求稳”诉求，并呈现与“自我觉醒”相匹配的消费计划。



在高速发展多年之后，中国进入了一个寻求高质量发展的稳定阶段。在充满未知的环境里，人们更愿意为家制定适合的、高性价比的消费计划。同时，中国居家生活进一步呈现“自我觉醒”趋势，网红装饰风格不再是单一的对“美”的评价维度，人们让家回应更多自我诉求、承载更多功能：公共空间、办公室、健身房、展厅……它可以展现人们在社交生活中的自我标签，也可以完全不顾别人的目光，只回应自己最舒适的需求。



总之，人们虽然拥有更多物质选择，但正如轮回过的各种家居浪潮一样，新一代的家庭仍然会反复烦恼、不断试错。这个状态之下的人与家，都充满了独特的色彩。我们尊重这些选择：无论它是空无一物，还是充满个人收藏；是乱得只有自己喜欢，还是有某些打动自己的努力与小心思——它不同于那些复制于社交网络的别人的记忆，它是属于自己的家。这是一个成长的、回应自我的家。



CONTENTS 目录

12 CHAPTER 1 后疫情时代的观念变化

- 14 /Health/ 健康焦虑
- 15 /Escape/ 卷累了, 想歇会
- 16 /Identity/ 缺乏归属感, 迫切需要身份认同
- 17 /Certainty/ 有太多不确定性, 人们对生活缺乏掌控感

18 CHAPTER 2 后疫情时代的居家行为变化

- 20 /Health/ 对流行病的担忧依然存在, 内与外的界限增强
- 21 /Escape/ 逃避可耻但很有用
- 22 /Identity/ 家不止是家——人们希望为自己塑造一个多重意义的动态的家
- 23 /Certainty/ 悦人不如悦己

24 CHAPTER 3 家的四象限

- 27 第一象限: 家是让人软着陆的容器 010
- 28 Trend 1: 休息好, 才能更好地拥抱生活
- 32 Trend 2: 浴室既要高效, 又要优雅
- 36 Trend 3: 家, 不只是一个人的家
- 40 Trend 4: 放松自己。一些琐事, 就交给智能帮手去完成吧!

- 41 第二象限: 家是修复自我的容器 010
- 42 Trend 5: 让我一个人静静
- 44 Trend 6: 简单为王
- 46 Trend 7: 绿植成为了人们在家中静下来的好帮手
- 48 Trend 8: 亮色和金属成为了提升家中颜值的首选
- 50 第三象限: 家是万物生长的容器 010
- 51 Trend 9: 家是新的朋友玩乐场
- 58 Trend 10: 家有任意门, 想去哪里都可以
- 61 Trend 11: 曾被省略的玄关, 现在重获重视
- 63 Trend 12: 矮家具变高了, 高家具变矮了
- 66 Trend 13: 家和我们一起成长, 串起现在和未来的需求
- 70 第四象限: 家是重拾信心的容器 010
- 71 Trend 14: DIY 玩家们正在积极尝试“私人定制”
- 74 Trend 15: 家是“展示符号”
- 78 Trend 16: 家是想象力的画布

80 CHAPTER 4 邻居家的秘密

- 82 01 他们的走心建议
- 84 02 他们的绝妙主意



WHAT DID THEY SAY ...

两代同居，
要平衡公共空间和隐私空间。
要平衡公共空间和隐私空间。
要平衡公共空间和隐私空间。
要平衡公共空间和隐私空间。

家是动态变化的，
多应用灵活家具。
多应用灵活家具。
多应用灵活家具。
多应用灵活家具。

收纳的最短途径，
是把杂乱都藏起来。
是把杂乱都藏起来。
是把杂乱都藏起来。
是把杂乱都藏起来。

网红小家太多，但最适合你的那个，
需要你需要去学习和积累。
需要你需要去学习和积累。
需要你需要去学习和积累。
需要你需要去学习和积累。

我现在开始讨厌登上杂志的家，
太无菌了，生活应该带着“生气”。
太无菌了，生活应该带着“生气”。
太无菌了，生活应该带着“生气”。
太无菌了，生活应该带着“生气”。

看似对儿童友好的设计，
实际是让大人被迫不停地整理和收拾玩具。
实际是让大人被迫不停地整理和收拾玩具。
实际是让大人被迫不停地整理和收拾玩具。
实际是让大人被迫不停地整理和收拾玩具。

其现在在很多年轻人在布置家的时候都特别有想法，
已经颠覆了我们父母那辈“觉得这个东西必须得有”的想法。
已经颠覆了我们父母那辈“觉得这个东西必须得有”的想法。
已经颠覆了我们父母那辈“觉得这个东西必须得有”的想法。
已经颠覆了我们父母那辈“觉得这个东西必须得有”的想法。

扔不掉就改造。
扔不掉就改造。
扔不掉就改造。
扔不掉就改造。

以前觉得钱是赚出来的，现在觉得是存下来的，
错误的消费观只会让我“月光”。
错误的消费观只会让我“月光”。
错误的消费观只会让我“月光”。
错误的消费观只会让我“月光”。

当你一个人生活的时候，
功能性的划分是没有那么清楚的。
功能性的划分是没有那么清楚的。
功能性的划分是没有那么清楚的。
功能性的划分是没有那么清楚的。



我们 做了什么

📌 研究目标

面对未知的环境，人们感到迷茫、不知所措。巨大的不确定性里，家像是一个容器，既是人们对抗世界的最小单位，又是人们逃避现实、可在其中自我修复的坚硬外壳，同时也是人们在可控范围内展现自我的载体。

📄 调查方法

我们的分析基于桌面研究、1100+ 份问卷调查和对 17 个中国家庭的半结构性访谈。

#这个报告反映的是中国内地的市场需求，考虑到了一些中国人居住形态特点，比如智能家居的普及、小家电普及、家庭成员多等等。

我们 发现了什么

行为趋势

- 面对未知的环境，人们感到迷茫、不知所措。
- 人们对如何消费日益谨慎
- 人们愿意投资有质量的生活

家是容器

- 为人们提供逃避现实、可在其中自我修复的坚硬外壳
- 为人们提供在可控范围内展现自我的载体

3 个重要洞察

• 多功能的家

家提供了更多外部功能。在家中，也需要平衡公共与私人空间的界限。

• 成长性的家

人们希望物尽其用，有成长性的家具正在流行。比起一步到位，按需购买正成为主流。

• 健康的生活

疫情之后，健康仍是一个备受关注的话题。消费者更愿意为健康付费，为健康睡眠付费已成为共识——它也是一种情绪修复。同时，也有一些新趋势正在“生长”：人们更愿意在家中使用亮色与金属材质。

我们的受访者

专业人士 与生活方式 引领者



陈八顿

上海
摄影师 / 生活方式博主



石璐

北京
音乐人 / 鼓手



**玩具回春堂 /
林坚硬和一木**

广州
独立艺术家



冯果川

深圳
建筑师



Leo

重庆
家居博主



彼得猫

上海 / 东京 / 广州 / 佛山
文化创意工作者



隔壁老刘

哈尔滨
广告公司顾问 / 生活方式博主



Ada

成都
设计师



李薇

西安
大学教师 / 生活方式博主

在家居生活有洞察的 城市家庭



金亦銮

北京
设计师



Pepper

成都
公司职员



Eunice

上海
律师



阿涵

重庆
建筑师



露露

深圳
医疗美容顾问



张扬

哈尔滨
童装设计师



Vvan

广州
医疗健康行业从业者



赵芙蓉

西安
广播编辑

CHAPTER

1 / 

后疫情时代的 观念变化

疫情之后，
人们在健康、压力、归属感、掌控感等领域
有了新的认知与考量。
我们用时间、空间、消费三个维度
去衡量这些新的观念变化。

健康焦虑 /

后疫情时代，人们对健康极为敏感，希望获得“合格”的生存环境。

Health

时间 | 空间 | 消费 |

[MORE CONCERNS ON WELL-BEING](#)

卷累了，想歇会 /

与从前不同，人们发现，回报是急不来的。人们正在学习放慢脚步，在家沉淀一下。

Escape

时间 | 空间 | 消费 |

[NEED A REST FROM THE OVERWHELMING LIFE](#)



TIME

生病状态 vs 健康状态

与病毒并存的时代里，人们的健康常常受到威胁。人们日益重视健康管理。



TIME

逃离感 vs 特种兵

平时，人们渴望摆脱快节奏，在娱乐中逃离现实，旅行时却又想高性价比，尽量利用时间。



SPACE

独处 vs 群居

独处可以自我疗愈，却也可能增加心理压力。在社群中可以释放心理压力，却也会有更多健康隐患。



SPACE

被工作占据的生活 vs 有边界感的生活

拒绝“多任务生活”，把工作关在门外。人们在探索更具边界感的生活模式和空间。



CONSUMPTION

被污染的 vs 有机的/纯净的

传统的生存要素——空气、水都可能被污染、需要净化。人们也不得不为此支付更多成本。



CONSUMPTION

试错 vs 把钱花在刀刃上

花钱不再“大手大脚”，可以试错，但人们更注重长效消费了。

缺乏归属感， 迫切需要身份认同 /

人们既希望更了解自己，也想找到自己的同类，让自己被别人听见、看见。

Identity

时间 | 空间 | 消费 |

CALL FOR A SENSE OF BELONGING,
SELF-IDENTITY
AND SELF-DISCOVERY

有太多不确定性， 人们对生活缺乏掌控感 /

外部世界动荡，曾经以为的稳定不再稳定，人们正在努力寻找不确定中的确定。

Certainty

时间 | 空间 | 消费 |

TOO MUCH UNCERTAINTY,
PEOPLE NEED
A SENSE OF CONTROL



TIME

独处的时间 vs 社交时间

人们需要纯粹独处的时间来消解倦怠感，也需要通过社交与他人联结，找到归属。



TIME

拓展技能的初衷 vs 越来越少的的时间

劳动力市场竞争激烈，人们希望扩充自己的“技能树”。与此同时，高效的时间管理也被提上日程。



SPACE

I人 vs E人

不同人格标签分属不同阵营，本质上是快速归类寻找同类。



SPACE

“备用空间” vs 我自己的“小宇宙”

家中有既要有留给“来客”的空间，也要有自己拓展兴趣的角落。



CONSUMPTION

断舍离 vs 彰显自己的设计

人们既希望家里清爽、害怕堆积冗余物品，但同时又希望家里有展现自己品位与个性的物品。



CONSUMPTION

在生活中彻底摆烂 vs 玄学兴起

拜一切可拜之物，本质上是通过知晓未来而对当下的生活感到安心。

CHAPTER

2 / 

后疫情时代的 居家行为变化

针对观念变化，
人们在居家生活中会有怎样的表现与新需求？
我们同样通过时间、空间、消费这三个维度，
去寻找人们在生活里的解决方案。

对流行病的担忧 依然存在， 内与外的界限增强 /

Health

时间 | 空间 | 消费 |

THE DISTINCTION
BETWEEN INSIDE AND OUTSIDE
HAS INTENSIFIED



TIME

在空闲时间，人们要么愿意享受户外、自然，要么期待身处一个洁净空间。



SPACE

人们通过洗手、次净衣物收纳等行为重视“回家”的仪式感，通过玄关增强内与外的界限感，通过设置合理动线增进空间利用效率。



CONSUMPTION

人们不再“凑合着过”了。为了拥有更好的生活体验，人们增购了各种健康家电；处理空气、水等生活资源的设备正成为生活必需品；人们也更愿意为“符合人体工学的舒适体验”付费，尤其是床垫、椅子这类单品。

逃避可耻 但很有用 /

Escape

时间 | 空间 | 消费 |

RUNNING AWAY
IS ASHAMED
BUT USEFUL



TIME

人们需要时间修复各种“中断”状态：健康状态的中断、职业生涯的中断，以及关系的中断，为此，各种“gap”的状态可能会在人们不同阶段的生活中延续一段时间。



SPACE

有人选择刻意分离工作空间与居住空间；也有人在家中开辟工作空间或不得不在家工作，但同时试图让工作与生活空间泾渭分明。远程办公的普及，扩大了工作与生活的半径，也让人可以实践更有弹性的多据点生活。



CONSUMPTION

从“性冷淡”风格到多彩空间，从“原木崇拜”到加入金属等多种材质，人们在家中建构了新的情绪修复空间。同时，人们更倾向于理性消费、谨慎消费。

家不止是家—— 人们希望为自己塑造一个 多重意义的动态的家 /

Identity

时间 | 空间 | 消费 |

MORE THAN A HOME. BEING
DYNAMIC, MULTIFUNCTIONAL
AND SIGNIFICANT



TIME

人们愿意花时间给街舞、登山、追星等兴趣团体，但也不介意一个人在家开练或自 high。
在不同时间段，每个人可以在家里做不同的事，家成为展现生活目的的动态容器。



SPACE

家的功能多样化，家不再仅仅是“休憩的港湾”。
人们更愿意在家与社区寻找社交机会，甚至从私人空间中让渡一部分作为半公共空间，寻找新的社交链接。人们开始探索并平衡“复合空间”和“单纯用途空间”。



CONSUMPTION

收纳是工具不是目的，人们更愿意挖掘并展示自己的个性。人们愿意为家庭的成长性按需添加、搭配可成长的家具，而非简单“一步到位”。

悦人不如 悦己 /

Certainty

时间 | 空间 | 消费 |

IT'S BETTER TO
PLEASE MY OWN THAN
TO PLEASE OTHERS



TIME

人们乐于花时间钻研一技之长，或者学习一门“DIY 手艺”。



SPACE

人们希望能在家中“创造”和“做试验”，实现自己的灵感。他们在多个空间拓展自己的兴趣：可能是将原先的客房改为了专门的兴趣小屋；即便空间不充裕，也愿意在客厅一角或阳台安放自己的兴趣角落。



CONSUMPTION

人们愿意使用智能家居产品，懒也要“懒得舒服”。
人们希望有更多收纳空间，整理收纳也能给人带来成就感和掌控生活的实感。人们也愿意通过设置各种展示空间，表现创新、兴趣与个性。

CHAPTER

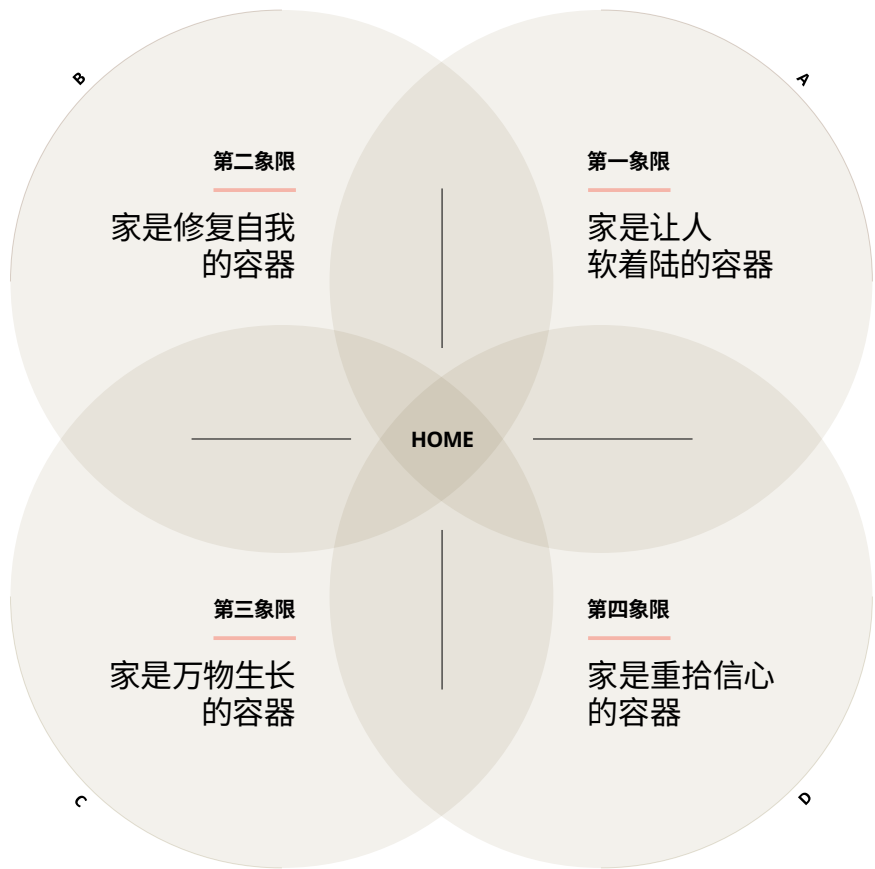
3

器

家的四象限

如今，人们对生活充满不确定感和无力感。
家像一个容器，既是人们对抗世界的最小单位，
又是人们逃避现实、可在其中自我修复的坚硬外壳，
同时也是人们在可控范围内展现自我的载体。
我们将容器的概念延展，定义了家的四个象限。





☰ 第一象限

家是让人软着陆的容器

当我们逆风飞行、轻轻坠落的时候，
家温暖而柔软地接住了我们。
家满足了我们的基本需求和舒适需求，
让我们从“残血”状态活过来。



Trend 1
休息好，
才能更好地
拥抱生活

● CASE
● DATA



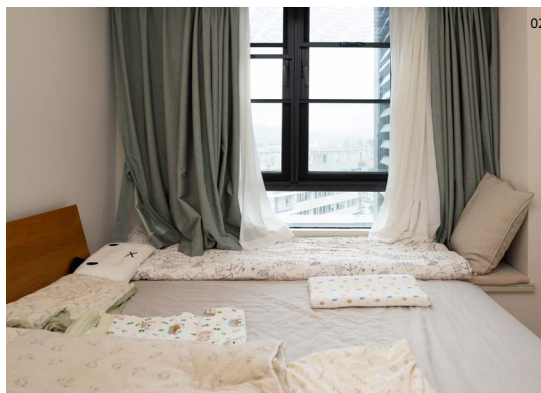
1 - 1 从能睡着，到想睡好。

现在，人们很注重睡眠质量。

床垫的尺寸和硬度是人们主要的考虑因素。除此之外，一些人还喜欢直接把床垫铺在地上。

床上用品的材质也很重要。

虽然有 **81.61%** 的受访者仍然和伴侣睡在一张床垫上，但在分开睡或计划分开睡的受访伴侣中，有 **73.21%** 的人是为了获得更好的睡眠质量。因此，一张不会影响彼此翻身的床垫很重要。



Eunice
“卧室可能是整个家最贵的地方。”

Eunice
“我们使用的是一张市场售价上万元的高档床垫品牌，因为遇到上一任主人搬家，才用 2000 元的低价抢到了二手货。这很值得，因为在这张床垫上，两人翻身时不会影响彼此。”

李薇 01
“我用天丝棉定做了床上四件套。相比以前用的亚麻，天丝棉像丝绸一样，更加柔软亲肤。”

Vvan 02
“我花了不少时间挑选床垫。我还把床垫放到了飘窗旁，让铺上垫子后的床与飘窗高度平齐。两个孩子在这里休息睡觉，也不会感到拥挤。”

Pepper 03
“床垫直接放地上，两边靠墙，孩子能开心地在卧室里滚来滚去。”



● CASE

● DATA

1 - 2 好好创造氛围才能睡得安心。

灯是创造氛围的好帮手。43.11% 的受访者在卧室选用暖色调的灯。

气味能让人放松下来。43.66% 的受访者在卧室放置了香氛/香薰类产品。空气清新剂、精油和蜡烛是人们选择最多的产品。

Pepper

“卧室没有主灯和吸顶灯，唯一的光源是墙面横挂的壁灯，为卧室提供了便于休憩的氛围感。”

露露

“睡觉的时候，我们会点香薰帮助睡眠。”

Ada

Ada 尤其钟爱家里的壁灯。一个是建筑师柯布西耶设计的经典双孔壁灯，照亮了客厅沙发上方的角落。他们还在卧室墙上装了两个简单几何形状的壁灯，节省了床头柜空间，提高了收纳效率。

Trend 2

浴室既要高效，又要优雅

2-1 干湿分离正在受到重视。

人们期待在浴室实现“干湿分离”。69% 的受访者希望在未来的家中采用干湿分离的卫浴设计，但仍有 47.05% 的受访者住在没有干湿分离设计的家中，这个问题在一室户型尤为严重，它会导致无法多人同时使用空间。

在实现干湿分离的卫浴空间中，47.27% 的受访者将浴室单独隔开，让马桶和洗漱区连在一起。但拥有三分离卫浴空间的受访者仍然很少，仅有 15.43%。

- CASE
- DATA

Pepper 01
Pepper 的家里，卫浴空间做了三段干湿分离，双水槽放在了玄关旁边。





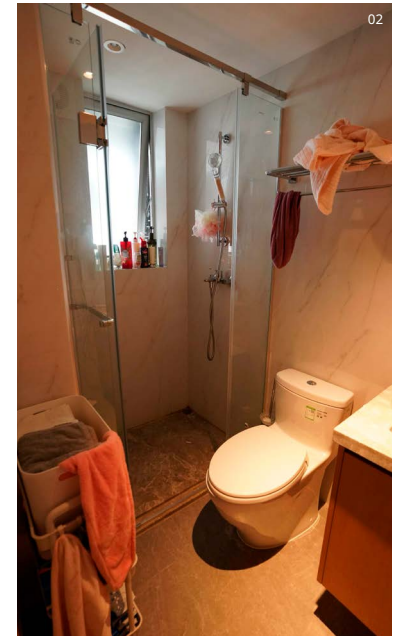
2 - 2 越干净越整洁越好!

人们认为卫浴的一个突出问题在于卫生死角多，这是卫浴空间除干湿分离之外的第二大问题（36.76%）。53.34%的受访者倾向于选择易清洁的标准化浴室整体定制。

人们渴望更多的卫浴收纳空间。虽然人们在卫浴空间已有各种各样的收纳空间，但如果能改造，人们还是想要更多的收纳空间。这是人们除干湿分离之外第二重视的改造方向（63.31%）。

人们希望脏衣服和个护产品有容身之处。21.84%的受访者不知道该把次净衣服放在哪里。

●
CASE
●
DATA



Vvan 01
为避免餐厅直面厕所，Vvan 把非承重墙改成了落地双面柜。整个双面柜大小与原本墙体基本一致，背板设置在双面柜中间，一面柜子朝向餐厅，另一面朝向洗漱台——相当于两个朝向相反的柜子，共用一面背板。朝向餐厅一侧的柜体较深，镂空台面上放了烤箱、水壶等厨房用品。朝向洗漱台的柜体深度只有12厘米，刚好能放下卷纸、卫生巾、护肤品等小玩意儿。

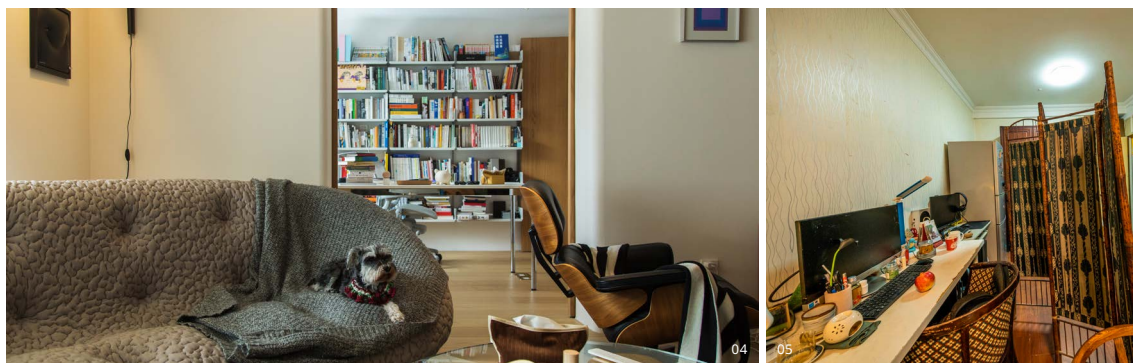
露露 02
“我喜欢浴室里的小储物车，出浴室门的时候就可以拿储物车上的毛巾。如果放在左手边更高的架子上，会担心毛巾会不会掉下来。”

Trend 3

家, 不只是一个人的家

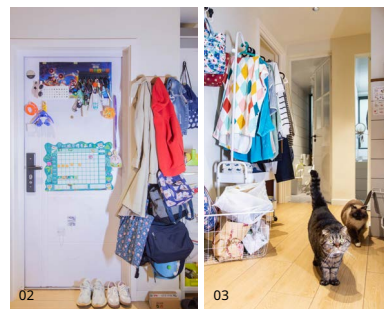
3 - 1 曾经隐形的多人动线问题逐渐得到重视。

一些受访者在设计空间的时候既考虑了和家人的互动, 又有效避免了多个家庭成员动线相撞的窘境。



01

Leo 01
“我想, 我家最与众不同, 是把厨房做成了 U 型开放式, 更符合洗切炒菜动线, 同时还能和家人交流。”



02

03

Pepper 02/03
在 Pepper 家, 人进门以后, 可以脱鞋、换衣服, 转过身来, 正好洗手。夫妻二人把换下来的衣服挂在卫生间门口的移动衣架上, 两人在此分流。早在他们选房的时候, 这些构思就和设计师朋友讨论好了。

3 - 2 在家打造一个舒服的多人办公空间。

- CASE
- DATA

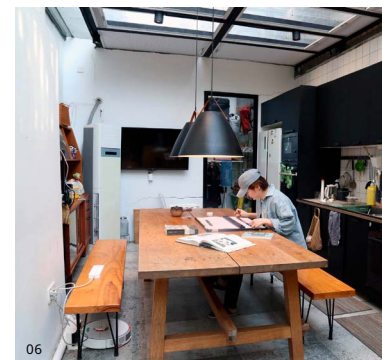
除此之外, 人们还想要更好的办公体验。桌面升降台或升降桌成为受访者最希望增加的办公家具 (38.5%), 其次是人体工学椅/电竞椅 (32.39%)。

Ada 04
“移门一旦掩上, 就能形成密闭空间, 两个人偶尔要居家办公开会, 由此就能互不干扰。”

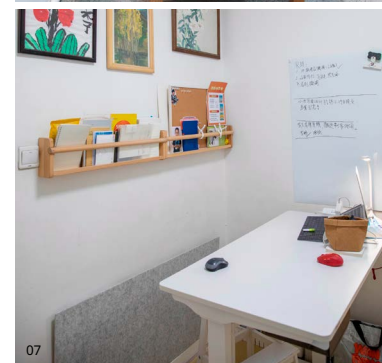
Eunice 05
Eunice 想为两人挑选一张尺寸合适的双人办公桌, 最好还能在桌上方的墙面位置增加收纳功能。

阿涵 06
疫情居家期间, 阿涵发现厨房是个绝佳的办公场所。这里不仅空间宽敞、采光良好, 而且木餐桌也匹配人体尺度。在备考建筑资格证期间, 厨房成了她练习快题的好地方。

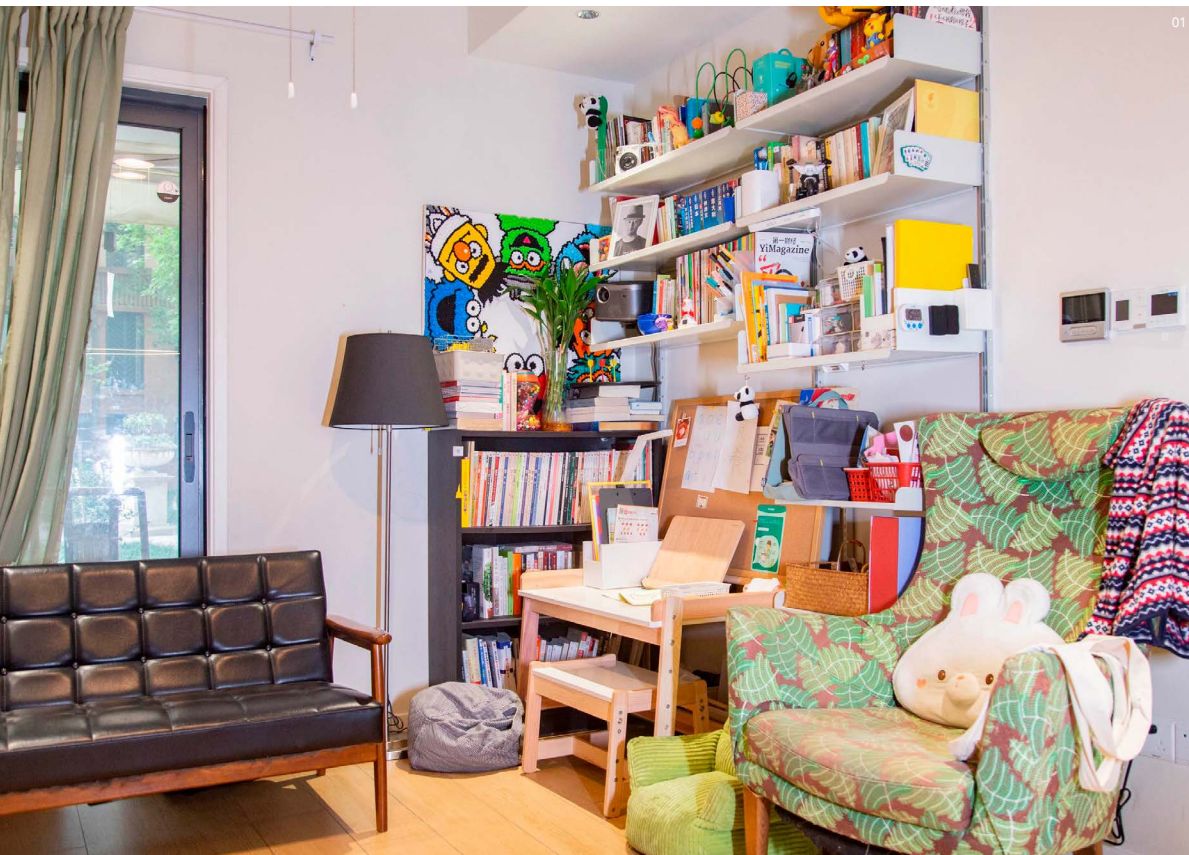
金亦雯 07
写字台是可以升降的, 升到最高, 人就能待在写字台下面, 坐在垫子上看电视玩游戏。



06



07



01

3 - 3 孩子们也有了自己的多功能空间。

不过，功能性再怎么强大，安全仍然是儿童房的重点。为了避免孩子从床上摔下，一些家庭采用了榻榻米设计。

● CASE
● DATA

Pepper 01

与两个大人相比，Pepper 孩子的兴趣还不太固定。他有一个专属书桌，可以享受捏橡皮泥的时光。

石璐 02

石璐精心为孩子设计了“有音效”的读书空间。这个角落不到 3 平方米，够两个人坐。书架、靠墙的玩具和床组合，构成了一个三面封闭的角落，相对私密，又不会完全堵塞；加上靠垫、地毯以及毛绒玩具，这个空间隔音效果很好，说话不用特别大声。既温馨，又特别容易集中精力。并且，石璐特意在儿童房使用了水曲柳实木材质的书柜。这个材质与颜色也让孩子比较有阅读欲望。石璐想着把环境布置好，孩子在里面也就待得住了。

Leo 03

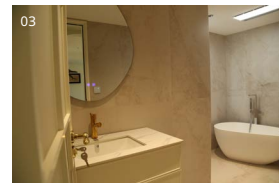
Leo 想让儿童房成为一个单纯睡觉的地方。养育大女儿时，她会给孩子买很多玩具，但发现女儿只会为此短暂开心。与物质相比，孩子更享受父母的陪伴。因此，她舍弃了玩具区。因为小女儿爱泡澡，她合并了主、次卫，新增了一个浴缸。

金亦奎 04/05

对于一个四口之家来说，50 平方米的空间显得有点局促。金亦奎的丈夫养了一缸鱼、一只乌龟以及一只睫角守宫；金亦奎在阳台外搭了一个多肉小花园，“我的小花园景观会变化，因为冬天多肉不能养在屋外，我要给它挪到屋里。”女儿则“养”了一桌子的小手办；儿子也有自己的精神角落——一个小窗台，上面有各种卡片玩具，还有一袋袋可以拼出各种造型的乐高。



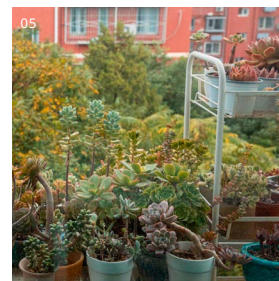
02



03



04



05

Trend 4

放松自己。
一些琐事，
就交给智能帮手
去完成吧！

CASE

DATA

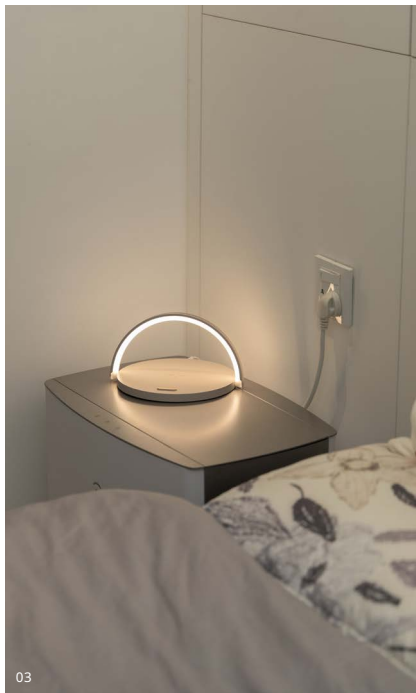
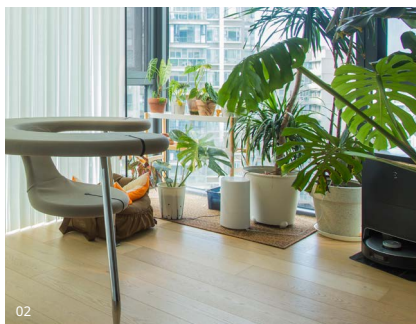
48.69% 的受访者在家中采用了智能系统；尚未使用的人群里，也有 52.3% 的受访者未来有使用它的打算。

Ada ----- 01 新风系统中央空调, 02 扫地机器人

“硬装的时候一定规划好要不要新风、要不要地暖，做好全屋软水和智能热水系统，真的特别提升幸福感和生活效率。在能力范围内，一定要有几个设计单品，这样整个家的气场会增加很多，在这样的空间里，人也会更愉快。”

李薇/露露/Ada ----- 03 李薇家的扫地机器人

越来越多家具为扫地机器人、智能音箱让道，但受限於小户型，很多人不得不放弃智能机器。功能更强大的智能系统，例如智能热水、新风、光影，则需要新房才能安装。几乎每个使用了智能家居系统的本次家访受访者，都会向他人推荐。



第二象限

家是修复自我的容器

外面的世界让人喘不过气，家给了我们呼吸感。家为我们界定了物理界限，阻隔了噪音，提供了一个让我们能够纯粹地感受美、体会自己心跳和呼吸的治愈空间。

关键词

独处空间

简单

自我修复

美

Trend 5

让我一个人静静

5 - 1 为了消解生活的吵闹,越来越多的人渴望在家有一个安静的独处空间。

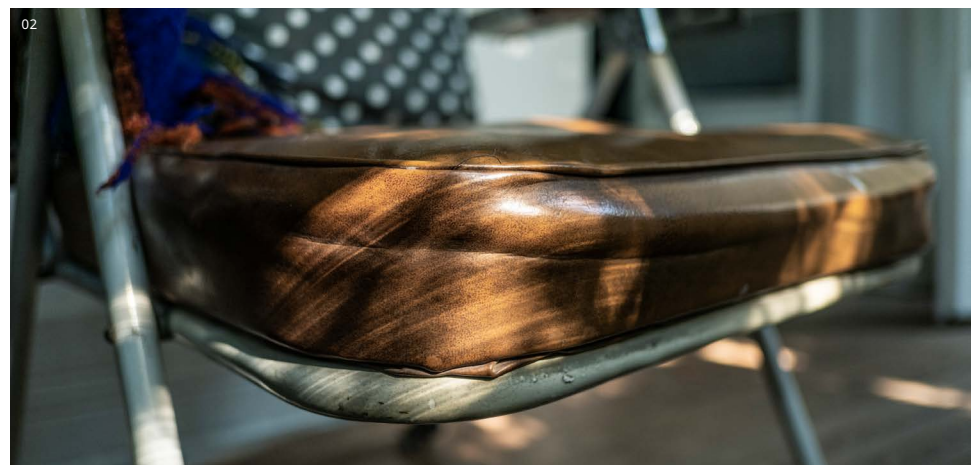
如果可以,人们最想在家里增加书房、属于个人的兴趣空间和健身空间。48%的受访者希望增加书房和办公空间。46.8%的受访者希望增加属于个人的兴趣空间,46%的受访者希望增加健身空间。

在受访者的书房中,人们的大多数活动都是安静的。前三位活动分别是阅读(75.59%),办公(73.71%)和学习备考(45.77%)。

如果能够搬进一个有闲置房间的新居,受访者最想在这个房间里阅读(47.4%),其次是看电影(45.06%)和健身(43.6%)。



01



02



03



04

5 - 2 由于居家办公的时间增多,一些人开始刻意暂停工作状态。阳台成为了一些人的喘息地带。

阳台是个安静的好地方。65.34%的受访者希望能在阳台发呆休憩。

- CASE
- DATA

彼得猫 ----- 01 / 02

“最安心的地方就是观景阳台,可以躺在软皮躺椅上看窗景。阳台是生活空间,客厅是工作空间。我觉得工作和生活要有界限。很多人喜欢住在公司旁边,我就肯定是不会这么处理。把工作的状态带回家,会影响到别人。”

玩具回春堂 ----- 03 / 04

“我们拒绝如今流行的居家办公浪潮。上班前需要一个没有工作状态的缓冲期。”

Trend 6
简单为王



01

6 - 1 Less is more. 他们选择断舍离的理由?

人们不再追求一次到位的解决方案，而是想象那个最适合自己的生活方式，再做出选择与取舍——哪怕是空间有限的小户型房子。

● CASE
● DATA



02



03

6 - 1 白色不意味着单调。

仍然有 50.05% 的受访者把白色设置为家的主色调，48.41% 的受访者将主色调设成了浅原木色。



04



07

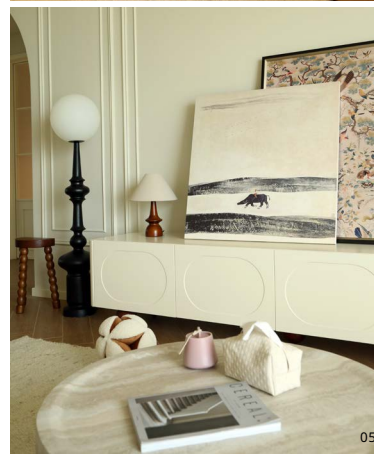
隔壁老刘 01
“大件家具的颜色也有讲究，白色布艺沙发、卡米色大地毯能从视觉上提亮空间。”

Pepper
“我在卧室做了断舍离，舍弃了家具床。家里装了地暖，睡地上也不觉得潮湿和寒冷。因为没有多余空间，舍弃了床头柜，床头的飘窗正好做置物之用。”

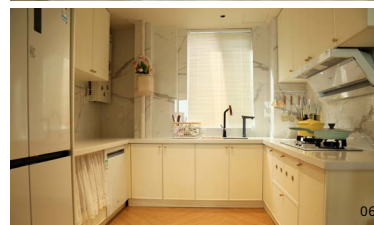
金亦莹 02/03
“我们家全是白色的，包括电器，我都是能选白色就选白色。这样可以让空间视觉上显得更宽敞。”

Leo 04/05/06
“我把厨房里的家电颜色统一为白色，让室内颜色统一。”

石璐 07 床头柜上
“以前我会认为床头柜必须得有俩，不对称是不可以的；现在有一个我觉得已经够用了，有地儿放手机、书，放一些睡前要用的东西就 OK。甚至没有床头柜，放一个抽屉或者边柜边桌，我觉得都可以。以前还觉得床头柜上必须得有灯，现在也觉得没啥必要。”



05



06



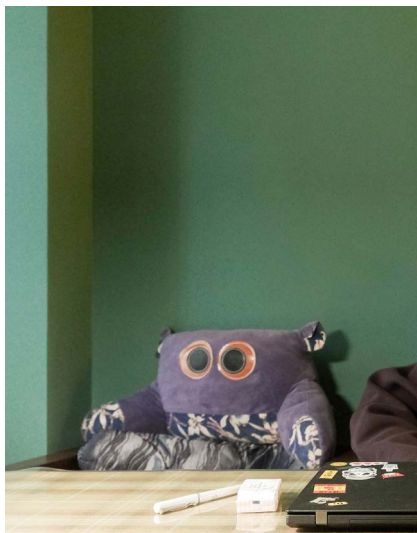
01

Trend 7

绿植
成为了人们在家中
静下来的好帮手

7 - 1 绿植成为家中重要的一分子。

最近一年，82.59%的受访者在家庭中养过植物，37%的受访者将植物摆放在桌面上。有阳台的受访者中，60.92%的人在阳台栽种植物。有趣的是，年轻人更倾向于将植物放在桌面上，年纪越大，越有可能将植物放在地上。



7 - 2 使人沉静的绿色也受到人们的喜爱。

石璐 ----- 01

除了作装饰增加生活细节，绿植还起到区隔空间的作用。石璐在阳台跑步机旁边特别放了两棵树，把开放式客厅和阳台区隔开来。跑步的时候一边看窗外的风景和天空，一边透过绿叶看看家人，既有私人的健身空间，又不影响和家人互动。“因为绿植有一定缝隙，有遮挡又有空间，我觉得这东西特别妙。”

赵美萍 ----- 02

“不同于客厅的白色墙壁，我把用于家庭活动的房间墙刷成了深绿色，感觉像住在树林里一样。”

李薇 ----- 03/04

“绿植还挺重要的，它们让家里变得更更有生气。”



05

Ada ----- 05

“我钟爱石材，家里的餐桌采用了墨绿色大理石。每次朋友来家里做客，会围坐着餐桌吃饭，有时，我也会直接在这里办公。”

阿涵 ----- 06

出太阳时，阿涵会和毛孩子们在种满绿植的院子里懒洋洋地晒太阳。



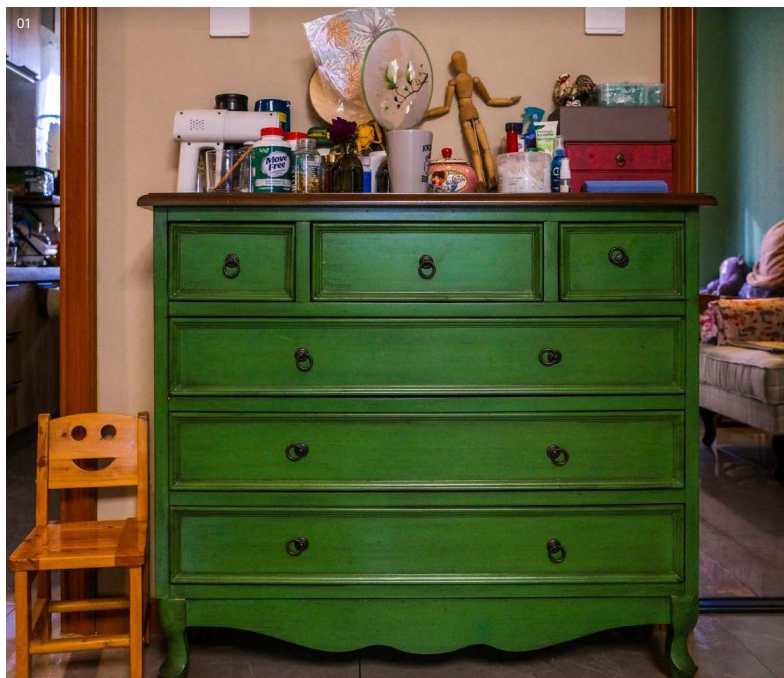
06

● CASE
● DATA

Trend 8

亮色和金属
成为了
提升家中颜值的首选

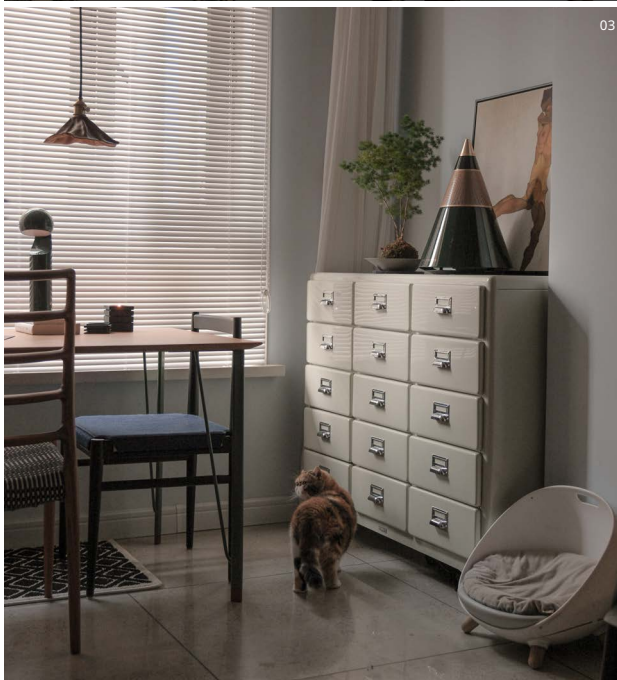
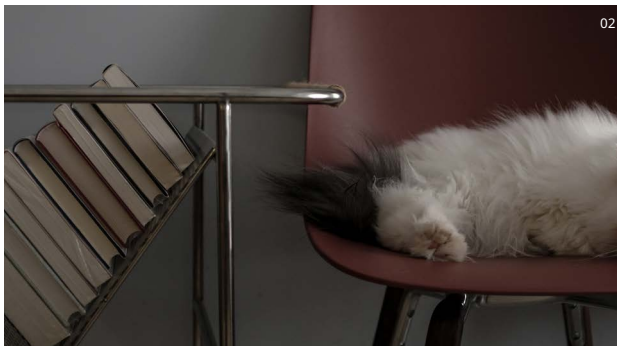
● CASE
● DATA



8 - 1 即便是素淡的底色，也要来点多巴胺！

64.28% 的受访者考虑让家具的色彩更丰富一些。家里出现一些点睛亮色会让人心情大好。

赵美萍家的绿色置物柜 01



8 - 2 人们还为家中增添了一些金属元素。

金属材料家具可以融入现代风格的家庭环境。

受访者的金属家具主要是柜类，包括杂物收纳柜（54.59%）、书柜（33%）和电视柜（32.43%）等。金属小推车也很受受访者欢迎（38.92%）。不过，实木仍然是受访者最青睐的材质（72.17%）。



隔壁老刘 02/03

“在卧室的金属五斗柜里放鞋，用不锈钢小推车当床头柜，拿不锈钢盘子养绿植。”

金亦奎 04

家里的书架都是白色金属材质——坚固、耐用，也好打理。”

玩具回春堂 05

全家最“亮眼”的家具，当属客厅的宜家绝版塑料沙发椅。在朋友家，一木和林坚硬一眼相中这款椅子的外形和轻便性，买了两把摆放在客厅中央，一人占据一把，“躺着”看电影。平时不在家，椅子就会变成猫咪专属沙发。



☞ 第三象限

家是万物生长的容器

家能够支撑起我们多种功能需求。

不同功能之间流畅转换，
让我们不必耗费更多精力和财力，
就能实现自己的生活需求。

关键词

多功能

多重意义

家不只是家

家的成长性

Trend 9

家是新的朋友 玩乐场

● CASE
● DATA

过去，年轻人更愿意和朋友约在家以外的地方。但后疫情时代，人们重启了家的会客功能，把沙龙、咖啡厅、游乐场统统搬进了家里。



Eunice 01

Eunice 喜欢邀请朋友来家里吃饭和喝茶，她在客厅和阳台都设置了社交区域，希望把家变成一个相对私密的公共空间：“毕竟在上海，这样可以提供公共生活的空间太少了。”



9 - 1 客厅是一个难以割舍的居住空间。

86.4% 的受访者在家里划分了客厅，仅次于主卧。而沙发又是“重中之重”。93.49% 的受访者家中有沙发，64.16% 的受访者把沙发看作客厅的社交中心。

● CASE
● DATA

阿涵 01
评估使用需求后，阿涵设定一层主要用于社交，二层用于居住，房间数量满足1至2人长期居住、朋友临时留宿即可，其他公共空间要适合毛孩子们玩耍。



9 - 2 人们越来越重视客厅和餐厅空间的复合功能。

除了看电视 (83%) 与社交 (65%) 外, 受访者们还在客厅吃饭 (40.14%) 和办公学习 (29%)。不过, 只有 20% 的受访者将餐桌摆在客厅里。

人们希望客厅拥有各种复合功能。在这种理念下, 许多人不再沿用餐桌+餐椅、沙发+收纳柜这种标配, 客厅需要“透气”的空间。

大多数受访者采用了封闭式厨房 (56.76%), 主要是为了封住油烟。但越来越多的住户, 尤其是年轻人, 希望可以在烹饪时与同住者交流。45% 的受访者希望自己在烹饪时能看到客厅。



陈八顿 ----- 01

在陈八顿的新家, 厨房改为了完全开放式, 与餐厅、客厅形成了一个整体通透的空间。有客人拜访时, 陈八顿可以边洗杯子、准备茶点, 边跟随意落座客厅的客人聊天, 这让她觉得非常方便和舒服。她没有太担心厨房油烟对其他空间的影响, 清淡的饮食和偏爱做面食的习惯, 让夫妻俩没有太多机会去实践重油爆炒。

露露 ----- 02

客厅是露露家的社交中心, 放有沙发、茶几和电视机三件套。她能 and 男友两个人一起坐着聊天、吃饭、打游戏、看电视。客厅灯光由智能系统控制, 露露可以选择场景, 实现不同的灯光效果。每次瘫坐在沙发上的时候, 露露都会调试灯光明暗, 好让自己从紧绷疲惫的工作状态中放松下来, 享受那段时光。

● CASE
● DATA

9 - 3 为了打造复合空间，一切桌子都要最大化利用。

对于小户型住户和独居者来说，更大的桌子非常必要，因为它将承担多重功能。比如，茶几未必是茶几，它可以是小朋友使用的桌子，在孩子长大后成为边桌。

人们期望餐桌不只是餐桌，56%的受访者希望它能适配沙发，兼作茶几和边桌。

可延伸、可折叠的厨房餐桌成为了人们的新需求。18.24%的受访者认为家中的餐桌太占空间。10.31%的受访者家庭使用的是和厨房连在一起的简易餐桌或者吧台。在对厨房餐桌有新需求的受访人群中，36%的人认为桌子太小。

不过，人们似乎不那么需要茶几了。在没有茶几的家庭中，60.69%的受访者以茶几太占空间为由放弃了它。30%的受访者认为自己不需要茶几。边桌、可移动小推车、综合储物柜是他们更好的选择。



CASE DATA



彼得猫 01

彼得猫的会客区中央是一张宜家白色大桌，他就在桌旁办公、见客，桌子周围的留白区域形成了“回”字结构，那里散落着木箱子、小推车、植物盆栽、冰箱等物件。

露露 02

“以前觉得在一起吃饭必须要用椅子，但是现在在客厅用茶几当餐桌的时候，和大家坐在垫子上一起吃也很温馨。”

Trend 10

家有任意门，
想去哪里都可以

● CASE
● DATA

10 - 1 空间的界限正在被逐步打破。

在客厅，吃饭、办公、娱乐、社交功能可以随意转换。这可能创造出了许多能替代电视三件套的家具组合：屏风+办公桌+置物架、书架+躺椅/沙发、架子鼓+地毯+蒲团等。



金亦莹 01

原来和玄关连在一起的客厅，这几年逐渐进化。最早玄关边上的沙发也被替换成写字台。写字台的调整联动周边布局，墙上安装了读物和文件的置物架，电视几乎隐退。

彼得猫 02

“客厅的书架兼有隔断功能，将客厅分成了会客区和收藏区。客厅有时还会用来办公。”

Eunice 03/04

Eunice 家里的客厅常常聚满了朋友。他们用一张地毯划分出了聚会空间，上有茶几、藤编蒲团、披上了扎染蓝布的小沙发、装满漂亮杯盘的边柜。坐在沙发上，打开边柜上的投影仪，就可以利用白墙看一场电影。如果要招待朋友一起吃饭，他们就会把平时靠墙放的圆桌搬到客厅中心，并用竹制屏风遮住两张办公桌，形成就餐区域。

10 - 2 健身空间需求上升。

越来越多的人希望能在家里设置一个健身空间。目前，只有 6.35% 受访者的家里有健身空间，但 46% 的受访者希望家里能拥有它。户型越大的住户对健身空间表现出越大兴趣。人们利用相对空旷的客厅和阳台作为家中健身的场所。



金亦奎 01
金亦奎家面积虽然不大，但他们还是活用门上的空白墙面，安装了一个向上运动的金属扶手。



石璐 02
石璐把跑步机装在了阳台区域。但这个区域紧挨着开放式客厅，所以也方便和家人交流。



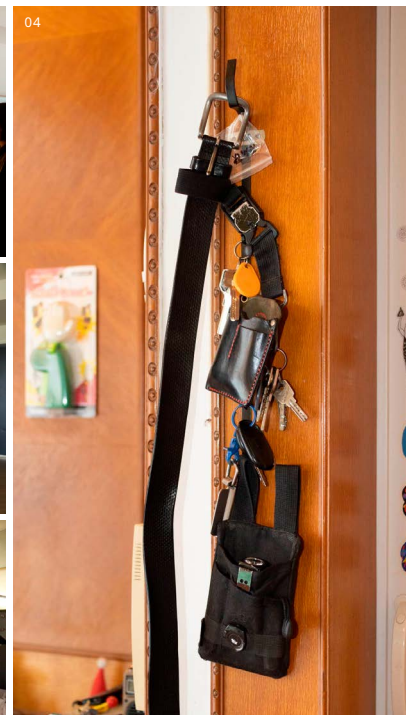
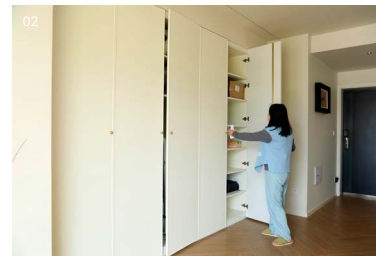
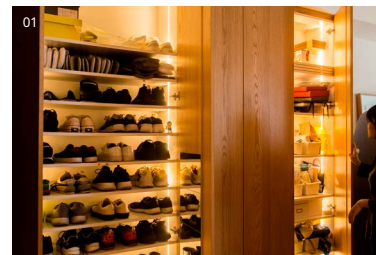
Pepper 03
没有茶几的客厅，也常被 Pepper 的丈夫用作健身活动空间。

Trend 11

曾被忽略的玄关， 现在重获重视

● CASE
● DATA

11 - 1 换鞋与收纳小物是目前玄关的主要功能。



Ada/阿涵/Leo 01/02/03
对一些人来说，玄关的首要作用是储物，拥有一整面墙的储物空间是必要的。

玩具回春堂 04
一木把他平时出门要用的小玩意儿都挂在玄关旁边。

11 - 2 人们期待拓展玄关的新用途。

人们对玄关的期待远不止于此：收纳外套、整理仪表、隔挡室内视线、陈列兴趣物品、改善风水成为了玄关的新使命。



05

彼得猫/Pepper 05/07

“可以在玄关摆上自己喜欢的自行车和花瓶”，“还可以设置双水槽便于进门洗手”。

石璐 06

一个大石敢当在三个小石敢当的后面，“说的就是背后有靠山”。



06



07

Trend 12

矮家具变高了， 高家具变矮了

CASE
DATA

12 - 1 传统接地的家具的“腿”变长了。

电视柜未必是在电视底下的矮柜了。它可能是一个稍微高一点的柜子，同时拥有更多视听机器与储存收纳空间。扫地机器人的出现，让消费者更不愿家里出现卫生死角。所以传统接地的家具的“腿”变长了。留出可以清洁的空间，视觉上也更通透。



01

李薇 01

李薇特意抬高了所有柜子的离地距离，方便扫地机器人到处通行。



01



02



03

12 - 2 人们比以前更加关注地板了。

人们在想办法让传统常用的“高家具”变矮。比如用走入式衣柜解构空间，或者增加抽屉柜等补充收纳空间；也有人将矮一点的书橱组合使用。

在选购客厅座椅时，能够与沙发兼用、稍矮的沙发椅成为人们的主流选择（53.25%）。单人沙发和贵妃榻是大小户型都青睐的单品，矮圆凳也很受欢迎。

Ada	01
Vvan	02
阿涵	03
Pepper/石璐/金亦奎/张扬	

人们比以前更加关注地板了。孩子们可以在地上玩耍翻滚，家人可以聚在一起享受地暖。有人认为沙发太占空间，不如只放一张地毯。另一方面，传统的柜子、书架也正在变矮。

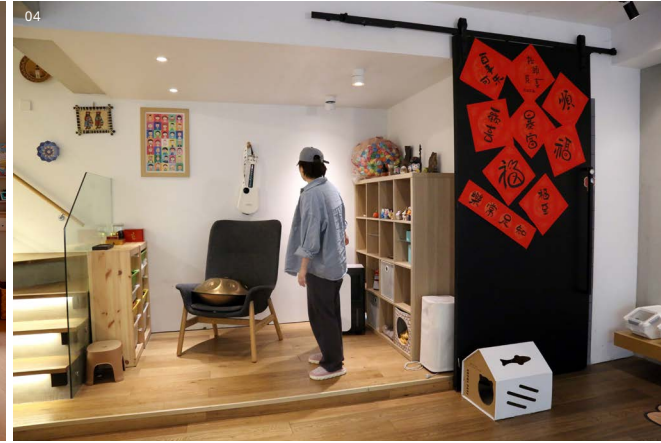
Trend 13

家和我们一起成长，
串起现在和未来的需求

● CASE
● DATA

13 - 1 越来越多的人意识到了家的成长性。

现在的装修状态，不意味着将来就得原封不动地保持。于是，在每次装修时，人们也会为未来的调整留下空间。



陈八顿 01/02/03

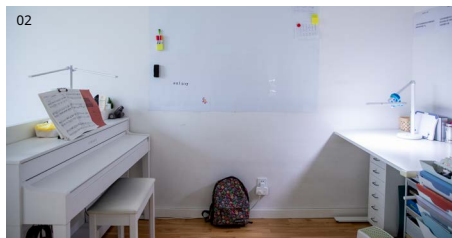
她觉得卧室的定制橱柜不够灵活。在陈八顿以前的认知里，定制家具是装修时一定会投资的项目。但她后来发现，一旦做了定制橱柜，要再改就很难了。陈八顿目前在主卧里放了大小两个斗柜，分别给夫妻俩和孩子放置小件衣物。孩子还有一个阳台改造的儿童房，以原木为视觉主基调，放着一整排长条书架。孩子长大后，她还可以继续改造这个家。

阿涵 04

阿涵平均 1 至 2 年会更换一批家具，“柜子等收纳空间会随着生活需求变化而变化，固定柜子不易于更换，我更喜欢可变动的家具，按需灵活添置。”



01



02



03

金亦奎 01/02/03

在女儿还比较小的时候，卧室的床是上下铺。女儿长大后，拥有了自己的房间，现在主卧成了一家人的活动空间，阳台成了大家聊天的餐厅。这个家早已和过去没什么关联。“人总要慢慢长大，形成独立人格，家也是如此，很多东西都是慢慢攒起来的。”

13 - 2 儿童房是实践新理念的最佳场所。

尽管 69.06% 的受访者希望从一开始就购入可以随着孩子成长而灵活调整的家具，但大多数受访者都认为，与儿童有关的家具不必一步到位。64.91% 的受访者希望孩子能有适合成长状态的家具。家具安全优先，常换常新。

儿童房还是人们更换家具较频繁的空间。58.49% 的受访者会不断根据新需求为孩子购买新家具。在儿童房，最可能被更换的家具是写字桌 (72.08%)，其次是床 (53.58%) 和书柜 (40%)。



Vvan 01/02/03

考虑到家里缺个书房，孩子长大后也需要自己的卧室，Vvan 把生活阳台改建成了房间。这里朝向东南，面向远处的山，是全屋光线最好的地方。

☞ 第四象限

家是重拾信心的容器

哪怕在外界遭遇不顺，家也能让我们重拾信心。
家能实现新点子、新灵感，让我们重新掌控生活。

家也是个人状态与性格的体现。

对家居环境的重新安置，可以提供一种自我实现的满足感、成就感。

关键词

新颖

创新

兴趣

DIY

自己的展示
符号

Trend 14

DIY 玩家们正在积极尝试 “私人定制”

● CASE
● DATA

在不少人追求标准化家具的时候，一小群人正在不断打破标准。他们理解自己的生活需求，愿意下功夫去学习技术。置物架？不，两块洞洞板！书柜？不，是电视柜，还可以放书。就连窗帘，都是屋主的“私人定制”。



冯果川 01

冯果川偏好可以灵活使用的家具。他不喜欢封闭式的笨重储物柜，于是网购了两个组装式的置物架。一个放书房作酒柜，一个充当客厅的电视柜，展示藏书和他从世界各地搜罗的小玩意。它们不仅价格实惠，容量也更大，还能按需调节层高。架子下的空隙正好可以让扫地机器人进入。



01



02



03



04



05



06



07

- Vvan 01/02
- Pepper 03
- 玩具回春堂 04
- 金亦莹 05

人们巧妙地用洞洞板、吸铁石和架子，把各种厨房用具挂到墙上。

- 张杨 06/08

“家里窗帘和客厅的地毯是我自己排版画图、再找工厂生产的。比如我们客厅的窗帘，就是结合了毕加索的画作，全部展开是一扇门的图样。”

- 张杨 07

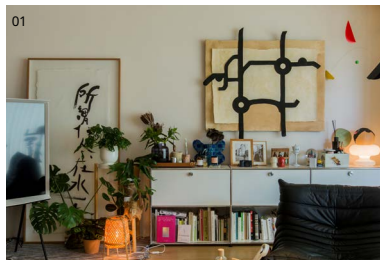
她的丈夫还为女儿做了很多手工家具。



08

Trend 15

家是“展示符号”



● CASE
● DATA

15 - 1 人们总会给家里留下一个“精神角落”。

从玄关门口的潮玩，再到不断更新的海报墙和手办架，无论空间大小，人们总会给家里留下一个“精神角落”，用于展示品位和兴趣。既是悦己，看一眼就开心，也是为了寻求与他人的共鸣。**43%** 的受访者希望玄关展示自己的兴趣爱好。

Ada 01

Ada 家客厅里的金属置物架上摆了不少艺术品和旅行纪念品，她可以向来访的朋友“炫耀”一番其中的故事。除了置物架，墙面挂着地图毯艺术品，旁边靠墙放着荒木经惟的书法作品——这里是展示二人性格、爱好、特点的中心。



Eunice 02

Eunice 是个 vintage 爱好者，她家里 99% 的家具物件都是从二手市场里淘来的。随便指一个，她都能和你说上一段故事。



隔壁老刘 03

老刘的玩心还影响了很多地方：自行车做客厅摆件，自动咖啡机就像是“大玩具”。“它（自行车）可以取悦我，不必成为一个交通工具。同样的，相比于喝，打开机器、调配风味的过程对我来说更有吸引力。”

赵美萍 04

赵美萍客厅里的格子柜满载家庭回忆。“那些照片、小物件，都载满了回忆，我一定要让它们有安放的地方，不是给别人看，是给我自己看的。”

玩具回春堂 05

作为修复玩具的艺术家团体“玩具回春堂”，一木和林坚硬的家里到处都是玩具，他们甚至还把电灯的拉线开关改成了一只娃娃。



15 - 2 门和墙不再仅仅是隔断房间的工具。

它可以是大空间里的海报墙和手办架、观景处、作品展示处。

CASE
DATA

Vvan
由于女儿爱画画, Vvan 打算将一侧通道墙铺上白板, 另一侧则设计成孩子的作品墙。

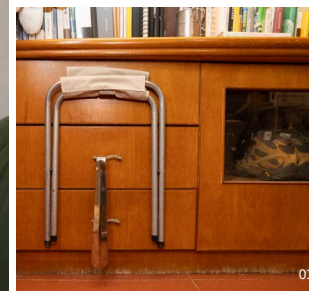
彼得猫 01
彼得猫把杂物储藏室的门当成了墙, 贴上了大幅海报——上面都是他主办过的活动。

15 - 3 衣柜也可以成为展示空间。

玩具回春堂 02

一木和林坚硬的书和玩具直接陈列在次卧衣柜里, 条目清晰。这块的收纳没有秘密。“我们就是要把柜子都塞满。”的确, 被各种新奇玩具填满的旧衣柜, 立刻变得“生猛”, 一抬头, 连柜顶都有恐龙“盯着”你。





Trend 16

家是想象力的画布

16 - 1 改造可以带来成就感和快感。

将用不到的家具改造为复合多功能家具，重新整理一些老物件，都能让它们成为家中潮品。

- CASE
- DATA

李薇 01

“好多人问这是啥复古冰箱，这其实是我家的一个旧冰箱。”

Eunice 02

Eunice 的办公椅是一个二手山形扶手椅，格纹布面是她后来专门订上去的。

玩具回春堂 03

一木和林坚硬把电视柜的抽屉改成了鞋柜。他们不能接受蹲着穿鞋，就买了两张可折叠的椅子，然后给柜子换一个把柄，把椅子挂了上去。从此既能坐着穿鞋，平时椅子不用时也不会占着过道。

..... 04

他们还把房东孙女留下的滑板改成了茶几，平时看电影时可以放些零食和水。不需要时可以随时拿走。现在，它变成了“狗腿”睡觉的第二个窝。

CHAPTER

4 邻居家的秘密

在家访过程中，
我们发现了很多深刻而有趣的家居生活洞察。
我们提炼出一些能给人带来启发的部分，
从“观点建议”与“灵感妙招”两个角度为人们提供参考。



01 / 他们的走心建议

**两代同居，要平衡公共空间和隐私空间。**

建筑师冯果川与母亲同住。他们两间卧室分隔在两头，中间以餐厅和客厅隔开，“谁也不打扰谁”。冯果川上上班忙，和母亲通常在早上见面：母亲习惯早起，做好早餐后叫儿子起床，二人聚在餐桌前，边吃边聊天。平日里，客厅充当着母子共享的活动区域。白天，母亲在这里走动和看电视。等晚上冯果川下班后——他爱请朋友来家里喝酒，客厅就变成了聚会场所。

冯果川

建筑师，在深圳和母亲一起住。他追求简单、实用的家居风格。

**智能家居系统会增加幸福感。**

硬装的时候一定规划好要不要新风系统、要不要地暖，做好全屋软水和智能热水系统，真的特别提升幸福感和生活效率。在能力范围内，家里一定要有几个设计单品，这样整个家的气场会增强很多。在这样的空间当中，人也会更愉快。

Ada

2020 年与丈夫搬入新居。他们相信智能家居能提升幸福感。

**家是动态变化的，多应用灵活家具。**

柜子等收纳空间会随着生活需求而变化，固定柜子不易于更换，我更喜欢可变动的家具，按需灵活添加。

阿涵

建筑师，32 岁。她和两只狗、一只猫住在重庆。为了让家足够宠物友好，她花了许多心思设计公共空间。

**收纳的最短途径，是把杂乱都藏起来。**

Leo 尤其重视收纳，全屋定制是她最喜爱的收纳方式。对 Leo 而言，东西只会越来越多，与其每天收拾屋子，不如索性将东西全部塞进柜子。“收纳靠的是人，而非工具，不能让杂乱影响我一天的心情。”

Leo

住在重庆的全职妈妈，育有两个孩子。

**网红小家太多，但最适合你的那个需要你去学习和积累。**

少看别人理念性、风格性的案例，那是很难模仿的，最后很容易四不像。买一样的家具，装在自己家不一定顺眼，特别是要往已有家居环境里添置新家具的时候，因为要考虑适配性。多看技术性的分享，比如他人如何避雷、如何收纳的客观经验。而且，与其将装修中的无知归结为一个一个大坑，不如先想明白自己到底想要一个什么样的家。这需要学习、积累，不能直接抄。

隔壁老刘

独居哈尔滨的生活方式博主。她最近沉迷于学习经典家装设计知识。

02 / 他们的绝妙主意



我现在开始讨厌登上杂志的家了，太无菌了，生活应该带着“生气”（笑），带“菌”的空间，有人的痕迹。我特别喜欢日本一本叫《住》的居家杂志，杂志封面有个半圆，出版人说，设计师的设计只有一半，剩下的一半，由住进去的人完成。说得特别好。

彼得猫

48岁，柠檬力工作室创始人，平常往来于广州、佛山、上海和东京。广州是家，而上海则是社交和工作的中心——他用喜欢的元素装饰这个据点。



看似对儿童友好的设计，实际是逼迫大人不停地整理和收拾玩具，而且玩具还太占地方。现在我只将玩具放在儿童房和书房，引导孩子集中在那里玩乐。

我通过改变餐厅、厨房、客厅的关系来提升屋内的社交体验，让这三个空间“互相看得见”。当有客人到家拜访时，我可以边洗杯子、准备茶点，边跟随意落座客餐厅的客人聊天，这让我觉得非常方便和舒服。

陈八顿

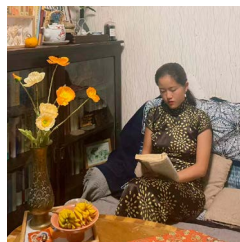
37岁，摄影师兼家居生活博主。2023年，她和家人搬进了上海郊区的一幢别墅，那段装修经历让她得以重新审视家庭需求。



扔不掉就改造。

一木、林坚硬

“玩具回春堂”项目主理人。扔不掉的家具不会被冷落，反而被两人改成复合多功能家具。他们索性把老式一体式电视柜改成书柜和鞋柜，挂上投屏幕布，同时满足三个日常需求。



我们家具尽量买二手的，双十一也只买必需品，能做饭就尽量在家吃。刚毕业工作的头一年，我还买过昂贵的西装和奢侈品包包，现在背着帆布包就去工作了。我用护肤品都只用小样，既便宜又方便，适合我出差携带，也不怕用不完。我没有非要用某一个品牌，我喜欢用各种新品牌，所以用小样也可以充分满足我的好奇心。我们比较注重体验式消费，出去玩和吃好吃的从来不吝啬花钱，还考虑过要不要买一辆车，以方便自驾游。

Eunice

27岁，住在上海，律师、旗袍爱好者，践行着可持续生活方式。

“餐桌代表了一种认真对待吃饭的态度。”

Eunice

Eunice一家拥有一张意义深刻的餐桌。节假日时，他们总是在家做饭招待亲朋好友。疫情期间，每天的饭点都是他们围坐桌边的治愈时刻。



石璐家里没有茶几。她也曾认为床头柜必须得有俩，现在却觉得一个已经够用了，有地儿放手机、书，放一些睡前要用的东西就OK。她家甚至没有床头柜，放一个抽屉或者边柜边桌都可以。她以前还觉得床头柜上必须有灯，现在也觉得没啥必要。她如今也挺喜欢循环使用二手产品，在业主群便宜收了个白色轻便的跑步机和一个猩猩玩偶。

石璐

音乐人、乐队鼓手，这是她第一次自己装修住所。



我的整个家居思路是“让家看起来不太拥挤”。选家具时就立下了“规矩”：不用深色家具，弱化家具之间色彩的碰撞，在视觉上让它们尽量显得小一点。我们家具全是白色，包括电器。

金亦奎

设计师，全家四口人住在北京一间老式公寓里。



小房子也可以有中央空调。

李薇

36岁，大学教师、生活方式博主，现居西安。因为觉得壁挂式空调区域分热不均匀，加上出于美观考虑，她决定给自己的小房子安装中央空调，这样连卫生间都是暖和的。在北京改造租房的经历让她意识到，因为大家都有对美好生活的向往，总有人会愿意为更好的居住体验埋单。她希望未来把房子租出去时，让租金成为筛选的门槛，为她选到追求更高生活品质的租客。



墙不再仅仅是隔断房间的工具，它可以是大空间里的隔断、收纳所、观景处、作品展示处。

Vvan

住在广州的医疗从业者，2023年搬进亲手装修的新家。



以前觉得钱是赚出来的，现在觉得是存下来的，错误的消费观只会让我“月光”。我现在不再盲目消费，只买适合自己的必需品，追求物尽其用，定期断舍离，留下更多的时间享受生活。

Leo

家庭主妇，热爱钻研室内设计。

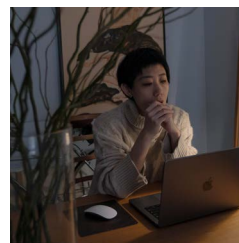


我家没有什么与众不同，追求个性是一种包袱。但是有一些基本的原则，比如把硬装上的界面收拾整齐。

冯果川

49岁，建筑师。

他家房子原本户型曲折，但他拆掉了过道和书房的墙，替换成双面壁柜，以增加存储空间；书房和卧室被打通，形成套房。考虑到独立衣柜的存在感过强，他将家里的柜体一律嵌在墙内，通过下拉式挂衣杆调节衣物高度。但门的存在阻碍了空间的连续性。为了弱化这一点，厨房和洗手间采用了玻璃门。书房和大门的隔音需求更高，他就找人定制了全白的钢板门，在视觉上和白墙融为一体。不过有次遇上外卖员送餐，对方打电话说找不到房门在哪。他还为卧室设计了隐形门。这扇门关上时隔开了卧室和书房，完全打开后，竟成了另一侧开放式衣柜的柜门。这是冯果川自己的设计，用以致敬门塞尔·杜尚——这位法国艺术家曾在家中设计过类似的两用门。



当你一个人生活的时候，功能性的划分是没有那么清楚的。睡觉不必只睡在床垫上，偶尔也可以直接躺在地暖加热过的客厅地毯上。工作台、茶几都可以充当餐桌。在卧室里的金属五斗柜里放鞋，用不锈钢小推车当床头柜，拿不锈钢盘子养绿植。拆掉规整的衣柜门，换成实木百叶窗来遮挡衣物，每天如同升旗一般地卷起帘子找衣服穿。

隔壁老刘

生活方式博主。生活里处处见“玩心”。



IKEA TEAM

宜家中国市场部团队

宜家中国消费者及
市场洞察团队

宜家企业传播团队

RESEARCH & EDITORIAL TEAM

— 未来预想图 (Dream Labo)
&
Erutuf Creative

主编
赵慧

品牌策划
邢梦妮 董思哲

微信编辑
曹中 吕姝琦

报告组
甘若兰 徐煜萌 吕姝琦

家访组
吕嘉琳 / 北京
陈若冰 / 上海
顾笑吟 / 上海·西安
罗雪仪 / 广州
刘家怡 / 广州
何美怡 / 深圳
姚周菁 / 深圳
刘箫扬 / 成都
李梦郁 / 重庆
杨舒涵 / 哈尔滨

调研组
杨楚佳 唐昕怡
管佳音 徐子淇

摄影师
王晓东 / 北京
潘凌 / 上海
梁莹菲 / 广州
赵焱雄 / 深圳
十一 / 深圳
肖毅 / 成都
吴霜 / 重庆
黄杰 / 西安

技术说明

这份研究由宜家中国和未来预想图联袂呈现，由创意咨询品牌 Erutuf Creative 完成编辑与印制。

本报告的定量研究基于线上问卷调查，共回收有效样本 1100 份。而定性研究的结论，源于我们在上海、北京、广州、深圳、成都、重庆、西安和哈尔滨等 8 座城市完成的 17 个家访。所有研究与数据收集于 2023 年 11 月完成。

设计组
杨侃真
王彤
卢祺

关于宜家中国

1943年，英格瓦·坎普拉德创立宜家公司。秉承“为大众创造更美好的日常生活”的愿景，宜家致力于提供种类繁多、美观实用、老百姓买得起的家居用品，是全球知名的家具及家居用品品牌。

中国是宜家全球重点关注的市场之一。目前，中国是除瑞典以外，唯一一个拥有完整宜家价值链的市场，涉及产品设计、测试、生产、采购、仓储及配送、零售、购物中心、数字创新等各个领域。在宜家品牌下，英格卡集团和英特宜家集团在中国运营着不同的业务单位，致力于实现宜家愿景。自1998年在上海开设了大陆地区的第一家商场以来，英格卡集团目前在中国大陆开设了34家商场、2个体验店和8家荟聚聚会体验中心。

您可以通过宜家网站了解更多宜家中国信息，亦可通过关注宜家家居新浪微博或微信帐号以及宜家中国资讯中心微信帐号与我们沟通互动。

宜家网站
www.IKEA.cn

宜家微博
<http://weibo.com/ikea>

微信平台
宜家中国资讯中心
宜家家居

关于宜家中国《居家生活报告》

宜家中国《居家生活报告》帮助我们更深入地认识中国消费者的居家生活，并了解如何改善居家生活。2014年以来，宜家每年都会收集全球消费者的洞察，并发布居家生活趋势报告，为大众提供居住生活的灵感。2021年，宜家中国首次推出了基于中国人的居住生活趋势报告。

通过运用多种调研方法，宜家中国携手多方合作伙伴，共同探索中国人的居家需

求和梦想。该报告不仅探索家居的实用层面，也探讨居住空间的情感表达，实现功能层面和情感层面的洞察结合。家访是宜家的核心工作之一，宜家在制作该报告时也通过与人们在居家环境中见面，更深入地理解人们在家中面临的挑战。在我们的研究方法中，除家访之外，我们还会在多个城市进行具有代表性的调查，并与专业的研究机构合作，确保我们收集的数据足够可靠并具有代表性。

未来预想图 (Dream Labo)

一个探索内容多样可能性的品牌，用商业视角分析生活方式，隶属于《第一财经》杂志和上海第一财经传媒有限公司。内容包括mook出版、播客“现在进行时”、公众号“未来预想图”、网站、《第一财经》杂志专栏等多种形态。希望与受众共同打开视野，理解品牌、城市、设计背后的逻辑与路径，最终建立属于自己的生活方式。

Erutuf Creative

未来预想图团队以编辑力+设计力为基础成立的创意&咨询品牌，隶属于上海觅来社文化有限公司。erutuf是“future”倒过来拼写得出的新词，带有“颠覆创意”的一点野心。希望为品牌提供更有趣、更有颠覆性的内容创意企划；以及为品牌提供更多具备国际前沿视角的内容咨询与观察。

低 价 创 造 无 价

版权声明

本报告的图文内容（陈列照片、家居照片、文案、版面设计）由上海第一财经传媒有限公司“未来预想图”团队创作，部分照片为家访对象提供。上海第一财经传媒有限公司与家访对象享有本报告的知识产权。

本报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图标、标志、标识、商标、商号等）版权归宜家（中国）投资有限公司所有。

未经书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯版权的行为，将被追究其法律责任，并根据实际情况追求侵权者赔偿责任。



Produced by

 DREAMLABO
未来预想图 | erutuf