

经济日报携手京东发布数据——

花钱买个好睡眠

破解卧室消费痛点 地域消费特征

卧室及卧室相关产品占据,在工作和娱乐之外如何更好休息、拥有高质量睡眠,成为许多人面临的“痛点”。

相比于客厅、厨房等场景下的“显性消费”,卧室消费内容相对单一,购买频率似乎也不高。但消费者现在愈发重视“睡个好觉”,让经常被忽视的卧室消费成为商家眼中的蓝海。

首先,舒适性是卧室产品的最突出特征。卧室的功能相对单一,主要是睡眠休息的空间。因此,产品能否带来舒适的使用体验,直接影响用户的购买决策。如很受年轻人欢迎的按摩眼罩能够帮助使用者放松眼部,加快睡眠速度;再比如,护脊床垫能够保护骨骼,对睡眠质量有一定提升作用,销售增长明显。值得注意的是,这些产品虽然使用频率很高,但用户黏性较低。相关品牌要想赢得用户信赖,不仅要靠新功能和“黑科技”吸引人,还要有经得起时间检验的过硬品质,需要企业久久为功。

其次,卧室消费的个性化特征越来越明显,主要体现在智能音箱、智能开关等智能化产品的热销上。但是,卧室消费无论怎样变化,都无法脱离“睡个好觉”这个基本前提。因此,卧室智能产品的操作要更加便捷,对人体的干扰要更小。同时,还要坚决杜绝产品“套壳”、过度堆叠各种不必要功能,以及花式营销手段等。

再次,各类消费者的卧室消费诉求差异较大。在丰富产品组合的同时,相关企业应专注赛道不断做细做深做实。例如,针对已婚人群注重实用、未婚人士注重氛围、年长人士注重质感等消费特点,推出睡衣、眼罩、香薰等各具特色的产品。虽然单个品类的市场规模可能不算大,但随着品牌口碑的不断积累,整合起来仍有相当大的发展空间。

最后,儿童、老人等群体的专用卧室家具也是一条值得关注的卧室消费新赛道。例如,儿童床垫、老年按摩器等产品通过智能化改造升级,受到越来越多消费者认可,这一类产品的定制化发展道路前景广阔。

针对卧室消费场景,无论是生产商还是渠道商,都应紧紧围绕健康、环保、安眠等几大用户核心需求拓展业务。通过反向定制创新产品,推进卧室空间升级,给予消费者更加精细化、个性化、舒适化的睡眠体验。

(作者系京东消费及产业发展研究院高级研究员)

说数

上半年,与卧室相关的消费持续增长。其中,三四线城市及下沉市场潜力加速释放,人们的消费欲望更为强烈,消费升级趋势更加明显

在卧室产品消费上,不同消费群体需求各有侧重。一二线城市的消费者更关注床垫的护脊功能;东北地区的消费者更喜欢冰丝材质的床上用品……精细化成为卧室消费潮流,商家应做好市场分析与研究,既要注意区域偏好差异,也要从整体上加快推动产品创新,实现功能升级。

卧室是一个相对独立、个性的空间,消费者对卧室产品的需求也不尽相同,但在产品智能化上,无论是年轻人还是老年人都有着很强的升级需求。商家要从不同群体的生活理念、行为特征等方面着手,向智能化方向升级,满足不同人群对卧室智能产品的需求。

卧室氛围类产品看似不起眼,但能够增加卧室的温馨度、舒适感,有利于睡眠

卧室里的睡眠装备呈现出精细化、智能化发展趋势

各类枕头成交额同比增长率

各年龄段消费者对智能助眠产品的偏好指数

不同人群卧室消费增长率对比

不同年龄段人群偏好指数

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品消费

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

不同年龄段人群

穿戴类产品消费

真丝睡衣

按摩眼罩

卧室氛围类产品

卧室里的睡眠装备

各类枕头成交额

各年龄段消费者

不同人群卧室消费

</