

A

阳台被改造成一个迷你花园、阅读角或者小型健身区；阁楼被改造成书房或电竞室……现代家庭对家的功能需求更加多元化，每一个空间都被赋予了新的情感价值和功能定位。

卧室是“情绪充电站”

客厅变身个性化空间

家，对于每个人来说，都不仅仅是一个简单的居住空间，它是情感的港湾，是生活的舞台，更是自我表达的场所。在2025年，随着人们生活方式的不断变化，家的概念也在悄然发生着转变。

《2025小红书家生活场景需求洞察白皮书》显示，现代家庭对家的功能需求更加多元化，从“自我充电”的卧室到“情感枢纽”的客厅，从“精控健康”的厨房到“心灵疗愈”的卫浴，每一个空间都被赋予了新的情感价值和功能定位。

以卧室为例，它不再仅仅是睡觉的地方，更是人们放松身心、恢复精力的“情绪充电站”。数据显示，越来越多的人开始注重卧室环境的舒适度，从智能床垫到香薰机，从遮光窗帘

到助眠音乐，各种产品和服务都是为了帮助人们在卧室中获得更好的休息和放松体验。

客厅的变化同样显著。它不再仅仅是家庭成员聚集的场所，更是社交、娱乐和情感交流的重要空间。“撒欢客厅”“高能量客厅”“疗愈客厅”等概念的出现，表明客厅的功能正在向多元化和个性化方向发展。一些家庭将客厅设计成适合儿童玩耍的“撒欢客厅”，配备了安全的家具和丰富的玩具；而另一些家庭则将客厅打造成“高能量客厅”，配备了健身器材和智能音响，用于家庭健身和娱乐活动。这些变化不仅满足了家庭成员的不同需求，也提升了家庭生活的整体幸福感。

B

厨房展示生活美学，智能设备让卫浴更舒适

现代家庭不再满足于标准化的家居产品，而是希望能根据自己的生活方式、审美偏好和情感需求来定制独特的家居环境。

这种需求的转变在厨房中表现得尤为明显。厨房从传统的烹饪空间转变为一个集健康和智能于一体的“生活美学展馆”。一些家庭开始关注智能化设备，如智能冰箱、智能烤箱等，它们不仅能提高烹饪效率，还能提供更加健康和美味的饮食体验。厨房装修设计中，美观被放到了与实用同等重要的位置：嵌入式家电与橱柜融为一体，整洁大方；合理的动线布局，让洗菜、切菜、烹饪、上桌的过程更加丝滑；橱柜内可下拉拉篮可以轻松拿取高处空间的储物，透气拉篮“隐藏”蔬菜保持外部整洁。

人们对卫浴空间的需求同样呈现出多样化趋势。“心灵浴室”“适群体化卫浴”等概念出现，让卫浴空间不再局限于基本的清洁功能。不少家庭升级了智能马桶、智能淋浴系统等设备，不仅能提供更加舒适和便捷的使用体验，还能满足不同家庭成员的个性化需求，比如为马桶圈设置不同的座温、为淋浴设置不同的水流强度等。卫浴空间的美学设计同样重要：主色不超过三种的“留白感”设计，带灯光、除雾功能的浴室镜柜，用内嵌的壁龛代替置物架让洗漱用品“消失”……这些都是当前卫浴装修的热门元素。

C

阳台改建成迷你花园

创新应用空间提升生活趣味

围绕阳台一侧U型呈现的绿植区，绿植与鲜花错落摆放，为家中带来一抹鲜艳的色彩；另一侧，靠墙是一通到顶的书柜，旁边的懒人沙发似乎在召唤：“坐下看会书吧！”阳台不仅仅是晾晒衣物的地方，还可以被改造成一个迷你花园、阅读角，或者小型健身区。数据显示，越来越多的家庭开始关注阳台的多功能设计，通过摆放绿植、设置阅读桌椅，或者安装健身器材，打造出一个既实用又美观的多功能空间。

阁楼和地下室等空间也在被重新定义。将阁楼改造成一个安静的书房或者电竞室，地下室则被改造成家庭影院或者健身房——这些空间的创新利用提升了家庭生活的趣味性和多样性。

阳台花园、阁楼电竞……

多功能空间打造现代家生活



D

环保材料有利于身体健康

节能节水器具更受青睐

现代社会对环境保护和可持续发展的关注度越来越高。这种环保意识也反映在了家生活的需求中，环保、可持续的产品受到青睐。

在装修材料的选择上，越来越多的家庭开始关注环保型材料的使用，如无甲醛板材、低挥发性有机化合物（VOC）涂料等。这些材料不仅对环境友好，也有利于家庭成员的健康。

同时，在家具的选择上，人们倾向于选择可回收、可再生的材料，以减少资源的浪费。

“如何看懂中国能效标识？”“变频家电与定频相比有哪些优势？”“哪些24小时待机的电器是耗电大户？”在选择家电时，这些话题受到关注。在生活方式上，现代家庭努力践行可持续发展的理念。大家开始关注节能减排，通过使用节能灯具、节水器具等方式减少能源的消耗。并且开始努力减少一次性产品的使用，选择可重复使用的餐具、购物袋等，以减少垃圾的产生。

E

家庭共享空间用于社交

家生活经验不忘网络“种草”

餐厨一体化设计为何走红社交平台？将厨房和餐厅通过隐形推拉门“打通”的设计，让做饭的人不再“孤独”。家人、朋友边聊天边烹饪，可以随时互相“搭把手”，也可随时坐下共享美食。

随着社交媒体的发展和人们社交需求的增加，家生活的需求也在向社交化和共享化方向发展。客厅或餐厅不仅是看电视、用餐的空间，更是用于举办聚会、派对等活动的共享空间。这一空间满足了家庭成员的社交需求，使得不少家庭开始关注共享活动的组织和策划，更多的出游行程、运动计划从这里诞生。

在社交媒体方面，不少网友开始通过社交平台分享自己的家生活经验和产品推荐。这种分享行为不仅满足了个人的表达欲望，也为其他人提供了有价值的信息和参考。一些品牌也开始通过社交媒体平台与消费者进行互动

和沟通，了解消费者的需求和反馈，从而更好地满足市场真实需求。

据《北京青年报》