

在这里读懂中国消费

说数

住行消费迈向高品质

李 瞳

1 住得更舒适

2024年，我国家政服务市场规模已达1.08万亿元，随着需求不断释放，预计2025年市场规模将突破1.15万亿元。

消费者购买家政服务时的关注重点（指数）



影响消费者购买家政服务的因素



2025年“双11”期间，京东家政成交额同比增长超200%，其中自营家电清洗订单量同比增长超210%，自营洗衣服务订单量同比增长超300%。

从“有得住”到“住得舒心”，从“走得了”到“走得惬意”，住行消费持续迭代升级，悄然改变人们的日常生活。如今，越来越多人在住行选择上告别“凑合”心态，转向对品质、体验与情感价值的追求，住行消费升级不仅源自于生活水平的提升，更展现了人们对美好生活的向往。

居住消费早已跳出“遮风挡雨”的基础诉求，而是成为承载个性表达与情绪放松的情感港湾。当前，越来越多消费者认为舒适的家能有效缓解焦虑，愿意为“更好的使用体验与情绪价值”而消费。其中，客厅、卧室、阳台等居住场景下的消费增长尤为突出，放松身体的功能沙发、助力睡眠的智能床、营造氛围的智能香薰机等产品深受消费者喜爱。同时，家电消费也朝着细分化方向疾驰，受银发经济发展影响，智能适老家居产品供给快速增长；针对外衣与内衣分开洗护的需求上升，多筒洗衣机销量爆发式增长……这些新消费增

长点的涌现，既体现了市场对不同群体需求的精准回应，也表明家居消费正从实用刚需向悦己体验转变，个性化、场景化成为行业发展的核心逻辑。

值得注意的是，在家居消费场景下，家政服务已从“偶尔应急”走进“日常规划”。2025年，越来越多家庭将“买服务”纳入常态化支出，“上门服务”“洁净细致”“深度清洁”成为消费者核心关注点。这一变化折射出人们对生活效率与品质的双重追求，随着生活节奏加快，更多人愿意通过付费服务解放双手，将时间投入更具价值的生活体验。

出行消费则告别“抵达即目的”的简单认知，提升出行体验成为消费者关注的焦点。2025年，随着观看演唱会、追逐体育赛事、体验非遗、短途旅行等多元出行需求的增长，越来越多消费者愿意为更好的出行体验付费——旅行包车、定制化出行等服务成交额增长亮眼；汽车相关消费则从单次购买转向长期服务绑定，消费者在保养时关注驾驶安全与专业检测，洗车时看重双重洁净与杀菌消毒，“商品+服务”一体化的体验模式越来越受欢迎，这意味着消费者更注重消费全周期的品质保障，也倒逼行业从产品销售向服务生态

构建转型。

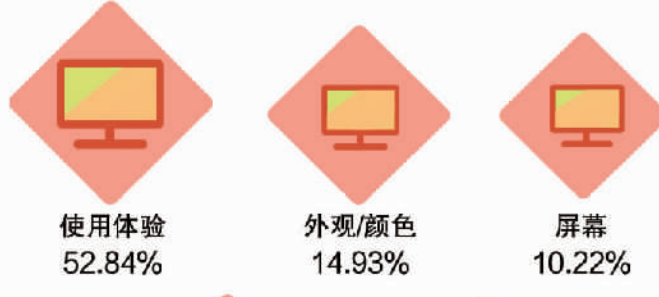
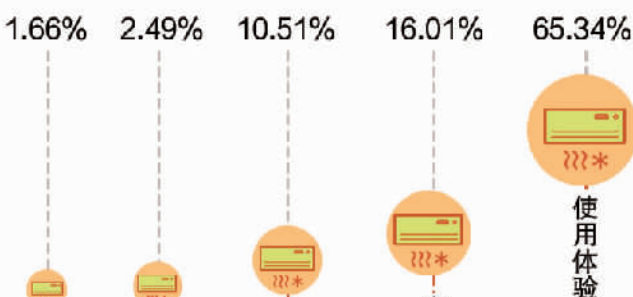
同时，随着户外活动成为常态化生活方式，相关消费也成为新的市场亮点。城市公园步道、近郊露营地、冬日雪场等备受青睐，人们通过户外场景解锁多元生活方式，在亲近自然、参与运动中获得身心放松。这一趋势既源于人们对健康生活的重视，也体现了对突破同质化城市生活的渴望。户外消费的兴起不仅丰富了出行消费内涵，更推动了相关产业场景化创新，从装备供给到场地服务，形成了覆盖全链条的消费生态。

住行消费的品质升级，背后是消费观念的成熟与生活水平的提升。从居住空间的情感赋能到出行过程的体验升级，从细分产品的精准适配到服务模式的不断优化，人们对美好生活的追求正在转化为实实在在的消费选择。这种升级不仅重塑了住行消费市场的供给格局，更彰显了消费对生活品质的引领作用，而在需求与供给的双向驱动下，高品质的住行生活将成为更多人的日常。

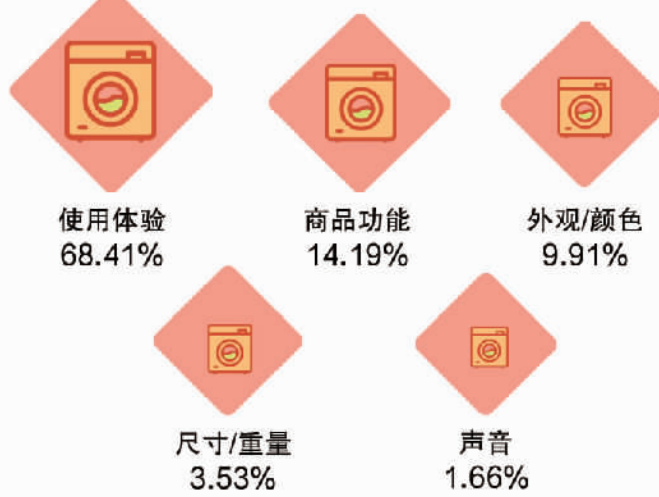
家电消费

影响消费者购买空调的因素（占比）

影响消费者购买电视的因素（占比）



影响消费者购买洗衣机的因素（占比）



2 出行更便捷

汽车相关消费

消费者在购买汽车保养服务时的关注点（指数）

消费者在购买洗车服务时的关注点（指数）



消费者在购买汽车美容服务时的关注点（指数）



户外消费

截至2025年6月底，我国户外运动相关企业已达33.5万家，其中，2025年上半年新增注册相关企业2.4万余家。

与此同时，截至2025年4月初，我国户外运动参与人数已突破4亿人。

2024至2025冰雪季，全国居民冰雪运动参与人数达2.92亿人，较上一个冰雪季增加约2744万人。



2025年，购买户外用品的消费者数量同比增长情况



2025年，购买滑雪装备的消费者数量同比增长情况



旅行消费

2025年前三季度，国内居民出游高达49.98亿人次，出游花费4.85万亿元，同比分别增长18.0%和11.5%。

数据周期：2025年 更多内容 扫码观看

