

# 那些不制冷、不扫地的家电为何火了？

“它不制冷、不扫地，也不保温，但我每天下班回家第一件事就是打开它。”武汉市民赵先生说的是一台复古造型的黑胶唱片机。“转起来的时候，看着唱针缓缓落下，沙沙的底噪一出来，整个人就松弛了。”赵先生说，这台2000多元的机器，是他今年买得最值的家用电器。

如今，像赵先生这样“为快乐买单”的年轻人越来越多。3D打印机、复古冰箱、慢煮棒等一批“不以实用为首要目的”的新电器慢慢走进家庭。不同于传统家电纯粹为了“生存”与“省力”的实用主义，这批家电或许解决不了什么刚需，却能精准抚慰都市人的情绪。

中国家电消费，正逐渐从功能满足走向情绪共鸣。而在这种变化的背后，是当代人不再只满足于把日子“过下去”，而是追求把日子“过丰富”。



林诗莉自己设计的3D打印首饰盒。 受访者供图



占地不足半平方米的智能种菜机，自动调控光温水，可种生菜、薄荷、小番茄等。 受访者供图



这台2000多元的黑胶唱片机，是市民赵先生今年买得最值的“家用电器”。 受访者供图



每天早起半小时给自己做一杯咖啡是黄洁的仪式感。 受访者供图

## 从“缺什么买什么”到“想要什么打什么”

家住武汉市江汉区的“00后”白领林诗莉是一名3D打印爱好者。她家里的首饰收纳盒、书架上的置物架，都是自己设计打印的。林诗莉说，她选择什么颜色、什么纹理、什么造型，完全凭心情。“以前买收纳盒，超市里有什么就买什么，千篇一律。现在自己想要什么样就打成什么样，每次看到都觉得‘这是我的东西’，那种满足感特别强。”

在光谷工作的“95后”程序员小陈则迷上了“DIY投影仪套件”。他花了不到一千元买了一套散件，周末和女朋友一起照着教程组装。“比直接买成品麻烦多了，但调试好画面投到墙上的那一刻，两个人击掌欢呼，那种成就感太爽了。”小陈说，这台投影仪画质一般，但“一起造出来”的过程，成了他们最珍贵的周末记忆。

如果说过去的家电消费逻辑是“缺什么就买什么”，那么现在，越来越多的年轻人开始问自己“我想要创造什么”。

3D打印机、DIY套件……这些新电器的共同特点是：它们不是一个“成品”，而是一个“半成品”

品”，用户需要投入时间、创意和情感，才能让它真正“活”起来。而恰恰是这份投入，带来了成品电器无法替代的情绪价值。家电不再是冷冰冰的工具，而变成了家庭生活的“共创者”。

## 家电也在解决心情问题

在武汉从事设计工作的王女士，家里有一台“会变色的台灯”。这台售价不到五百元的氛围灯，可以通过手机App调节上千种颜色。“回家选一个喜欢的色调，配上音乐，客厅立刻变成咖啡馆、海边或者森林。”王女士说，她很少把这盏灯当“照明工具”，更多时候，它是一台“心情调节器”。“工作不顺心，调一个暖橙色，整个人就暖起来了。”

在武昌区一家互联网公司工作的刘女士，去年底花了3000多元购入了一台智能种菜机。这台占地不到半平方米的机器，可以自动调节光照、温度和水分，种生菜、薄荷、小番茄都行。“其实就是个角落小农场，种出来的还不够做一盘沙拉，但每天看着种子发芽、叶子长大，特别治愈。”刘女士说，加班回到家，第一件事不是点外卖，而是去看看菜长高了没有。“这种‘慢生活’的感觉，比什么都值。”

在家电市场，像他们这样为“心情”买单的消费者不在少数。

记者在电商平台搜索发现，传统的白光电灯泡销量逐年下滑，而可调光调色的智能灯具、香薰机、仿火焰加湿器等“情绪小家电”的销售却持续升温。一名客服人员告诉记者：“很多消费者开口就问，‘这个东西放家里能不能让我心情好一点？’”

从能用到好看，再到能带来好心情，家电的审美功能和情感功能正在被重新发现。

## 不是为了“省事”，而是为了“有故事”

在武汉，刚工作一年的白领黄洁，家里最贵的电器是一台3000多元的咖啡机。“同事都说我疯了，租房子买这么贵的咖啡机，楼下瑞幸九块九不香吗？”黄洁笑着摇头，“那不一样。每天早上自己磨豆、压粉、萃取，闻着咖啡香慢慢醒过来，这个过程本身就是一种享受。”

黄洁还养成了一个习惯，每次用不同的咖啡豆都会在本子上记录风味和参数。“这台咖啡机对我来说不是用来‘喝咖啡’的，是用来‘过生活’的。”她说，周末邀请朋友来家里，亲手做几杯手冲，

聊聊豆子的故事，这种体验是外卖咖啡永远给不了的。

在线下卖场，这类“费时费力”的家电也正占据更多展台。武汉一家大型家电卖场的导购主管向记者透露，过去全自动一键出咖啡的机器是绝对主力，但今年半自动咖啡机、手摇磨豆机的销量占比明显提升，“很多年轻人宁愿多花一倍的时间，也要买能自己参与过程的款式”。

华中科技大学公共管理学院教授毛子骏指出，目前，Z世代和年轻家庭越来越倾向于为“体验”和“故事”付费，而非单纯为“功能”付费。“一个能带来仪式感的咖啡机，一个能和家人一起玩的3D打印机，这些电器之所以受欢迎，不是因为它们效率高，而是因为它们‘有温度’。”他提出，从实用到悦己，从解决问题到创造快乐，家用电器正在完成一次角色转换。它们不再是冷冰冰的铁壳机器，而是承载着家庭记忆、情绪释放和生活仪式感的“情感伙伴”。

或许未来的家电消费清单上，排名第一的将不再是“性价比”，而是“心价比”。这不只是消费升级，更是人对“丰富生活”的主动选择。 记者余睿