



2021-2022

线上睡眠 消费报告

京东消费及产业发展研究院出品

“

每当夜色渐浓，很多青年们开始翻检自己的道具库，吃一颗褪黑素软糖，喷上助眠喷雾，点上香薰蜡烛，戴上耳塞和眼罩，躺在自己精挑细选的床垫和枕头上，然后放松身心，等待睡意袭来……

中国睡眠研究会的睡眠研究报告显示我国有超3亿人存在睡眠障碍，情绪困扰、生活压力、工作压力和环境因素为影响睡眠的主要因素。“一只羊…两只羊…三只羊…”每个夜晚，城市上空都会传来这些“深夜牧羊人”灵魂深处的声音。

有人说，比早起更难的是早睡。快节奏的生活让很多人每天都匆匆奔忙。相比被动失眠，越来越多的人是主动熬夜。大抵是因为只有晚上的时间是属于自己自由支配的，有太多喜欢的事情要做……睡得更晚，是为了释放压力。晚睡的人都希望，虽然睡得晚，但要睡得好。“全副武装”睡个好觉，正成为现代人新的睡眠模式。

”

洞察

2022年世界睡眠日到来之际，京东消费及产业发展研究院发布《2022线上睡眠消费报告》，报告显示：

- ▶ 助眠的消费需求迅猛增加，2021年线上助眠类产品成交金额同比增长53%
- ▶ “小城梦也多”，过去一年，县域农村助眠产品成交金额同比增长149%，助眠产品消费用户数占比近三成
- ▶ Z世代也在面临睡眠问题，过去一年，Z世代助眠产品的成交金额同比增长近五成。相比之下，Z世代更青睐褪黑素、蒸汽眼罩和助眠枕头，银发族更偏爱按摩器材和中药食补。
- ▶ 床垫功能成为消费者挑选床垫时关心的重点。过去一年，分区床垫、智能床垫、抗菌床垫、护脊床垫的搜索量分别同比增长了643%、426%、185%和148%
- ▶ 科技助眠产品热度提高，26-35岁年龄段为智能助眠产品主力消费人群。2021年，26-35岁年龄段人群智能睡眠仪、睡眠呼吸机、智能床的成交金额分别同比增长208%、167%和106%
- ▶ 边熬夜边助眠，“朋克养生”行为成热潮，48%的购买了咖啡的Z世代也购买了助眠产品。

助眠消费市场火热，助眠产品销量同比增长197%

随着消费升级和睡眠观念的转变，越来越多的消费者愿意为好睡眠买单，助眠消费市场火热，各类助眠产品应运而生。在尝试了热牛奶、热水澡和相声之后，消费者们将目光转向各种助眠产品。

“

京东数据显示，近年来，线上助眠类商品数持续增长，2021年线上助眠类产品SKU数量同比增长**63%**

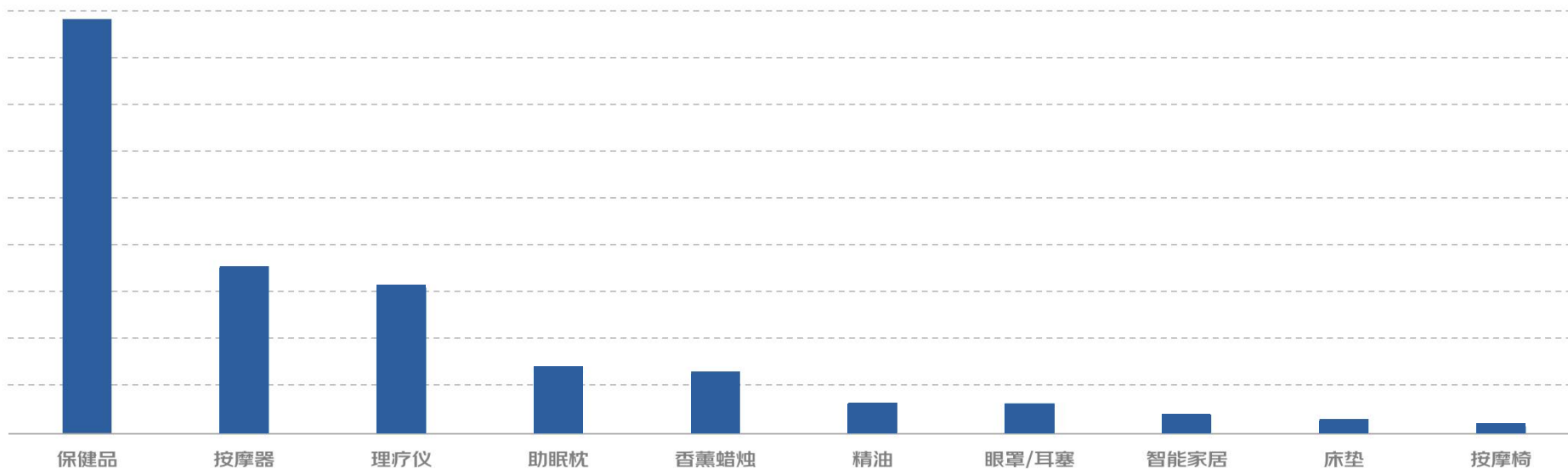
“

消费者的睡眠消费热情也在逐年提升，2021年助眠类商品成交金额同比增长**53%**

“

最受消费者欢迎的助眠产品品类为**助眠保健品、按摩器**和**理疗仪**

2021年各类助眠产品成交金额TOP10

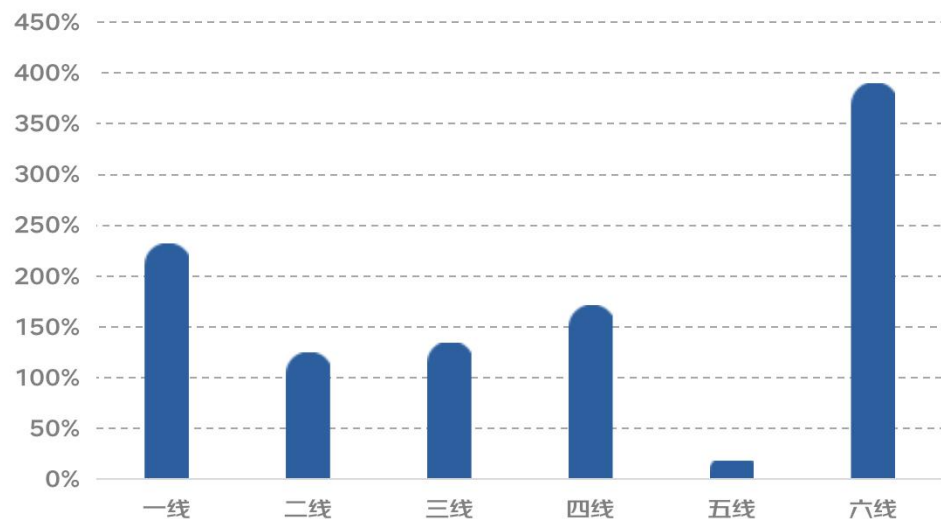


小城故事多，小城梦也多

谁说只有大城市的压力让人无法睡眠，数据显示，小城故事多，小城梦也多，低线城市消费者对于睡个好觉的追求不亚于高线城市城市，过去一年，县域农村市场助眠产品成交金额同比增长**149%**。

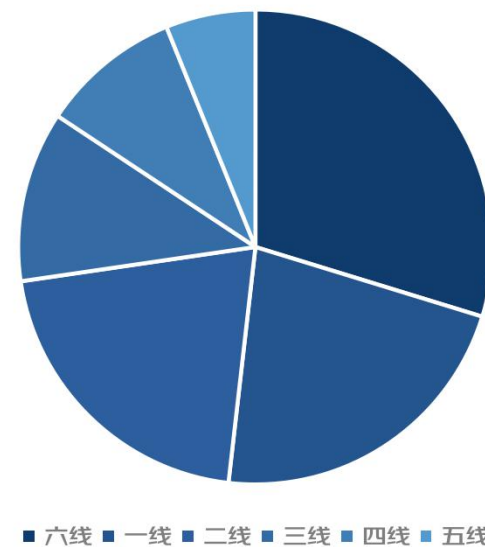
2021年各线城市助眠产品成交金额同比

增速



京东销售情况显示，2021年，线上助眠产品用户数占比最高的为六线城市，占比近**三成**。除此之外，一二线城市也占有较高比例。无论是都市青年还是小镇青年，想要睡一个好觉的心情是一样的。

2021年各线城市线上助眠产品消费用户数占比

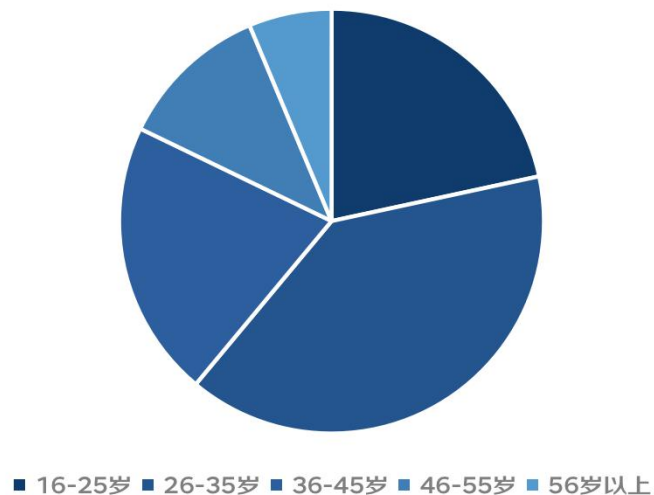


90后为助眠产品消费主力军，Z世代助眠消费增速明显

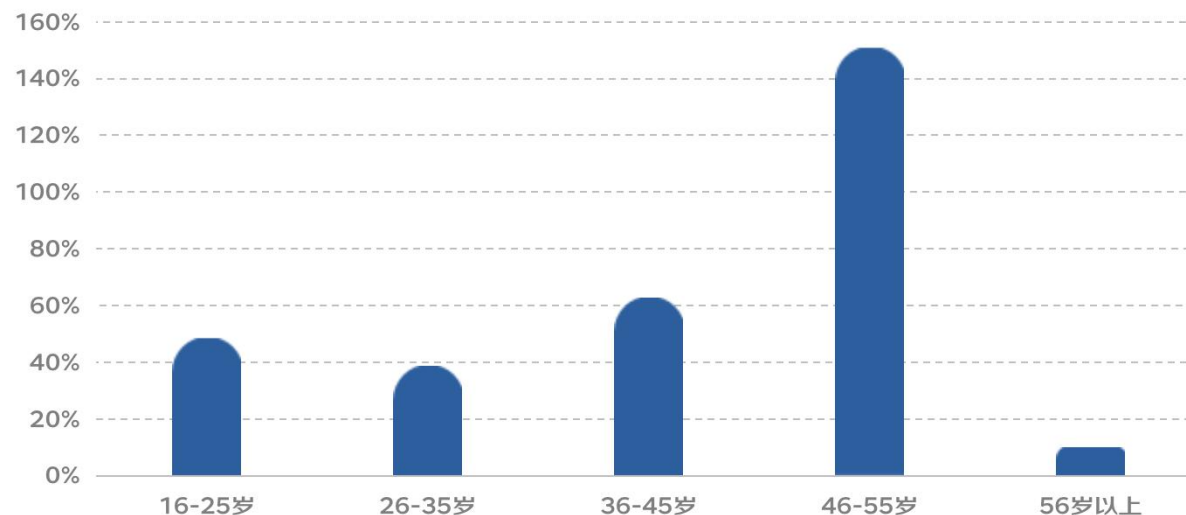
早在2004年，中国青少年研究中心的研究指出当时的90后已出现睡眠不足问题。十几年过去了，这批从小习惯熬夜的人长大成人，成为购买助眠产品的主力军。京东销售情况显示，2021年，26-35岁年龄段人群助眠产品消费人数占总人数的比例超**四成**。

值得关注的是，Z世代人群对助眠产品的消费需求增加。2021年，Z世代助眠产品的成交金额同比增长了**48%**。

2021年各年龄段线上助眠产品消费用户数占比



2021年各年龄段人群助眠产品成交金额同比增速



90后为助眠产品消费主力军，Z世代助眠消费增速明显

不同年龄段对于助眠产品的偏好也大不相同。最受Z世代青睐的助眠产品为褪黑素、蒸汽眼罩和助眠枕头，可谓是全副武装、内外兼修。而在助眠这件事上，银发老人们相对更加偏爱按摩器材和中药食补。此外，越来越多银发族接受了智能健康设备等科技助眠产品。过去一年，银发族智能健康设备成交金额同比增长5.4倍。

最受Z世代青睐的助眠产品



褪黑素



蒸汽眼罩



助眠枕头

银发老人们更加偏爱的产品



按摩器材

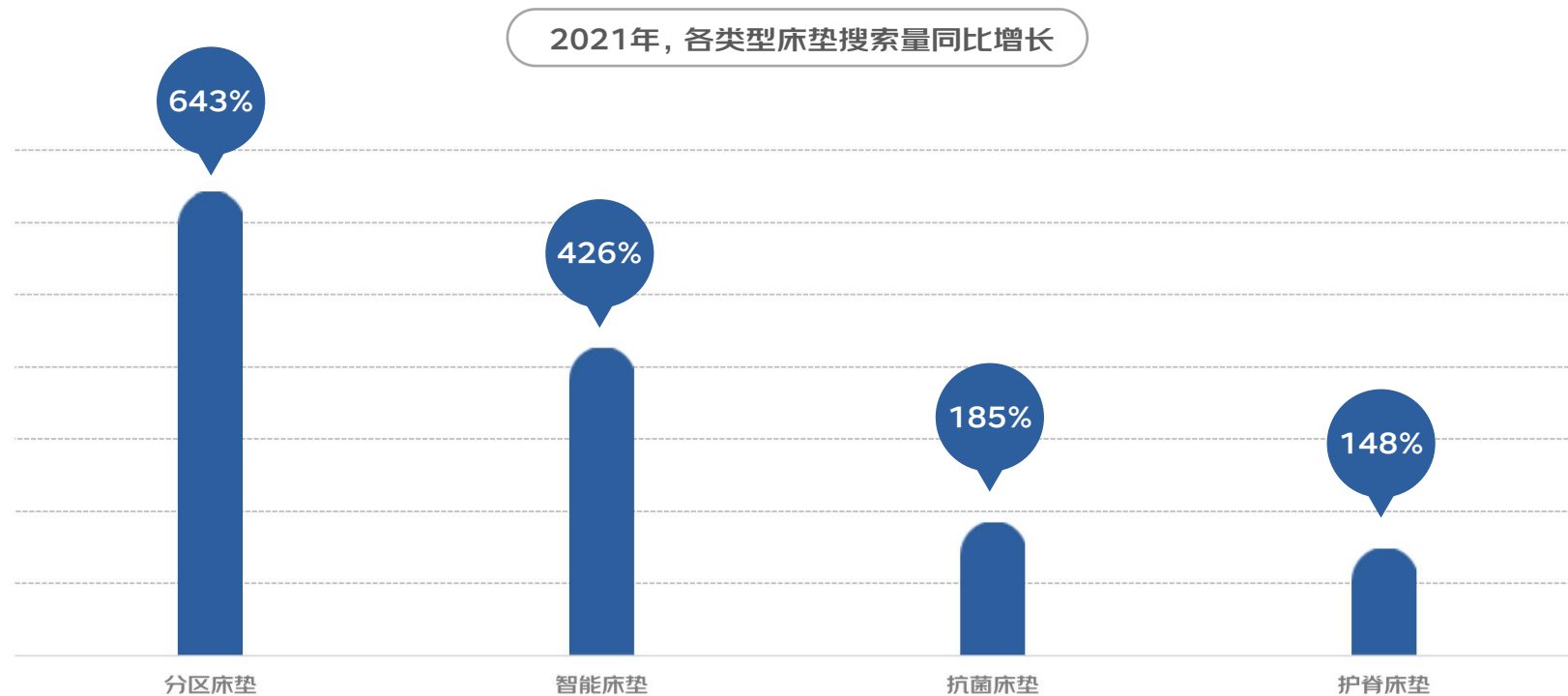


中药食补

帮你入睡，床垫们越来越专业了

如果睡眠是场战役，这场战役中最重要的物资不是别的，而是每晚都要承受着我们全部压力的床垫。随着人们睡眠消费诉求的转变，人们对床垫的认知也从最初的“硬床板”升级到如今多元化多功能的床垫选择。

从搜索数据看，消费者从关注床垫的材质逐渐变为更关注床垫的功能。



科技之风也蔓延到寝具市场中，智能床垫迎来爆发式增长。

2021年智能床垫的销售数量同比增长

2.4倍

好枕头给你好睡眠，床上用品也要到位

“倒头就睡”的必要条件是有一个舒服的枕头。助眠效果、枕头高低、材质软硬程度成为消费者选择枕头时关心的重点。在产品不断推陈出新的当下，乳胶枕和颈椎枕最受消费者欢迎。

京东销售情况显示，2021年，乳胶枕和颈椎枕成交金额分别同比增长**5.4倍**和**4.7倍**。

乳胶枕

5.4倍

颈椎枕

4.7倍

当睡眠成为一种精致的生活方式的体现时，消费者在床品选择上要舒适也要品位，2021年四件套成交金额同比增长**243%**。

四件套

243%

此外，不少人追求睡眠的仪式感，开始注重睡眠氛围的营造，过去一年灯饰中氛围照明成交金额同比增长**216%**。

氛围照明灯

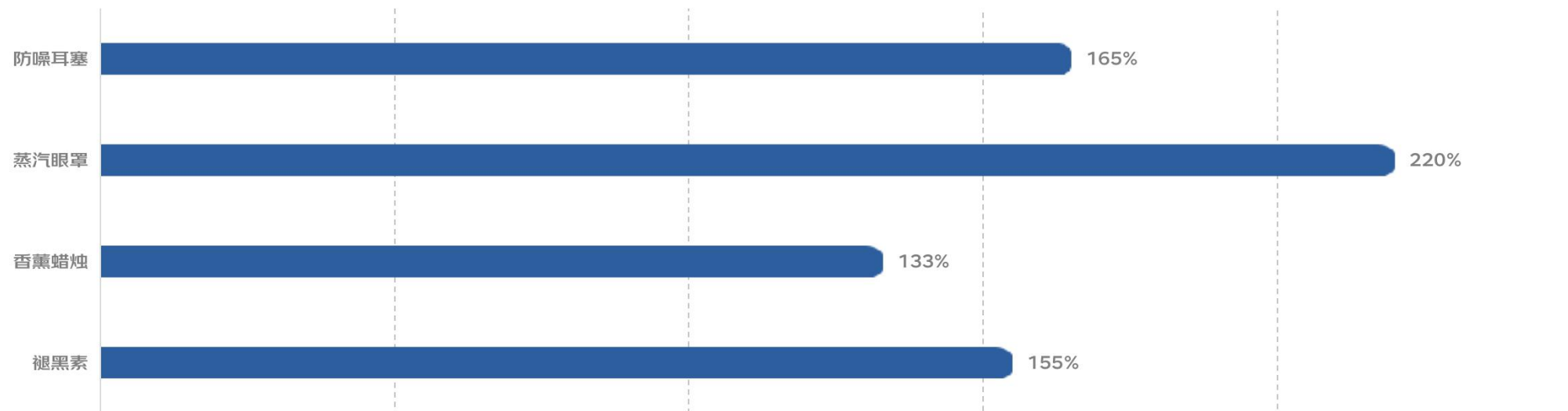
216%

从食疗到外用，帮你入睡，它们挺拼的

睡眠需求的爆发也带动了细分市场的崛起。除了传统寝具的迭代升级，助眠物件也更加多样。助眠保健品自然是消费者眼中最直接的助眠选择。京东销售情况显示，2021助眠保健品成交金额消费同比增长**2.1**倍。

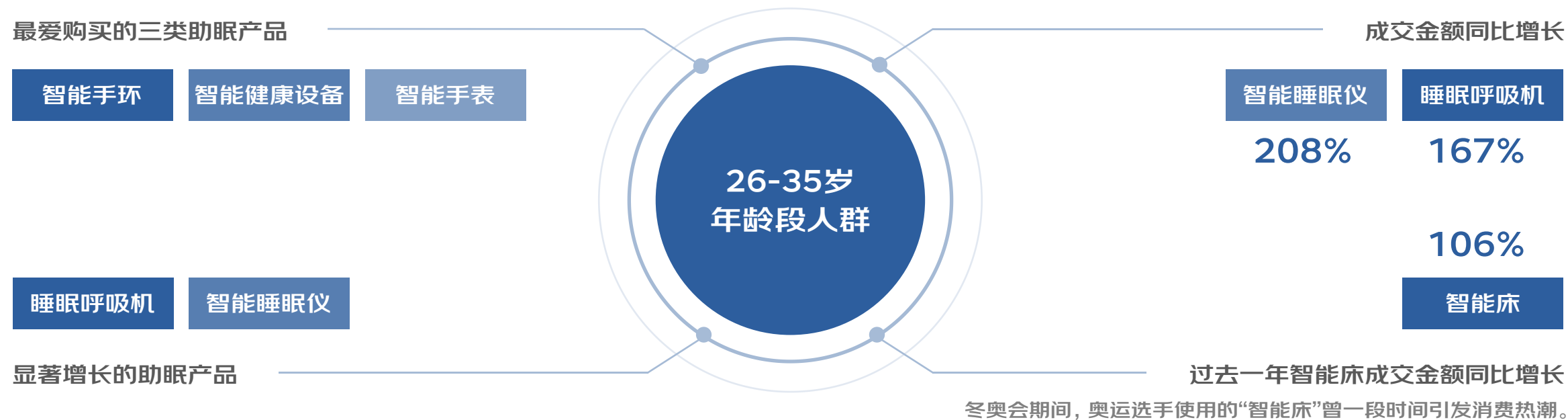
吃一粒褪黑素软糖、点上香薰蜡烛、带好蒸汽眼罩、塞好防噪音耳塞……这已成为现代青年的睡前“四部曲”。

2021年，Z世代各类型助眠产品成交金额同比增速



科技助眠成消费新趋势

随着科技的发展和消费升级，消费者的睡眠消费诉求也在顺势发生转变，更加青睐有医学依据和科技含量的智能助眠产品。京东销售情况显示，26-35岁年龄段人群一直是智能助眠产品的主力人群，2021年消费比例达到**47%**，这类人群更看重生活质量，拥有一定消费实力，他们对科技充满探索的欲望和兴趣，拥有巨大的消费潜力。京东销售情况显示，26-35岁年龄段人群在智能睡眠产品上的人均花费逐年提升。



边熬夜边助眠，这届网友的睡眠好纠结

夜晚已经成为现代青年寻找自我、释放压力的窗口。当他们把白天留给工作和社交，夜晚就成为了难得清静的独处空间，早点睡觉仿佛错过了一个亿。现代青年们一边熬夜，一边购买助眠产品，这种“朋克养生”行为逐渐泛滥开来。

京东销售情况显示，2021年，Z世代的咖啡消费成交金额同比增长显著。在这其中，有**48%**购买了咖啡的Z世代也购买了助眠产品。“白天靠冰美式清醒，晚上靠褪黑素睡觉”已然成为一些职场人的生活常态。



咖啡
增长显著

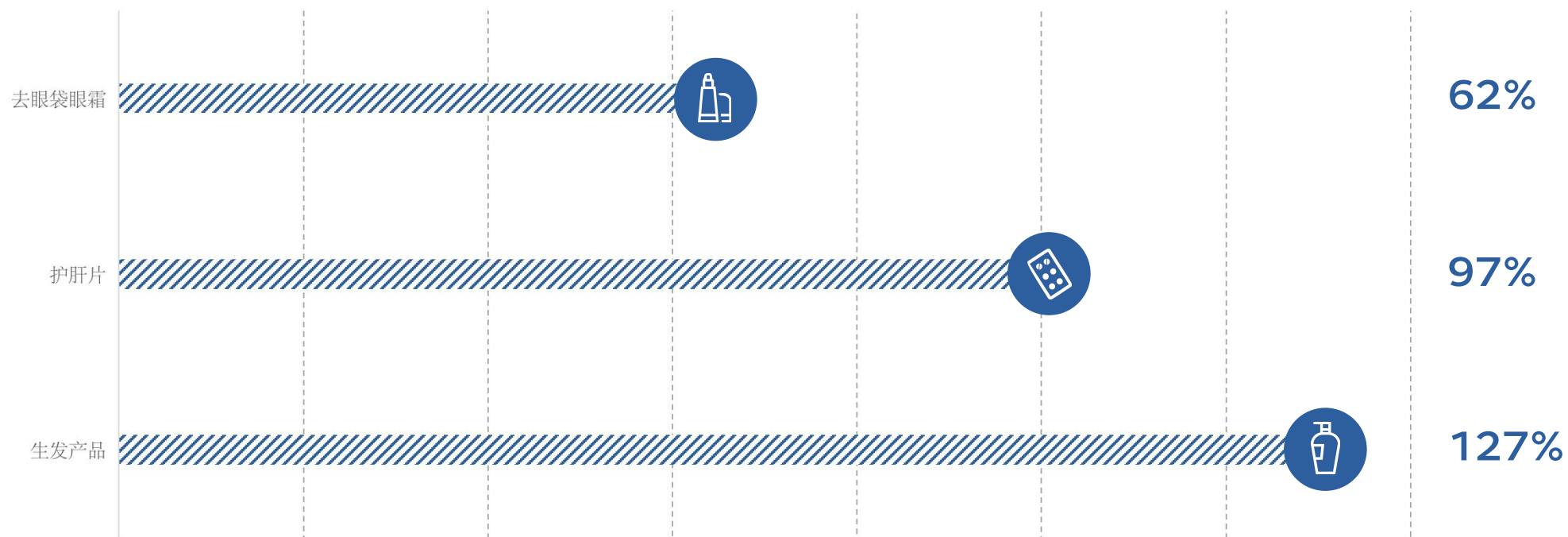


购买助眠产品
48%

入睡不积极，事后补救行

明知熬夜不好却仍“身不由己”，即便困得不行但依然在刷着手机，不肯放过夜晚这独属于自己的时间。现代青年用最贵的保健品和护肤品，却熬着最猛的夜。

2021年，Z世代人群熬夜补救型产品成交金额同比增速



“

人们睡不好，除了想太多，也可能各有不同的烦恼。改善睡眠环境和培养健康的睡眠习惯是最直接也是最有效的解决方法。追求梦想很值得，但睡个好觉也很重要。希望每一个拼搏的我们都可以睡个好觉。

”



2021-2022 线上睡眠消费报告

京东消费及产业发展研究院出品



京东消费
及产业发展
研究院