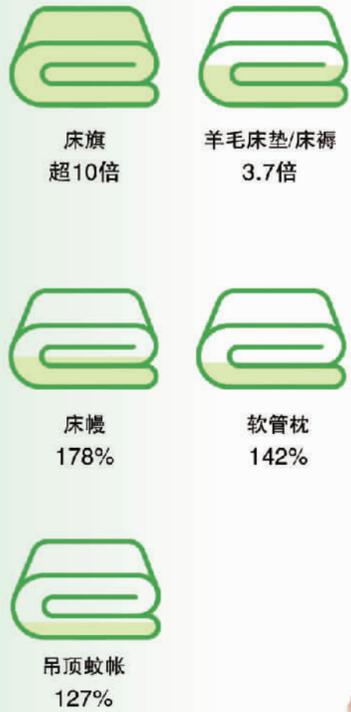


在这里读懂中国消费

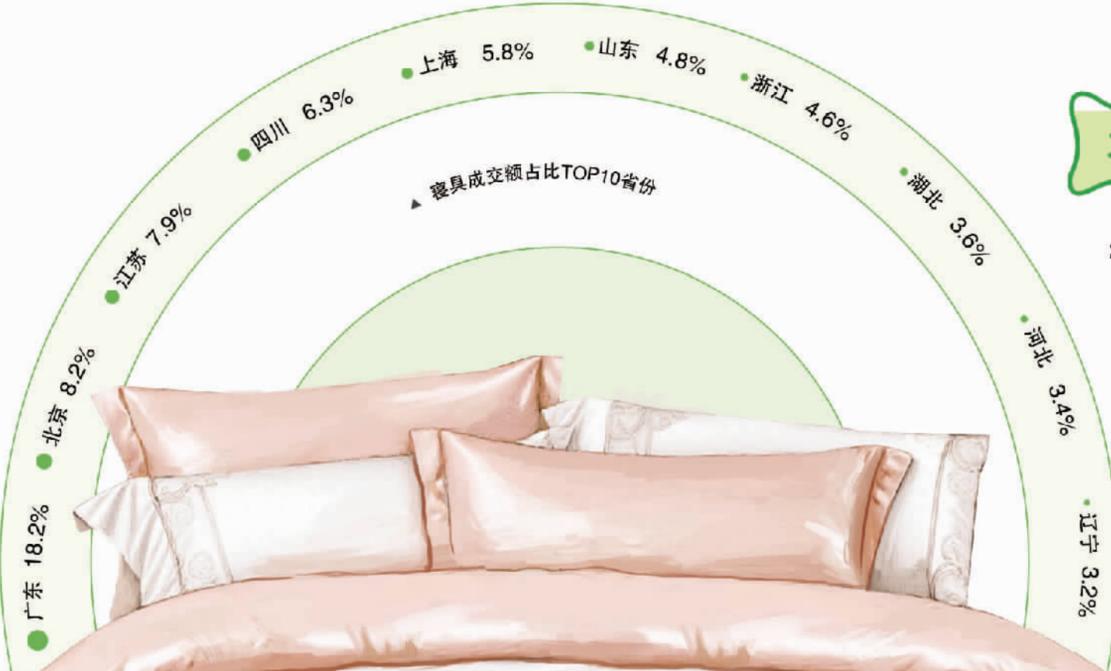
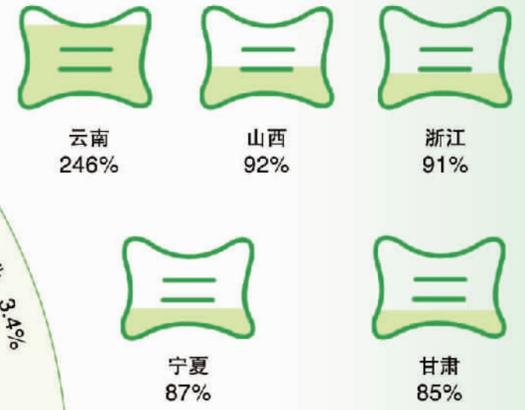
寝具升级守护睡眠健康



寝具成交额同比增速TOP5品类



寝具成交量同比增速TOP5省份



寝具成交额占比TOP5品类

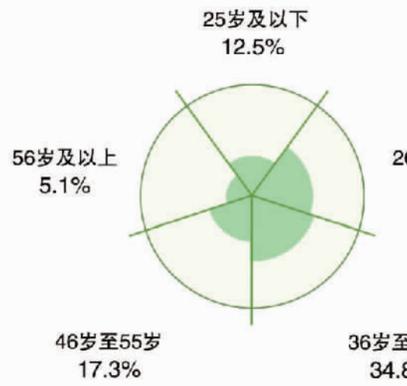


随着银发人群健康意识的增强，他们更加关注睡眠质量，对睡眠环境的重视度显著提升，且消费能力与意愿同步增长，不再满足于基础寝具，愿为适配需求的产品买单。这一趋势为寝具市场开辟了适老化细分赛道，推动产品优化升级。

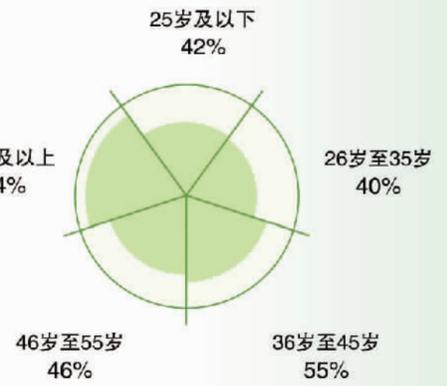
不同性别消费者的寝具消费偏好指数TOP5



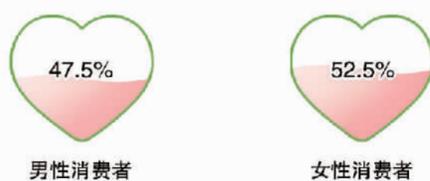
不同年龄段消费者的寝具成交额占比



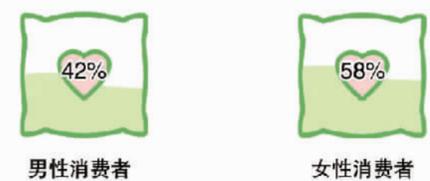
不同年龄段消费者的寝具成交量同比增速



不同性别消费者的寝具消费成交额占比



不同性别消费者的寝具成交量同比增速



说数

睡眠是人们日常生活的核心需求，关乎身体健康、情绪稳定以及工作和学习效率。寝具的热销，正是人们追求高质量睡眠的直观体现。

数据显示，当前寝具市场最畅销的三大品类为床垫/床褥、四件套与记忆枕。细分品类中的羊毛床垫/床褥、软管枕增速尤为亮眼，成交额同比分别增长3.7倍、142%，成为市场新增长点。消费者对寝具的功能性与装饰性的需求显著提升。例如，既能保护床品，又能为房间增添精致感的床旗成交额同比增长超10倍；床幔成交额同比增长178%，虽以装饰功能为主，但在学生宿舍等场景中，其分隔公共空间的实用价值也十分突出。

从地域消费看，云南、山西、浙江是寝具消费增速前3名的省份，区域消费潜力持续释放。从消费者年龄特征看，26岁至45岁人群是寝具消费主力。56岁及以上的银发人群寝具成交量同比增长

74%，在各年龄段中居首，体现出银发群体对睡眠环境的重视程度显著提升。

不同性别消费者的寝具消费差异同样明显。女性消费者是寝具的主要购买者，成交量增速与成交额占比均领先男性。从消费偏好看，女性消费者呈现出为孩子购买、注重装饰性、主导婚庆床品消费三大特征；男性消费者更注重基础需求，且在枕头的选择方面有明显的个性化倾向。总体来看，寝具已成为营造居住氛围、打造生活仪式感的重要载体。

从“有得睡”到“睡得好”再到“睡得健康”的消费理念转变，深刻反映了消费者对生活品质的更高追求。寝具消费市场各个细分品类的高增速印证了赛道的成长潜力。未来，在政策引导与市场驱动的双重作用下，寝具消费将以健康化、智能化、绿色化的发展态势，让亿万家庭都能在高质量睡眠中感受幸福生活的温度。

杨亚茹



数据周期：2025年7月26日至9月15日

更多内容 扫码观看