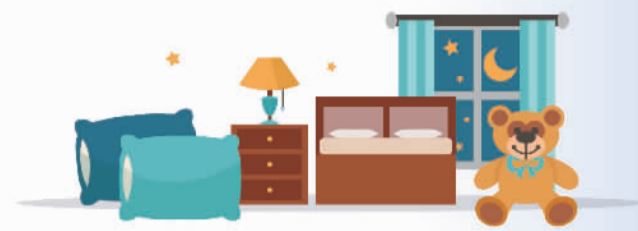


经济日报携手京东发布数据——

在这里读懂中国消费

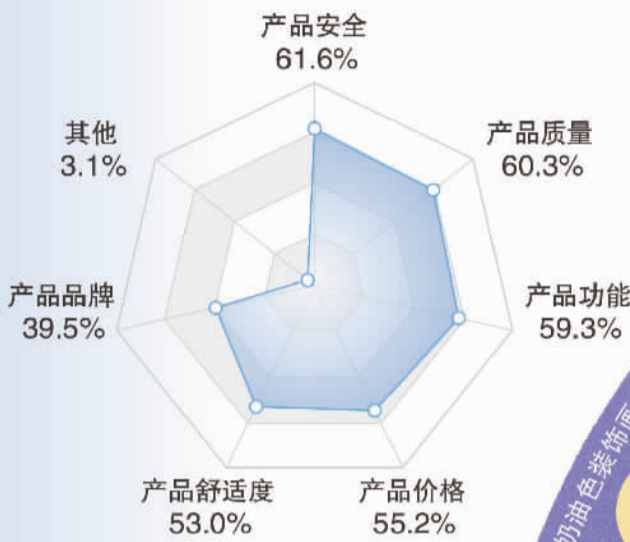
助眠消费更趋理性



1 睡眠消费趋势

睡眠消费更加理性

消费者购买助眠产品时关注的因素(多选)

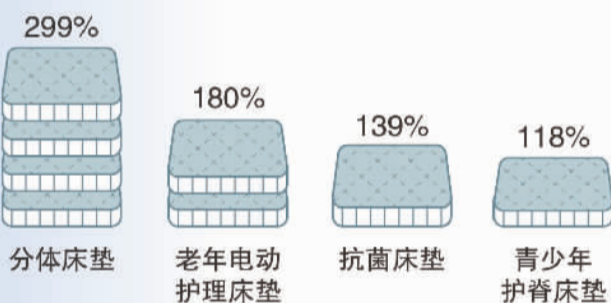


个性需求快速增长

在睡枕消费上



在床垫消费上(成交额同比增长)



2 睡眠问题人群需求偏好

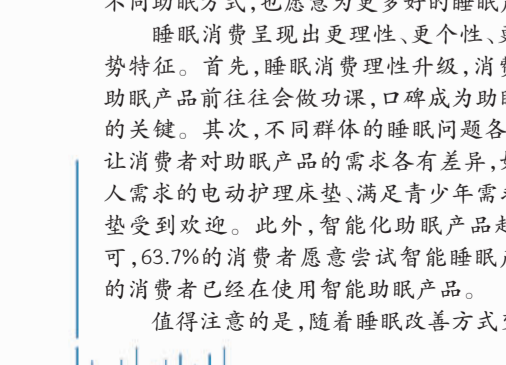
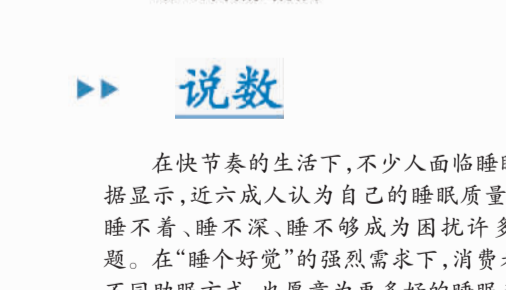
典型睡眠问题人群的主要表现

注:指数越高表示特征越显著

典型睡眠问题人群对助眠产品的偏好度

注:指数越高表示偏好度越强

睡眠受不同因素影响,程度因人而异,意味着治疗失眠需求多样化,对于继发性、情绪性睡眠问题人群,药物治疗和心理咨询是最关键的解决方式,改善睡眠环境、服用睡眠保健品等方式也是辅助选择。



说数

在快节奏的生活下,不少人面临睡眠问题。数据显示,近六成成人认为自己的睡眠质量“不及格”,睡不着、睡不深、睡不够成为困扰许多人的大问题。在“睡个好觉”的强烈需求下,消费者愿意尝试不同助眠方式,也愿意为更多好的睡眠产品埋单。

睡眠消费呈现出更理性、更个性、更智能的趋势特征。首先,睡眠消费理性升级,消费者在购买助眠产品前往往会做功课,口碑成为助眠产品出圈的关键。其次,不同群体的睡眠问题各不相同,这让消费者对助眠产品的需求各有差异,如满足老年人需求的电动护理床垫、满足青少年需求的护脊床垫受到欢迎。此外,智能化助眠产品越来越受认可,63.7%的消费者愿意尝试智能睡眠产品,25.4%的消费者已经在使用智能助眠产品。

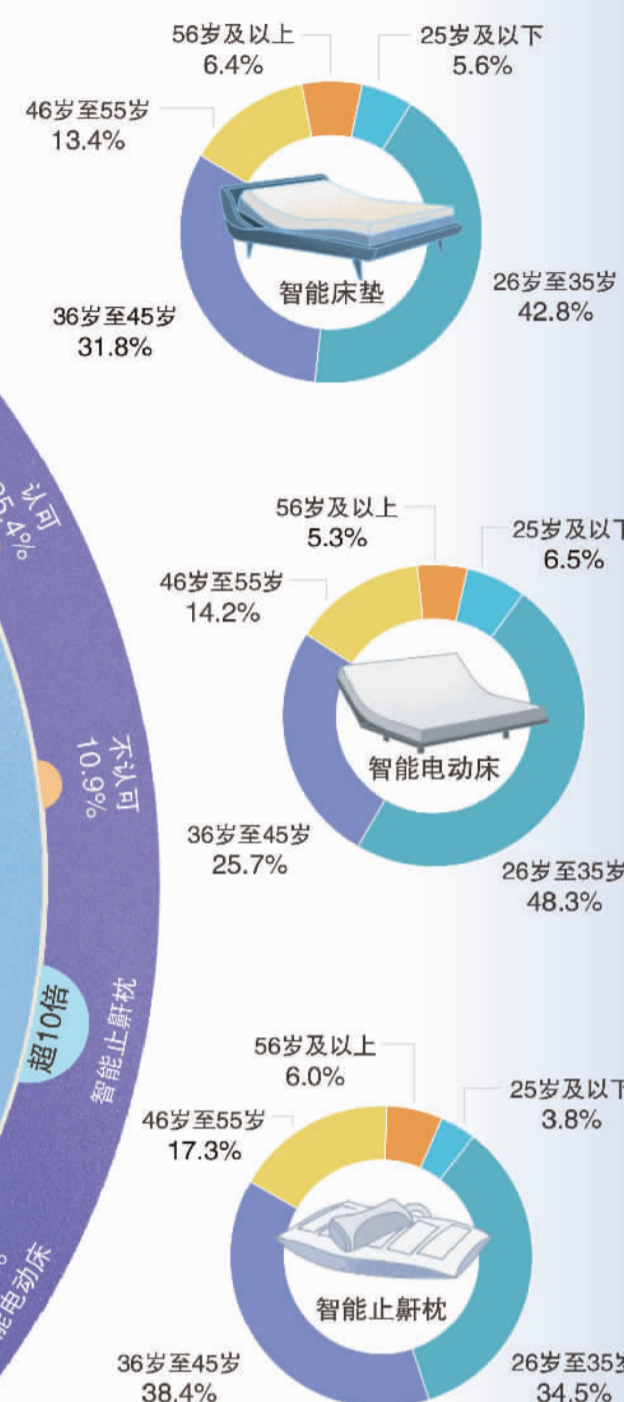
值得注意的是,随着睡眠改善方式变得更加

多样化,企业要找准消费者的睡眠痛点,才能实现健康发展。例如,情绪性睡眠问题更多是因工作生活中的压力导致,许多消费者会借助按摩仪缓解疲劳和压力,并利用氛围灯光产品等营造舒适睡眠环境。对于因熬夜玩手机等导致的主动性睡眠问题人群来说,既可以通过智能手环对睡眠进行监测和管理,逐步调整睡眠规律,还可以通过更换家居用品,改善睡眠环境等方式提高睡眠效率。这些新的消费趋势值得企业关注。

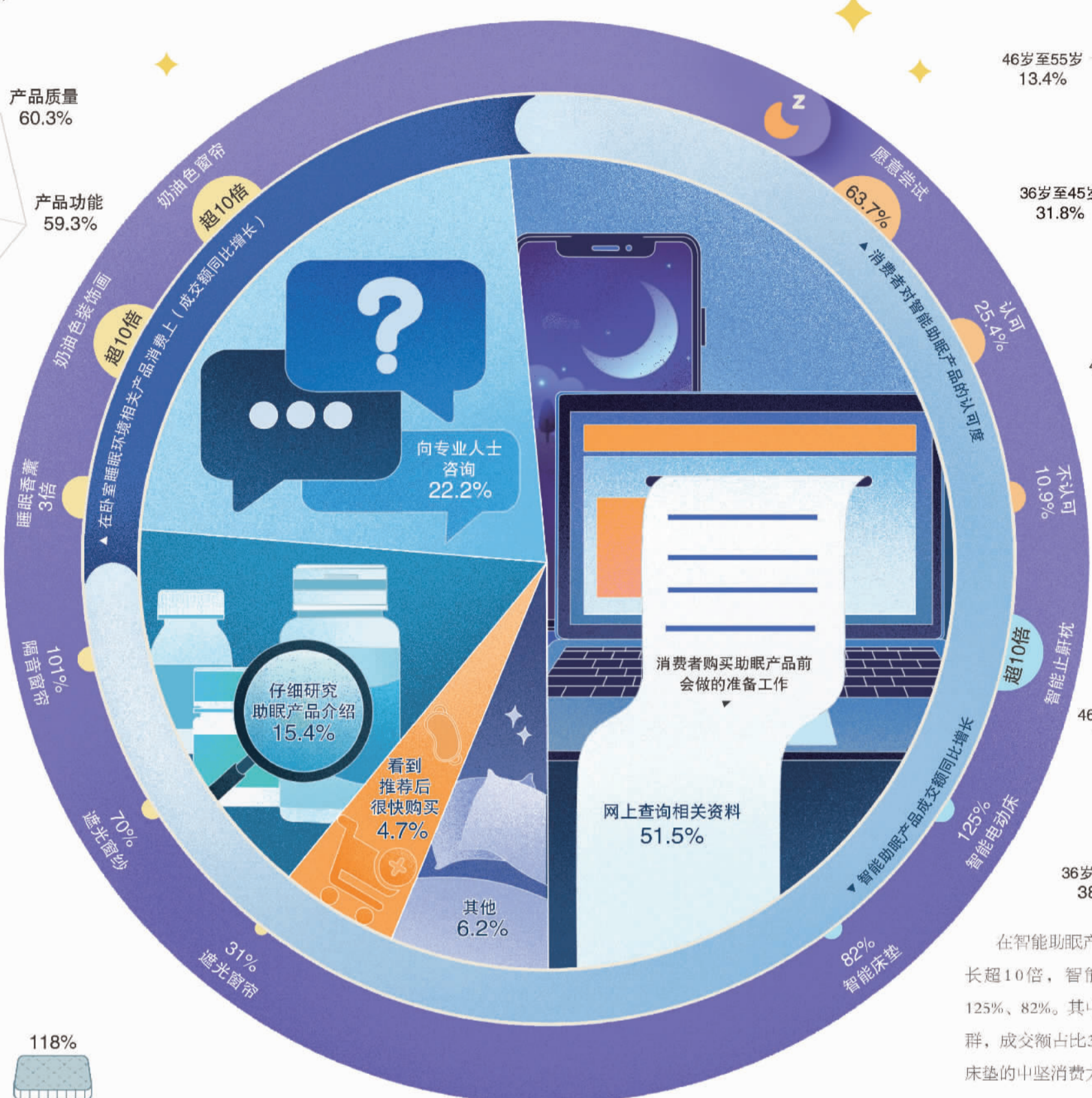
睡眠消费市场潜力巨大,相关企业需要在动态的变化中,洞察不同人群的睡眠痛点和需求,借助技术创新、材料创新等,开发“叫好又叫座”的睡眠产品,助力市场开拓。

(点评人:京东消费及产业发展研究院高级研究员)

各年龄段人群购买智能助眠产品的成交额占比



在智能助眠产品的消费上,智能止鼾枕成交额同比增长超10倍,智能电动床、智能床垫成交额同比增长125%、82%。其中,“80后”是智能止鼾枕的主力消费人群,成交额占比38.4%,而“90后”是智能电动床、智能床垫的中坚消费力量,成交额占比均超四成。



更多内容 扫码观看 数据周期: 2023年全年