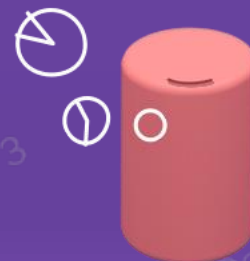
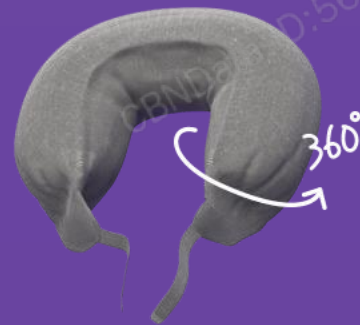


回到卧室

卧室消费升级中，
消费者究竟想获得什么？

dt 财经·NEXT情报局



目录 Contents

01

升级卧室体验的“新品类”

02

升级的体验期待是否真的被满足？

03

卧室体验升级背后的推力和未来



01

升级卧室体验的“新品类”

回到卧室，各路助眠“新利器”你种草几个？

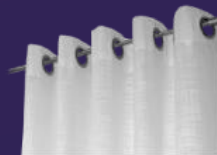
越来越多人开始关注睡眠质量，乐于投资睡眠和卧室环境。相比过去兼具娱乐、工作等多功能性，人们开始愈发注重还原卧室原本最纯粹的休息功能。卧室消费升级下的助眠产品，也正是从嗅觉、触觉、听觉各方面奋力营造出的沉浸式体验，为的就是让你能够拥有入睡时的安心和放松。



触觉



视觉



听觉



嗅觉

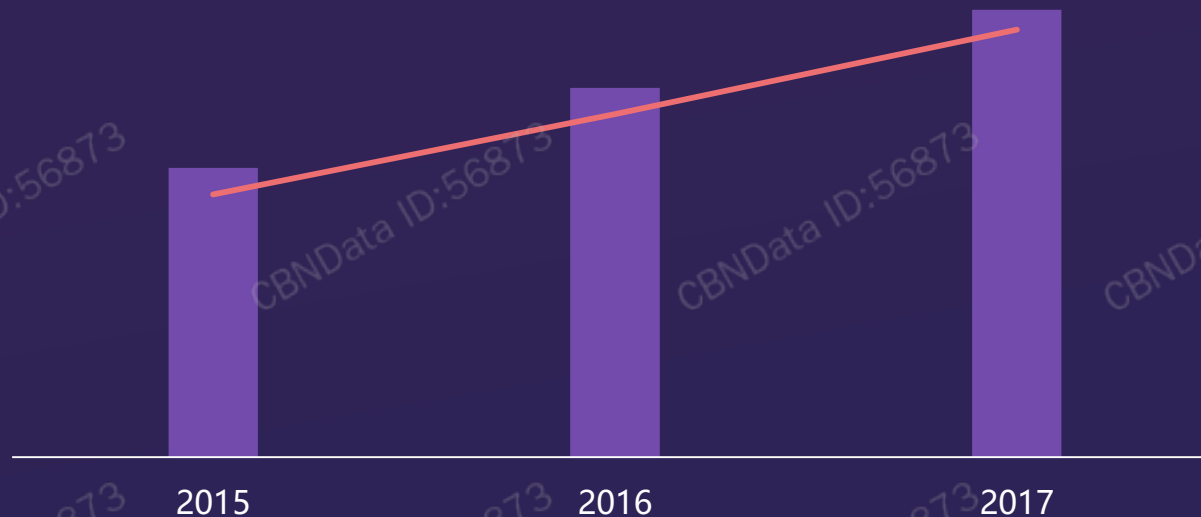


助眠物品销量增长，卧室体验消费正兴起

阿里平台上助眠产品的订单量在过去三年整体呈增长趋势。亚马逊海外购数据显示，白噪音发生器、可逐渐增强亮光来模拟清晨日出的自然唤醒灯2017年的销量是上一年的1.5倍左右。

2015-2017年线上助眠产品消费趋势

■ 销售额 ■ 购买人数



数据来源：阿里数据

传统品类的功能升级

除了白噪音发生器、眼罩和香薰这些新品类外，人们也开始尝试功能和体验更好的新升级后的传统卧室用品，比如人体工学床垫、轻奢枕头、高端电风扇等。这些新升级品类更加强调设计的合理性、健康化和使用的友好程度。



轻奢枕头



人体工学设计



合理承托



透气性



抗菌防螨



人体工学床垫



人体工学设计



坚实承托



柔软贴合



透气设计



加湿器



智能控湿



净化空气



静音



香薰



高端电风扇



静音



风力柔和



送风范围广



低耗能



无线音箱



持久续航



无线连接



轻便设计



专业音质

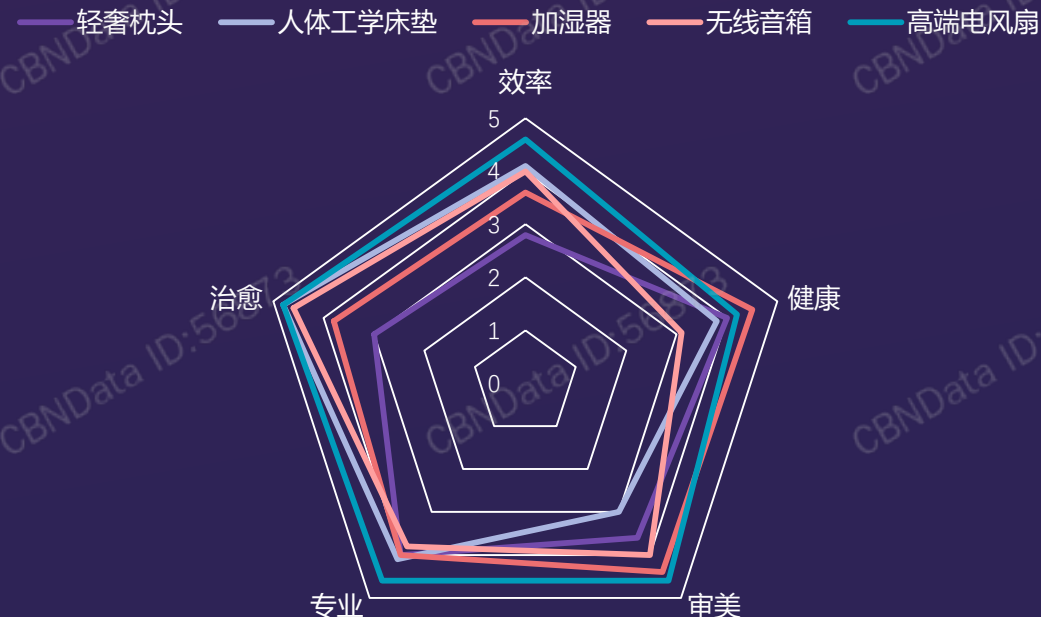
资料来源：DT财经·NEXT情报局

卧室消费升级，只为多享受一份“治愈”

从用户痛点出发，NEXT情报局引入了“NEXT指数”，结合品类研究和用户评价等数据，从健康、专业、审美、效率和治愈等五个方面来衡量消费升级效用。从卧室代表性的产品表现来看，治愈效用表现得分最高，其次是专业、健康和审美。



五个典型卧室商品的NEXT指数得分



数据来源：DT财经·NEXT情报局

“治愈” = “幸福感” = 全方位更好的感官体验

“治愈”指的是消费者使用产品后所获得的精神满足感，包括对品牌的认同、精神享受以及使用体验的友好程度。家居物品具有强体验属性，在讲究体验的时代，我们看到越来越多消费者开始注重与物品建立情感联系。



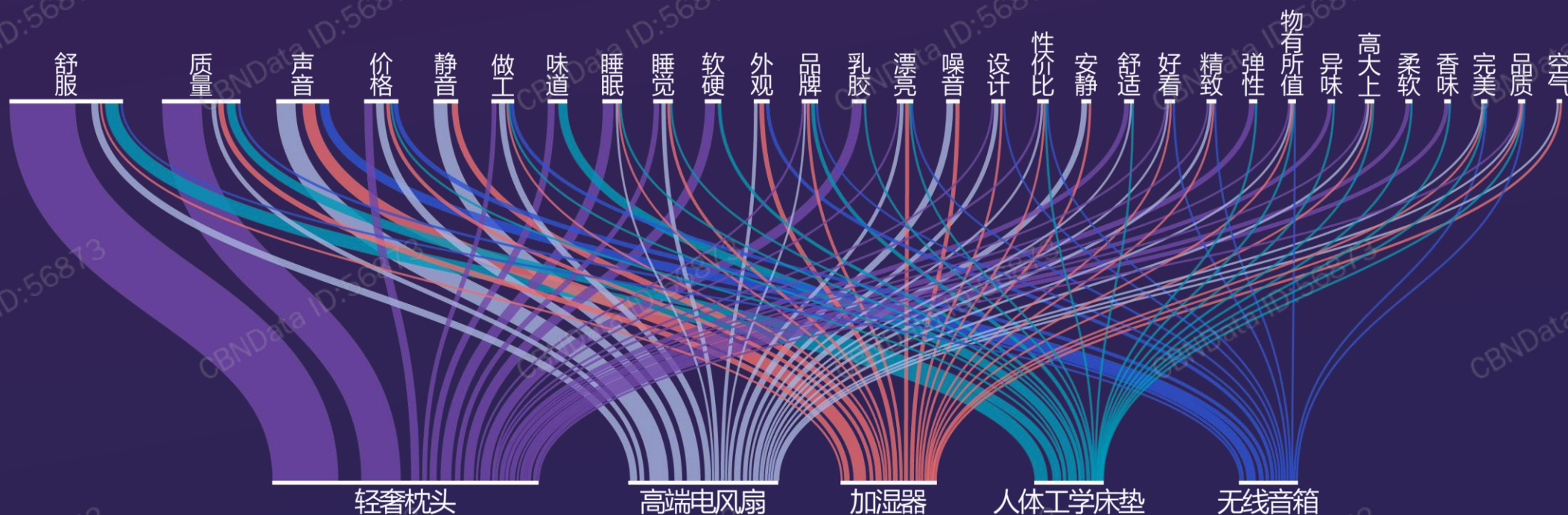
02

升级的期待是否真的
被满足？



舒服、声音、味道和外观等词汇被用户高频提及

通过对前文提到的五个品类25个代表商品的上万条用户评价分析，我们洞察到卧室体验升级中的真实痛点。舒服、声音、味道和外观等被高频提及的词汇对应的正好是消费者触感、听觉、味觉和视觉的感官体验。同时，是否能改善睡眠也是消费者最为关注的诉求之一。



注：线条粗细代表词频数量； 数据来源：DT财经·NEXT情报局

改善睡眠的效用大都被认可，但破坏体验的声音和气味依旧存在

通过对包含各个关键词在内的评论文本进行情绪分析，我们发现大多数消费者对于这些商品改善睡眠环境的效果都较为认可。其中，消费者对于反映这些商品触感体验的“舒服”和视觉体验的“精致”、“漂亮”等较为认可，相对而言，对于听觉和味觉体验的满意度略低。

关键词品类	 人体工学床垫	 高端电风扇	 加湿器	 无线音箱	 轻奢枕头	正面情绪占比
睡眠	92%	81%	87%		95%	93%
声音		87%	83%	86%		86%
噪音		82%	79%			81%
舒服	93%	94%	94%	89%	95%	94%
味道	76%				82%	79%
精致		98%	97%	100%	96%	98%
漂亮	100%	95%	94%	93%	95%	94%

数据来源：DT财经·NEXT情报局

03

卧室体验升级背后的 推力和未来



回到卧室趋势逐渐下沉

新卧室升级商品消费人群的城市线级下沉和中端消费人群的扩增都说明，大众对基本品质生活线的要求正在整体提升。

一二线城市订单量占比

● 2016年

● 2017年



消费能力

● 2016年

● 2017年

分类

助眠灯

香薰用品

真丝眼罩

护颈助眠枕

低端



中端



高端

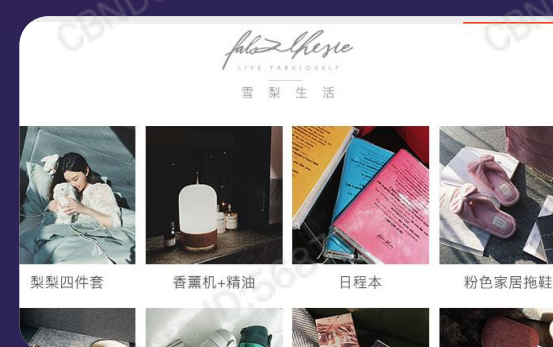
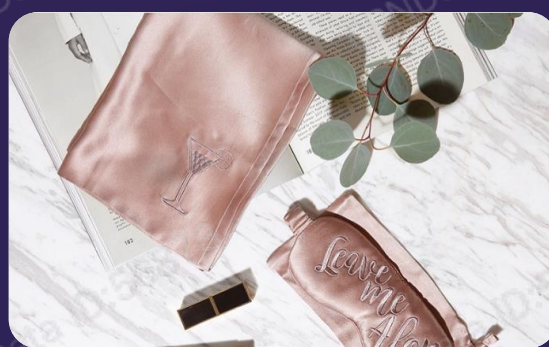
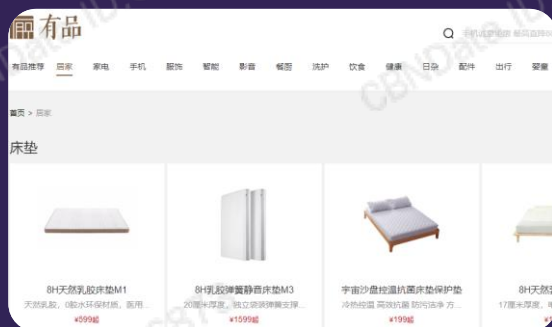


注：2017年数据统计截至2017年三季度

数据来源：阿里数据

回到卧室趋势背后的消费升级新机会

近两年，国内兴起了很多主打“生活方式”的平台或品牌，从淘宝心选、米家有品、网易严选到跨界家居领域的野兽派、江南布衣和网红雪梨等。这些商业业态的活跃也印证了，随着消费者对基本生活品质线关注点越来越丰富和成熟，“不示人”、仅满足自我体验的消费正在成为未来消费升级的一大趋势。



关于“NEXT情报局”

NEXT情报局是DT财经旗下的消费升级数据研究项目，专注于结合大数据洞察中国消费升级趋势。

通过采集海量数据、量化指标，我们持续评估消费品类、行业、和消费者在消费升级中的相互影响，并定期推出深度稿件、可视化图表与研究报告，提供消费升级与“新零售”浪潮中最前沿的商业决策指导。



报告作者：李宇琳

liyulin@dtcj.com

2018年3月29日