

## 03

## “涉互联网”程度越深 睡眠时长越短

《中国睡眠研究报告(2024)》显示,2023年居民睡眠指数为62.61分,较2022年降低了5.16分,较2021年降低了2.17分。相比2021年和2022年,2023年被调查者在主观睡眠质量、睡眠潜伏期、睡眠紊乱、使用睡眠药物、白天功能紊乱等上的得分均较高,说明被调查者的主观睡眠质量更差、需要更长时间才能入睡、睡眠紊乱程度更高、更多地使用睡眠药物、白天功能更受影响。

所在行业的“涉互联网”程度,也影响着睡眠质量。数据显示,截至2022年6月,中国依托互联网平台的新就业形态劳动者达到8400万人。而通过对互联网数字工作者的睡眠状况进行分析,发现涉入互联网程度越深的职业,睡眠时长越短,低互联网涉入职业群体的睡眠时长显著

长于其他组,高互联网涉入职业群体的睡眠时长显著短于其他组。

整体来看,不同程度互联网涉入职业群体每晚睡眠时长在8小时及以上的比例均低于50%。对比来看,高程度的互联网涉入职业群体的短时间睡眠(6小时及以下)比例较高、长时间睡眠(10小时及以上)比例较低。低程度的互联网涉入职业群体的短时间睡眠比例较低、长时间睡眠比例较高,但与中程度的互联网涉入职业群体的差距不明显。

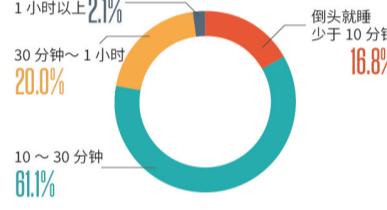
2023年近半消费者入睡时间在0点以后



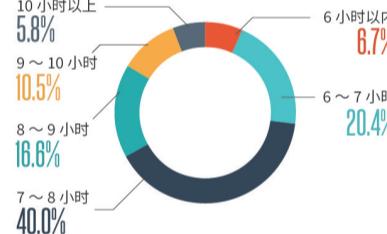
2024年不同代际平均入睡时间



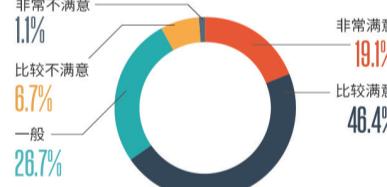
超六成人需要10~30分钟进入深睡



约三成人工作日睡足八小时

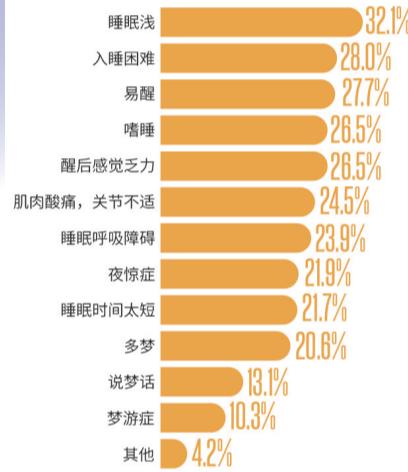


超四成人对自身睡眠“比较满意”

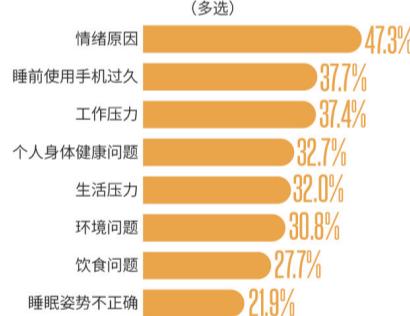


(多选)

## 睡眠浅和入睡困难是最常见的睡眠质量问题



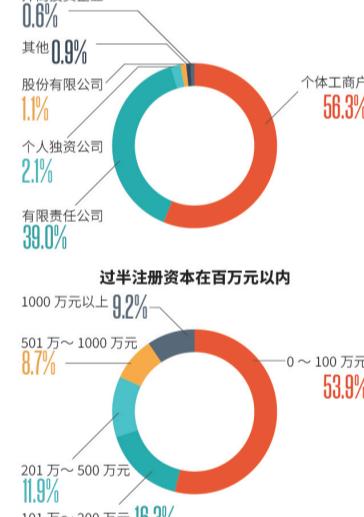
## 近半人出现睡眠质量问题的原因是情绪



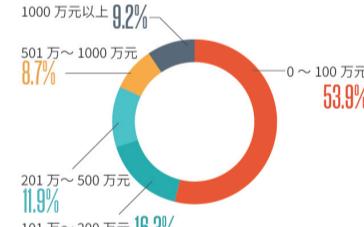
2013-2022年累计新增69238家睡眠相关产品的企业



近六成是个体工商户



过半注册资本在百万元以内



## 04

## 枕头最受欢迎 智能睡眠产品还有点陌生

越来越多消费者关心如何能睡个好觉。调研数据显示,98.5%的中国消费者在近半年有熬夜行为,其中67.2%的人是主动熬夜;43.4%的受访者表示熬夜频率在每周1~3次。2023年中国消费者主要偏好购买助眠枕头、隔音耳塞、助眠香薰、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%。

助眠枕头是消费者选择最多的助眠产品之一。随着科技的进步和需求的提升,枕头已不再是简单的睡眠辅助工具,而是成为影响睡眠质量、健康甚至生活品质的重要因素。隔音耳塞在助眠产品中也占有重要地位。对于居住在嘈杂环境或容易受外界噪声干扰的消费者来说,隔音耳塞是改善睡眠质量的有效工具。助眠香薰通过散发具有香味的植物精油,能够改善环境气味、愉悦心情、舒缓压力,从而帮助消费者更好地入睡。眼罩也是常用的助眠产品之一,它们能够遮挡光线,减少外界干扰,帮助更快地进入睡眠状态。睡眠

保健品因具备可携带性、体积小、服用方便等优点,成为改善睡眠质量的直接选择。这些产品通常含有有助于睡眠的成分,如褪黑素、GABA( $\gamma$ -氨基丁酸)等,能够调节生物钟、缓解焦虑、改善睡眠质量。

对市场来说,智能睡眠产品依然是新鲜事物。数据显示,有30.45%受访者愿意使用智能睡眠产品改善睡眠。同时,有61.44%的被调查者从未用过人工智能睡眠呼吸管理系统,58.88%的被调查者从未用过大智能助眠产品,50.47%的被调查者从未用过可穿戴式睡眠监测设备,49.61%的被调查者从未用过小型智能助眠产品。

消费者对助眠产品价格接受度主要集中在100~400元区间内,总体占比65.0%;其中21~30岁的群体对助眠产品价格接受程度相对较低,100~200元占比42.5%,已婚已育的人群对助眠产品价格接受度则相对较高。

有63.2%消费者表示会考虑和购买

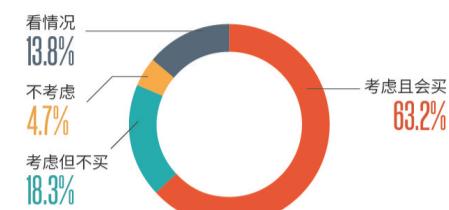
助眠产品,相比之下,助眠服务的接受度略低,仅有49.2%消费者表示会考虑。超八成受访者听说过“哄睡师”,对于助眠服务,近六成受访者认为实际效果有限,近五成认为存在擦边和费用较高的问题。

有来自服务提供方的声音认为,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。如何走出野蛮粗放生长的阶段,提供高品质高体验的服务,是企业目前面临的主要挑战。

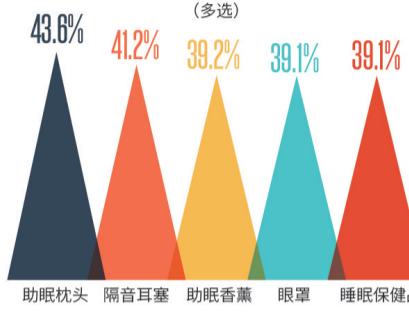
目前,国内外市场上具备睡眠状态监测功能的智能硬件产品和家居家纺产品较多。智能硬件产品中,三星电子、诺基亚、苹果等都曾通过收购等方式进军智能手环领域,目前市场上常见的华为、小米手环也是这类产品。这些产品更多侧重于记录用户的睡眠情况,无法给出有效的改善意见。分析师认为,未来能够提供睡眠解决方案将成为睡眠产品企业弯道超车的重要机会。

## 助眠产品中枕头最受欢迎

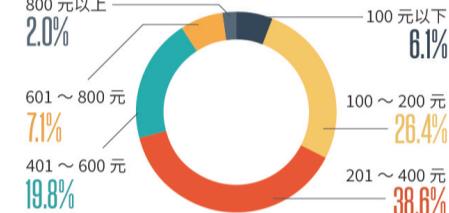
超六成消费者会考虑和购买助眠产品



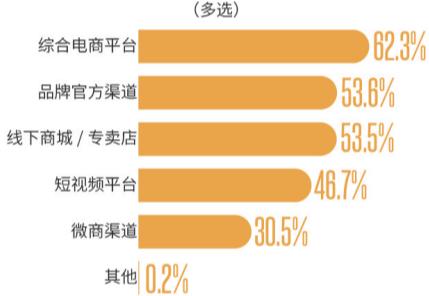
## 助眠产品受欢迎TOP5



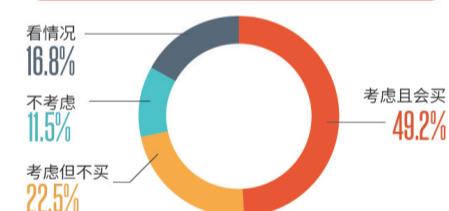
## 201~400元区间的产品最受欢迎



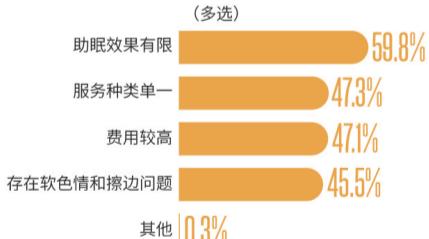
## 超六成消费者从综合电商平台选购



## 近半消费者会考虑和购买助眠服务



## 近六成消费者质疑服务效果



## 数据来源

艾媒咨询《2023-2024年中国睡眠经济行业发展与消费需求研究报告》、《2024年中国睡眠健康产品创新及消费洞察报告》  
亚马逊《全球电商消费趋势及选品调查报告》  
华经产业研究院《2024-2030年中国睡眠经济行业市场深度研究及投资战略规划报告》  
智研咨询《2025-2031年中国睡眠经济行业市场全景调查及未来趋势研判报告》  
《2024中国居民睡眠健康白皮书》  
《中国睡眠研究报告》  
国家市场监督管理总局  
中国睡眠研究会  
企查查



(请点击“数据”频道)