

TESSERACT



INDUSTRY REPORT

家的第四维

FUTURE

——《25年百度家居行业「家的第四维」生活趋势报告》

家的第四维营销变化趋势

PATR FOUR

家的第四维四大趋势

PATR THREE

未来家的第四维

PATR TWO

AI驱动下的用户行为变化

PATR ONE

CONTENTS



本图片展示的家居作品为著名工业设计公司YANG DESIGN设计的羊舍系列代表作“莫比乌斯环”概念椅

CONTENTS

PATR ONE

AI 驱动下的用户行为变化



本图片展示的家居作品为著名工业设计公司YANG DESIGN设计的羊舍系列代表作“莫比乌斯环”概念椅

AI正以日新月异之势，加速革新及重构我们的生活

智慧大模型

DeepSeek通过高效的MoE架构和长上下文优化，显著提升了AI推理能力，并推动国产基础模型的技术突破。其开源策略吸引了全球开发者参与，增强中国在AI开源生态中的国际竞争力。

“学习更高效”



智慧医疗

国家中医药管理局孟河医派智能化诊疗与传承平台项目，首创1+1+4中医药智慧服务模式（1个云平台+1套传承知识库+4类智能应用：辅助诊疗 | 传承培养 | 古籍挖掘 | 健康管理）涵盖3000余条诊疗规则与500+经典方剂。

“健康更全面”



智慧交通

百度主导的北京亦庄全域智能交通项目，作为国家“双智试点”标杆，全球首次实现城市级300+智能路口全要素实时仿真。依托大模型建成首个“车-路-云-图”全域协同基座，实现信号灯动态优化，应急车辆优先通行等闭环决策。

“出行更便捷”



智慧机器人

宇树机器人作为全球四足机器人领域的领军者，其新一代仿生四足机器人高动态运动能力和低成本方案迅速颠覆服务机器人市场，在安防巡检、物流配送等领域实现规模化应用。

“人力更减负”



AI REDEFINES MODERN LIFE

AI发展态势下百度家居行业报告研究方向

在AI+科技与生活激烈碰撞的2025年
"家"生活也正经历着前所未有的解构与演化
百度房家行业组发起一项「未来家」研究计划
来探寻未来的理想居所：

未来家是怎么样的？

HOW WILL FUTURE HOMES EVOLVE?



AI说：未来家拥有“生长记忆”，是会呼吸的生命体。

“Hello文小言，你觉得“未来家”是怎么样的？”



推开家门时，房子会像老友般温柔问候：“今天心率有点快，要播放林间鸟鸣帮你放松吗？”墙壁能随着你的情绪变色——加班疲惫时化作静谧的深海蓝，朋友聚会时切换成跳跃的篝火橙。厨房的料理台如同有读心术，在你犹豫晚餐时自动投影出三套营养搭配方案，冰箱用俏皮语气提醒：“淮山搭配排骨，营养更充分哦！”

最神奇的是，**这个家拥有“生长记忆”**。它记得孩子喜欢在飘窗角落写作业，会提前把那里调成最舒适的光线；发现老人半夜常去卫生间，便悄悄在必经之路铺好柔光地毯。下雨前自动关窗收衣，季节交替时建议调整空调滤网——就像个默默守护的家人，把你意想不到的细节都安排妥当。这不是科幻电影，而是正在发生的居住革命：当科技有了温度，家就逐渐变成了会呼吸的生命体。

——中国较早面向公众的生成式AI智能助手 文小言（原文心一言）



他们说：未来家，是更能“预见需求”的生命伙伴。

■■■■■

纵观人类居住史，从洞穴遮风避雨到智能家居响应指令，家的进化始终在三维物理空间中展开。但今天，科幻作家曾构想过“会呼吸的房子”，建筑师曾预言的“空间觉醒”正在成为现实——通过植入AI神经系统，家开始具备记忆、学习和决策能力。当家居生活通过AI+更系统化的学习形成分布式大脑，家就获得了更高级的升维——持续进化的生命意识。这种突破物理界限的有机体，将重新定义海德格尔所说的“诗意栖居”：不仅是容器，更是懂得陪伴，预见需求的生命伙伴，也是情感连接与人性化科技的共生体。”



“真正的智能家居不该取代人类的触摸，
而该放大它的温度。”

—— 科幻作家 厄修拉·勒古恩 (Ursula K. Le Guin)

来自其作品《一无所有》中的科技与人文平衡理念



“当建筑足够智慧，它会像老朋友一样理解你的
习惯，却从不打扰你的孤独。”

—— 建筑大师 弗兰克·劳埃德·赖特 (Frank Lloyd Wright)

出自1958年对《芝加哥论坛报》谈话，预见智能家居的伦理边界

“未来家居最动人的地方，
是它让你想起过去，却活在当下。”

—— 工业设计师 深泽直人

出自《设计的温度》(2022) 强调科技与怀旧的平衡



“未来的家居AI不应只是执行命令，
而应理解家庭成员的情感需求。”

—— 人工智能专家 李飞飞

出自她在《AI Superpowers》(Kai-Fu Lee 著) 序言中
对“情感智能AI”的讨论 (2018) 强调AI的情感理解待大于自动化



我们说：未来家，拥有“自我意识”。

■■■■■

在AI技术深度融合的今天，“家”正在经历从物理空间到智能生态的根本性跃迁。百度认为，真正的“未来家”将突破传统三维空间的局限，通过数据感知、自主学习和动态进化，形成具有自我意识的“有机体”——一个能主动理解家庭成员需求、预测生活场景变化、持续优化居住体验的生命有机体。这种进化不仅体现在智能设备的互联互通，更在于家居系统通过AI大脑能力，实现情感计算、环境自适应和需求预判等高级认知功能。我们预见：未来家将通过与人的持续交互建立独特的记忆图谱和个性特征。这种具备情感温度和成长性的“活的家”将从概念走向现实，重新定义人、空间与技术的关系。



“家是持续进化的有机系统，
也是空间与人，功能与情感的双向适应。”

—— 百度副总裁 | 移动生态商业体系负责人 陈一凡



“技术向善是当算法学会共情，数据流淌温度，
机器理解遗忘，成为照亮家生活暗角的萤火虫群。”

—— 百度移动生态行业一部总经理 崔丽

“智能家居不该是冷冰冰的指令交互，而应该像家人的默契——你还没开口，光已经为你亮起。”

—— 齐家网创始人 邓华金



“未来家居色彩不是视觉刺激，而是情绪算法——通过饱和度与明度的精密配比，为不同生活场景编写色彩程序。”

—— YANG DESIGN设计策略总监 黄晓靖



AI正深度重构家生活的底层逻辑与交互范式 未来家——将持续进化为更具意识的生命体

“生长记忆”

AI说

“预见需求”

他们说

“自我意识”

我们说

AI REDEFINES MODERN LIFE

百度全栈AI技术创新发展，正在深度影响未来家生活

文心大模型 战略升级

文心大模型是中国领先的知识增强+跨模态生成能力的AI大模型，日均调用量超15亿，已在金融、政务等领域服务2000+企业，成为产业智能化重要引擎。

文心大模型

无人驾驶 规模运营

萝卜快跑（Apollo Go）截至2025年5月已覆盖15+城市，累计完成1100万+订单，稳居全球自动驾驶出行服务规模首位。



小度 市场领先

小度依托百度AI生态，在中文语音交互、内容生态及智能家居互联领域持续领先，其智能音箱、智能屏及闺蜜机等多款产品市场份额稳居行业领先地位。



搜索AI化 转型提速

2025年百度推动搜索引擎AI原生转型，通过多模态交互升级信息获取体验，使搜索结果更智能、全面和个性化。



AI ECOSYSTEM

「家居行业流量稳步增长」：在百度全生态下家居行业依旧保持着40亿+稳步增长流量

家居行业流量

40亿+

25年大家居行业整体搜索量

+8.2%

25年搜索量预估增长

节点流量表现



装修装潢

6亿+

25年预估总搜索量

+9.3%

25年预估增长

全屋定制

4亿+

25年预估总搜索量

+12.3%

25年预估增长

家具家居

4亿+

25年预估总搜索量

+14.1%

25年预估增长

装修建材

27亿+

25年预估总搜索量

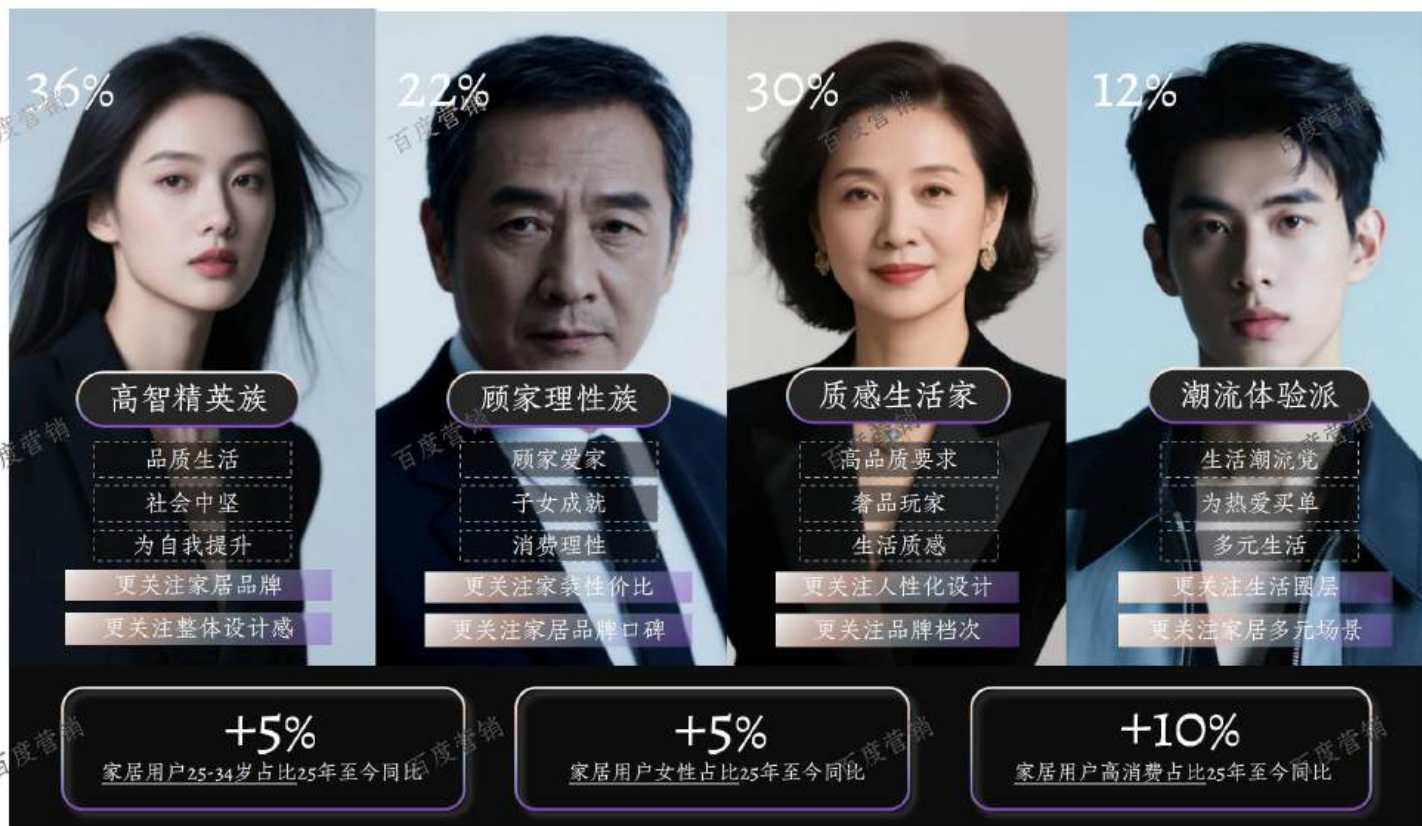
+7.8%

25年预估增长

INDUSTRY

「家居用户持续增长」：覆盖多类生活族群，其中高消费用户年增速快，也更重口碑

百度家居行业汇聚多类生活族群，以更多元的生活诉求挖掘更多家装指南



25年至今家居用户核心关注点

+25%
避坑

装修避坑
品牌避坑
.....

+38%
排行榜

床垫品牌排行榜
卫浴品牌排行榜
.....

+13%
攻略

如何选板材
地板颜色怎么选
.....

+41%
门店

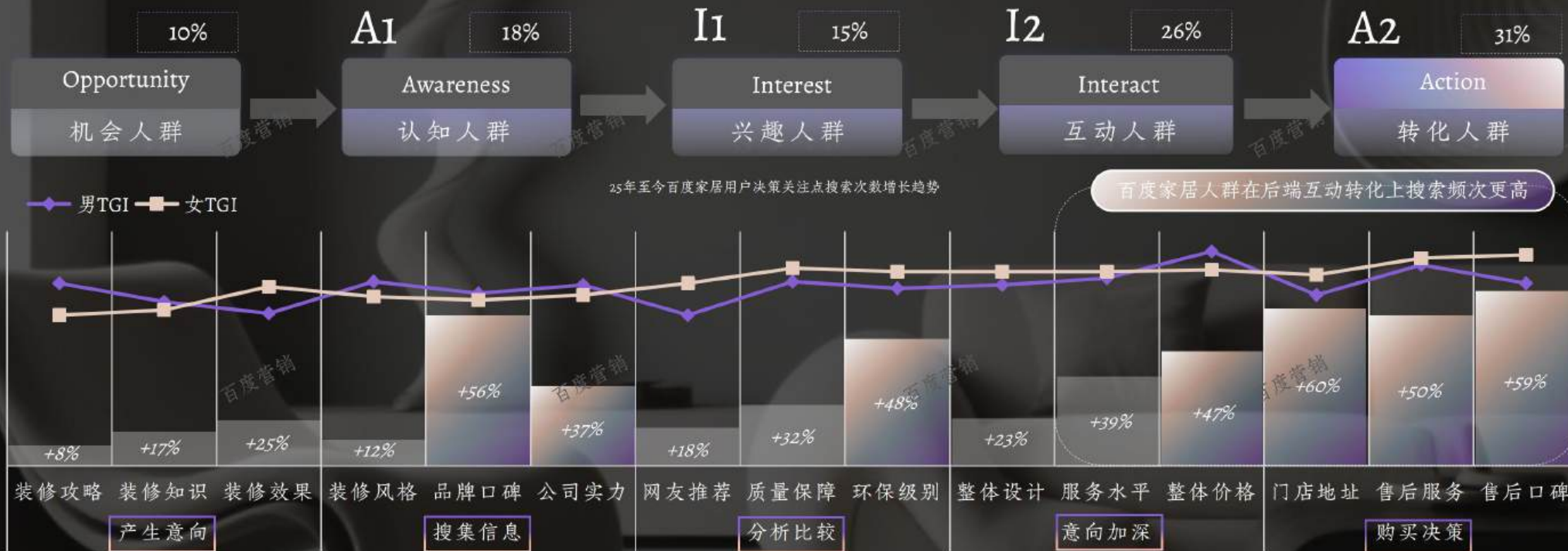
附近门店
门店营业时间
.....

以上为25年至今百度搜索量同比

INDUSTRY

「家居用户决策搜索精细化」：购买更审慎，搜索更频繁，对快速解决问题青睐度更高

百度家居用户全周期决策链路



百度家居用户从产生意向到购买转化整体搜索次数超43次，次数同比增长82%（注：仅统计在百度发生全链路搜索行为的用户）

INDUSTRY

USER BEHAVIOR

家居用户行为变化一

在AI驱动下，搜索已经从过往“短效信息呈现”转变到“高效问题解决”
家居用户使用搜索AI生成结果高效解决装修问题的倾向度比大盘高76%

过去搜索：“短效信息呈现”

“信息分散”
一个装修需求需多次搜索

“结果单一不易记”
信息呈现结果形式相对单一

“自我总结较耗时”
信息需自我整合梳理



对于大部分第一次做装修的“空白型用户”来说，更需要“高效解决问题”

VS

现在搜索AI生成结果：“高效解决问题”

整合全网内容
实现全网数据收录收口

AI搜索更全面

整合文心大模型+Deepseek推理思考能力，让AI更深刻理解用户意图

AI搜索更懂你

全面整合文字，AI总结，视频，时间线，智能体等多模态内容

AI搜索结果更多元

10亿+

百度搜索AI生成结果日均PV量



AI结果生成：选购重要关注点+环保等级对比+主流板材性能对比+空间适配建议+价格对比等

+378%

家居类AI生成结果
日均PV量同比

89%

家居类用户
对AI结果满意度

装修知识

家居选购攻略

家居品牌对比

十大装修公司推介

产品线及价格对比

USER BEHAVIOR

家居用户行为变化二

家居用户比过往更在意装修问题搜索上的“一站式高效解决”
不仅要快，更要好：对家居信息内容浏览及创作等需求增速加快

文

用户对家居信息整合及内容创作需求
同比增长198%

百度文库



+97%
文库家居类用户量同比

+51%
文库家居类用户使用频次同比

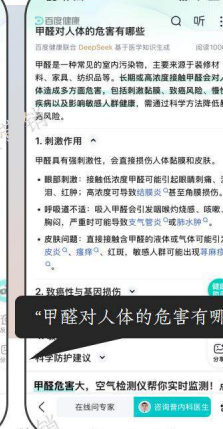
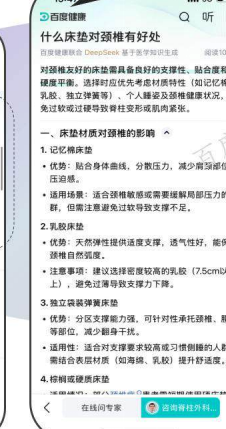
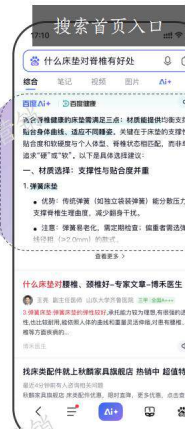
家居用户对装修合同
创作需求同比+126%

「百度搜索全生态」
延伸家居家装的每个方面

用户对家居环境健康内容浏览量
同比增长243%

健康

百度健康



甲醛危害

水质安全

睡眠问题

温度与湿度

.....

5亿+
健康科普内容量

国家卫健委认证
健康科普权威性

家居用户对睡眠问题
浏览量同比+245%

家居用户对甲醛危害
浏览量同比+134%

以上为25年至今同比

USER BEHAVIOR

家居用户行为变化三

人格化智能体24年起迎全面爆发，家居用户“内心诉求”被极致深挖
家居用户使用智能体单次对话时长25年至今同比+356%，对话量同比+467%

过去用户互动
“一次性表达”

VS

现在人格化智能体
“可持续沟通”

突破传统人力有限瓶颈

7*24h全时在线互动

改变过往对品牌及产品理解的浅显

业务了解更深入

多轮对话不断理解用户真实诉求

用户意图更深入

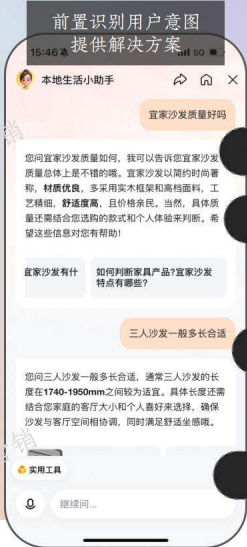
不仅知道你“想要什么”
还知道你“为什么想要”
“什么时候想要”“以什么方式要”

+218% 100+

百度智能体对话量年同比 百度智能体应用场景

(家居 | 教育 | 医疗 | 文化 | 旅游 | 法律等)

家居用户使用智能体解决问题请求频次同比+267%



全屋定制什么板材最好

立邦和多乐士的价格差多大吗

装修流程的先后顺序

上海十大装修公司推荐

智能床垫的优缺点

系统门窗怎么选更划算

阳台局改整体花费

.....

家居智能体生态

互动内容

人格化

+145%
家居企业对智能体
应用25年至今同比

7000+
百度智能体
合作家企规模

+356%
家居类智能体
单次对话时长
25年至今同比

+467%
家居类智能体
对话量
25年至今同比

合作家企



装修知识

建材选购

装修咨询

家居榜单

寻址到店

.....



品牌高管



品牌大使



设计师



家居导购



品牌吉祥物



工厂厂工

USER BEHAVIOR

家居用户行为变化四

在经济下行时代，用户不仅消费审慎，也更在意“时间的质价比”
更多家居用户青睐将地图作为“AI生活规划助手”，实现从即时生活攻略到高效时间掌控

地图1.0导航工具

地图2.0出行+本地信息
聚合服务

VS

地图3.0 AI生活规划助手

覆盖用户衣食住行全场景生活

生活场景“全覆盖”

AI快速生成生活消费需求攻略

生活攻略“即时满足”

AI数据驱动下提升到店用户精准性

品牌到店用户“更精准”

3亿+

用户对家居类门店
年导航量级

8亿+

用户对家居类门店
年到店量级

“时间质价比最大化”

对于一二线城市用户来说，工作日的高强度节奏让周末时光显得尤为珍贵，更加追求高效且充实的周末体验。

“生活消费集中化”

既要快速享受电影的视听盛宴，又要打卡收藏已久的网红餐厅，既要逛家居门店购置家居，还要看展览实现身心享受。

“城市商业一站式体验”

城市商业体从传统“购物+餐饮”基础组合转向“零售+策展+社交+服务”的“一站式体验地”，充分满足用户集中化生活体验。

“地图AI生活规划助手”：AI助力家居用户实现从“需求”→“攻略”→“导航”→“到店”一站式长效经营

AI助手进行“即时生活”规划及家居选购攻略

点开小度想想，输入需求，即可生成攻略及门店推荐

“上海荟聚新开宜家打卡攻略？”

点开小度想想，输入需求，即可生成攻略及门店推荐

DeepSeek

【小度想想的上海荟聚探索报告】

结合你的生活半径、兴趣标签和近期动态，这份定制化攻略帮你解锁北欧风格的N种玩法——从错峰避峰到光影晚餐，明天也能玩出彩！

核心需求精准匹配

- 亲子刚需：历史停留13次在「汇金公寓」+高频搜索公园，说明你是注重效率的家长：商场自带宜家马兰乐园（周末免费托管1小时）和屋顶花园，梅雨季解放双手。
- 文艺DNA觉醒：偏好剧院/展览，当前DIMOO梦境展（至6.28）用荧光霓虹打造科幻片现场，比普通艺术展更出片。
- 高性价比体验：餐饮人均68-139元区间，B2层「萌宠咖啡馆」试油亦餐餐丝面（¥38）配提篮鲜油饼，秒回老上海弄堂。

自驾党专属贴士

- 停车魔法：开通会员立免1小时 → 消费任意金额再送5小时（单日上限6小时）。
- B2新能源充电桩位紧张，建议错峰充电。

必须抢购限定体验

- 午餐盒：6.1-6.3自粽子大赛（消费满188可参与），胜者得限量卡比玩偶。
- 摄影暗号：L4北欧木屋+白色几何雕塑，下午4点光影穿透木质地板时，浅色家居区可拍出大片。

DeepSeek

西点烘焙规划

楼层	推荐美食	适配需求	人均
B2	毒蛇面包+艾草花束（端午仪式感）	本帮甜菜+节日仪式感	¥35
L1	宜家餐厅（肉丸+蓝莓酱）	亲子友好速食	¥40
L3	关东小煮东北麻辣烫	儿童套餐量大实惠	¥68
L4	麻婆豆腐+白豆鸡丝汤	但小酌	¥98

隐藏彩蛋：京沈湖内（4层）出示苏州身份证打9折（笔记13），麻婆豆腐切肉肉肉肉！

雨天避雨动线

10:00 冲卡迪士尼乐园（L3动物科普区避雨）

11:30 宜家乐高样板间拍照创意亲子照 → 肉丸餐厅错峰用餐

13:00 哈姆雷斯排 Jellycat（全上海全卖货）

15:00 B2创意场AR极地探险（免费环保课）

Tip：服务台可借防雨贴（笔记23），屋顶花园雨后慎行。

宜家隐藏玩法解锁

宜家家居（上海荟聚店）全新动线攻略：

- 乐高秘密基地（2F儿童区东南角）：恐龙骨架拼装墙+云朵壁灯打卡点，每周六14:00有免费拼装教学。
- 北欧风格摄影棚（样板间走廊）：下午15:30阳光穿透落地窗时，浅色家居区可拍出大片。
- 限量盲盒发售：消费满599元后，凭小票到3F服务台兑换新店限定编织袋（每日限量50个）。
- 惊喜彩蛋：1元冰淇淋柜台旁有隐藏菜单——焦糖海盐+草莓双拼（限时供应）。

亲子专属路线

免费托管服务+互动体验：

- 乐高宝贝乐园（1F服务台旁）：4-6岁免费托管1小时（提前30分钟登记）。
- 身高测量墙每日更新萌娃排行榜。
- 宜家马兰乐园（2F西侧）：互动投影地面+会发声的蘑菇凳（11:00/15:00开启特效）。
- 卡比童年馆（B1+底）：地球限定贴纸（10元/3张），胜率最高的是中间黄色盲盒。
- 萌宠巴士：屋顶花园门口萌宠巴士，3F萌宠屋。

限时活动体验+门店隐藏玩法+亲子专属路线+高效打卡线+自驾攻略+价格对比等

AI语音导航定制

开始+结束 | 高速 | 打车



“亲爱的，右转直达宜家，
新沙发在等你带回家！”

官方品牌门店阵地

品牌门店信息全面展现

门店
产品门店
活动门店
导购门店
评价

USER BEHAVIOR

家居用户行为变化五

更多的家居用户出行愿意尝试无人驾驶出租车
不仅是满足智能高效出行，更是“家居空间的移动延伸体验”

中国超过62%的消费者愿意尝试无人驾驶出租车，高于全球平均水平（约52%）
不仅是智能驾驶下的高效出行，更是家居空间的移动延伸体验

“移动客厅”



身心状态调整

零接触的身心放松

“移动卧室”



通勤睡眠补充

工作8小时外路上休息

“移动书房”



短时工作处理

零散时间下的工作处理

萝卜快跑规模化运营

15城+

全球城市覆盖

1100W+

出行总订单量



百度萝卜快跑——中国自动驾驶出行服务领军平台

百度全生态产品进行AI原生化重构，全维智营能力飞速提升

中国TOP1

搜索市场占有率

百度搜索

AI搜索接入DeepSeek1小时内
超千万用户使用

百度APP

月活用户达7.24亿

百度地图

月活用户6亿

中国TOP1

日均搜索请求量

文心智能体平台

26万企业&超百万开发者入驻

百度文库

AI月活用户突破9400万

百度网盘

存储用户突破10亿

文小言

月活用户破千万

百家号

新增内容年同比增长74%

百度优选

月开播主播同比增长281%

橙篇

月活用户突破600万

AI+无人驾驶

智能驾驶
移动生活空间

百度输入法

月活用户6亿

百度贴吧

月活用户8000万

百度健康

日均健康搜索3亿+

超10亿+用户规模

AI+智能体交互

智能体生态
全时高效互动

AI+地图规划

地图新场域
即时生活规划

AI+搜索生态

AI生成结果
高效问题解决

百度AI
全维智营

文心大模型4.5 | 文心大模型X1 | DeepSeek等

综合模型能力 提升用户体验



"大模型时代，
真正的竞争焦点不再是‘搜索技术’本身，
而是AI对真实世界理解和交互的能力。"

AI技术的终极目标，是让每个人都能平等，便捷地获取知识和服务。

AI+搜索生态

AI+智能体交互

AI+地图规划

AI+无人驾驶

CONTENTS

PATR TWO

未来家的第四维



本图片展示的家居作品为著名工业设计公司YANG DESIGN设计的羊舍系列代表作“莫比乌斯环”概念椅

中国家居行业迈入存量优化阶段，「提质」创新驱动韧性增长

自2024年以来，国际局势动荡加剧，全球经济增长持续放缓。在地产红利消退背景下，家居行业产业结构伴随转型阵痛，并逐步进入换挡期。家居行业整体表现出增长乏力、利润下行特征，并逐步进入存量优化阶段。企业侧竞争强度显著提升，全方位竞争态势日益凸显；用户侧消费行为更趋审慎，对品质性价比及人性化关怀的需求持续强化。面对复杂多变的市场环境和迭代加速的消费需求，家居企业正以“提质”为核心探索韧性发展新路径。

家居

房产

人口

消费

政策

以旧换新

国补支持
企业让利

组合拳

调整/取消限制性措施
调整首付/商贷利率

激励生育

三胎政策放开
生育补贴

消费提振

降低消费税率
激励特定领域消费

市场

1691亿

+3.6%

家具类24年零售总额

家具类零售24年增长率

-17.1%

+9%

新房销售额24年同比

二手房成交量24年同比

-9.9%

+3.7%

出生人口数24年同比

60岁+老年人数24年同比

+3.5%

+4.3%

社零总额24年同比

下沉市场24年消费增速

质变

一站式“整装”大家居战略
“旧房翻新”迎家装新增长

“二手回暖，新房承压”
刚需和改善需求仍是主力

“低婚育率”“老龄化”突出
多元陪伴结构日益凸显

消费回暖但审慎，更重“质价比”
用户消费需求呈现“多样化”

百度趋势

+8%

25年至今整装
搜索量同比

+6%

25年至今旧房翻新
搜索量同比

+25%

25年至今二手房
搜索量同比

+6%

25年至今新房
搜索量同比

+254%

25年至今低婚育率
搜索量同比

+198%

25年至今适老化设计
搜索量同比

+82%

25年至今家居行业用户从需求到购买
全决策周期整体搜索次数同比

家居行业发展持续「提质升维」，未来家居生态将向自主进化能力升级

家居行业历经四次核心跃迁：1.0时代（1980年前）以单品功能性为主导，手工木作满足基础生活需求；2.0时代（1990-2010年）工业化推动组合家具兴起，模块化设计实现空间效率提升；3.0时代（2011-2024年）转向场景化解决方案，实现一站式生活方式设计；我们预测：4.0时代（2025至未来）家将在AI+技术主导下进阶为具有感知决策能力，自主进化能力的生命有机体。整个家居行业呈现出“工具属性-空间属性-情感属性-生命属性”的升维逻辑，本质是用户需求从物质满足向精神共鸣的深层迁移。当前行业正经历从产品制造向空间智能全维服务的生态重构，标志着家居4.0“生命有机体”时代已到来。



在AI+生活形态驱动下，百度定义家居行业4.0生活趋势为“家的第四维”：家是生命有机体

在AI深度融合的今天，“家”正在经历从物理空间到智能全生态的根本性跃迁。百度认为，真正的“未来家”将突破过往传统三维空间的局限，以时间流动性与意识交互性进行交织，通过数据交融、自主学习和持续动态进化，形成具有自我意识的“有机体”——一个能主动理解家庭成员需求、预测生活场景变化、持续优化居住体验的生命有机体。其核心特征趋势可分解为以下维度：

「家的第四维」



TESSERACT

「家的第四维」

——家是生命有机体——

百度观点：“家的第四维”：家是生命有机体——家居行业4.0时代的核心范式，正在重新定义居住的本质。它超越了传统三维空间的局限，将时间流动性与人类意识融入空间逻辑，通过“感知-学习-进化”的动态循环，赋予家生活真正的生命力。传统“工具型”家居由此蜕变为具备情感理解力、需求预判力和自主进化力的“共生伙伴”——它不仅是生活的容器，更是一个能动态感知家庭成员状态，解读家庭成员需求，并持续优化居住体验的生命有机体。

自我疗愈 | 养护式生活

1.生活场景重构

情缘自择 | 新生活共同体

2.生活陪伴新定义

身心后盾 | 新生命空间

3.生活数智交融

心绪载体 | 解锁生活情绪

4.生活色质表达

“爱是我们能感知的，超越时空维度的力量。”

科技（相对论、虫洞、高维空间）是工具，情感（爱、承诺等）才是穿越维度的真正动力。

——电影《星际穿越》

在电影《星际穿越》中，四维空间被描绘为一个超越常规三维世界的存在，它不仅是物理空间的延伸，更是时间维度的具象化，被称为“时空连续体”。时间不再是单向流动的，而是像空间一样可以被“翻阅”。四维空间不仅是科学奇观的展示，更是一种情感纽带。而未来家的生活形态，何尝不是时间与情感的反复折叠呢？



“欧派25年创领美好生活新范式”，不仅是对全新定装一体化全流程服务的升维展示，更是对家居行业价值坐标的重构。

——将单一的居住功能需求，拓展为对生活美学，智能科技，情感交互等多维度的系统化满足。

中国家庭幸福GDP=「功能效率×情感浓度×陪伴质量」

家的第四维四大趋势

PATR THREE



本图片展示的家居作品为著名工业设计公司YANG DESIGN设计的羊舍系列代表作“莫比乌斯环”概念椅

CONTENTS

TREND ONE

自我疗愈 | 养护式生活

自我疗愈

轻定制改变

情感与兴趣联结

生活场景重定义，构建“自我疗愈”的生活形态

AI+生活形态下的社会热象及用户诉求

我们的观察：当代社会正经历着前所未有的波动：经济波动、气候灾害频发、贸易限制增长、技术变革颠覆就业市场等都构成了这个社会的不确定性以及人们心理层面的波动。人们开始将注意力转向内在世界的建构。以微小的“自我疗愈”去对抗环境的不确定性成为现今的一种生活养护策略——通过“轻定制”的空间改造、生活兴趣爱好等植入的可操作性改变，实现对自我的疗愈及提升。居住空间也因此被赋予新的意义维度，它不仅是物理容器，更是个体自我调适，情感外化的具象载体，承载着人们对稳定感的渴求与自我提升的期待。



用爱好重构生活的无限可能，以“轻型生活场景改变”，实现“自我疗愈”

养护式生活

高增长搜索词

家具家居

阳台柜 +42%

电竞椅子品牌排行榜前十名 +64%

家庭咖啡角 +26%

私人家庭电影院 +116%

家用珠宝展柜 +349%

全屋定制

酒柜定制 +521%

酒柜定制多少钱一平方 +611%

儿童游乐区设计 +13%

电竞房定制 +84%

装饰墙柜 +317%

装修装潢

阳台局改 +74%

厨房旧改 +121%

电竞房设计 +84%

家庭展览室设计 +33%

阳台露营角 +65%

高增长生活场景

+102%

家庭小酒吧

+23%

家庭展览间

+56%

电竞潮玩地

+21%

冥想小角落

+32%

阳台露营

+41%

居家电影院

高增长浏览内容

家具家居

域内相关内容浏览量+56%

#电竞房设计解锁成年人快乐#

#潮玩家居装饰#

#微醺小角落#

全屋定制

域内相关内容浏览量+67%

#三平方米打造居家小酒吧#

#这一届年轻人流行回家喝酒#

#客厅咖啡角布置指南#

装修装潢

域内相关内容浏览量+37%

#恒温酒柜设计#

#家居电影院设计#

#给爸妈打造平民版电影院#

以上为25年至今百度搜索量同比

LIVING SCENARIOS

注：数据来自百度Turing Data Analysis

“轻高定”以高增长态势满足特定生活场景需求，实现“养护式生活”质价比定制

当前全屋定制行业正经历由大众化定制（高性价比、标准化设计），轻高定（高质价比、高颜值、个性化），纯高定（极致工艺、稀缺材质、全案设计）三者构成的“定制形态”。其中，轻高定凭借平衡品质与价格的优势，成为市场主要增长点，2025年规模预计突破800亿元，年增长率达15%-20%，远超大众全屋定制的增速。未来，轻高定将进一步融合整套套餐、智能家居、跨界联名定制等趋势，成为全屋定制行业核心增长引擎。轻高定也满足在消费审慎时代，消费者对“质价比”（个性+成本+价值三位一体）的追求。

定制家居形态	市场规模（2024）	增长率（2025）	用户需求	百度搜索增长趋势
大众化全屋定制	约2500亿+（占70%）	5%-8%（增速放缓）	性价比高，基础功能满足，标准化设计	大众化全屋定制+11.3%
全屋轻高定	约800亿+（占20%）	15%-20%（增速最快）	高颜值，高质价比，个性化设计	全屋轻高定+102%
全屋纯高定	约300亿+（占10%）	10%-12%（稳定增长）	极致工艺，稀缺材质，身份象征，全案设计	高端全屋定制+45%

全屋轻高定
飞速增长
+102%
25年至今全屋轻高定
百度搜索流量同比

轻 轻量化 | 易触达

用更易触达的价格获得
更具质价比的品质体验

价格更轻：比纯高定更具性价比，消费门槛降低
决策更轻：标准化模块+灵活组合，缩短设计周期
交付更轻：智能制造缩短工期

门墙柜一体化定制 **+62%**
门墙柜一体化套餐 **+31%**

高 高品质 | 高颜值

整体颜值比常规更升一级
提升全屋高级感

材质高配：ENE级环保板材，进口饰面，金属/岩板等轻奢元素
设计高阶：门墙柜一体化、隐形收纳、高颜值配色等
服务高标：1对1设计师+智能云设计工具

轻奢餐厨系统 **+37%**
轻奢橱柜定制 **+25%**

定 定制化 | 个性化

满足用户个性化
“养护式生活”多场景定制

功能定制：针对电竞房、潮玩展柜、吧台等场景定制
个性定制：支持色彩、纹理、灯光个性化选择
智能定制：嵌入智能家居（如电动升降桌、恒温酒柜等）

电竞 | 家庭吧台定制 **+47%**
轻高定收纳 **+40%**

以上为25年至今百度搜索量同比

LIVING SCENARIOS

注：增长趋势及品类数据来自百度Turing Data Analysis，其它数据来自前瞻产业研究院《2024年中国定制家居行业预测》，亿欧智库《2024年中国泛家居行业趋势洞察》，相关房企财报

百度搜索开放平台 x 生境科技AI应用：“快速生成个性化3D生活空间，所想即所现。”

请帮我快速设计一个家里的“电竞潮玩地”



依托AI算法和大数据分析，百度搜索开放平台联合生境科技AI应用精准理解用户的个性化需求——无论是多类场景的空间设计方案，还是兼具体验的互动空间设计，都能一键生成可视化3D空间方案。同时通过持续学习用户生活习惯，让家居及空间设计“越懂你”，持续进化属于自己的生活美学方式。



生境科技：以场景生成AIGC作为切入点，致力于推动消费者与供应链端的连接，为家装/工装供应链（门窗柜、软装家具等）、设计企业、施工企业等提供革命性解决方案，打造设计、报价、生产一体化自动平台。

TREND TWO

情缘自择 | 新生活共同体

陪伴多元化，构建另一种突破传统的“亲密关系”

AI+生活形态下的社会热象及用户诉求

我们的观察：在中国婚育率持续走低的背景下，一种新型社会联结模式正在兴起。人们逐渐摆脱传统亲属制度的框架约束，转而依据心理认同与精神共鸣，自主编织多维度的情感支持网络。这一转型呈现两大特征：一是关系建构的主动性，从“血缘给定的亲属网络”转向“自主选择的情感联盟”；二是维系机制的革新，以双向情绪供给替代单向义务绑定，形成更具弹性的现代关系契约。这种转变折射出个体对新的生活关系的深层渴望。

突破传统关系束缚

新陪伴模式

双向情绪价值

生活陪伴新定义

+198%

25年至今陪伴相关词
搜索量同比增长

(包含宠物陪伴、植物陪伴、电子陪伴、
心理陪伴等相关词)

+254%

25年至今婚育率相关词
搜索量同比增长

(包含生育率、结婚率、孤独经济、小型
家庭等相关词)

与非人类伙伴共同编织的“新生活共同体”，恰是一种生活里新亲密关系的诠释

当结束忙碌的加班回家抚摸猫咪温暖的毛发，当绿萝新抽的藤蔓悄悄缠上电脑支架，当智能音箱在你咳嗽时自动调暗灯光——这些无声的陪伴正在重构现代人的情感坐标系。宠物用无条件的依赖治愈孤独，植物以缓慢生长对抗快餐时代的焦虑，AI则用精准的服务弥补居家养老的疲惫缺口。这些背后折射的都是都市人未被言明的渴望：既要免于情感负担的自由，又渴求触手可及的温暖；既要掌控感的确定性，又期待意外惊喜的浪漫。这些非人类伙伴共同编织的“新生活共同体”，恰恰反衬出数字化生活中，人类对“被完整看见”的永恒执念。

人宠共居

用无条件的依赖与互动瓦解孤独壁垒，将毛茸茸的鲜活融入你疲惫的生活。它们用一生践行最简单的承诺：你在时，寸步不离；你不在时，翘首以盼。

宠物陪伴

+252%

植愈心绪

用自然生命力填补生活缝隙，将焦虑转化为生长能量。植物不会说话，却用年轮记录与你共度的时光——你给它一寸土壤，它还你整个春天。

植物陪伴

+97%

适老伴侣

清晨用天气预报唤醒你，深夜用柔光助眠曲守候。它记得你爱听的歌，听懂你叹息里的疲惫。AI不会说爱，但会把全世界整理成你最需要的样子——像空气般无声却无处不在的温柔。

电子陪伴

+134%

TOP高搜索内容

#养宠物家庭如何保持家居清洁#

#“适宠化”家居设计#

#宠物小别墅#

#宠物家居设计#

#铲屎官必看！如何让爱宠与你更和谐相处#

#阳台花园打造#

#治愈系阳台#

#家居植物园#

#植物与家居风格的完美融合#

#绿植家装指南#

#AI情感陪伴#

#AI老人陪伴#

#AI电子陪伴机器人#

#AI心理倾诉#

#电子宠物#

#AI方言识别聊天#

#全屋适老方案#

“人宠共居”成为情感联盟第一共同体

人宠共居正重塑现代家居形态，推动居住空间向情感化陪伴转型。核心表现为：空间设计宠物友好化（隐藏式猫通道、防抓挠建材），智能设备逐步普及（自动净味猫砂盆、宠物摄像头），家具定制化（宠物衣帽间等）。据数据统计，2025年38%的新装修家庭会预留宠物专属区域，智能宠物用品市场规模同比增长52%。未来家居将更强调“人宠平等”理念，从单品到定制化设计实现空间自由切换，满足人宠共处与独立需求的双重平衡。

增长趋势

3000亿+

25年宠物市场规模预估

+15%

25年养宠群体预估增长

+4.6%

25年宠物主年度消费金额年同比预估

+35%

25年至今宠物家居等百度搜索量同比

90后占比41.2%

(24Y同比-5.4%)

00后占比25.6%

(24Y同比+15.5%)

80后占比26.5%

(24Y同比+10.8%)



1.0 宠物单品组合 +54%

早期以基础单品为主，满足基本需求。可自行搭配，但缺乏整体性与宠物的适配度。

宠物太空舱

恒温猫窝

可变形宠物窝

隐藏式猫通道



2.0 人宠共居定制化设计 +98%

强调与人类家居风格融合，按宠物体型、习性定制。智能化，空间充分利用，人宠共居动线设计成为亮点。

宠物衣帽间

阳台宠物房

猫爬架墙体

嵌入式隐性窝

宠物定制门

茶几内置宠物窝

猫爬洞洞板

宠物卫浴间



87%的宠主将宠物视为家人，推动宠物友好型家居需求同比增长35%，家的设计正为爱重塑。

以上为25年至今百度搜索量同比

注：宠物家居搜索量及品类数据来自百度Turing Data Analysis，其它数据来自《2025年中国宠物行业白皮书（消费报告）》，品牌案例来自顾家整家定制宠物板块相关产品设计



顾家整家定制将宠物视为家人，并根据它们的生活习惯和生活“特性”，通过专业设计与强服务力，量身定制新奇又实用的功能，比如猫咪太空舱、猫狗专属喂食区、宠物阳台、宠物衣帽柜等，既满足人宠共居生活需求，合理分布人宠共居动线，又展示主人品位与个性。

宠物专属空间设计

人宠共居动线设计

KUKA 顾家家居

COMPANIONSHIP

适老
伴友

COMPANIONSHIP

海尔
三翼鸟

智慧养老陪伴方案

让科技成为
“无声的守护者”

硬件+软件一体化的智慧康养云平台

智能看护系统 智能监管场景
呼叫中心 紧急报警 健康跟踪 智能预警 智能补贴 智能服务

全屋智控场景联动 主动服务

控场景 控终端 智家 控灯光 控空气

AI科技康养产品

活力人群-智能便捷 介助人群-智能助力 介护人群-全能护理
适老电视 | 智能马桶 | 按摩椅等 助听器 | 电动轮椅 | 助便马桶等 洗浴床 | 一声恒温淋 浴器等

“适老科技陪伴”正在重塑银发族的情感连接方式

随着中国老龄化加速，2025年60岁及以上人口将达3.1亿，约90%选择居家养老。一种充满温度的科技陪伴也正在走进他们的生活——适老化家居陪伴：语音助手能用熟悉的乡音陪他们唠家常，跌倒报警系统如同24小时在岗的守护天使等，还能主动联系社区医生，把健康守护做到润物无声等。适老化家居市场预计2025年市场规模将达千亿，年增速超10%，这不仅是无数子女对父母居家安全的牵挂，更是独居老人渴望的温暖陪伴。

增长趋势

1000亿+

25年适老化家居市场规模

+10%

25年适老化家居市场规模增速

3亿+

25年中国60岁以上人口达

90%

25年中国居家养老占比

+256%

25年至今适老化家居
百度搜索量同比60后70后老年人占比高
整体消费实力较高
更愿选择品质化陪伴方案

高增长搜索品类

适老化家居正从“安全刚需”到“AI陪伴智能生态”的演进

初期（2010-2018）

+45%

基础安全

防滑地板+56%

助浴椅+23%

发展（2019-2022）

+76%

健康监测

智能药盒+89%

跌倒报警系统+69%

成熟（2023-2025）

+112%

情感陪伴

AI语音陪伴+135%

AI健康监测陪伴+105%

未来（2025之后）

+89%

生态服务

AI数字人管家+90%

全屋智慧养老+92%

「情感化AI陪伴」

从功能角度到拟人化关怀：方言识别聊天，虚拟亲人问候等

「健康化AI陪伴」

老人健康即时性监测预警：健康异常数据预警，及时服药提醒等

「数字人管家」

订阅制健康管理，社区医疗联动等增值服务

「全屋适老陪伴」

全屋智能适老陪伴方案（健康监测+安全防护+情感陪伴一体化）

以上为25年至今百度搜索量同比

COMPANIONSHIP

TREND THREE

身心后盾 | 新生命空间

智能身心后盾，构建理解生活诉求的新空间

AI+生活形态下的社会热象及用户诉求

我们的观察：现代人对家的期待，早已超越了物理空间的范畴。我们内心深处真正渴望的，是一个能理解情绪波动、适应生活节奏的生命体。就像植物会向着阳光生长，理想中的家应当具备这样的灵性——它不仅能执行命令，更是能感知我们的疲惫与情绪，成为修复身心的强大“后盾”。最高明的全屋家居智能需同时实现技术自进化能力与人文价值渗透，其核心在于将智能系统转化为“有生命力的空间”，会根据人体诉求而“呼吸”，绝非机械化的工具堆砌。

全屋智慧

空间呼吸

身心修复后盾

生活数智交融

+67%

25年至今全屋智慧相关
关键词搜索量同比增长

(包含智能家居, 全屋智控等相关词)

“全屋智慧”将家转化为“有生命力的空间”，而非机械化的工具堆砌

根据数据显示：25年中国智慧家庭（智能家居）市场规模约为1500亿元，并呈现持续增长的态势。随着物联网，AI等技术融合与政策支持深化，未来对“智能家居”的布局，已超越过往从1.0智能单品到2.0智能互联的阶段，全面加速进入3.0全屋智慧的阶段，“全屋智慧”将改变过往机械化的工具堆砌，从睡眠，卫浴，照明，安防等多层面进行科技与人文关怀的融合，自主学习及预测需求，真正将空间转化为“具有自我意识的生命有机体”。

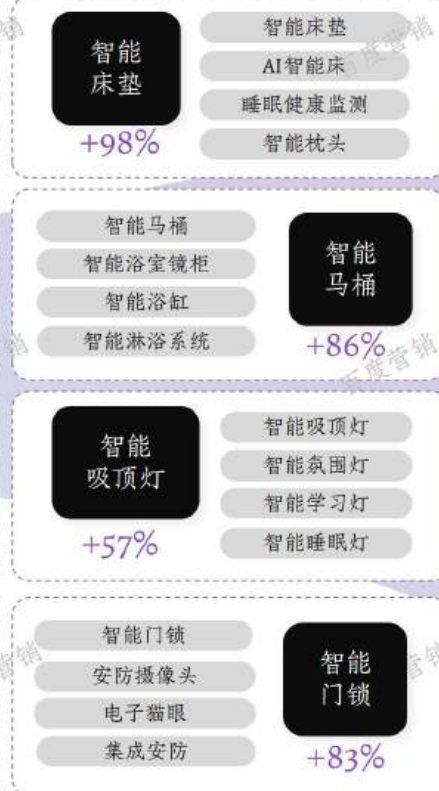
整体增长趋势



高增长关注点



高增长搜索品类



以上为25年至今百度搜索量同比

SMART HOME

“健康智眠”成为高增长身心修复形态

根据数据显示：中国成年人睡眠困扰发生率高达38.2%，约 5.1 亿中国人存在睡眠障碍，睡前睡不着，睡中睡不稳，睡后睡不透，成为困扰全民的三大睡眠问题。如今，“健康睡眠”已成为都市人的高增长修复需求——它不仅是生理充电，更是对生命质量的主动掌控。更可贵的是，那些曾被视作矫情的睡眠数据——深浅睡眠比，心率变异性——正通过云端算法转化为可视化的健康预言，这不是科技的炫技，而是一场温柔的睡眠平权。

增长趋势

健康睡眠

+89%

“睡得健康”的本质背后
暗藏着用户心理上各种因素的驱动

睡眠焦虑症+42%

抑郁症睡眠表现+32%

焦虑睡眠障碍的表现+21%

如何快速入睡+56%

如何缓解压力入睡+43%

快速睡眠方法+67%

压力大睡眠不好怎么调理+43%

.....

以上为25年至今搜索量同比

智能睡眠

+145%

高增长搜索品类

品类口碑

智能床垫十大品牌排行榜+89%

智能床垫的弊端+67%

智能床垫的好处与坏处+73%

智能床怎么样+67%

+68%

智能床的优缺点+59%

.....

健康辅助

智能床健康监测+98%

智能床自适应调节+53%

智能床垫助眠+86%

智能床零重力模式+58%

智能床垫分区温控+48%

+84%

以上为25年至今百度搜索量同比



作为全球睡眠行业主要市场引领者与重要的标准制定者之一，舒达面对睡眠产业的新技术变革趋势，在长期洞察中国用户对“健康品质好睡眠”的需求基础上，再次率先给出了具备重要产业引导意义的“智眠时代”的“新答案”——AI智能床 NICE 标准。

Natural（绿色环保）

Intelligence（智能进化）

Comfortable（舒适体验）

Expansion（生态互联）



SMATR SLEEP SOLUTIONS

据麦肯锡报告：2025年全球智能睡眠市场规模将突破450亿美元，其中亚洲市场增速达23%，中国市场的复合年增长率达23%，成为全球增长引擎。智能床垫将占据60%的市场份额，高端智能床在银发康养场景的渗透率将提升至18%，核心需求正从「基础监测」转向「主动健康干预」。

健康智眠

1.0时代

抬头抬脚
会按摩的床

2.0时代

语音操控
带App的床

3.0时代

睡眠监测
有报告的床

4.0时代

真正的 AI 智能床

真正的4.0 AI智能床时代，应该是超越技术本身的全新生活艺术，一种深度融合人性化设计和智能科技的一整套完整睡眠解决方案。
——舒达

SMATR SLEEP SOLUTIONS

“健康智浴”成为柔软的身心照拂

科技正重新定义卫浴空间的温度与关怀。根据数据显示：2025年全球智能卫浴市场规模预计突破368亿美元，呈现持续增长态势。其中，智能马桶已从基础功能升级为健康管家，通过内置传感器实时监测用户肠道健康状况；恒温淋浴系统则运用AI技术，智能记忆每位家庭成员的洗浴习惯，让恰到好处的38°C温暖成为标配。特别值得注意的是，随着老龄化社会到来，适老化卫浴设计的市场渗透率预计在2025年提升至25%。这些看似细微却充满人性化的创新，正在将卫浴空间从单纯的功能场所，转变为柔软的身心照拂。

增长趋势

368亿

(美元)

25年全球智能卫浴市场规模

+12.4%

25年全球智能卫浴市场增长率

+98%

25年至今智能卫浴百度搜索量同比

118亿

(美元)

25年中国卫浴市场规模

+18.6%

25年中国智能卫浴市场增长率

+86%

25年至今智能马桶百度搜索量同比

FAENZA法恩莎“Mondrian”系列卫浴

设计：著名设计公司YANG DESIGN

设计理念：围绕水元素和浴室空间，采用纯粹的垂直于线性构成，在生硬的动态视觉语言中营造人与物、美学与功能、产品与空间、局部与整体之间的均衡关系。线条通过水平线性构成的框架结构具有很好的引导性，产品的曲线特性、使用方式可视化，结构清晰，线条、色彩和材质基于整个部件的构造和建造方式进行了合理分布，基于理解与操作，不同材质与色彩的对比分布，用于物品的储存。传统与框架之间形成的空间可以很好的放置使用频率最高的物品。

恒温马桶圈消融了冬日如风的寒冷。
雾化除菌镜柜让匆忙的晨间仪式变得从容。
那些嵌入墙体的毫米波传感器，正默默守护着独居老人的沐浴安全。
语音交互的淋浴系统则用巴赫的旋律，治愈加班族僵硬的肩颈。
这不仅是陶瓷与芯片的结合，更是科技对隐私场景的温柔介入。

SMART BATHROOM SOLUTION

健康智浴

卫浴多样需求及高增长搜索品类

智能系统集成

品质普适提升

情感温度设计

个性功能衍生

泡沫盾防溅水+89%

按摩浴缸+26%

独特功能+个性化

母婴浴缸+42%

全水路除菌+45%

个性新潮

AI健康镜+55%

智能马桶座圈+35%

智能科技+舒适性

智能烘干马桶+46%

智能浴室柜镜+57%

智能系统

情感温度

可升降浴室柜+76%

尿检检测智能坐便器+48%

人文关怀+适老化

智能防跌倒监测+73%

坐式恒温淋浴+50%

品质普适

智能浴室柜

(UV杀菌+皮肤检测+美妆教学虚拟助手等)+46%

完善配套+系统性

智能淋浴系统

(音乐花洒+香氛雾化+光伏供电等)+38%

以上为25年至今搜索量同比

SMART BATHROOM SOLUTION

"全屋智慧"通过"世界模型"植入实现进化，孵化具备自主意识的类人智能体

类人智能体全屋智控

类人智能体 = 拥有“自主意识”+ “主动规划”的仿真机器人

“世界模型”的类人意识演进

通过“世界模型”的植入，机器人实现自主决策和智能交互。基于环境建模，因果推理及持续学习，自主形成个性化响应。结合用户行为理解构建「记忆图谱」，实现从「被动应答」到「主动预判」的陪伴升级。突破传统交互边界，实现真正具备自我意识的持续性情感陪伴。

从“被动反应”到“主动规划”

个性化养生顾问

全营养饮食菜谱

出行旅游规划

身体健康智能预警

家庭教育辅导

全网购物攻略

心理疗愈与疏导

文艺活动体验规划

.....

世界模型（World Model）是人工智能（AI）和机器人领域的一个核心概念，指一种能够模拟、预测和理解环境动态的内部计算模型。它让机器能够像人类一样，基于过去的经验推理未来可能发生的情况，从而做出更合理的决策。世界模型是机器人实现“类人”认知和自主性的核心技术，它让机器从“被动反应”转向“主动规划”，成为真正意义上的智能体。

TREND FOUR

心绪载体 | 解锁生活情绪

每种色彩背后，都藏着一种情绪摩尔斯电码

AI+生活形态下的社会热象及用户诉求

我们的观察：色彩是情绪的无声语言，不止是表面视觉呈现，更是代表每个人心理及情绪的表达，色彩通过波长与神经传导的耦合作用调控情绪激素分泌。当温暖的红橙色照亮空间时，它唤醒的是内心深处对热情与安全感的渴望；冷调的蓝绿色像一剂视觉镇静剂，回应着都市人群对平静与掌控感的迫切需求；而莫兰迪色系的流行，则暴露出集体审美对“去攻击性”的追求，在不确定时代寻求情绪缓冲地带。所有色彩表达的本质是向外界发射「情绪摩尔斯电码」——在赛博空间消解实体存在感的时代，用物理空间的强烈色彩锚定自我坐标。

色彩情绪

家居色彩

家居材料

生活色质表达

+198%

25年至今色彩相关词
搜索量同比增长

(包含家居色彩，色彩与情绪调节，家居
流行色等相关词)

每种色彩与材料背后，都蕴藏着待解码的生活情绪密码

在家居设计中，色彩与材料的对话犹如一首无声的诗篇。色彩是空间的表情，或温柔低语，或热烈倾诉，悄然唤醒居住者的情感记忆；材料则是空间的灵魂，以木质的温润，金属的冷峻，织物的柔软，诉说着不同的生命故事。当晨曦透过亚麻窗帘洒在原木地板上，当暮色中皮质沙发与黄铜灯具相映成趣，这种色彩与材料的交响，不仅构建了视觉的韵律，更编织出触手可及的生活诗意。色彩与材质的搭配直接影响空间的美学表现力和用户体验。合理的色彩运用能够塑造空间情绪，而材料的选择则决定了触感和视觉层次感，二者相辅相成，共同构成家居产品背后的“情绪摩尔斯电码”。根据数据显示：超60%消费者会根据色彩对心理的影响来选购家装及家居用品，中国消费者对“色彩定制化服务”的需求同比增长40%。

整体搜索趋势及增长情况

家居材料

材质则是空间的灵魂，以木质的温润、金属的冷峻、织物的柔软，诉说着不同的生命质感。

+34%

25年至今家居材质材料相关词搜索量同比增长

家居材料 +21%

家居墙面用什么材料好+35%

家居涂料+87%

家居新材料+15%

家居装饰材料市场+47%

.....

家居色彩

色彩是空间的表情，或温柔低语，或热烈倾诉，悄然唤醒居住者的情绪及情感记忆。

+25%

25年至今家居色彩相关词搜索量同比增长

家居色彩搭配 +45%

家居装修色彩运用禁忌+27%

家居色彩搭配大全+31%

家居色彩搭配效果图+26%

软装色彩搭配技巧+35%

.....

高流量占比色彩词



以上为25年至今百度TOP色彩关键词流量占比



菱花白是立邦涂料旗下的热门乳胶漆颜色，色号OW025-4，属于Color1988浅系列其色调为带有暖黄色调的奶油白色，兼具干净通透的视觉效果与柔和温暖的氛围感

高增长色彩词



以上为25年至今百度色彩关键词搜索量同比

深色系

静谧感

自然感

预示着色彩对用户生活上形成更深的疗愈与向内思考表达

“涂料”成家居空间色彩与质感的情绪载体

色彩是家居空间的情绪语言，而涂料则是这种语言的物质载体。根据数据显示：78%的消费者将墙面色彩视为影响情绪的关键因素，印证了后疫情时代对治愈系空间的普遍需求。心理学研究表明，暖色调环境可使人体表温度升高0.5℃，而冷色调空间则能提升12%的思维专注度。当涂料与色彩科学相遇，冰冷的墙面便成为承载情感的画布，既调节着居者的心理温度，也重新定义着“家”的情感价值。

增长趋势

800亿+

25年家居涂料市场规模预估

6~8%

高于全球平均水平

25年家居涂料市场规模增长率

+5%

25年至今家居涂料行业
百度搜索量同比

+51%

25年至今涂料中关于色彩
百度搜索量同比

家居涂料行业正加速向环保健康化，品类创新化，色彩个性化转型，从基础装饰向健康与个性生活解决方案升级。

品类创新

艺术涂料 +87%

魔术漆 +31%

抗菌涂料 +45%

防腐涂料 +28%

肌理涂料 +34%

.....

+83%

色彩定制

涂料色卡 +67%

采光差的提亮色 +32%

小空间扩容色 +78%

显大的浅色涂料 +65%

防霉绿色系 +34%

.....

+97%

环保健康

环保涂料 +65%

环保涂料哪个牌子好 +69%

环保涂料十大品牌 +67%

涂料环保等级 +32%

涂料有甲醛吗 +45%

.....

+54%

以上为25年至今百度搜索量同比



立邦在色彩与质感涂料领域持续引领创新，通过系统化色彩研究及每年底《中国流行色彩趋势》的发布，推动家居美学升级。其明星产品“立邦魔术漆”系列以石材、皮革等五大质感效果重塑墙面装饰，实现“所见即所得”的视觉体验。立邦将环保理念融入产品创新，将趋势色彩与质感工艺应用于实际场景，持续赋能家居空间的艺术化表达。

涂料技术

涂料品类

涂料色彩



COLOUR

注：搜索量及品类数据来自百度Turing Data Analysis，其它数据来自艾瑞咨询《2024年中国家居建材行业白皮书》《2025中国家居色彩趋势年度报告》，《中国涂料工业协会2024年度报告》，品牌案例来自立邦



涂料色彩

《2025中国家居色彩趋势年度报告》显示：78%的消费者认为墙面色彩直接影响情绪，其中柔雾粉与浅灰绿成为缓解焦虑的首选，使用率同比提升23%。

涂料质感

《中国涂料工业协会2024年度报告》预测：2024年水性涂料将占据家居涂料市场86%份额，艺术涂料增速超25%，而功能性涂料（抗菌、抗甲醛等）市场规模预计突破120亿元，成为增长最快品类。

图中作品来自立邦涂料色彩搭配案例

“家居色彩与材料趋势”揭示：自然与真实触感正成为“新奢侈品”。

YANG
DESIGN

YANG DESIGN

YANG DESIGN 为中国工业设计领域前瞻创新顾问公司，囊括了包括德国红点、iF、日本G-Mark、美国IDEA、CES智能家居产品设计大奖、欧洲Pentawards金奖等在内的上百项大奖。YANG DESIGN 致力于为客户提供前瞻、创新、高品质的设计咨询服务，项目涵盖智能硬件、消费电子、时尚快消、家居空间等行业，为全球众多领先品牌实现了创新的社会与商业价值，如波音、宝马、奥迪、英菲尼迪、爱马仕、华为、万科、三棵树、林氏家居等。

未来世界将会变得

愈虚拟，
愈真实。

色彩与材料的研究预测

从2025年起，YANG DESIGN 提出“愈虚拟，愈真实”的二元对立宏观主题。随着网络和社交媒体在中国的大量普遍，人们虚拟世界不断寻找着新的刺激体验，遍布于社交网络上的信息犹如低头族的鸦片，成为了我们每天的快速消费品。而另一方面，在人们的生活愈来愈网络虚拟化后，对虚拟世界的厌倦又让人产生了对真实的渴求。自然、亲身体验成为了越来越稀缺的奢侈品。在《2025年-2026年中国设计趋势报告》中，YANG DESIGN 提出了四个趋势，也为用户深度预测了未来色彩，材料趋势，让用户看到家居行业不一样的表达及感知。



黄晓靖

《中国设计趋势报告》主编

著名设计策略与趋势专家

YANG DESIGN策略总监、合伙人



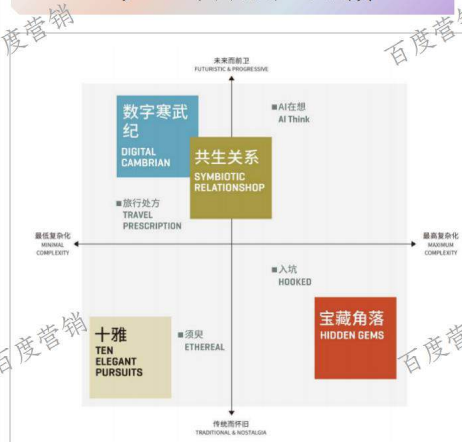
YANG DESIGN CMF LAB

致力于研究色彩、材料、图案的多维表达及趋势，在传达丰富的美学灵感同时，提供专业设计资讯和可转化的应用工具。



《2025-2026中国设计趋势报告》

2025-2026中国设计四大趋势



YANG DESIGN 年度关键色彩趋势预估

十雅 TEN ELEGANT PURSUITS

重拾古人的优雅爱好，在复古五感体验中完成心灵排负
Regain Elegant Hobbies and Achieve Emotional Relief through Vintage Sensory Experience

安静奢华 | 复古五感 | 心灵排负

Quiet Luxury · Retro Sensory · Emotional Relief

古人有“十雅”：品茗、酌酒、焚香、蔚花、抚琴、对弈、听雨、读书、候月、寻幽。
现代的雅士们在家中寻求宁静。雅室不仅是居所，更是精神的角落，让人们在喧嚣中找到五感放松的空间。
Ancient literati had "ten elegant" pursuits: tasting tea, drinking wine, burning incense, planting flowers, playing the zither, playing chess, listening to the rain, reading books, admiring the moon, and searching for seclusion.
Modern elegant people seek tranquility in their homes. The elegant room is not only a residence, but also a spiritual corner, so that people can relax our five sense in the hustle and bustle.

图片：unsplash

■ 关键色彩 | 侯月

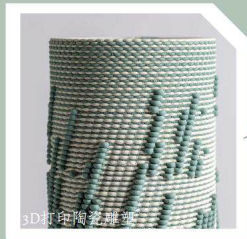
侯月是一种静心寻找内心平静和感悟生命之美的方式。



Arnout Meijer

■ 关键色彩 | 品茗

品茗是生活的镜像，在茶汤的浮沉中照见生命的从容与哲思。



3D打印陶瓷摆件

■ 关键色彩 | 赏雪

雪落人间，是天地教我们阅读生活的留白。



邵磊

宝藏角落 HIDDEN GEMS

珍藏旅行中的鲜活触动
Treasure the Vibrant Touching Moments in Travel

鲜活在地民俗 | 精神飞地 | 高饱和度感官滋养

Local Ethnic Culture · Spiritual Enclave · Saturated Sensory

是什么诱惑我们离开舒适的家？旅行中让我们珍藏的，往往是个瞬间的触动：一顿烟火气美食、一场表演狂欢、一个有故事的民俗手工艺，或者某转角处的风景。
What tempts us to leave the comfort of home? It's often a touching moment that we treasure while travelling: a good meal, a festive performance, a folk craft with a story to tell, or a view around the corner.

图片：京都浪漫风事系列，庆之 Reproduction romantic kite series, QINGZHI STUDIO

■ 关键色彩 | 朱墙

朱砂墙是凝固的岁月血性，也在文化遗产中刻下文明的胎记。



Hide&Seek Door
Gallotti&Radice

■ 关键色彩 | 牧场

牧场藏着比城市更朴素的生存辩证法——舒躺着，抬头看天。



conceptual Avocado sofa
dmitrykezinenko

■ 关键色彩 | 蓝绿海

海岛探险就像给生活按下重启键，我们听到了心里的海鸣。



BENTU

YANG DESIGN 年度关键材料趋势预估

数字寒武纪

DIGITAL CAMBRIAN

技术变革催生新的美学价值，如同寒武纪新物种般爆发
New Aesthetic Value in Tech Revolution Exploding like New Species in the Cambrian

智能制造 | 降本提效 | 节能减碳

Intelligent Manufacturing · Reduce Cost & Improve Efficiency · Energy & Carbon Reduction

在经济放缓的当下，科学技术成为人们期待改变未来的新源动力。我们正在经历一场技术上的寒武纪大爆发，出现复杂的新物种和生态系统。新的科学发现、制造技术和生产工具让科技理性创新，带来了规模更大、效率更高、用户体验改善、运营成本降低、风险控制、资源消耗减少的经济新变化。
In the current economic slowdown, science and technology have become new driving force that people expect to change the future. We are experiencing a technological Cambrian explosion, with complex new species emerging in eco system. New scientific discoveries, manufacturing technologies and production tools enable disruptive innovation in technology. This has led to new economic changes larger scale, higher efficiency, improved user experience, lower costs, controllable risks, and reduced direct contact.

图片：Google DeepMind

■ 关键材料 | 酿造蛋白纤维

是通过发酵（酿造）植物成分制造的纤维、薄膜和其他类型的材料，可减少传统皮革制造中的碳排放量。



■ 关键材料 | 固碳微藻

以其强大的固碳能力被称为“吃碳神器”，其固碳能力是树的六倍。



■ 关键材料 | 恒温气凝胶

是一类由凝胶制成的合成多孔超轻材料，是密度低，导热系数低的固体。用于建筑墙体、涂料的恒温。



共生关系

SYMBIOTIC RELATIONSHIP

受自然的启示，进化出互利的生存方式
Inspired by Nature, Evolution into a Mutually Beneficial Way of Survival

互利共生 | 仿生学进化 | 生态学

Mutualism · Bionics Evolution · Ecology

什么样的设计能启发我们进化到未来？答案很可能就在自然界中。这些设计智能、精巧而可持续，让万物互利共生，彼此依赖，彼此影响，彼此有利。
What kind of design can inspire us to evolve into the future? The answer is likely to be in nature. These designs are intelligent, sophisticated, and sustainable, enabling all things to benefit and coexist.

■ 关键材料 | 减碳微生物

通过珊瑚虫生物矿化的原理制造混凝土，同时成功减少碳排放。



■ 关键材料 | 羽毛

鸟类的羽毛有轻量化、保温、自洁等性能。



■ 关键材料 | 果皮纤维

纤维素与各种营养物质结合生成的丝状或者絮状物，可以制作纺织品。



“家居色彩与材料应用”：重塑空间形态与体验维度

YANG
DESIGN

YANG DESIGN

“未来的色彩不是视觉的装饰，而是情绪的容器。”
“未来的材料，会呼吸，会记忆，会与时间对话。”



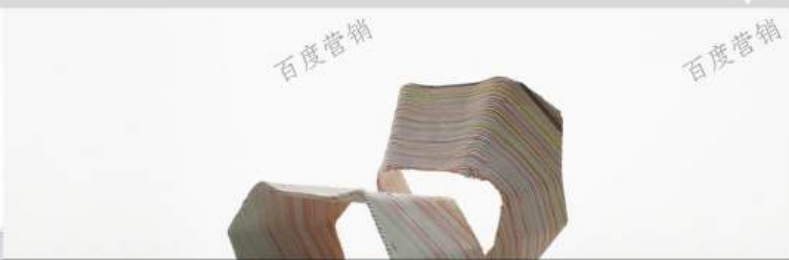
林氏家居新品牌定位与CMF研究项目

项目通过分析市场婴童家具产品的特点和用户研究，进行品牌产品的PI定义，规划LINSY KIDS产品的设计主题、风格要素、核心产品品类等，建立CMF工艺规范管理标准。针对“精致妈妈”的喜好，定义和明确了LINSY KIDS品牌关键词及色彩方向：强调产品的环保、安全与舒适，给孩子提供健康成长的环境，同时在此基础上追求儿童空间设计上的颜值与趣味。



慕思参数化设计沙发

椅子区别于传统设计师主观审美驱动，采用参数化设计而成。利用生物动力学模拟，将人体压力分布数据转化为座椅曲面形态，实现“零压感”支撑。



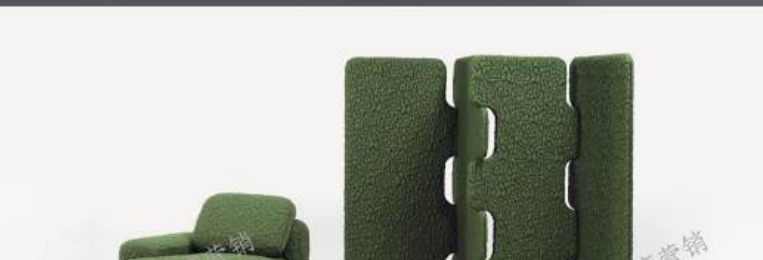
羊舍“莫比乌斯环”椅

材料：回收材料+FDM3D打印
手工艺的自由与个性在数字时代又以另一种方式得以体现，但结果并不相同。采用回收材料与FDM3D打印成型工艺完成的羊舍“莫比乌斯环”椅中有所体现。莫比乌斯环“多维空间转折结构是工业时代无法实现的。在打印过程中，控制喷头的路径，尝试了一种不确定性的手工艺质感，最终呈现的是一种属于数字时代的美学特征，回收材料的运用也符合可持续发展的设计原则。



顾家家居系列CMF趋势研究

当生活被紧张和不安的情绪裹挟，家，成了最后的避风港。每个回到家的人都想从喧嚣中抽离，让每一套沙发带你回到那些美好的灵魂自由地。如果可以消失一个小时，你会想去哪里？项目进行趋势研究，CMF设计，主题故事和视频规划，最终成果已由顾家团队转化为21年新品。



艾宝家具“M Collection”模块化沙发

M Collection”的“M”即为 Module 模块化，希望基于模块化的基础结构进行创新，实现各环节的可持续设计原则，而非浮于表面的装饰。沙发的背板、底板、坐垫、扶手等均为独立的模块单元。通过标准化的安装与组合方式，可以形成单人位、双人位、三人位，以及转角沙发组合等，适应不同的家居空间。背板两侧可拆卸的小厚风与底板的延伸空间，为各种使用场景中的手机、PAD、书本、遥控器提供了灵活的收纳空间。底板上方可更换坐垫、靠垫、茶几等功能模块，实现了多种生活场景，如看电视、玩手机、喝茶等。



羊舍“堆栈之光”氛围灯

材料：杜邦“可丽耐”实体面料+光固化3D打印
采用光固化3D打印技术，并与可丽耐人造石、木材等材料进行自由搭配，将数字化工艺与传统工艺进行美学组合，既凸显了数字美学的精致感，又多了一份手工的温润质感。3D打印的立体镂空纹理及数字加工的菱形纹，为灯具带来一丝呼吸感。整体的设计充分发挥了材料的特性与美学价值，最终的呈现如同是一系列光的雕塑。

"Yellow is the trumpet of madness, blue is the depth of meditation—each color strikes a different chord in the soul."

"黄色是疯狂的号角，蓝色是深沉的冥想
——每种颜色都在灵魂里奏响不同的音符。"

——瓦西里·康定斯基（俄罗斯画家 | 抽象艺术先驱）

太平地毯系列

设计：著名工业设计公司 YANG DESIGN
作品为奢华手工地毯品牌“太平”高级定制 Transcendent 系列

家的第四维营销变化趋势

PATR FOUR



本图片展示的家居作品为著名工业设计公司YANG DESIGN设计的羊舍系列代表作“莫比乌斯环”概念椅

CONTENTS

百度率先构建家居行业4.0营销新范式：AI+CUBE全域智能营销

在“家的四维”行业趋势变化驱动下，万千家企业已加速进入AI+全域智能营销4.0时代，基于百度全栈AI技术能力，百度AIA科学营销全生命周期人群经营链路，AI Native全场景商业应用，实现了全域全生态长效经营，全生命周期用户资产管理。

家居行业营销策略进化1.0→4.0

4.0时代：AI+CUBE全域智能营销

目标：曝光+拉新
打法：传统媒介营销（电视/广播/门户网站等）

1.0时代：传统营销

目标：曝光+交互+获客
打法：搜索平台+社交平台+垂类社区平台+短视频平台

2.0时代：互联网+营销

目标：曝光+多维交互+精准获客
打法：大数据融合下全套数字化营销解决方案（全媒体平台）

3.0时代：数字化营销

目标：
全域全生态长效留量提效
用户全生命周期有效管理
打法：
AI技术赋能下全域智能提效
全链全用户生命周期营销触达

CONVERSION

数智人格化
全域获客

USER CONTENT

信任磁场
口碑营销

BRAND DEPTH

品牌跨维
归属感营销

EXPLORATION

地图生活
本地营销

CONVERSION

趋势一：数智人格化全域获客

营销趋势：未来“数智人格化全域获客”营销将实现AI人格化、内容全域化，获客长效化。据相关数据预测，2026年全球30%企业将部署具人格特征的AI营销系统，交互满意度较传统模式提升40%。

家居全域知识+AI多元角色+获客集成体



全时在线+多业务场景覆盖+长效获客模式



商家智能体



数字人直播



USER CONTENT

趋势二：信任磁场口碑营销

营销趋势：在不确定性时代，高客单消费更趋理性，用户不仅考量品牌信任度，更关注情感价值。“信任磁场口碑营销”将成为AI营销时代下具备影响力营销裂变核心，通过构建公私域结合的品牌权威阵地，实现信任交互及获客。

行业权威：“家居行业智能体”

行业权威内容

- 家居行业知识
- 行业权威榜单
- 家居选购特惠
- 附近家居门店
- *****

AI交互转化

- 数字人24h互动
- AI智能引导留资
- 品牌百家号跳转
- AI地图门店导航
- *****

【落地】：百度家居行业组与文心智能平台联合打造的官方权威认证“家居行业智能体”，实现家居行业全域专业知识普及及企业品牌新获客联动模式。

品牌权威：“AI百科博物馆”

品牌权威内容

- 家居品牌介绍
- 家居品牌产品
- 家居品牌案例
- 家居品牌公关
- *****

AI交互互动

- 数字人导览
- AI文化互动游戏
- AI家居展品
- AI室内设计创作
- *****

【案例】：百度与茅台联合上线第一座中国酒文化AIGC数字博物馆“茅台数字博物馆”，中国千年酒文化第一次走上“云端”，开创酒行业的先河。

公域
私域

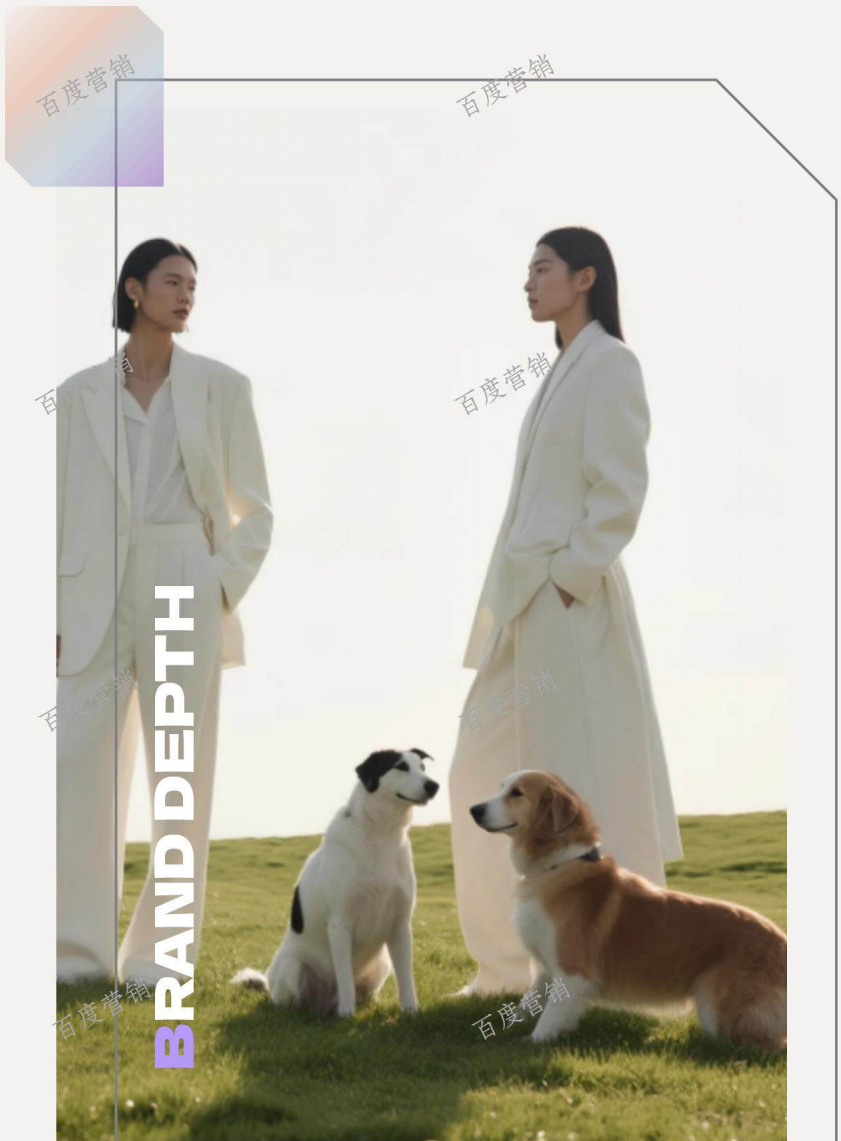
品牌私域“口碑阵地”

家企品牌
商家智能体

家企品牌
官方百家号



USER CONTENT



BRAND DEPTH

趋势三：品牌跨维归属感营销

营销趋势：在AI的驱动下，品牌营销将更具“归属感”。未来品牌的跨维营销，将基于“情感深度”+“圈层共鸣度”+“体验沉浸度”三者去构建整个品牌营销IP效能模型，助推品牌高质获客。

好家万象造 - 行业全场景IP



从“更懂”到“归属”

“情感深度”

以AI深度挖掘用户从显性到隐性的多向情感诉求（包含安全感，自我成长，焦虑排解，被接纳等），从“更懂”用户诉求到品牌“归属”营销场景塑造。

从“小众共鸣”到“破圈信任”

“圈层共鸣度”

通过AI精准识别圈层文化特征并生成个性化互动内容，激发用户自发创作传播，既提升品牌渗透精准度又能深化用户情感联结，实现从小众共鸣到破圈增长的价值跃迁。

从“一次性交易”到“沉浸式长期认可”

“体验沉浸度”

AI基于人的情感诉求分析高浓度生活体验场景（人宠共居，潮玩根据地，微醺角落，心灵冥想等），再以AI做虚实融合，强化不同体验场景的深度参与感，实现品牌高质获客。

EXPLORATION

趋势四：地图生活本地营销

营销趋势：AI正重构本地生活营销模式，依托地图慧眼数据+AI助手+线上门店形成精准引流闭环，助力线下高效获客。2025年起50%实体店将采用LBS位置营销。

“AI地图慧眼”锁定精准人群



基于“时+地+人”多维空间定向
慧眼大数据区域人群全面评估

1、精准人群定向

用户线上搜索行为

用户兴趣行为数据

LBS数据：门店<3km

2、多类人群标识

点击人群标记

导航人群标记

到店人群标记

3、到店监测

到店人群监测（转化）

“生活场景全覆盖”：AI助手实现从“需求”→“攻略”→“导航”→“到店”一站式即时触达转化

AI生成生活规划及家居选购攻略

点开小度想想，输入需求，即可生成攻略及门店推荐



AI导航定制

开始+结束 | 高速 | 打车



AI线上门店搭建

品牌官方门店认证



品牌门店阵地

门店产品

门店活动

门店导航

门店导购

.....

SUMMARY

家的第四维

AI 驱动下的用户行为变化

未来家的第四维

家的第四维四大趋势

家的第四维营销变化趋势



本图片展示的家居作品为著名工业设计公司YANG DESIGN设计的羊舍系列代表作“莫比乌斯环”概念椅

TESSERACT

“家的第四维：家是生命有机体”

“家的第四维”：家是生命有机体——家居行业4.0时代的核心范式，正在重新定义居住的本质。它超越了传统三维空间的局限，将时间流动性与人类意识融入空间逻辑，通过“感知-学习-进化”的动态循环，赋予家生活真正的生命力。传统“工具型”家居由此蜕变为具备情感理解力、需求预判力和自主进化力的“共生伙伴”——它不仅是生活的容器，更是一个能动态感知家庭成员状态，解读家庭成员需求，并持续优化居住体验的生命有机体。

自我疗愈 | 养护式生活

1.生活场景重构

情缘自择 | 新生活共同体

2.生活陪伴新定义

身心后盾 | 新生命空间

3.生活数智交融

心绪载体 | 解锁生活情绪

4.生活色质表达

「家的第四维」

——家是生命有机体——

——来自百度家居行业「未来家」研究预测

CONCLUSION



「家的第四维」未来家已来

当冰冷的电路与建材被赋予生命的韵律，当算法开始理解叹息与微笑的微妙差别，我们关于居住与家的本质将被重新书写。这不是科幻想象的实现，而是对“居住”本质的重新定义——家，正在进化成为具有自主意识的“生命场域”。

在这个已来的未来家时代：

◆**环境直觉** 空间不再是被动的场景，而是拥有“环境直觉”的有机体：晨光穿透窗帘的幅度，将精确匹配你的褪黑素水平；室温的波动曲线，会随着你体内皮质醇含量的变化而动态调整。

◆**情绪预判** 基于深度学习的情感计算系统，能通过微表情识别和语音频谱分析，预判你尚未察觉的情绪变化。当系统检测到潜在的焦虑倾向时，会自主启动包含特定频率声波和芳香分子的“情绪平衡程序”。

◆**记忆管理** 居住空间将成为时间的管理者，能够根据情境需求重构记忆场景。某个特定日期的阳光角度，空气湿度，甚至窗外鸟鸣的声纹，都可以被精准重现，让重要时刻获得永恒的生命力。

这种深度协同标志着在AI的交融下未来家的系统性变革——当最前沿的科技能够不着痕迹地滋养最本质的人性需求，我们才真正进入了4.0“生命有机体时代”。它不仅是生活的容器，更是一个能动态感知家庭成员状态、预演未来场景、并持续优化居住体验的有机生命体。在这里，智能不再是冰冷的算法，而是化身为守护生命本真的“数字生态”。居住空间的终极使命，是成为人类意识的延伸，在无声中完成对生命质量的温柔革命。

CONCLUSION



百度家居行业报告相关说明

ONE

报告说明

1. 研究背景：本报告由百度移动生态事业群房产家居组基于百度大数据分析 & 行业研究编制，结合宏观经济与房地产调控背景，深度剖析家居行业变革，提出发展新趋势与营销新策略；
2. 长期规划：百度移动生态事业群房产家居组将持续追踪家居行业动态，深化行业研究，为企业在AI时代下的业务增长与创新营销提供持续价值输出。
3. 发布时间：本报告于2025年7月正式发布

TWO

数据说明

1. 百度自有数据：来自百度大数据体系（涵盖家居大行业及细分行业数据分析，行业搜索趋势，行业热点，行业资讯，品牌洞察分析，人群分析，内容分析等多维数据分析）+ 家居用户定量调研问卷。
2. 第三方权威数据：YANG DESIGN，国家统计局，麦肯锡，亿欧智库，艾瑞咨询，IDC，中国睡眠研究会，中国涂料工业协会，中商产业研究院，前瞻产业研究院，中研普华等相关公开行业报告及资讯。
3. 行业合作伙伴数据：家居品牌公开市场报告，品牌产品设计方案及营销投放效果数据等相关授权。

THREE

版权说明

1. 本报告采取的数据均来自合规渠道，分析基于专业研究，部分图片由百度文心大模型（ERNIE）AI生成系统创作完成。
2. 本报告依法发布，仅供信息参考，不构成任何形式的广告或商业推广。
3. 本报告观点仅供参考，在任何情况下均不作为投资决策依据。
4. 本报告版权属于百度营销房产家居行业组，引用时需注明出处为《2025年百度家居行业家的第四维生活趋势报告》，对未注明来源的引用，盗用，篡改以及其它侵犯著作权的商业行为，我方将追究其法律责任。
5. 本报告中涉及的家居品牌案例及图片版权归品牌方所有，未经授权不得使用。

FOUR

研究团队

1. 百度主研团队：百度移动生态事业群组/行业一部/房产家居组
2. 百度协作团队：百度移动生态事业群组/搜索生态运营部/智能体产品组
3. 外部研究团队：YANG DESIGN

TESSERACT

如需获取更完整的行业报告
了解更多百度家居行业的营销获客经验
请右侧扫码添加行业总顾问获取



TESSERACT



INDUSTRY REPORT

家的第四维

FUTURE

——《25年百度家居行业「家的第四维」生活趋势报告》