

经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

“好眠”催生睡眠经济

说数

□ 本期点评 刘琦

在快节奏的工作学习生活中，“一夜好眠”有时会成为一种“奢望”。为了提升睡眠质量，各种助眠“妙招”轮番上场，换床品、点香薰、听助眠音乐、吃助眠食物……消费者不断寻找优质助眠产品和睡眠解决方案，睡眠经济呈现出智能化、细分化、场景化发展趋势。

首先，在新技术、新理念的支持下，睡眠产品正变得更加智能。数据显示，消费者更倾向于通过升级硬件设备来提升睡眠质量。其中，36岁至45岁消费者更青睐睡眠治疗仪，25岁以下消费者喜欢购买智能手环、眼部按摩仪。商家可以根据不同年龄段消费人群的偏好，通过数字化技术赋能硬件类助眠产品，提升产品的功能性和应用性。

其次，产品需求持续细分，助力睡眠经济提质扩容。从助眠产品品类看，大致可以分为“让自己舒服”和“让环境舒服”两类，一部分消费者比较在意接触性助眠产品的亲肤感和舒适感，另一部分消费者则更关注声音和气味等环境因素。对此，生产端要注重集纳消费者的反馈意见，针对影响睡眠的不同因素研发产品，持续在细分领域深耕细作。

再次，午休、通勤等场景下的碎片化睡眠需求，给行业发展提供了新的增长空间。当前，消费者越来越重视午休或通勤时的碎片化睡眠，懒人沙发、户外沙发、折叠床等产品销量增长较为明显。接下来，商家要顺应消费趋势变化，继续在相关产品的便携性、舒适性上做文章，进一步满足消费者对碎片化睡眠的需求。

总体来看，“失眠的消费者”正在带动睡眠经济快速发展，只有继续深入研究消费者需求，让科技持续加持助眠产品，提高产品品质和体验，开发出更细分、更好用的产品，才能使睡眠经济生生不息。

(点评人：京东消费及产业发展研究院院长)



睡眠消费市场存在产品同质化、创新型产品少、质量标准不统一、产品实际效果存疑等问题。从行业长远发展来看，建议主管部门加快建立标准体系、加大监管力度，为产品功能和质量划定红线，改变无序发展、野蛮生长的现状。同时，还要借助新技术打造更为精准化、精细化的产品和服务，满足消费者的多元消费需求。

当前，睡眠产品正向高品质、智能化方向发展。但是，大多数助眠产品在技术上不够成熟，缺乏足够的临床数据验证，对改善用户睡眠的实际效果难以衡量。对此，建议相关企业加快推进睡眠产品科技应用改革，通过大数据、人工智能等新技术赋能睡眠产品，提高产品品质和使用体验，助力行业发展。

1 消费者画像

不同地区睡眠相关电器消费情况

一线城市



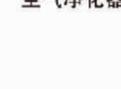
新风空调



智能手表/手环



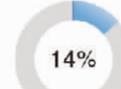
空气净化器



三四线城市



新风空调



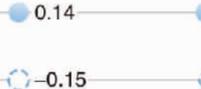
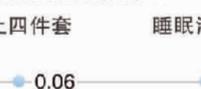
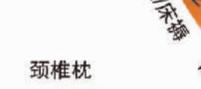
智能手表/手环



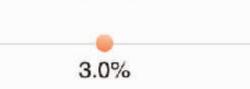
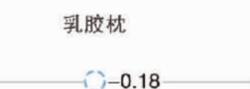
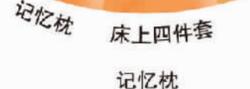
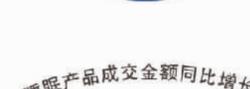
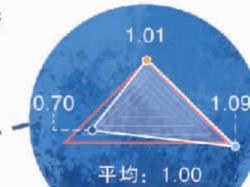
空气净化器

不同年龄段消费者睡眠用品偏好

注：偏好度越高表明越受消费者喜爱



床垫



不同地区睡眠相关电器消费情况

25岁以下



新风空调



智能手表/手环



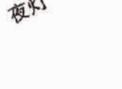
空气净化器



下沉市场



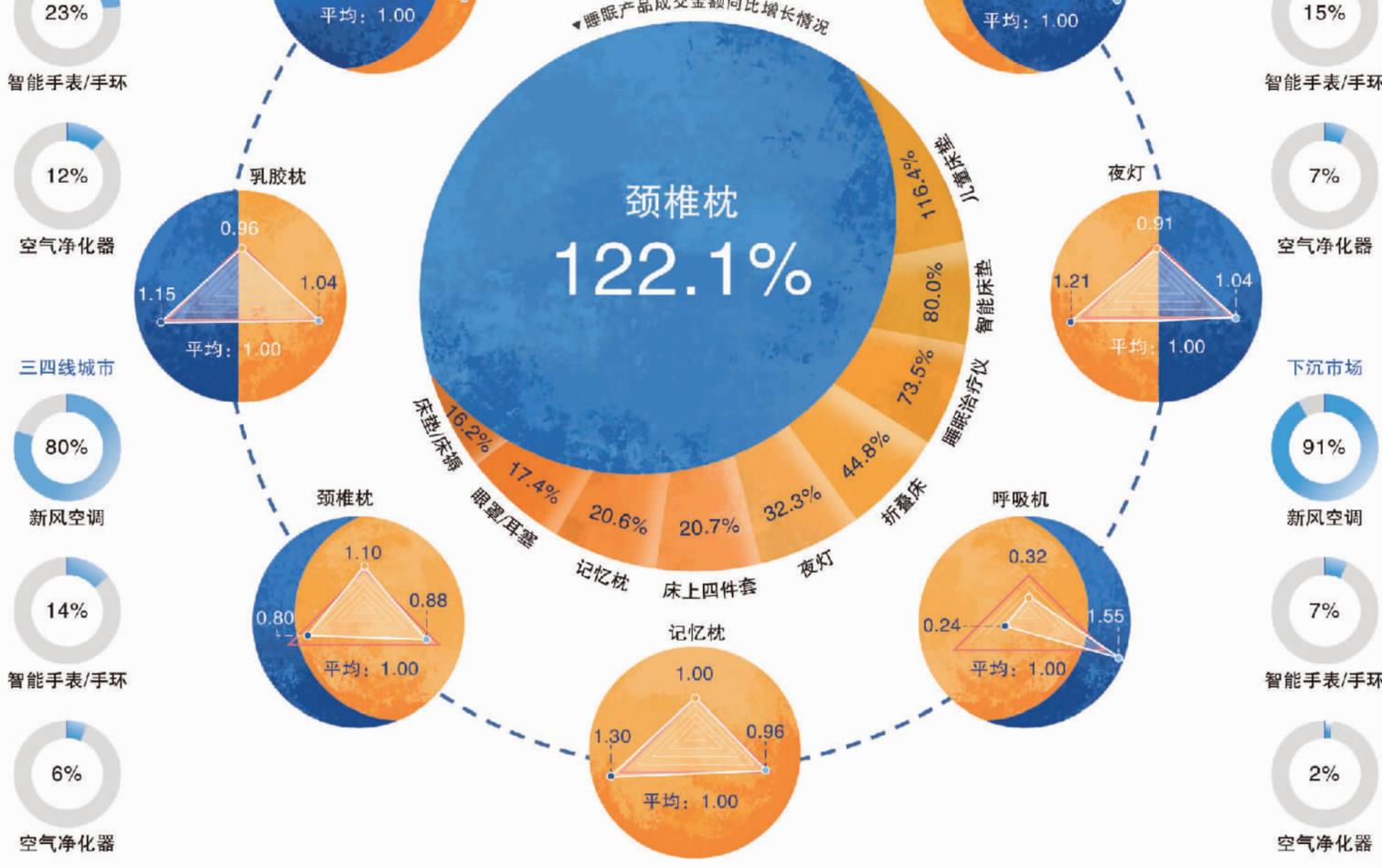
新风空调



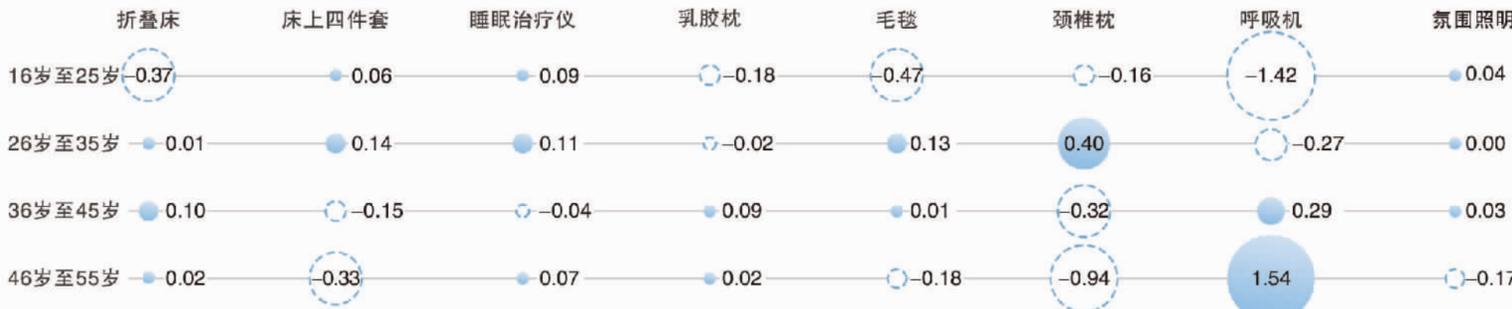
智能手表/手环



空气净化器



2021年至2022年不同年龄段消费者的偏好变化情况

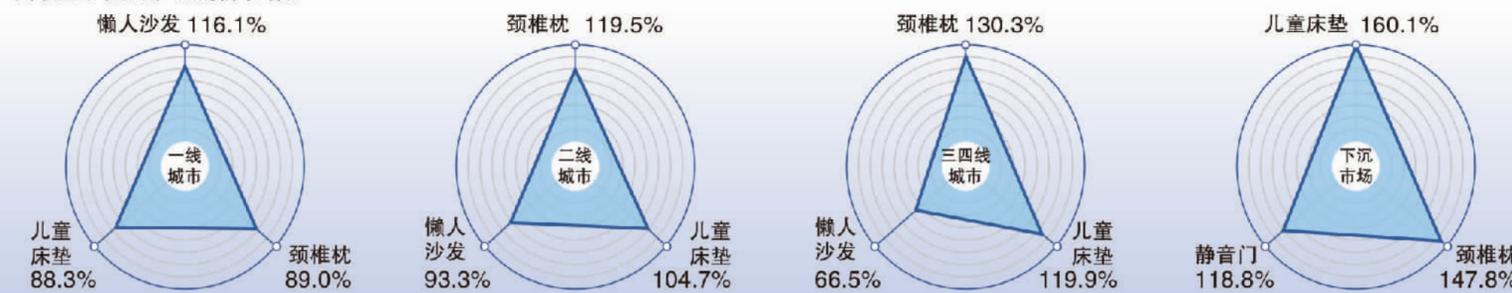


2 区域消费特征

不同地区消费者的睡眠产品消费结构



不同地区对睡眠产品的需求增长



更多内容 扫码观看 数据周期：2022年全年