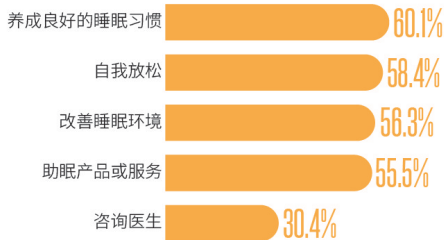


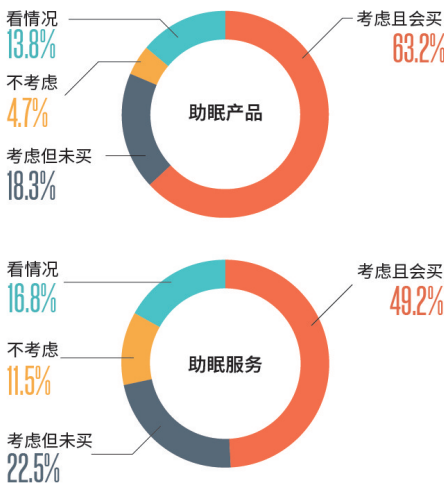


国民对助眠产品及服务需求显现

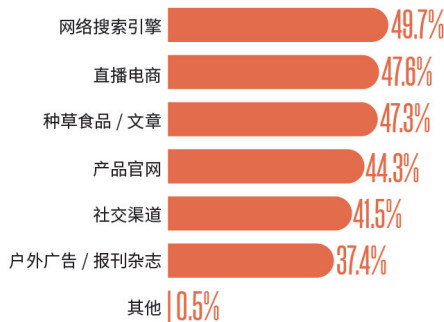
国民改善睡眠方式偏好



国民购买助眠产品与服务消费意愿



国民获取助眠产品相关信息渠道



03 助眠家居产品仍占据消费主流 价格普遍偏高,效果因人而异

在选择众多的睡眠产品品类中,入手便捷的枕头、床垫等家居类产品仍占据睡眠消费市场主流。艾媒咨询数据显示,2023年中国国民主要偏好购买助眠枕头、隔音耳塞、助眠香薰、助眠眼罩、睡眠保健品等助眠产品。其中,助眠枕头占比最高,达43.6%。

枕头、床垫等作为居民生活必备的睡眠用品,原本就存在较大的市场需求空间,加上“深睡”“助眠”等概念卖点,吸引了不少消费者。以助眠枕头记忆枕为例,记忆枕头聚焦注重养生和保健的消费群体,其宣传称设计更贴合人体颈椎曲线,可满足多种睡眠需求。数据显示,2022年中国记忆枕头市场规模达166.8亿元,艾媒咨询估计2027年将达283.2亿元。

创立于2013年的中高端连锁酒店亚朵,就是靠枕头、床垫等睡眠产品撑起其营收10亿元的零售业务。公开数据显示,亚朵的零售爆款单品记忆枕“深睡枕pro”在2023年累计销售超120万只,在2023年“双11”期间登顶抖音、天猫、京东多个电商平台销量榜TOP1。

与普通枕头相比,带有“深睡”“助眠”标签的枕头价格普遍较高。从用户体验而言,助眠枕头的效果因人而异。有消费者认为助眠枕头设计更科学,睡眠更为舒适放松,确实有一定的助眠效果;也有消费者认为较高的价格与其宣传的助眠效果不太匹配,简直是“智商税”。

04 助眠保健品消费者逐渐年轻化 品质良莠不齐,临床研究有限

随着年轻人生活、工作压力增大,熬夜、线上问诊、服用营养补充剂和健身产品成为年轻一代常见的生活方式,睡眠保健品行业消费主体呈现年轻化发展趋势。观研报告网数据显示,当前31-40岁的中年人是睡眠保健品市场的主力军,而22-30岁的年轻人是睡眠保健品市场的第二大消费力。

随着消费主力群体趋于年轻化,睡眠保健品变得零食化、即食化且方便携带,服用睡眠保健品不再像服用药物一样按时按量形成负担,加之消费者对睡眠保健品的认知提升和线上销售渠道更快捷触达年轻消费者等因素,其市场占比也因此不断提升。数据显示,2022年中国睡眠保健品市场规模突破140亿元,艾媒咨询估计2027

年将达154.6亿元。

然而,由于缺乏相关的行业监管标准,助眠保健品产品准入门槛低,产品质量良莠不齐。同时,助眠保健品对睡眠的作用具体机理目前还在研究当中,如果大量服用可能存在副作用。例如,作为较多睡眠保健品主要成分的褪黑素,依据2022年6月全国科学技术名词审定委员会批准正式公布的《睡眠医学名词》,褪黑素定义为由松果体产生的一种胺类激素,在调节昼夜节律及睡眠、觉醒方面发挥重要作用。口服补充外源性褪黑素可以一定程度上改善入睡困难等睡眠问题,但长期补充外源性褪黑素可能影响人体自身褪黑素的分泌,从而加重失眠症状,甚至会有头晕、恶心、头痛等副作用。

05 新兴助眠服务“哄睡师”兴起 如何走出野蛮生长阶段成关键

除了各种类型的助眠产品以外,“睡眠经济”催生了新兴的线上与线下的助眠服务。目前助眠服务市场规模较小,在“睡眠经济”中仍属于小众,但助眠服务正在通过众多网络平台和形式,逐渐触达拥有睡眠问题的年轻一代。

其中,最为典型的是提供哄睡助眠服务的“哄睡师”,他们一般提供哄睡实时通话、语音或直播,通过羽毛轻刮麦克风、音叉敲击物体、低声轻语、睡前故事等声音疗法的方式,让人进入放松状态从而进入睡眠。然而,随着越来越多的人涌入这个行业,竞争对手

也变得日益复杂。

今年5月底,有短视频平台发布的关于打击色情低俗黑色产业链的公告显示,近年来,打着“陪睡”“助眠”旗号,制作传播“擦边”内容,通过精准围猎异性来导流牟利的深夜直播时有发生。2024年以来,平台已处罚涉及色情低俗行为的账号超过200万个。

艾媒咨询分析师认为,助眠服务是在时代生活压力下应运而生的服务,具有其他助眠产品无法具备的沉浸感体验。如何走出野蛮生长阶段,提供出高品质、高体验的助眠服务将是每个助眠服务企业应该着重思考的问题。

数据来源

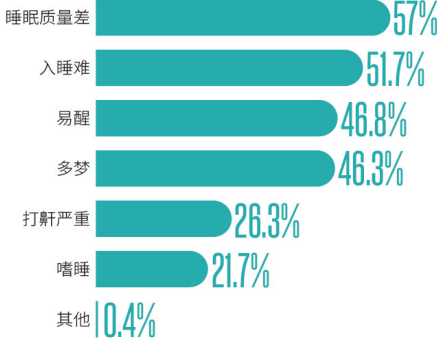
中国睡眠研究会《2024年中国居民睡眠健康白皮书》、艾媒咨询《2024年中国睡眠健康产品创新及消费洞察报告》、《2023-2024年中国睡眠经济行业发展与消费需求研究报告》、观研报告网《中国睡眠保健品市场发展态势分析与投资战略调研报告(2023-2030年)》、企查查、抖音、小红书。



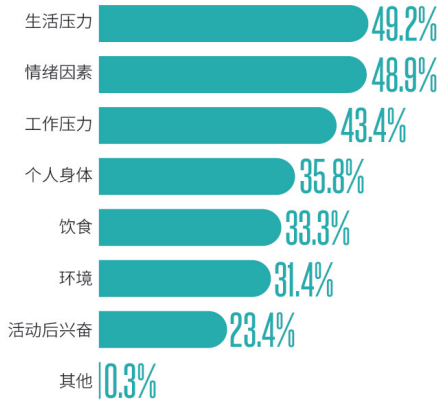
(请点击“数据”频道)

国民整体睡眠质量欠佳

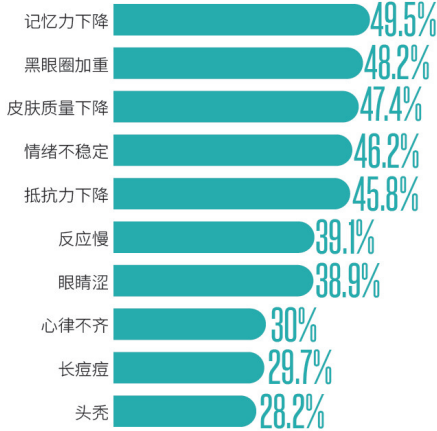
国民睡眠问题类型调研



国民睡眠问题原因

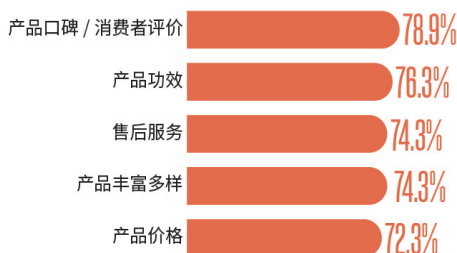


国民睡眠问题影响

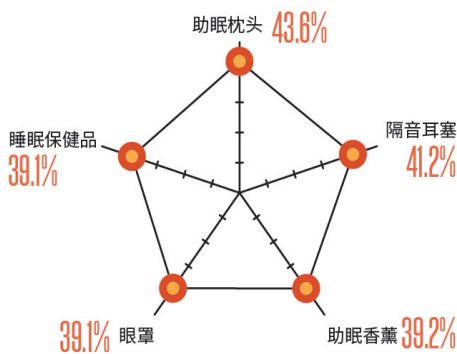


口碑和功效是消费者考虑购买重点

国民购买助眠产品的考虑因素



国民购买助眠产品偏好 TOP5



国民对助眠产品效果评价

