

经济日报携手京东发布数据——

助眠产品成消费新风口

为好睡眠买单

2021年,中国人的平均睡眠时长由2020年的7.26小时缩短到7.06小时,入睡时间晚,睡眠质量呈现明显下降趋势。与之相对应的是,助眠经济愈发火热,越来越多的消费者愿意为好睡眠买单。

过去,睡眠的消费场景较为单一,人们遵循“日出而作,日落而息”的作息规律,有寝具满足睡眠的基本需求即可。如今,生活节奏加快,工作压力增大,人们的睡眠模式变化颇大。相比“被动”失眠,越来越多人“主动”熬夜,睡眠消费需求也变得更为多样化。其中,对助眠产品的专业性和科技性需求的提升最为明显,这也为相关厂商拓宽了新的发展赛道。

以床垫为例,消费者从关注材质逐渐转变为更关注功能,分区床垫、智能床垫、抗菌床垫、护脊床垫等受到消费者欢迎。智能科技的加持提高了助眠产品的品质,丰富了产品功能,是助眠市场成熟发展的重要助力。企业可以针对不同需求,持续丰富自身产品维度,把同质化的助眠产品升级成由场景和需求驱动的功能性助眠产品。

此外,助眠产品的消费人群也在不断拓展。从区域来看,县城农村市场潜力十足。县城农村地区居民购买力不断上升,提升生活品质成为主要消费动力,在睡眠消费上的诉求也发生转变。数据显示,2021年县城农村市场助眠产品成交金额同比增长149%,增速远超一线至四线城市。相关厂商可以研发和生产更多符合县城农村市场睡眠消费需要的产品,更好满足这一消费群体提升睡眠质量和生活品质的诉求。

从年龄来看,睡眠问题呈现出年轻化趋势。虽然当前购买助眠产品的主力军仍是中年人,但年轻消费者解决睡眠问题的诉求也越发迫切,消费意愿逐步提升。与中老年消费者相比,年轻人对诸如助眠糖、助眠手环、助眠喷雾、睡眠音箱等各类新式助眠产品的接受度更高。相关企业可以针对年轻人推出更多“黑科技”新品,但也要注意功效为先,只有真正具备改善睡眠质量的作用,才能赢得消费者喜爱。

随着居民生活水平提高和对健康关注度的提升,助眠市场这片蓝海还有很大成长空间。相关企业应持续通过科技创新,提供更高品质、更优体验、更好价格的助眠产品,让更多消费者“一夜好眠”。

(作者系京东消费及产业发展研究院产业研究员)

说数

2021年助眠类商品成交额同比增长

53%

2021年线上助眠类产品数量同比增长

63%

2021年智能助眠产品成交额同比增长

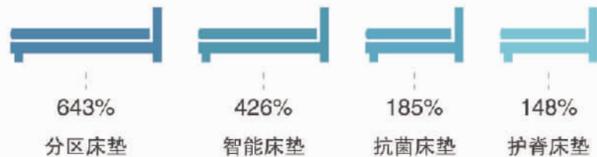
169%

人们越来越关注睡眠质量,助眠需求日益增长。助眠产品愈加丰富的同时,产品的专业性和科技性也进一步提高。除了床、枕头、被子等传统寝具的升级换代,消费者也将目光转向了助眠食品、助眠保健品、智能助眠硬件等新品。精准把握消费者需求,并通过科技创新提高产品品质和体验,是助眠市场高速发展的关键。

助眠消费市场火热

舒服的床是好睡眠的基本。从搜索数据看,消费者从关注床垫的材质转变为更关注床垫的功能

▼ 2021年各类床垫搜索量同比增长



哪些区域助眠产品需求高

过去一年,华南地区助眠产品成交额同比增速最快

▼ 2021年各区域助眠产品成交额增速



不同年龄和地域的消费者对于睡眠的诉求和助眠产品的需求差异较大。比如,县城农村地区消费者对价格更敏感,中老年消费者喜欢通过按摩、饮食调理等传统方式改善睡眠,年轻人则更喜欢一边熬夜一边尝试五花八门的助眠“黑科技”。企业应针对不同消费者的特点,提供更加多样化的助眠产品。

哪些人助眠产品需求更高

吃一粒褪黑素软糖、点上助眠香薰蜡烛、戴好蒸汽眼罩、塞好防噪音耳塞,已成为现代青年的睡前“四部曲”

▼ 2021年青年人各类型助眠产品成交额同比增长



更多内容 扫码观看

各年龄人群对于助眠产品的偏好大不相同

▼ 青年人助眠产品偏好度TOP3



▼ 中年人助眠产品偏好度TOP3



▼ 银发族助眠产品偏好度TOP3

