

2018

中国互联网网民睡眠白皮书

学术支持



调研发起



数据分析



Contents

目录

Part One

你真的了解睡眠吗？

Part Two

谁是孤独的“失眠”者？

Part Three

是什么“偷”走了你的睡眠？

Part Four

做更好的“追梦人”

Part Five

关于睡眠的小趣事

Part One

你真的了解睡眠吗？

现代互联网用户睡眠状况与睡眠消费趋势



×

DeRUCCI

慕思寝具

×

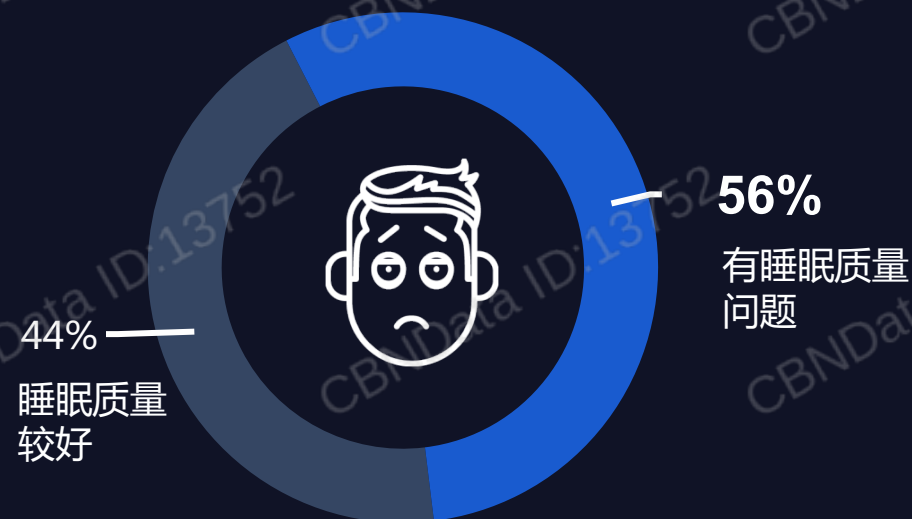
CBNData
第一财经商业数据中心

你睡得好吗？

- 中国互联网网民日常睡眠平均时长超过7小时，但仍有56%的互联网网民表示自己有睡眠问题。

中国互联网网民
日常睡眠平均时长 **7.1** 小时

2017年互联网网民睡眠质量自我评估

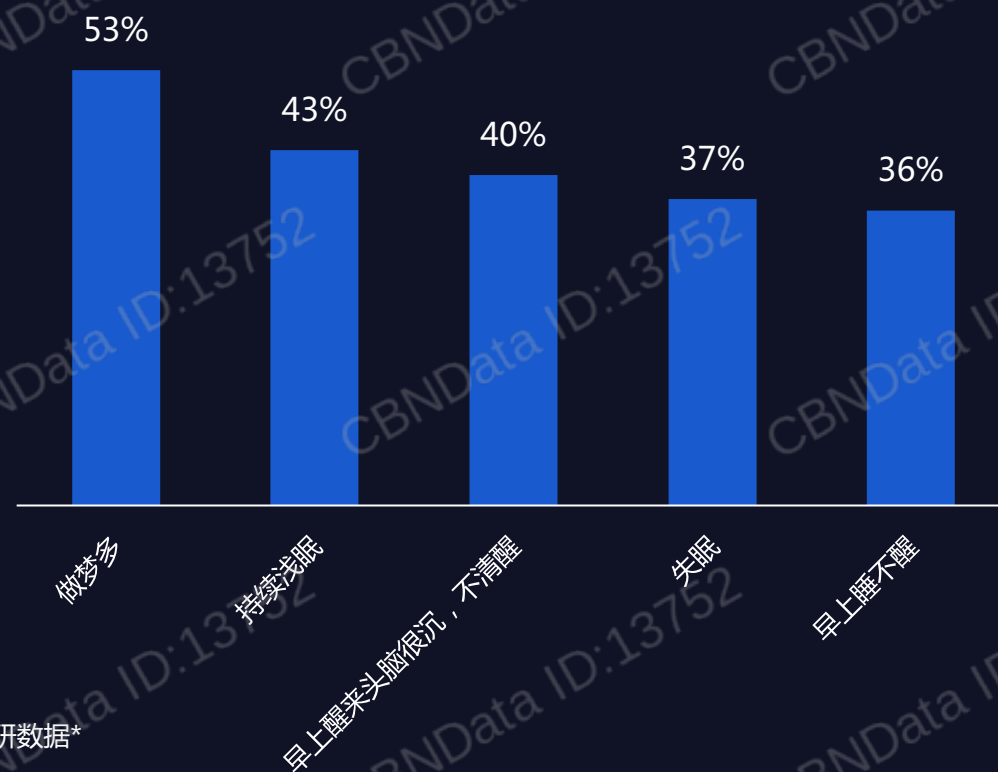


数据来源：CBNData调研数据*

数据说明：日常睡眠平均时长指工作日睡眠时长，睡眠平均时长根据入睡时间段进行估算，结果仅供参考

- 做梦多、持续浅眠、早上醒来头脑昏沉是当下互联网网民睡眠状况的典型问题。

2017年互联网网民存在不同睡眠问题的用户比例



数据来源：CBNData调研数据*



× DeRUCCI

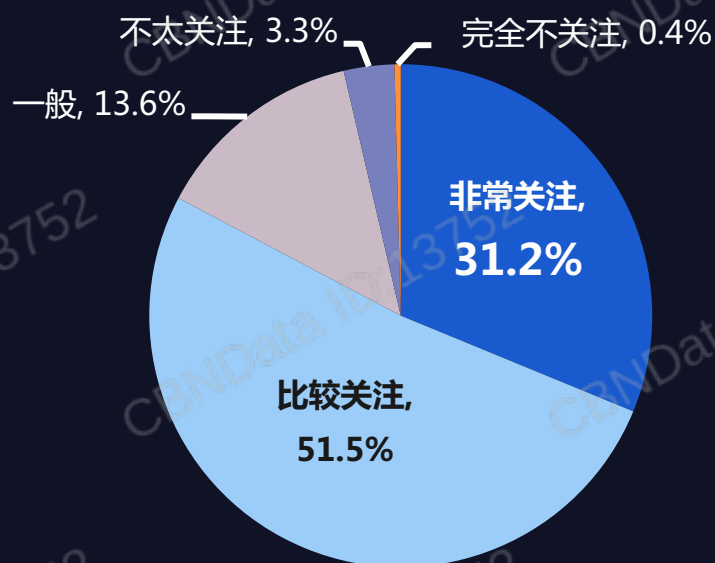
慕思寝具

× CBNDData
第一财经商业数据中心

互联网网民注重睡眠质量，越来越多人愿掷千金买一个好梦

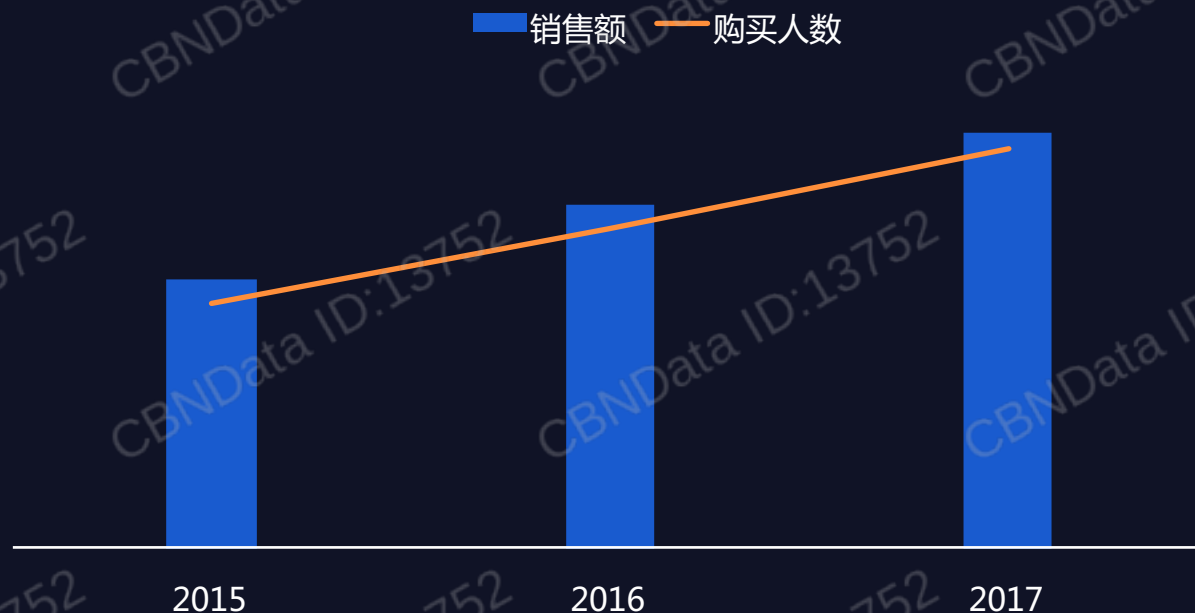
- 超过八成互联网网民关注睡眠质量，其中超过30%的用户非常关注自己的睡眠；
- 从消费数据看，近三年线上助眠产品消费趋势走高，购买人数也在逐渐上涨，睡眠质量成为热点话题。

2017年整体互联网网民睡眠重视程度



数据来源：CBNDData调研数据*

2015-2017年线上助眠产品消费趋势



数据来源：线上助眠品类消费趋势来自阿里数据，包括但不限于床上用品，家居用品，助眠保健品（保健食品，保健药品），滋补营养品等有助眠功能的产品所涉及到的品类。



×

DeRUCCI

慕思寝具

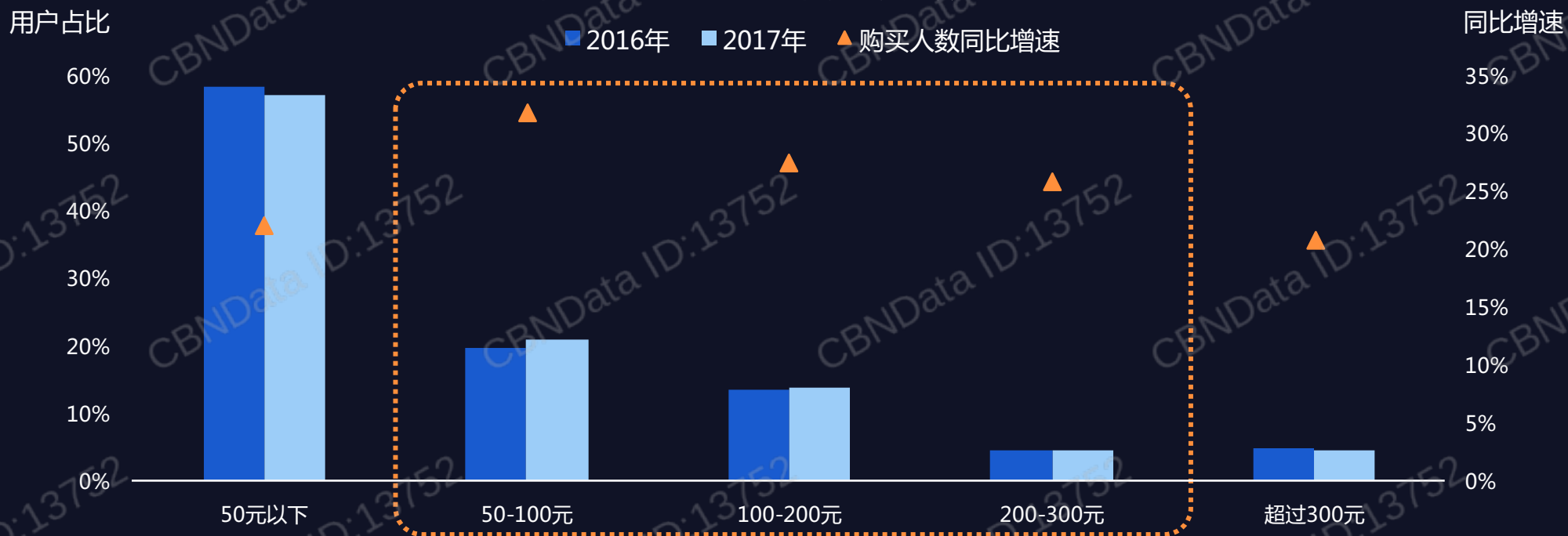
×

CBNData
第一财经商业数据中心

线上助眠产品市场潜力大，人们越来越愿意为好睡眠买单

- 在睡眠产品消费上，虽然超过50%的消费者客单价在50元以下，但人们越来越愿意为好睡眠买单，客单价在50-300元的人群增速更快。

2016-2017年助眠产品各档次客单价消费人数占比变化及同比增速



数据来源：阿里数据

大数据·全洞察

Part Two

谁是孤独的“失眠”者？

不同人群睡眠质量与睡眠消费概况



×

DeRUCCI

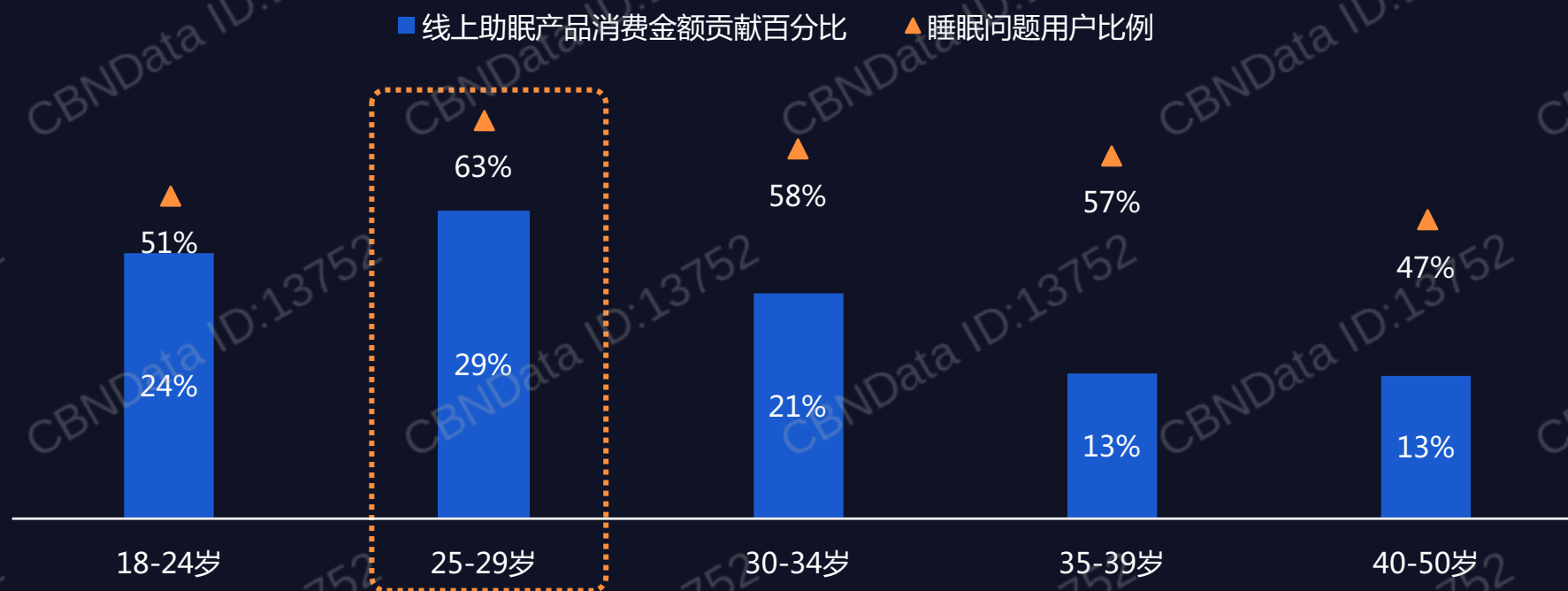
慕思寝具

×

CBNData
第一财经商业数据中心

90后中超过六成存在睡眠问题，对助眠产品线上消费贡献最大

2017年不同代际人群线上助眠产品消费贡献占比&睡眠问题用户占比



数据来源：睡眠问题用户比例来自CBNData调研数据*，不同代际线上助眠产品消费比例分布来自阿里数据



DeRUCCI

慕思寝具



CBNDData

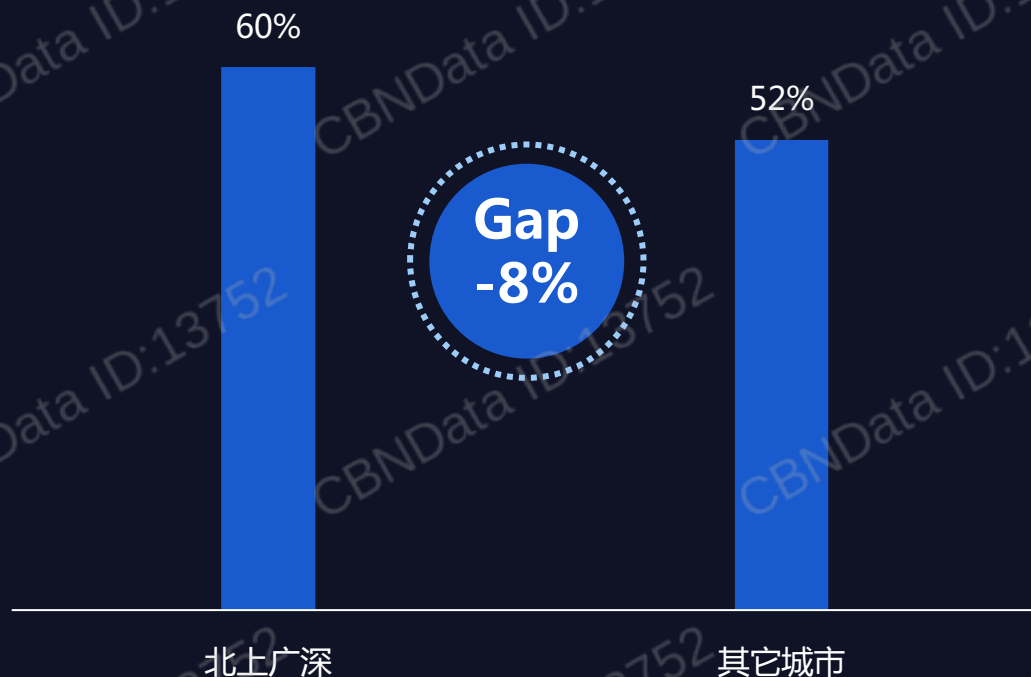
第一财经商业数据中心

一线城市压力大，北京奋斗青年睡得最少

一线城市（北上广深）vs.其它城市

睡眠问题用户占比情况

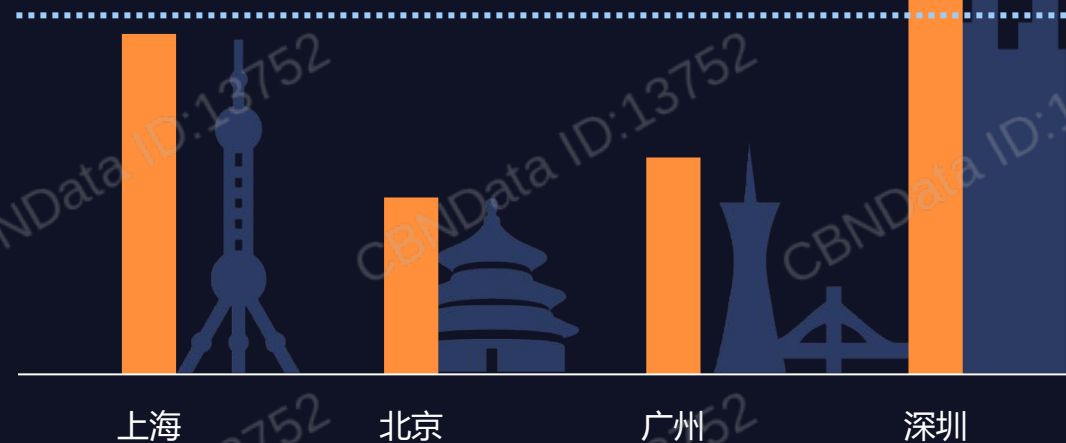
■ 睡眠问题用户比例



一线城市（北上广深）日常睡眠平均时长

■ 日常睡眠平均时长（小时）

整体平均日常睡眠时长



数据来源：CBNDData调研数据*

数据说明：调研数据中其它城市包括：成都，西安，武汉，沈阳，青岛，南京

数据说明：日常睡眠平均时长指工作日睡眠时长，睡眠平均时长根据入睡时间段进行估算，结果仅供参考。



×

DeRUCCI

慕思寝具

×

CBNData
第一财经商业数据中心

城市助眠性格：北京最直接，上海最浪漫，广州最养生，深圳最智能

北京人偏好助眠产品 TOP5



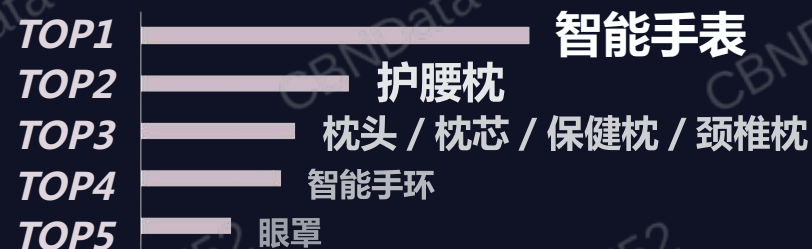
广州人偏好助眠产品 TOP5



上海人偏好助眠产品 TOP5



深圳人偏好助眠产品 TOP5



数据来源：阿里数据，“偏好度”=该类助眠产品在该城市中的购买人数占比/该类助眠产品在整体中的购买人数占比，偏好越高表示该群体对该类产品偏好越明显。



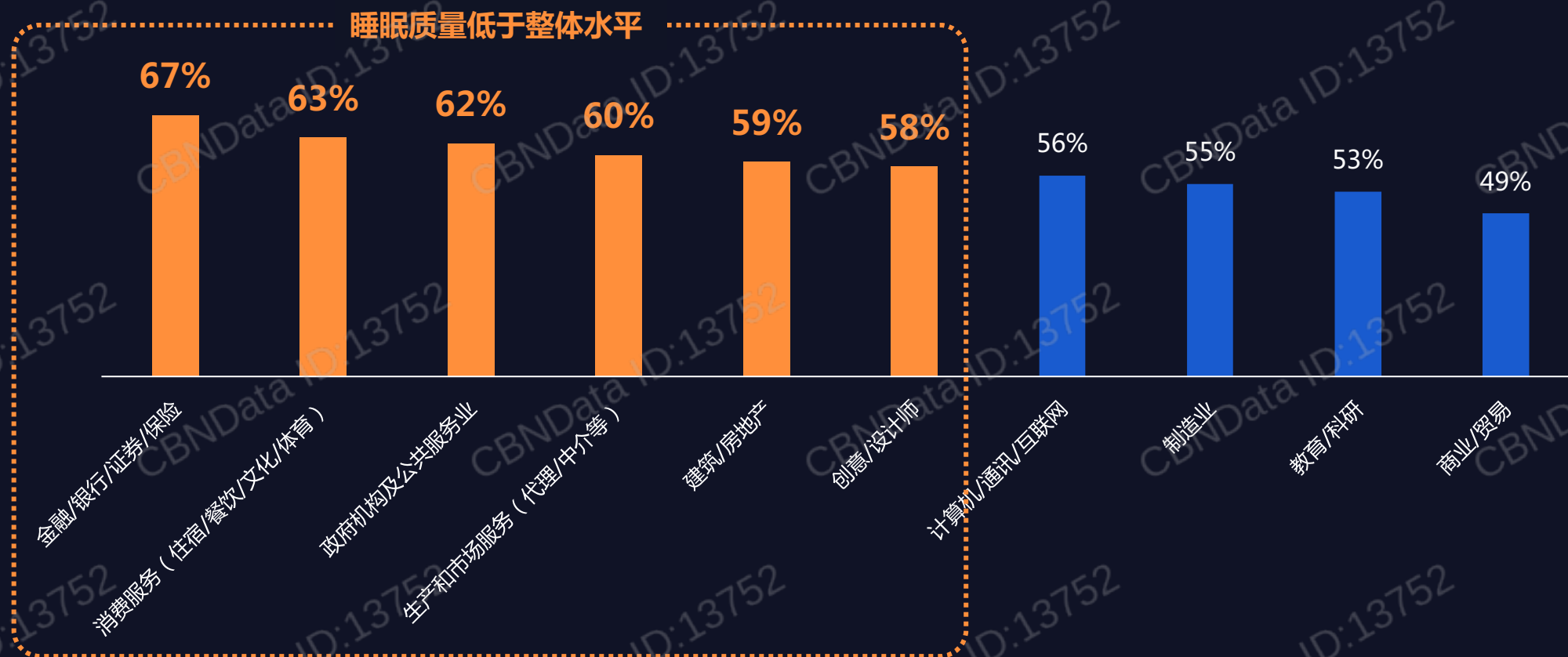
× DeRUCCI

慕思寝具

× CBNDData
第一财经商业数据中心

金融业、服务业、政府机构的工作人员睡眠质量最差

2017年受睡眠问题困扰TOP10职业用户占比



数据来源：CBNDData调研数据*

大数据·全洞察



×

DeRUCCI

慕思寝具

×

CBNData
第一财经商业数据中心

以金融从业者为例，起早贪黑睡不好，褪黑素、护腰枕成为助眠必备

金融从业者的一天



早上7点

65%

早上7点以前就要起床

晚上23点

50%

23点以后才入睡

凌晨2点

最常见睡眠问题

做梦多
失眠
睡觉时痉挛（腿抽筋）
持续浅眠

最偏爱的助眠产品



数据来源：金融从业者偏爱的助眠产品来自阿里数据，其它来自CBNData调研数据*



×

DeRUCCI

慕思寝具

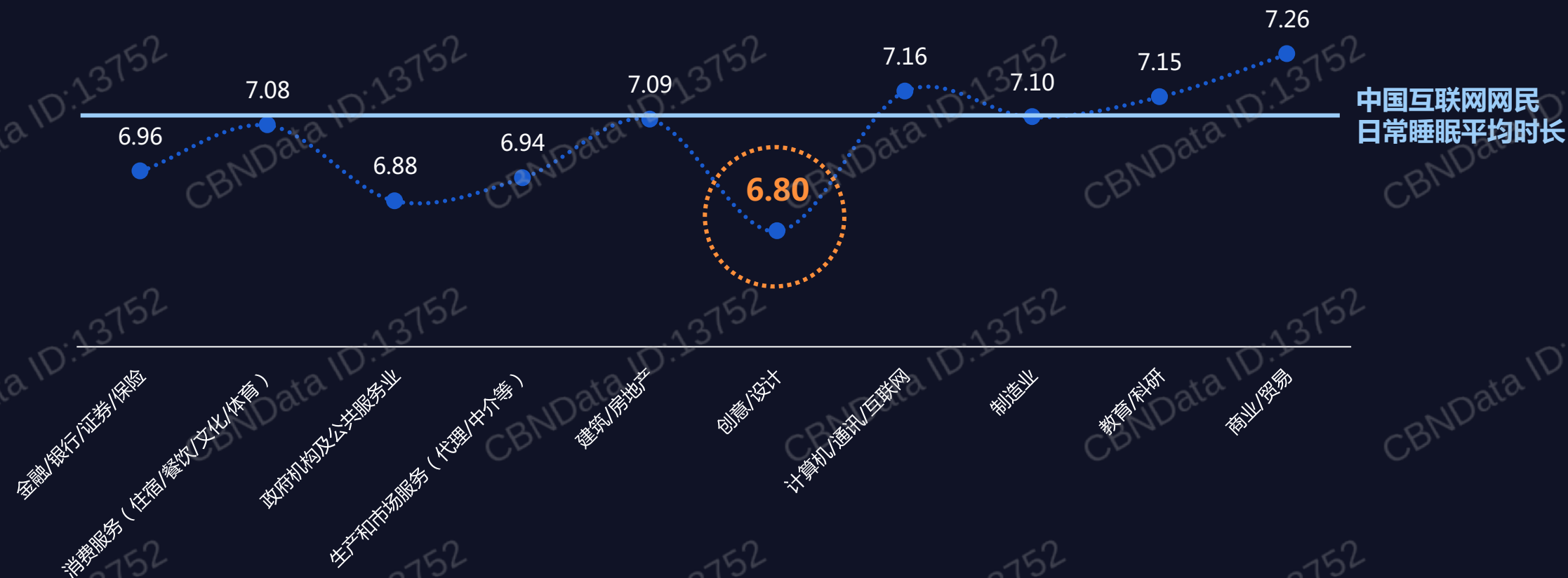
×

CBNData

第一财经商业数据中心

睡眠时间弥足珍贵，设计师最缺觉

2017年不同职业人群日常睡眠平均时长（小时）



数据来源：CBNData调研数据*

数据说明：日常睡眠平均时长指工作日睡眠时长，睡眠平均时长根据入睡时间段进行估算，结果仅供参考

大数据·全洞察



×

DeRUCCI

慕思寝具

×

CBNData

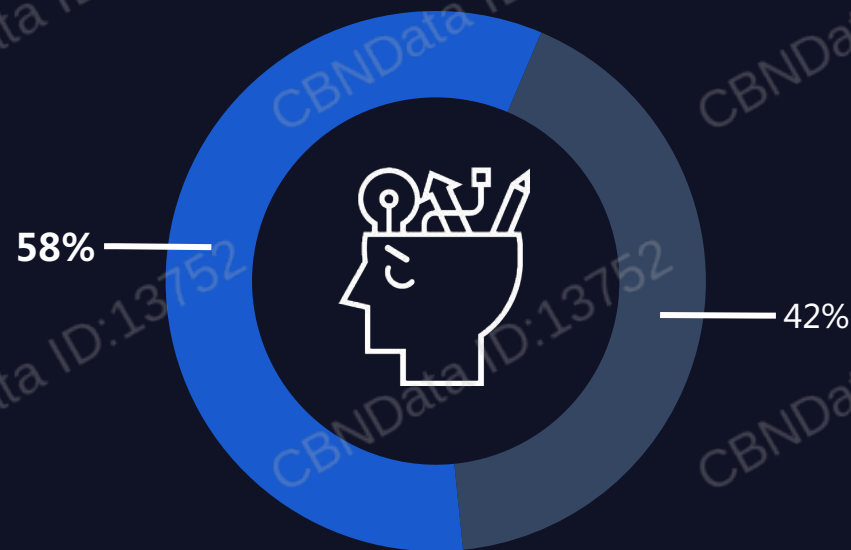
第一财经商业数据中心

设计师日常睡眠平均时长6.8小时，近六成受睡眠问题困扰

设计师
日常睡眠平均时长 **6.8** 小时

2017年设计师自评睡眠质量状况

■ 睡眠质量较好 ■ 有睡眠质量问题



数据来源：CBNData调研数据*

数据说明：日常睡眠平均时长指工作日睡眠时长，睡眠平均时长根据入睡时间段进行估算，结果仅供参考



×

DeRUCCI

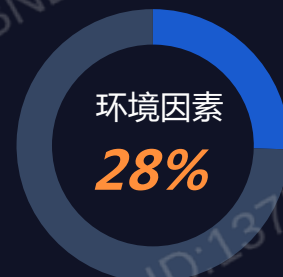
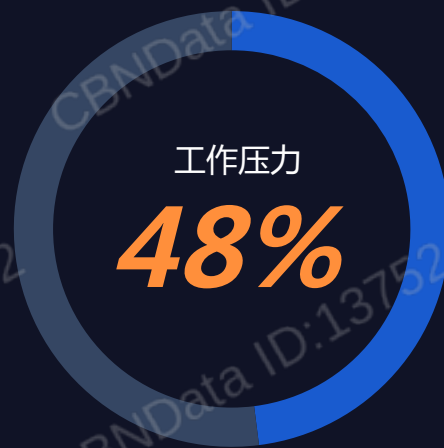
慕思寝具

×

CBNData
第一财经商业数据中心

熬夜习惯和工作压力是影响设计师睡眠质量的主要原因

2017年影响设计师睡眠质量主要因素受影响人群比例



数据来源：CBNData调研数据*

数据说明：个人习惯因素包含熬夜等；环境因素包含灯光、噪音、温度、寝具等；生活压力因素包含家庭压力、社交压力、感情压力等；身体因素包含腰椎颈椎病、女生生理期等



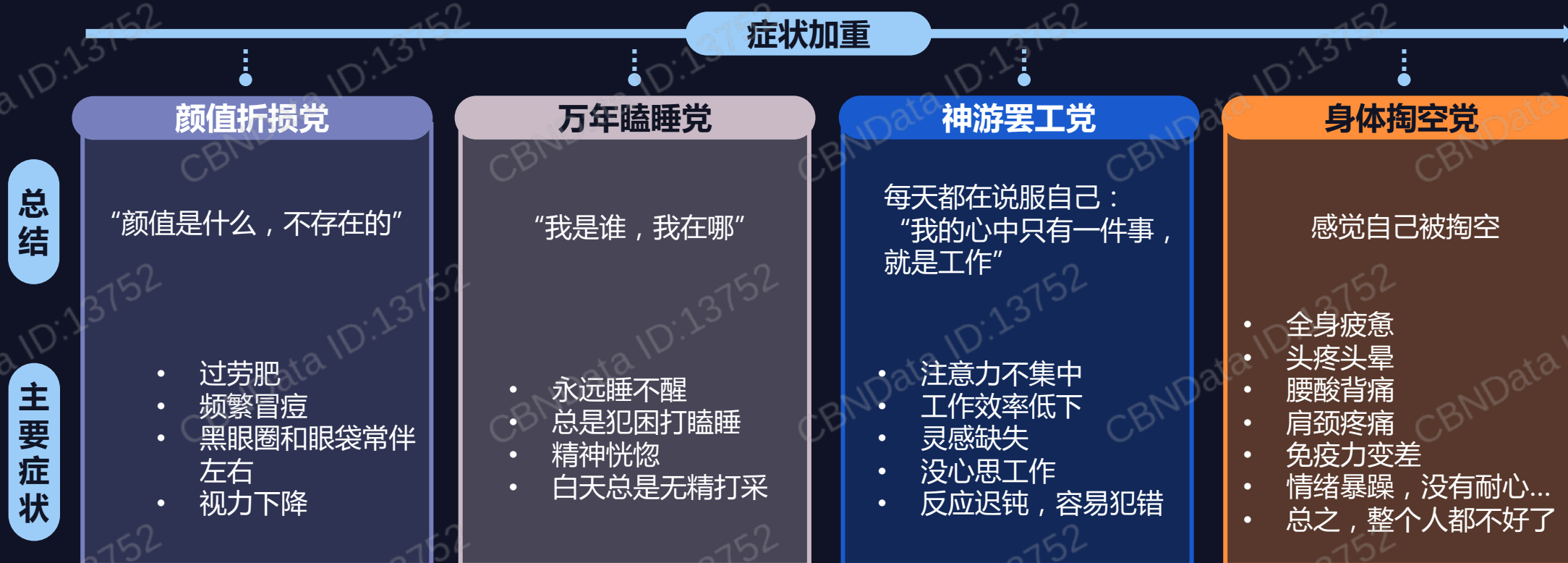
DeRUCCI

慕思寝具

CBNData
第一财经商业数据中心

睡眠问题不仅影响了设计师的颜值，还掏空了他们的身体

- 对于设计师来说，睡眠时间少造成的睡眠质量问题，影响了身心健康。



资料来源：CBNData调研数据*

大数据·全洞察

Part Three

是什么“偷”走了你的睡眠？

造成睡眠问题的主因剖析



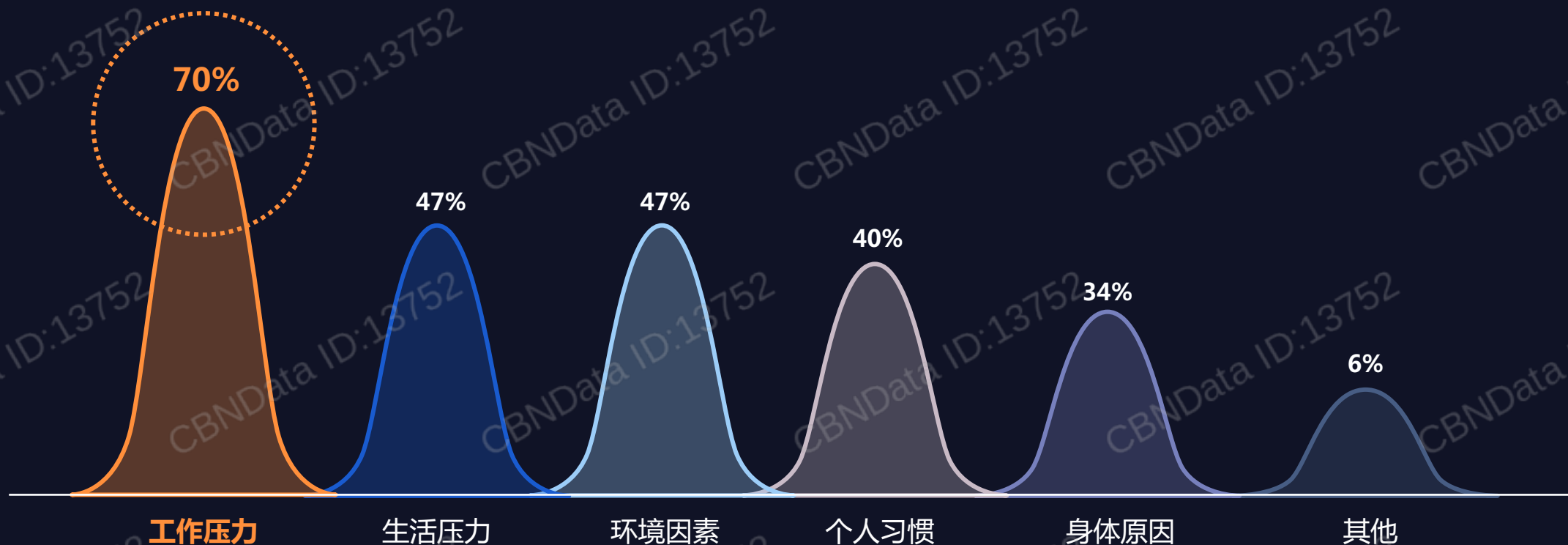
× DeRUCCI

慕思寝具

× CBNDData
第一财经商业数据中心

工作压力是影响睡眠质量的“罪魁祸首”：七成互联网网民受其影响

2017年影响互联网网民睡眠质量的主要因素受影响人群比例



数据来源：CBNDData调研数据*

数据说明：生活压力因素包含家庭压力、社交压力、感情压力等；环境因素包含灯光、噪音、温度、寝具等；个人习惯因素包含熬夜等；身体因素包含腰椎颈椎病、女生生理期等；其它因素包含倒时差等。

大数据·全洞察



×

DeRUCCI

慕思寝具

×

CBNData

第一财经商业数据中心

身在职场，过半互联网网民会牺牲睡眠时间完成工作

当工作影响到睡眠时，
大家的选择——

**睡前还是要
先完成最重要的工作**

整体互联网网民：

58%

VS.

交稿时间点严格的设计师：

62%

数据来源：CBNData调研数据*

大数据·全洞察

工作压力

环境因素

个人习惯



× DeRUCCI

慕思寝具

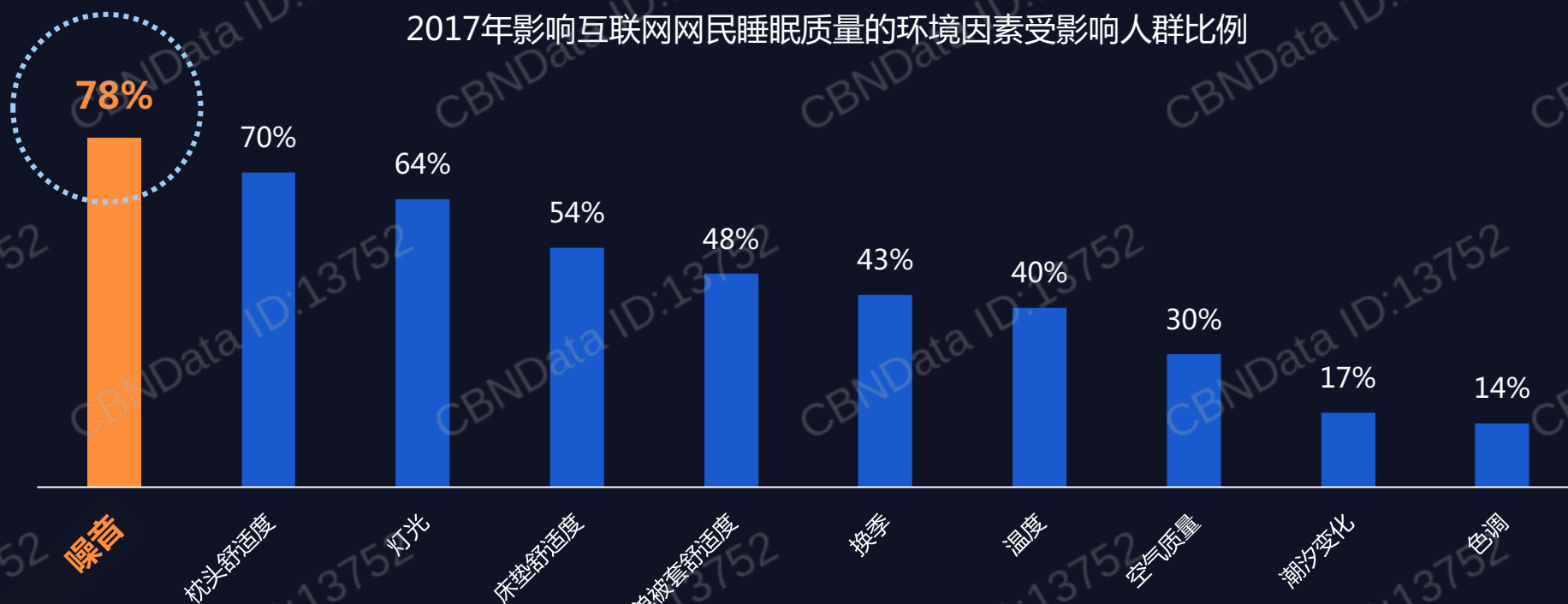
× CBNDData

第一财经商业数据中心

外在环境影响睡眠：噪音最是扰人清梦

- 舒适的睡眠环境对提升睡眠质量有着重要影响，其中噪音是影响睡眠质量最主要环境因素，近八成互联网网民睡眠受噪音影响。

2017年影响互联网网民睡眠质量的环境因素受影响人群比例



数据来源：CBNDData调研数据*

大数据·全洞察

工作压力

环境因素

个人习惯



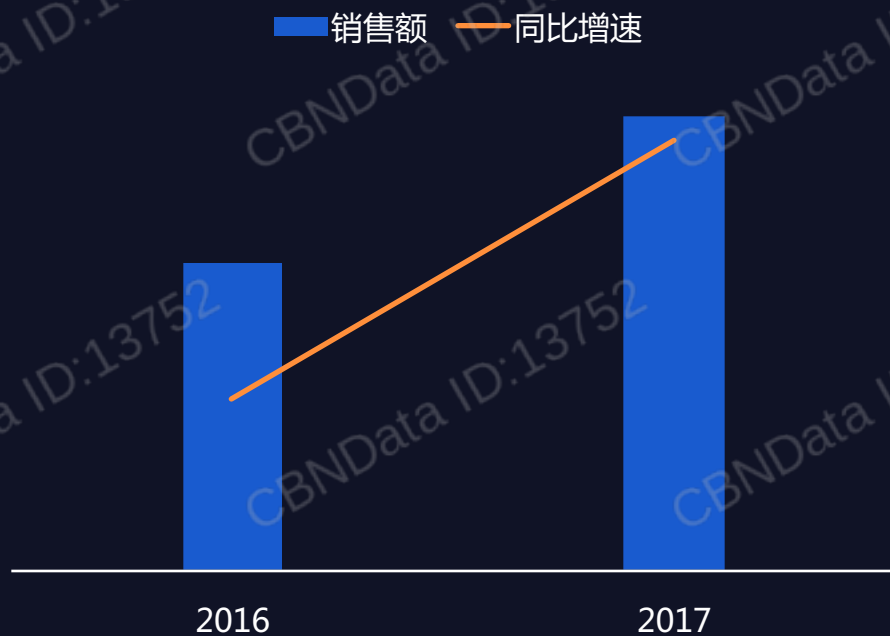
DeRUCCI

慕思寝具

CBNData
第一财经商业数据中心

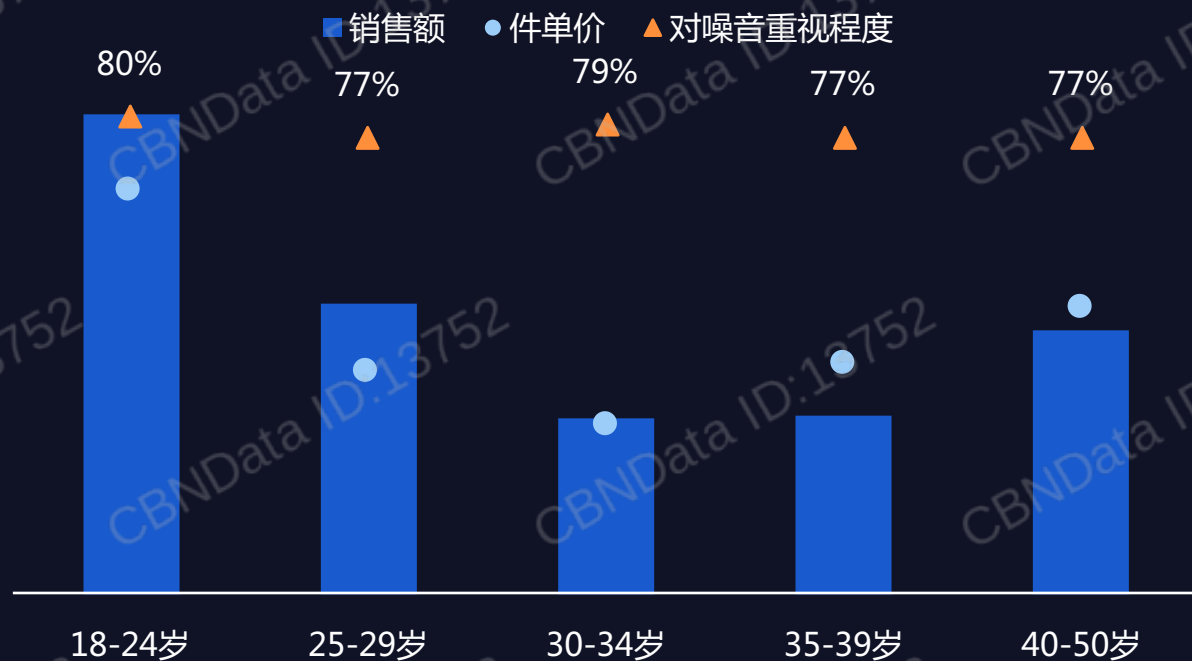
好眠需安静：95后更爱买隔音耳塞，买得更“贵”

2016-2017年线上隔音耳塞销售表现



数据来源：阿里数据

2017年线上不同年龄段隔音耳塞销售额及件单价



数据来源：销售额及件单价来自阿里数据，对噪音重视程度表示该群体认为噪音会影响自己睡眠质量的用户比例，来自CBNData调研数据*。



DeRUCCI

慕思寝具

CBNData
第一财经商业数据中心

玩手机拖延入睡，95后最典型

- 近9成互联网网民睡前会玩手机，互联网网民平均睡前玩手机时间超过1小时，95后最为典型。

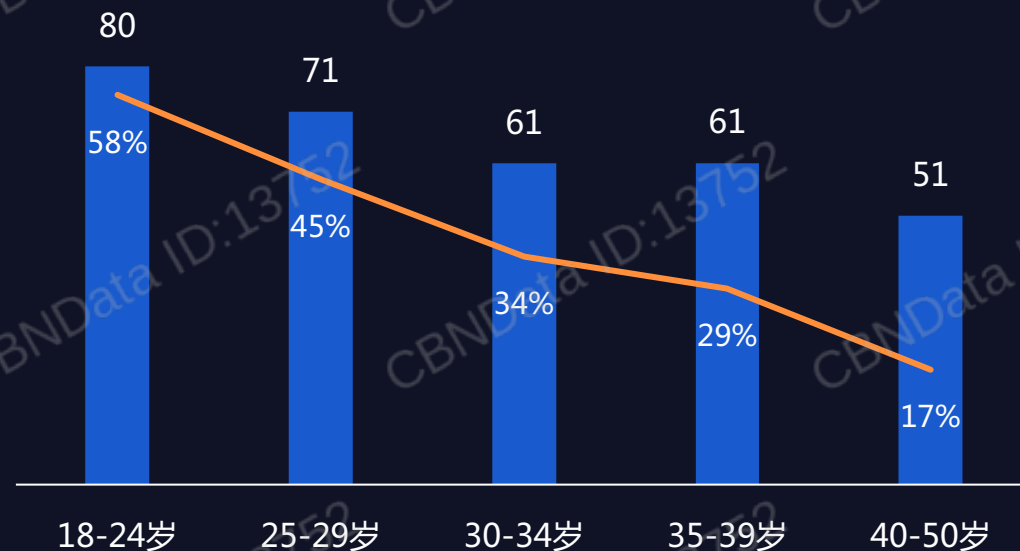
工作压力
环境因素
个人习惯

88%
互联网网民
睡前有玩手机习惯

互联网网民
平均睡前玩手机时间
65分钟

2017年不同代际互联网网民睡前使用手机时长情况

■ 平均睡前玩手机时间（分钟） — 睡前玩手机超过1小时用户比例



数据来源：CBNData调研数据*，平均睡前玩手机时间为基于问卷结果的估算值，仅供参考



DeRUCCI

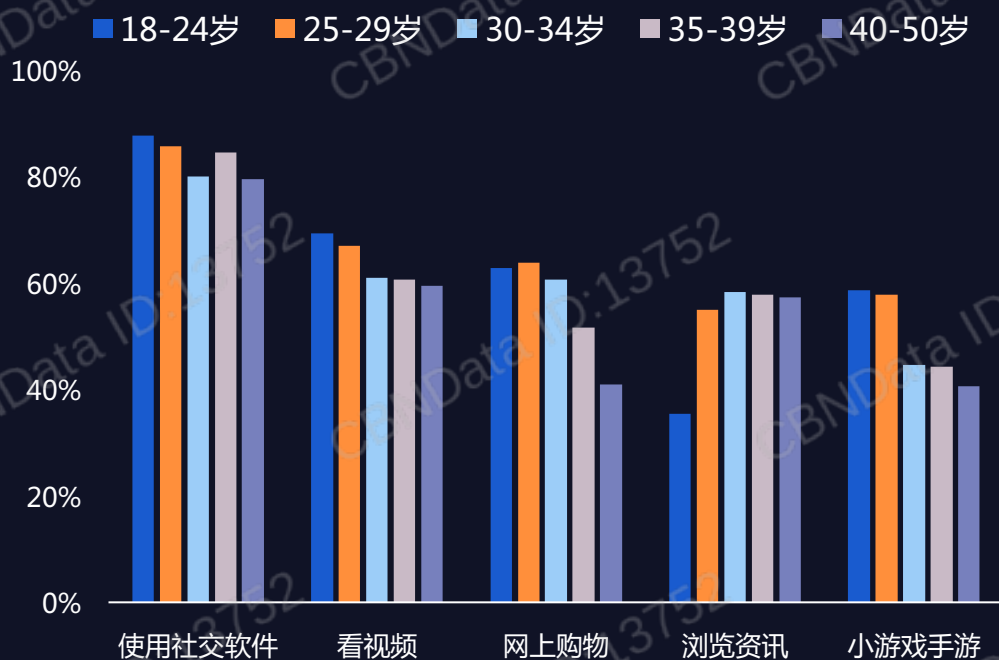
慕思寝具

CBNData
第一财经商业数据中心

社交聊天、看视频是最主要的睡前移动端娱乐，90后、95后最活跃

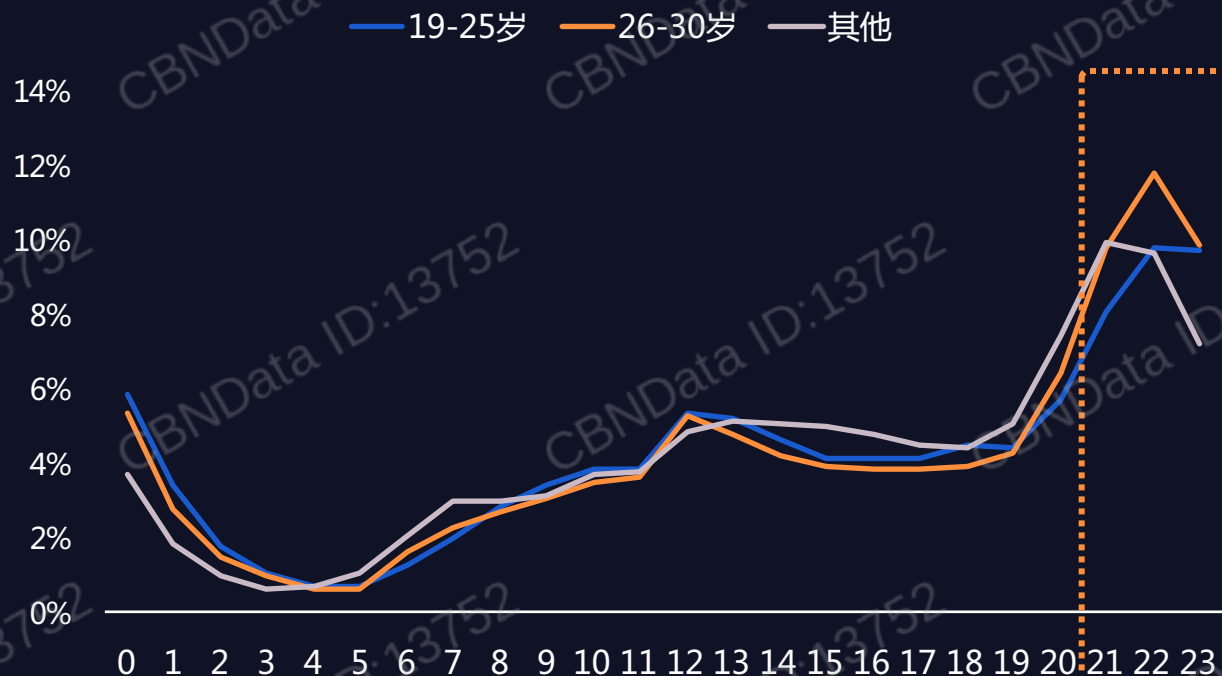
- 人们习惯在夜里用手机休闲娱乐，主要是使用社交软件聊天、看视频、网购、浏览资讯等，其中90后尤为活跃，观看短视频的高峰出现在晚上10-11点之间。

不同年龄段人群睡前使用手机主要娱乐内容



数据来源：CBNData调研数据*

2017年不同年龄段人群一天内浏览短视频分时占比



资料来源：CBNData《短视频行业大数据洞察》

Part Four

做更好的“追梦人”

改善睡眠质量的方式及不同人群对助眠产品的选择偏好



×

DeRUCCI

慕思寝具

×

CBNData
第一财经商业数据中心

想睡得好，“内因”、“外因”同样重要

良好的个人习惯

个人睡姿
睡前饮食等生活习惯
...



温馨的卧室环境

温度、光线
床上舒适度
...

资料来源：根据互联网公开资料整理而成

大数据·全洞察



DeRUCCI

慕思寝具

CBNData
第一财经商业数据中心

更适合的睡姿，更安心的睡眠



平躺着睡

整体适合绝大多数人
不适合：打呼噜很严重的人



侧着睡

可以保持脊柱正常舒展，有打鼾倾向，
有脖颈和背部疾病，或怀孕的准妈妈
但需注意头部应保持高度适当，以免醒
来会感到头颈痛



趴着睡

俯卧容易引起落枕、颈椎病等问题，
会对关节，肌肉，内脏都有压迫感



其它

如蜷缩入睡

时间长的话会压迫关节和背部肌肉，
对于爱美的女生来说，更会影响胸型

好睡姿，也要好枕头相随——合适的枕头能助你减轻颈部压力，消除不良睡姿引起的酸痛。

- 枕头宽度上：为了保证脑袋不脱枕，枕头宽度至少是肩宽1.5倍。
- 枕头高度上：习惯仰卧者可选中间薄上下两边抬高的枕头，习惯侧卧者枕头可以略高略硬一些，俯卧习惯者则选透气的薄枕头更好。
- 枕头材质上：记忆棉/乳胶枕头可以更好贴合身体，是比较好的选择。
- 更换频率上：12-18个月是枕头的平均寿命，定期更换枕头也能帮助更好调节身体。

资料来源：丁香园

大数据·全洞察

良好的个人习惯

温馨的卧室环境



DeRUCCI

慕思寝具

CBNData
第一财经商业数据中心

五大助眠好习惯：泡脚浪潮兴起，听音乐喝牛奶更放松

2017年互联网用户偏好的助眠习惯 TOP5



68%

泡澡泡脚
(10分钟以上)



54%
听音乐



45%
喝牛奶



32%
看书/看小说



31%
舒缓运动
(冥想, 瑜伽等)

数据来源：CBNData调研数据*

数据说明：互联网网民偏好的助眠习惯为各个习惯的选择人群占比

大数据·全洞察

良好的个人习惯

温馨的卧室环境



× DeRUCCI

慕思寝具

× CBNDData
第一财经商业数据中心

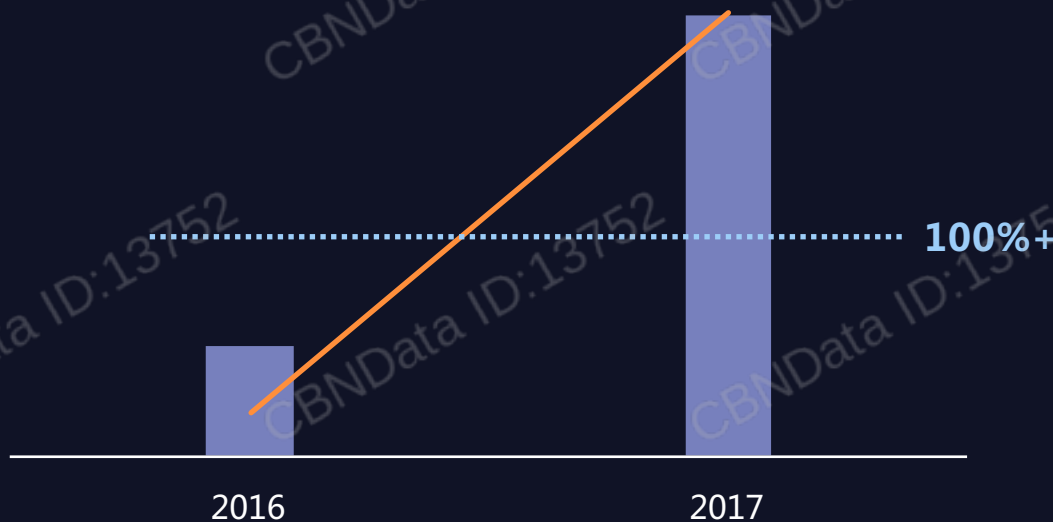
线上浴足剂爆发式热销，85后和90后成最大泡脚族

良好的个人习惯

温馨的卧室环境

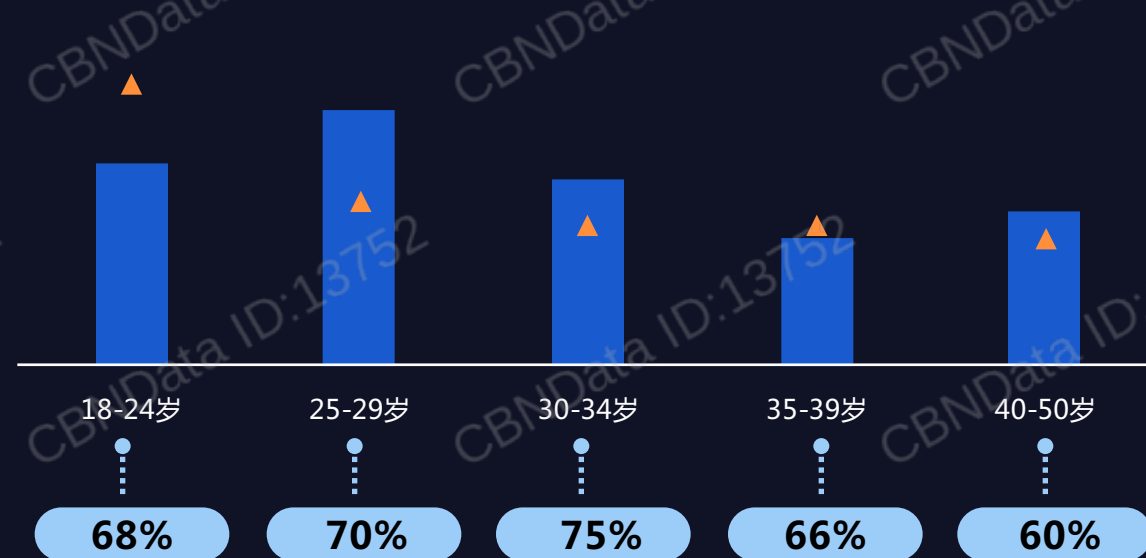
2017年线上浴足剂销售表现

■ 购买金额 — 同比增速



2017年不同年龄段人群浴足剂购买情况

■ 购买金额 ▲ 同比增速



睡前有泡脚习惯的用户比例

数据来源：睡前有泡脚习惯的用户比例来自：CBNDData调研数据*，其它来自阿里数据



DeRUCCI

慕思寝具



CBNDData

第一财经商业数据中心

睡觉这件大事，七大环境因素助力好眠

良好的个人习惯

温馨的卧室环境



• 适宜的温度

卧室温度不宜过于闷热，温度控制在20摄氏度到25摄氏度。



• 光线

光照能刺激大脑兴奋度，使人较难进入睡眠状态，造成人们睡眠不稳，浅睡期增多。因此睡前应关闭灯具、窗帘，使卧室光线变得幽暗。



• 湿度

卧室不宜太干燥，相对湿度应保持在50%—60%。



• 床上舒适度

床是睡眠的场所，合适的枕头和床垫，能让你全身心放松，给你更好的睡眠质量。



• 声音

卧室应保持安静无噪音。



• 颜色

浅蓝、浅绿、浅紫、粉红等浅色灰色系能够使人宁静以增加睡意。



• 气味

喜欢的气味可助好眠。

薰衣草、檀香等有镇定舒缓、安神放松功效的气味，能帮助你更好入睡。

资料来源：根据互联网公开资料整理

大数据·全洞察



×

DeRUCCI

慕思寝具

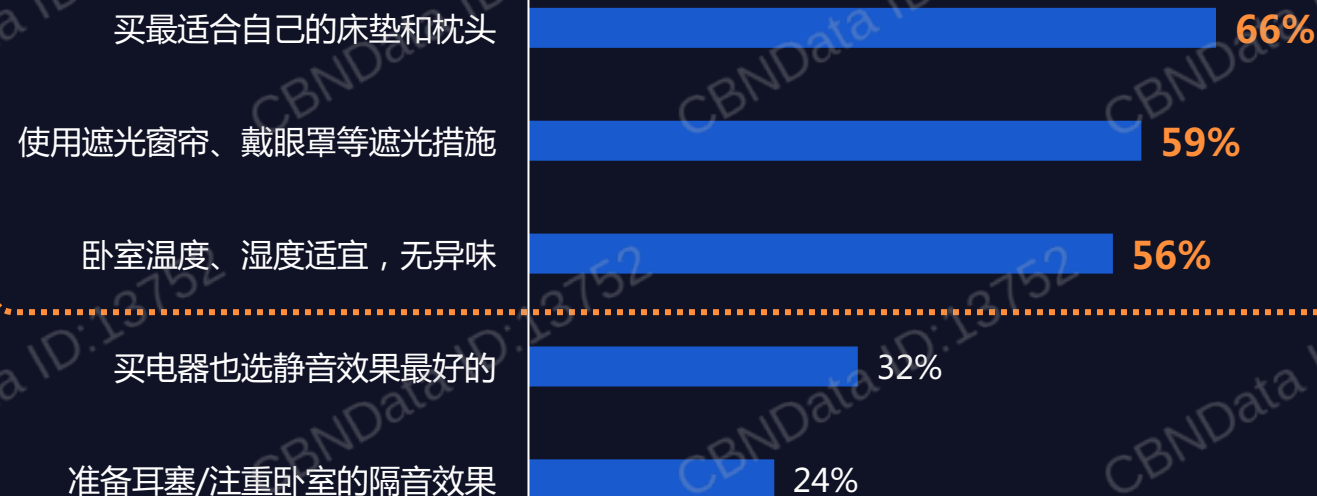
×

CBNData
第一财经商业数据中心

好床垫、好枕头、遮光、净味保证整夜安睡

请问你会如何布置自己的睡眠环境？

■ 用户比例



数据来源：CBNData调研数据*

大数据·全洞察

良好的个人习惯

温馨的卧室环境



× DeRUCCI

慕思寝具

× CBNDData
第一财经商业数据中心

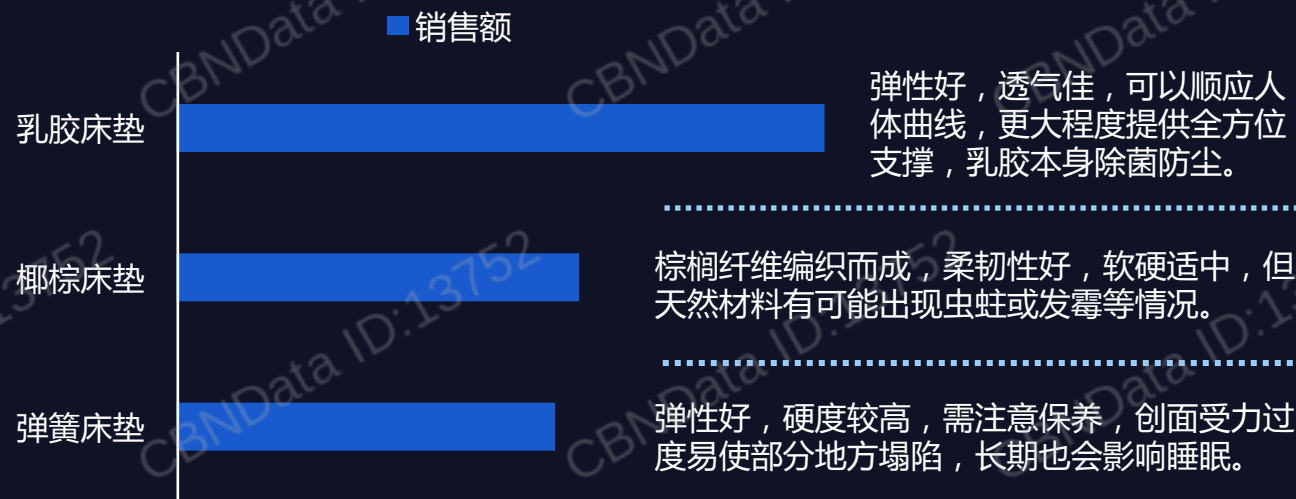
选床垫最看重“舒服”，乳胶床垫线上最热销

- 购买床垫时，人们最关心的三个关键词：舒服、味道、质量。
- 多孔且弹性极好的乳胶床垫，因其能贴合人体曲线、提升睡眠质量而深受人们追捧。

买床垫的时候，大家究竟在考虑什么？

味道	质量	软硬	价格	面料
			气味	性价比
舒服		品牌	舒适	品质
			柔软	
		满意	棕垫	睡眠
			乳胶	做工
			好评	厚实
			厚度	

2017年线上主要材质类型床垫销售表现及特点



资料来源：DT财经《一张好床垫，才是你离不开的恋人|NEXT50》

数据来源：阿里数据；偏好度=该年龄层在该床垫类型的购买人数占比/该品类在床垫整体的购买人数占比，偏好度越高表示该类人群对该类型倾向越明显
资料来源：根据互联网公开资料整理



×

DeRUCCI

慕思寝具

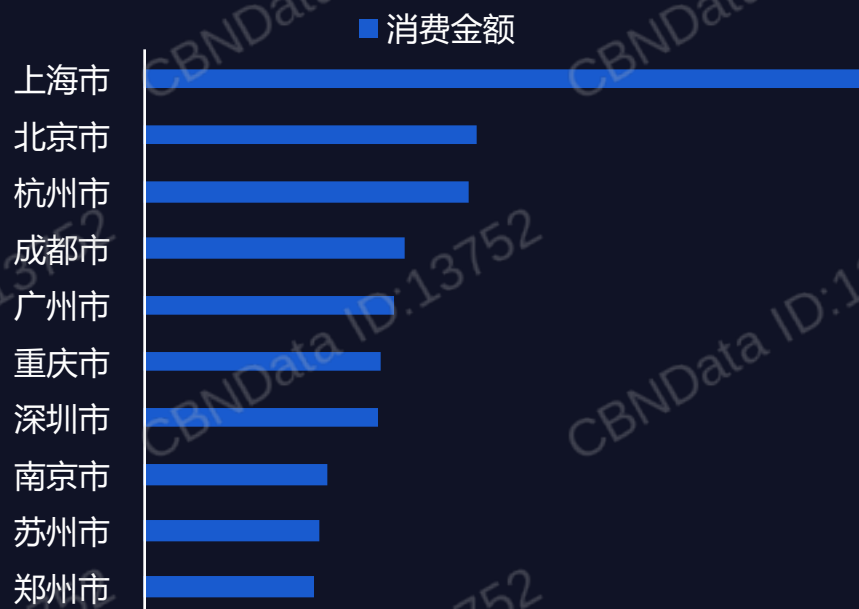
×

CBNData
第一财经商业数据中心

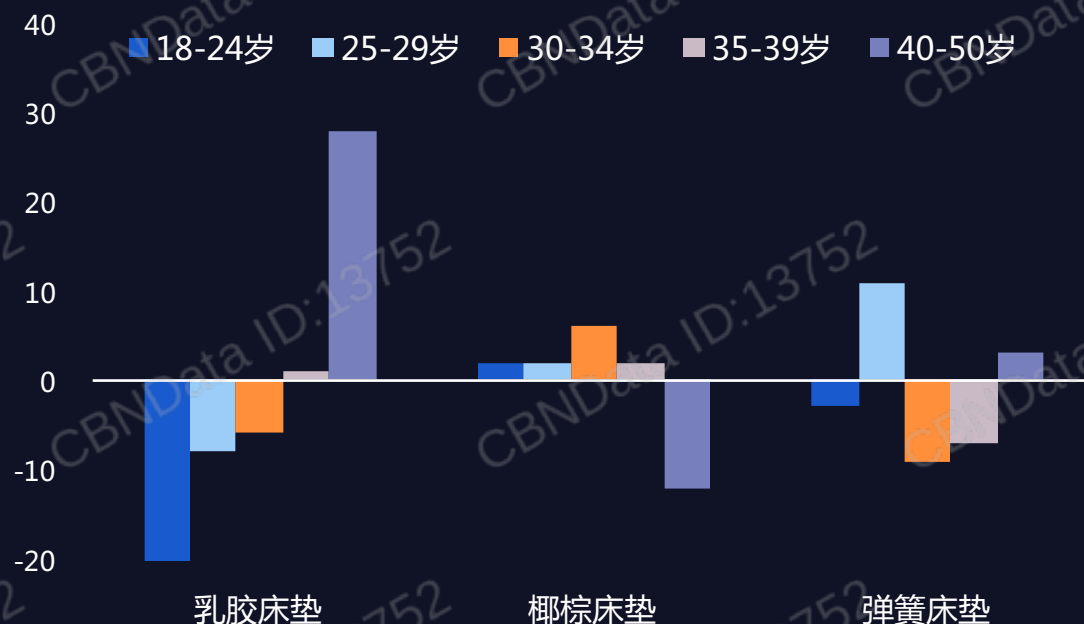
乳胶床垫风靡一线城市，70后更偏爱

- 上海、北京、杭州等一线城市消费者最爱买乳胶床垫。
- 在各主要床垫类型中，70后更偏爱乳胶床垫，80后更偏爱椰棕床垫，90后更偏爱弹簧床垫。

哪个地方的消费者最爱买乳胶床垫？



2017年不同年龄段人群对主要床垫类型的偏好



数据来源：阿里数据，偏好度 = (该年龄层在该床垫类型的购买人数占比 / 该品类在床垫整体的购买人数占比) * 100 - 100



× DeRUCCI

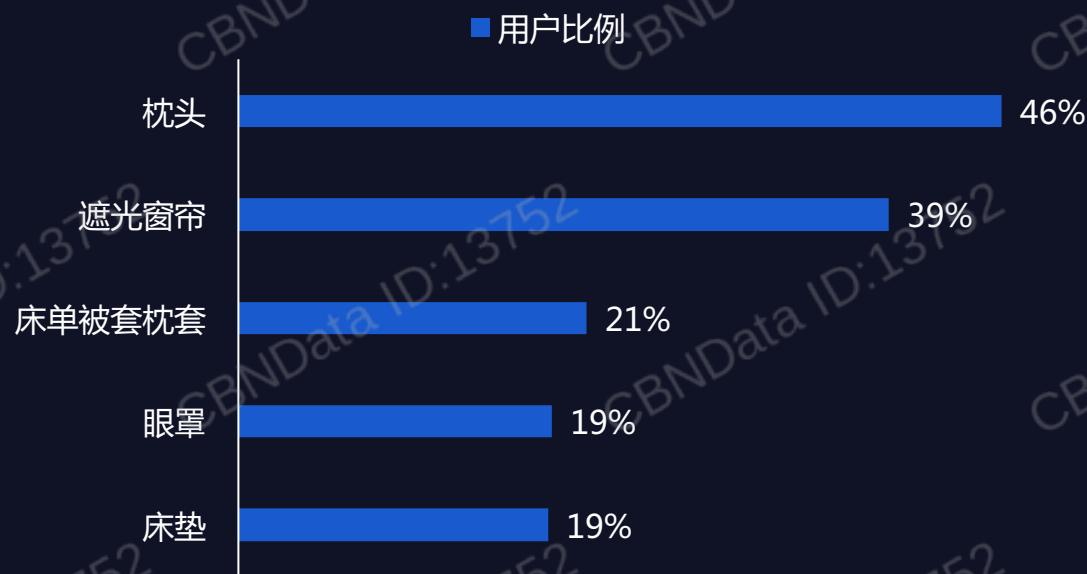
慕思寝具

× CBNDData
第一财经商业数据中心

枕头是最重要睡眠产品，舒服和质量是最大关注点

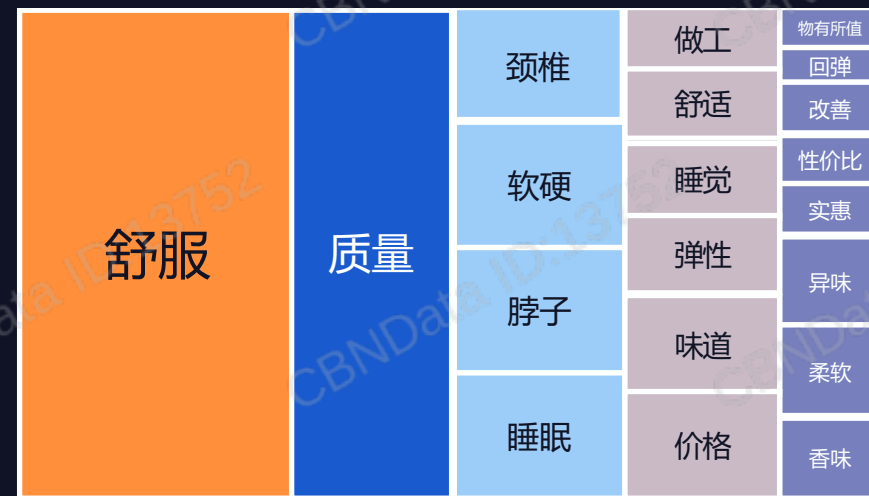
- 每天1/3的时间都要与枕头相依偎，枕头的质量，包括对颈椎的好坏，材质软硬，对睡眠的辅助，都是消费者关注的重点。

在已购入的睡眠相关产品中，哪种产品最影响睡眠？



数据来源：CBNDData调研数据*

大家在买枕头时，都在考虑什么？



资料来源：DT财经《究竟什么枕头，才配得上你三分之一的人生？ | NEXT50》

数据来源：阿里数据



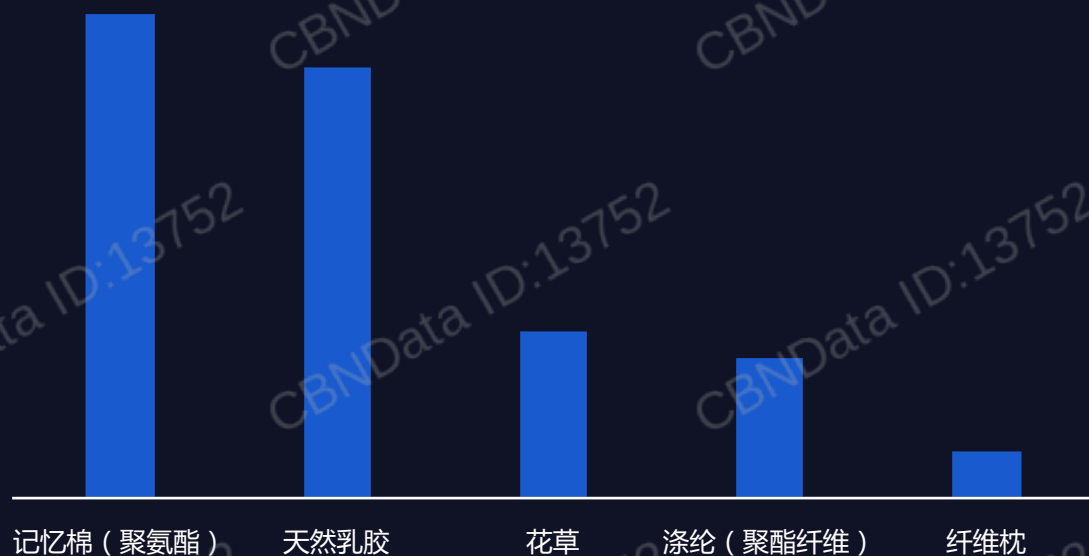
DeRUCCI

慕思寝具

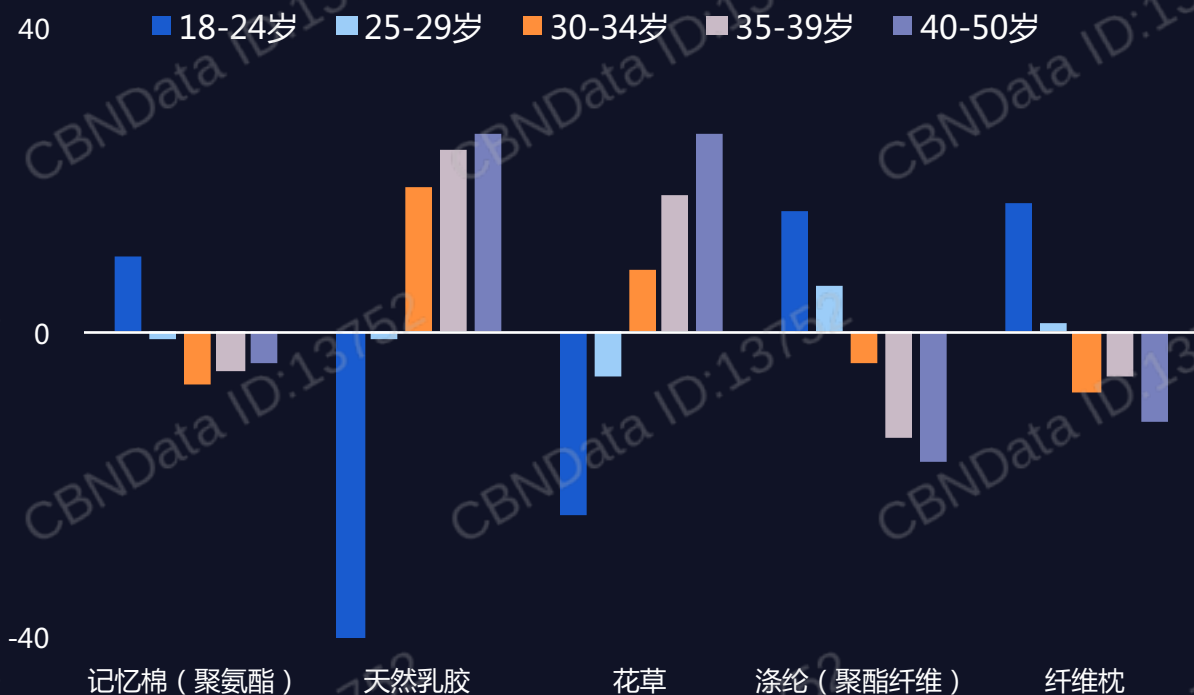
CBNData
第一财经商业数据中心

记忆棉和天然乳胶枕最受欢迎，80后、70后偏爱天然乳胶枕

2017年线上不同填充物类型的枕头销售表现TOP5



2017年不同年龄段用户在不同枕头类型的偏好度



数据来源：阿里数据，偏好度 = (该年龄层在该填充物类别的购买人数占比 / 该品类在枕头整体的购买人数占比) * 100 - 100，偏好度越高表示该类人群对该类填充物倾向越明显



× DeRUCCI

慕思寝具

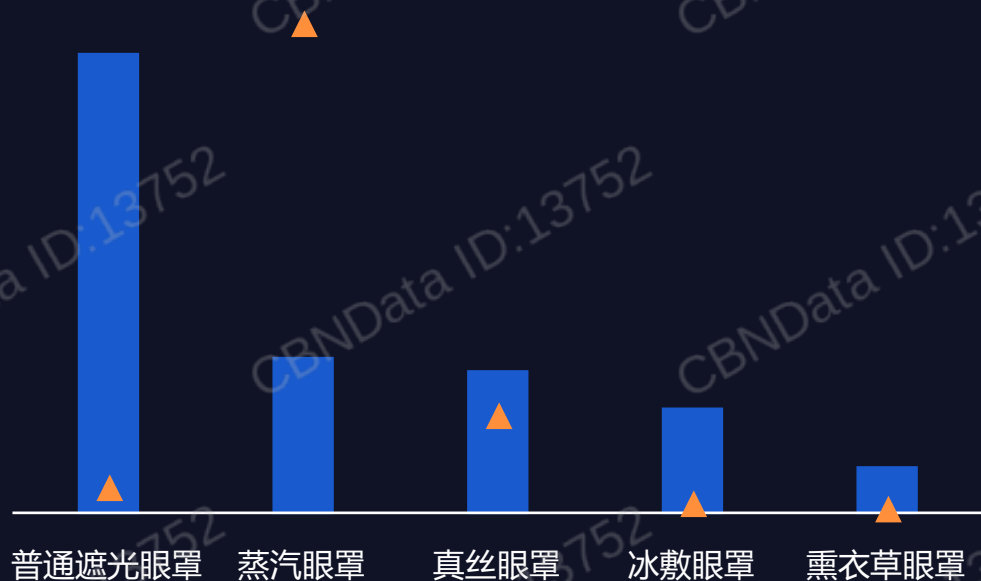
× CBNData
第一财经商业数据中心

眼罩满足遮光需求：蒸汽眼罩增长最快，85后、90后更偏好真丝眼罩

- 眼罩通过遮光帮助人们入睡；线上销售额增速最快的眼罩类型为蒸汽眼罩。
- 95后人群更偏好冰敷眼罩，80后、85后、90后人群更偏好真丝眼罩，70后人群偏好蒸汽眼罩和薰衣草眼罩。

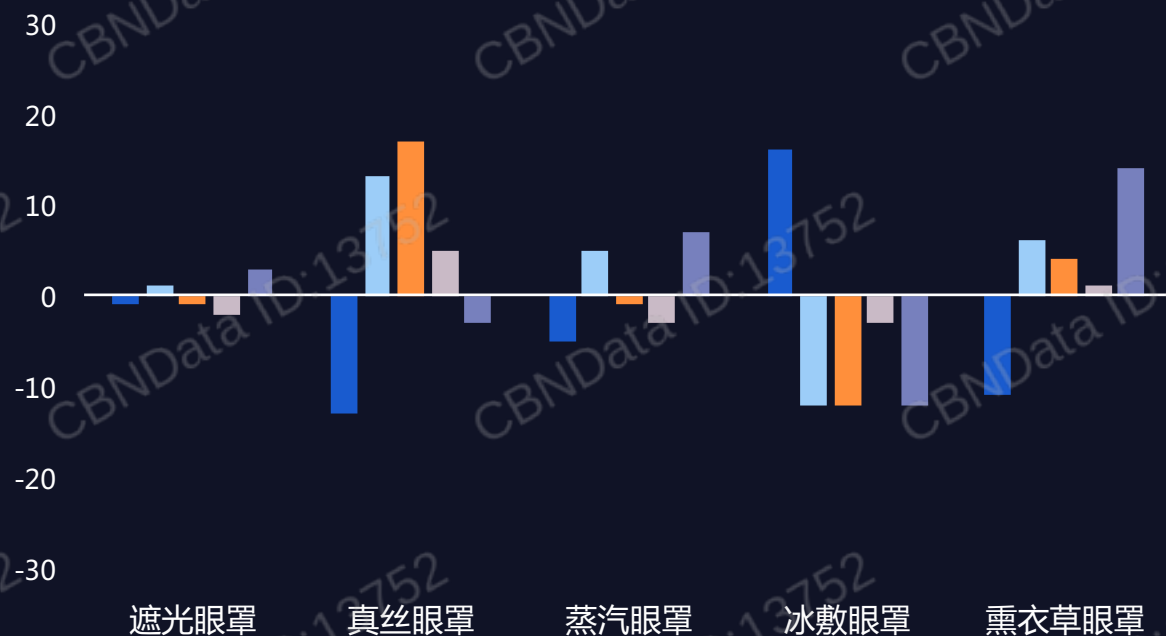
2017年线上不同类型眼罩销售表现及同比增速

■ 销售额 ▲ 同比增速



2017年线上不同年龄段人群在不同眼罩类型上偏好度

■ 18-24岁 ■ 25-29岁 ■ 30-34岁 ■ 35-39岁 ■ 40-50岁



数据来源：阿里数据，“偏好度” = (该类型眼罩在代际中的购买人数占比/该类型眼罩在眼罩整体中的购买人数占比) * 100 - 100



DeRUCCI

慕思寝具



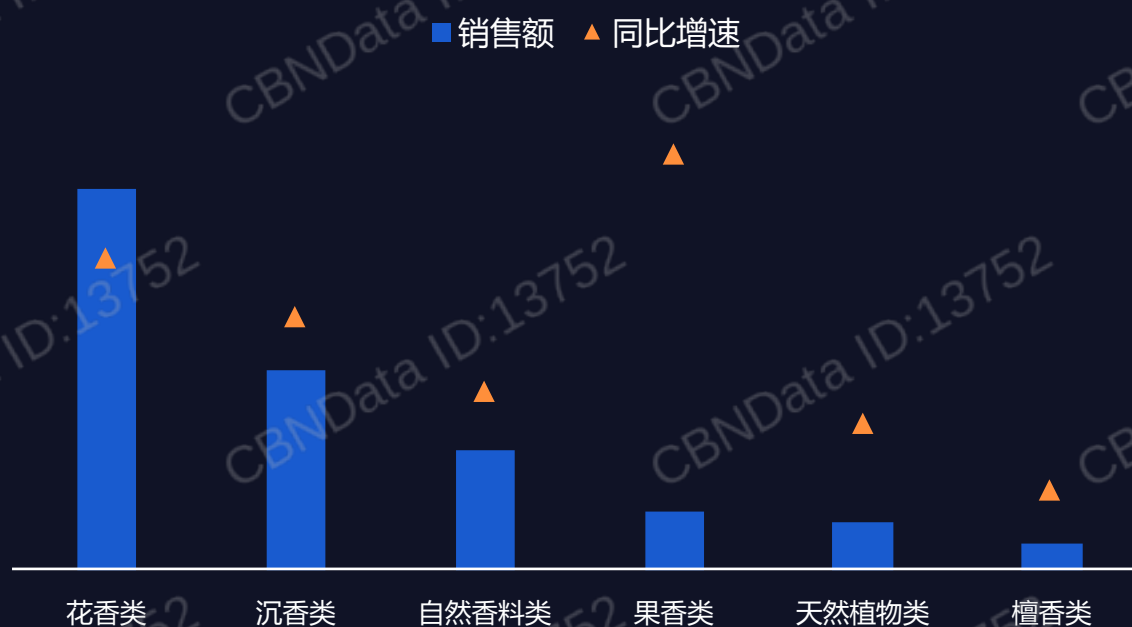
CBNData

第一财经商业数据中心

安神气味助好眠：花香和沉香类是最热卖的香薰类型

- 花香类香薰的销售额占比最高，果香类增速最快。
- 线上各热卖香型中，沉香、鸡蛋花、薰衣草是位列消费者喜欢的香味前三。

2017年线上主要受欢迎的香薰类型销售表现及同比增速



2017年线上助眠畅销的香薰味型TOP10



数据来源：阿里数据。以上香薰香料不包含混合香味，仅仅指主要成分，自然香料类指艾草，迷迭香，香茅，肉桂等；天然植物类指青竹等；果香类包括常见柑橘，柠檬，苹果，葡萄等；花香类包括薰衣草，郁金香，百合，玫瑰等。TOP10助眠畅销的香薰香料香味按销售额排序



× DeRUCCI

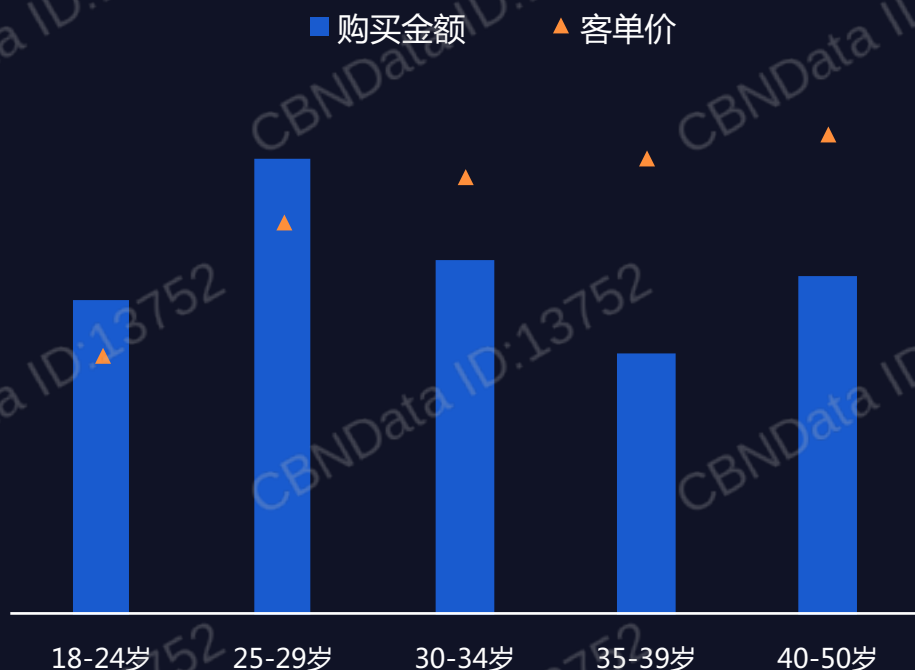
慕思寝具

× CBNDData
第一财经商业数据中心

90后是香薰类产品最大的用户群，更偏爱花果香

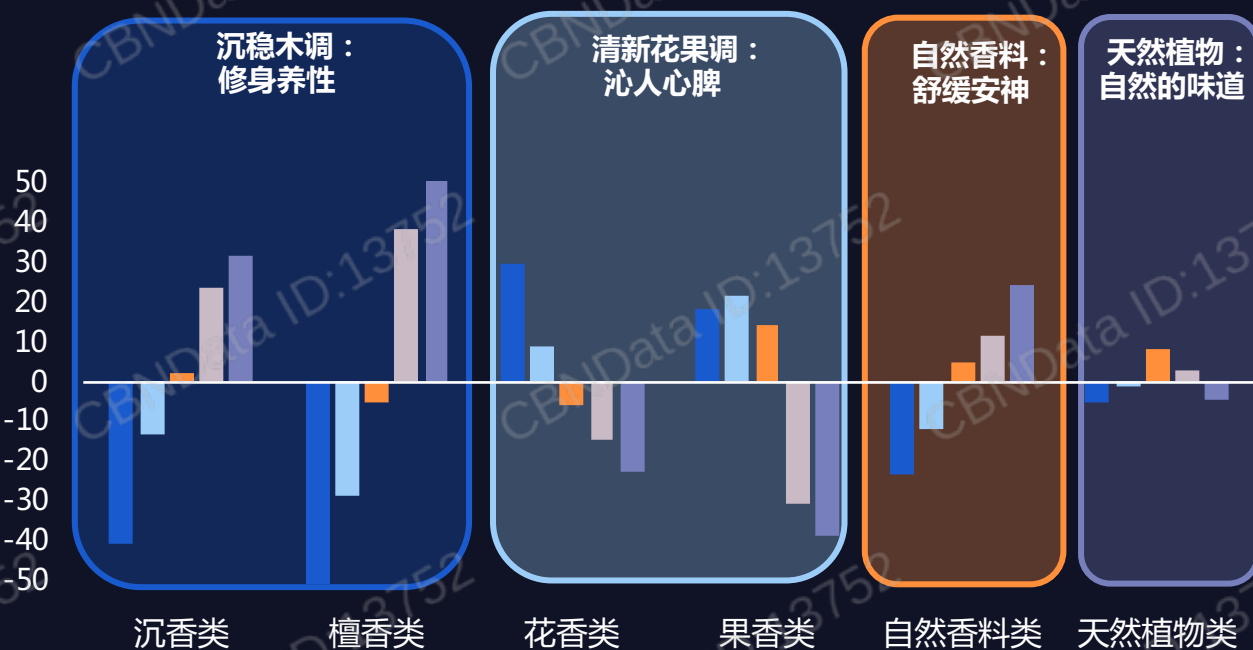
- 90后是线上香薰类产品的主要购买者，偏爱花果香；而对于年龄稍大的人群，沉稳的木调香及自然香料更受欢迎。

2017年线上不同年龄段人群香薰类产品购买金额及客单价



2017年不同年龄段人群不同香味类型偏好度

■ 18-24岁 ■ 25-29岁 ■ 30-34岁 ■ 35-39岁 ■ 40-50岁



数据来源：阿里数据，“偏好度” = (该类型香薰类产品在代际中的购买人数占比/该类型香薰在整体中的购买人数占比) * 100 - 100

Part Five

关于睡眠的小趣事



× DeRUCCI

慕思寝具

× CBNDData
第一财经商业数据中心

啪啪啪真的有助于睡眠吗？什么时候啪啪啪最好？

- 过半互联网网民认为啪啪啪能帮助提升睡眠质量，绝大部分人会选择在晚上9点以后开始性生活；但从男女的性激素水平看，早上6-9点男女性激素水平偏高，该时段才是性生活的最佳时期。

睡前性生活对睡眠质量的影响

54.6% 能帮助提升睡眠质量

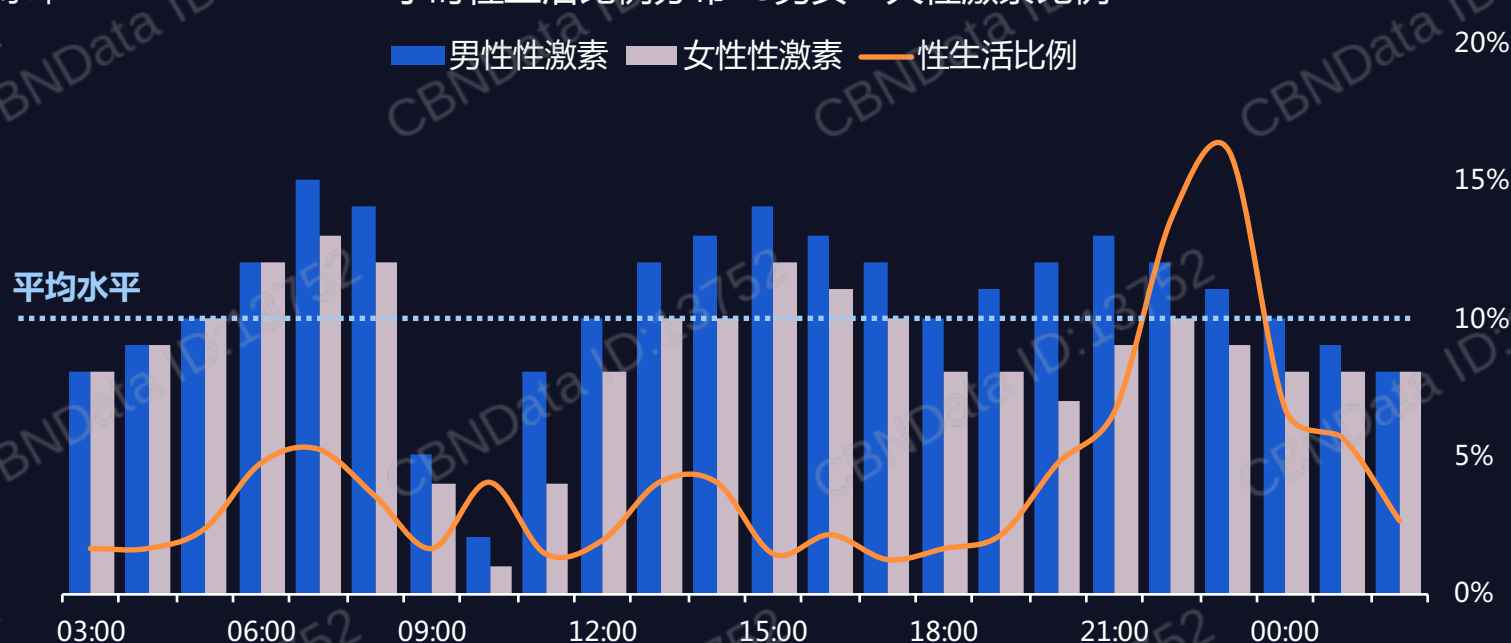


45.4% 不太能

性激素水平

24小时性生活比例分布VS男女一天性激素比例

性生活比例



数据来源：CBNDData调研数据*

数据来源：CBNDData 《2017中国女性生理健康白皮书》



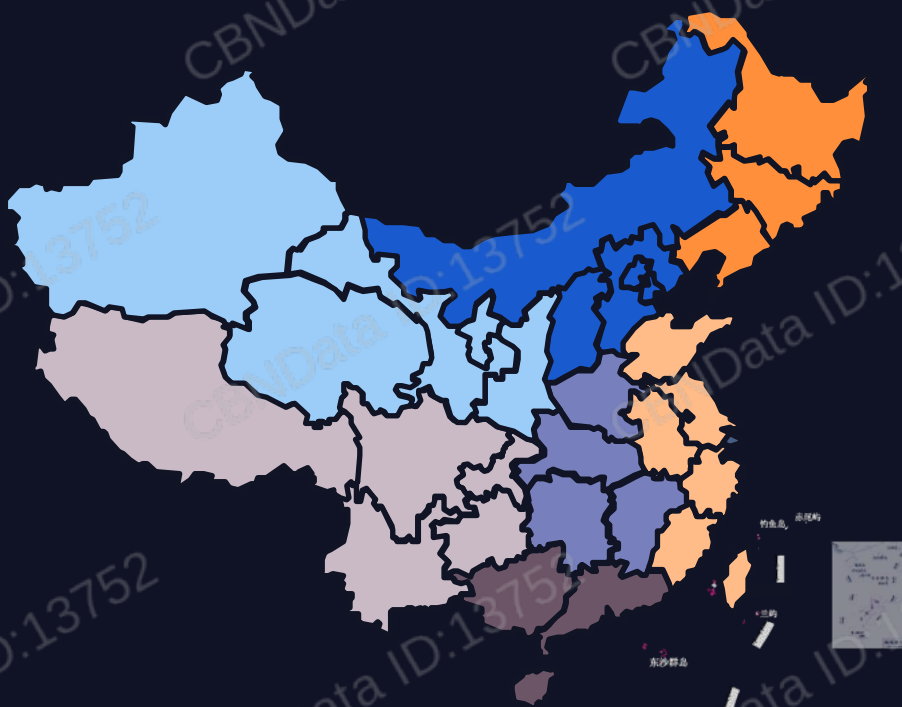
× DeRUCCI

慕思寝具

× CBNDData
第一财经商业数据中心

中国助眠产品偏好地图

- 北部地区（包括东北、西北、华北地区）助眠偏好更直接，呼吸机，止鼾器，安神助眠茶等受欢迎；
- 华东地区更小资，保健品和酵素大热；
- 华中最养生，浴足剂，温灸器配件流行；
- 西南悠闲风，偏好头部按摩机，浴足剂，护腰枕，泡澡药包；
- 华南地区更细致，精油小夜灯伴随，耳罩足贴常备。



东北地区

安神助眠茶等，头部按摩机，蛇麻草，泡澡药包

华北地区

止鼾器，呼吸机，香薰蜡烛，褪黑素/松果体素，安神助眠茶等头部按摩机

西北地区

安神助眠茶等药食同源食品，棉花被，止鼾器

西南地区

棉花被，头部按摩机，浴足剂，护腰枕，泡澡药包

华中地区

温灸器配件，浴足剂，理疗仪（器械），头部按摩机，小夜灯，眼罩

华东地区

补气补血等保健品，睡眠喷雾，酵素，香薰蜡烛，褪黑素/松果体素

华南地区

复方精油，枕头，智能手表，耳罩，足贴，小夜灯

数据来源：阿里数据

大数据·全洞察



×

DeRUCCI

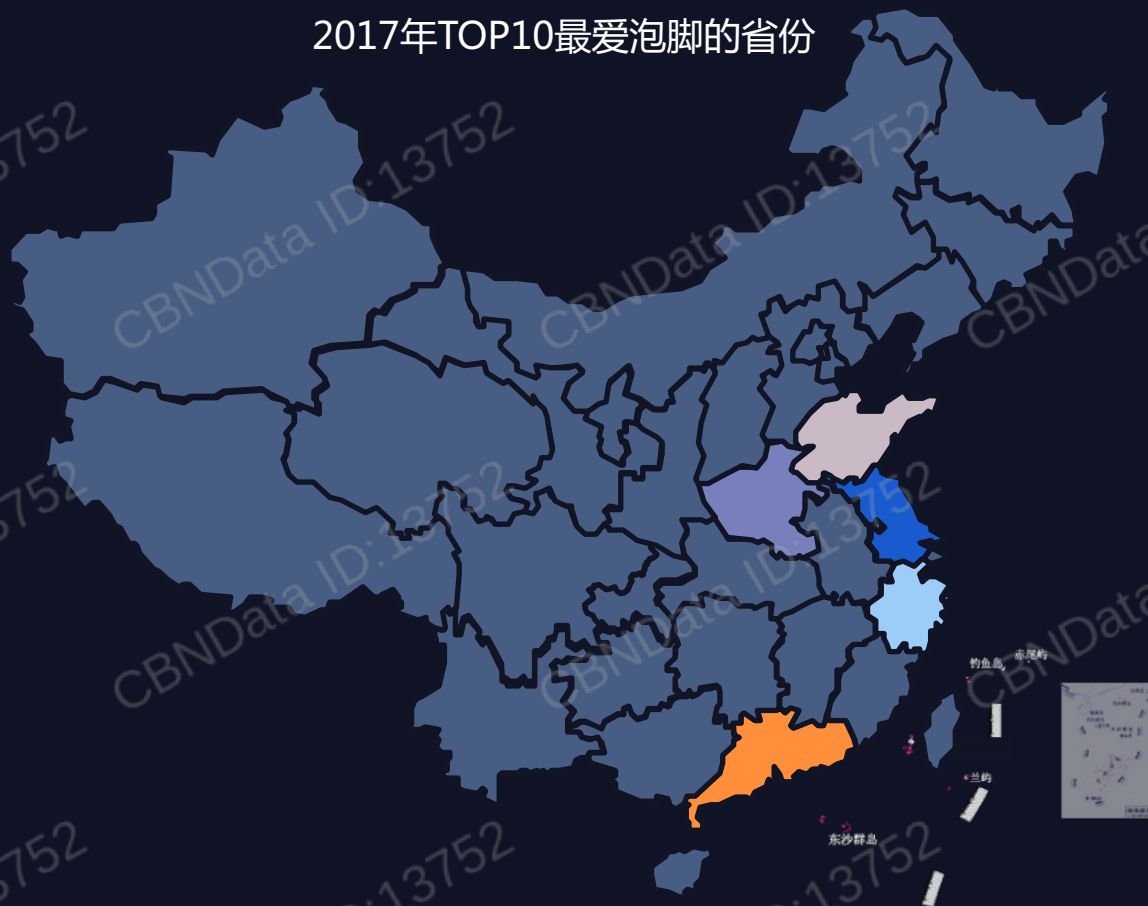
慕思寝具

×

CBNData
第一财经商业数据中心

满“足”好睡眠，哪些地方的泡脚达人最多？

2017年TOP10最爱泡脚的省份



- TOP1 广东省
- TOP2 江苏省
- TOP3 浙江省
- TOP4 山东省
- TOP5 河南省

TOP6-10泡脚省份

- 四川省
- 上海市
- 湖北省
- 湖南省
- 安徽省

数据来源：阿里数据，按各个省份主要泡脚类产品（泡脚桶及浴足剂）消费人数排名。



×

DeRUCCI

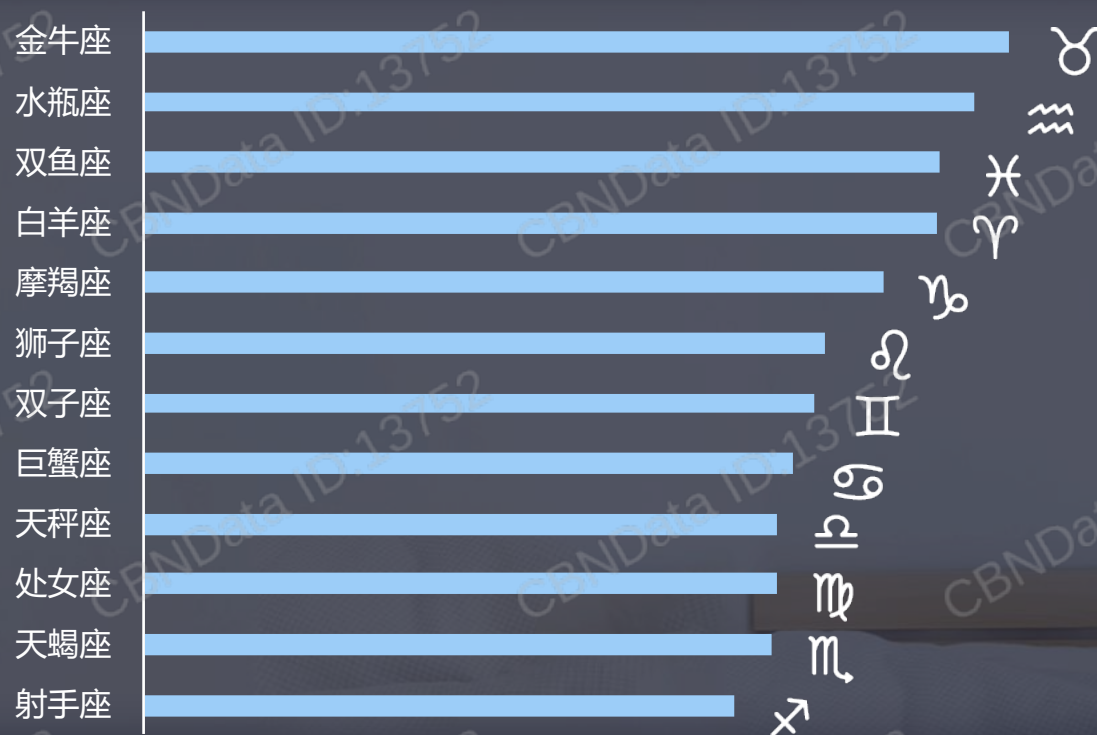
慕思寝具

×

CBNData
第一财经商业数据中心

高手过招，一“觉”致胜——十二星座谁睡得最好？

十二星座谁睡得最好？



数据来源：CBNData调研数据*，根据不同星座的互联网网民自睡眠质量自我评估结果统计而成。



×

DeRUCCI

慕思寝具

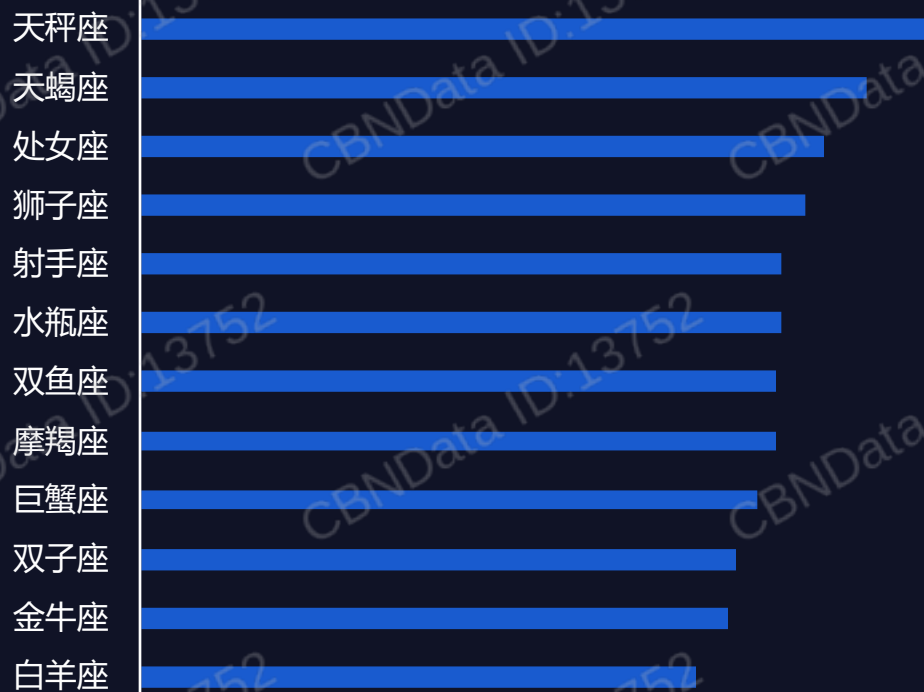
×

CBNData

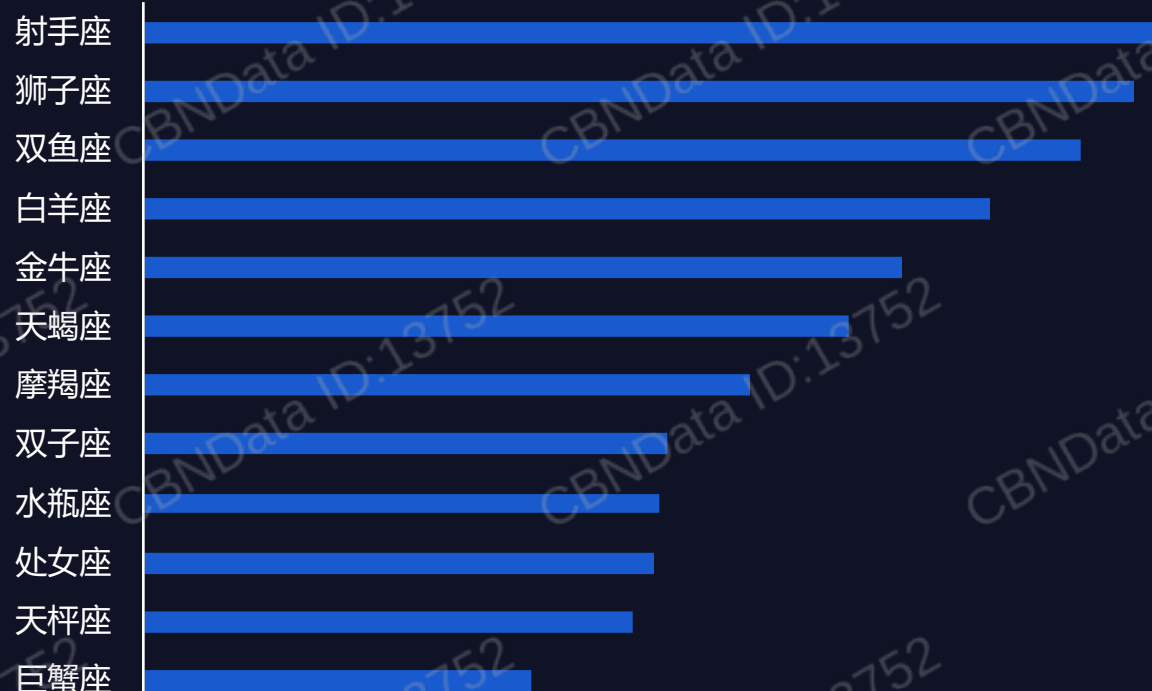
第一财经商业数据中心

为美梦种下一片草原——十二星座购买榜

2017年十二星座助眠产品投入 谁最“壕”



2017年十二星座助眠产品购买潜力榜



数据来源：阿里数据，十二星座潜力购买指2017年各个星座助眠消费金额同比增速



×

DeRUCCI

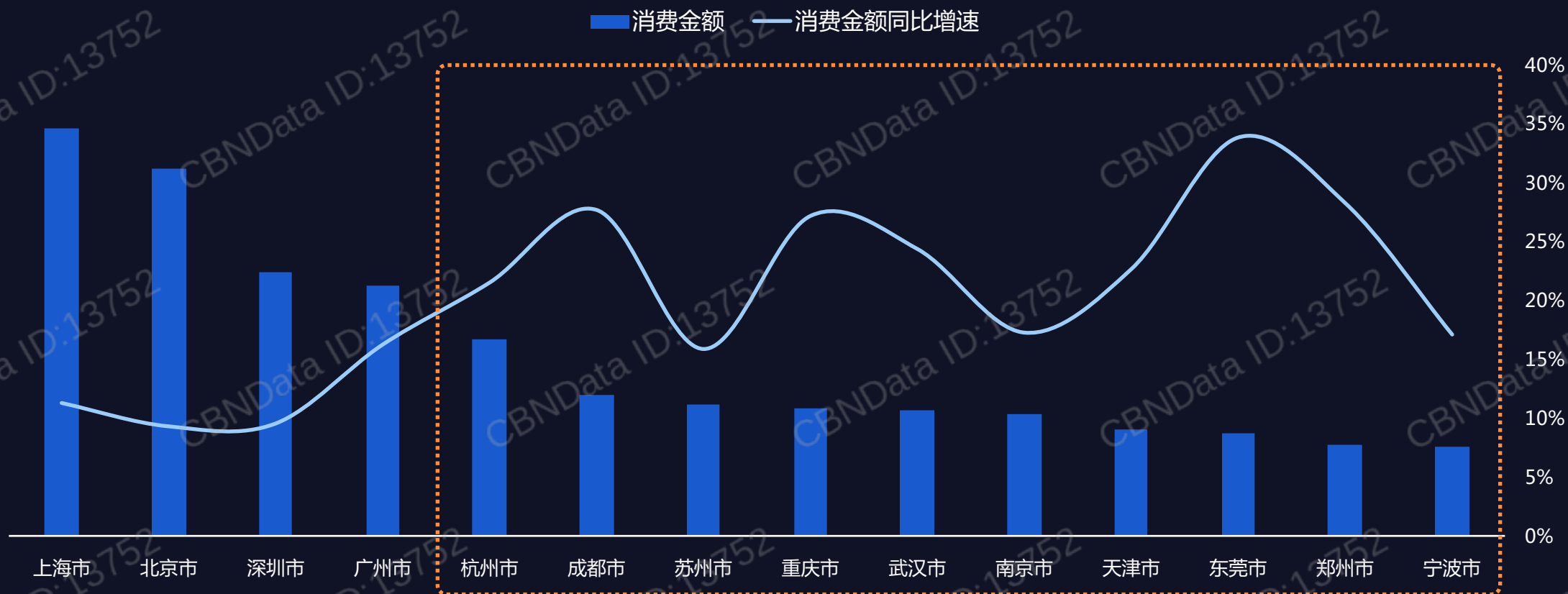
慕思寝具

×

CBNData
第一财经商业数据中心

除了北上广深，谁是新兴助眠实力消费城市？

2017年TOP10新兴助眠消费省份消费情况及同比增速



数据来源：阿里数据

大数据·全洞察



×

DeRUCCI

慕思寝具

×

CBNData
第一财经商业数据中心

各年龄段消费者助眠好物大起底：盘点不同人群偏好的助眠产品

95后偏好**隔音产品**



95后助眠产品偏好度

隔音耳塞
眼罩
助眠喷雾
褪黑素/松果体素
智能手环

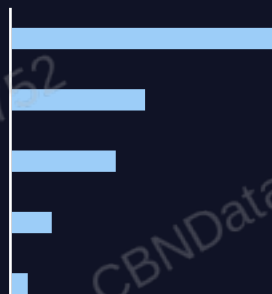


90后和85后助眠类消费偏向**更舒适的卧室环境**



90后助眠产品偏好度

护腰枕
香薰蜡烛
小夜灯
靠垫/抱枕
助眠喷雾



85后助眠产品偏好度

护腰枕
泡澡药包
小夜灯
止鼾器
蛇麻草



80后和70后更加关注**助眠保健品及助眠器械**



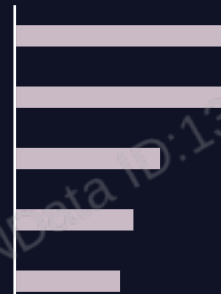
80后助眠产品偏好度

膳食营养补充剂类
温灸器配件
泡澡药包
头部按摩机
智能手表



70后助眠产品偏好度

安神助眠茶等药食
温灸器配件
膳食营养补充剂类
呼吸机
止鼾器



数据来源：阿里数据，95后指18-24岁人群，90后指25-29岁人群，85后指30-34岁人群，80后指35-39岁人群，70后指40-50岁人群。

“偏好度” = (助眠产品在代际中的销售占比/助眠产品在所有商品中的销售占比) × 100-100



×

DeRUCCI

慕思寝具

×

CBNData
第一财经商业数据中心

数据说明

1. 数据来源于阿里巴巴平台大数据和CBNData调研数据
2. 阿里巴巴平台大数据汇集5.15亿活跃消费者、超过1000万商家、10亿件商品的基本信息和行为数据，全方位洞察消费特征和行业趋势，助力商业决策。
3. 本次调研由中国睡眠研究会专家全程提供专业指导以网络问卷调研的形式，对常居在全国主要城市的18-50岁的互联网网民（涵盖上海，北京，广州、深圳，成都、西安、武汉、沈阳、青岛、南京十个城市）进行了睡眠状况调查，其中回收有效样本问卷2000份。
4. 具体指标说明：
 - 如无特殊说明，本报告所指地域范围仅包括大陆31个省市；
 - 数据时间维度：阿里巴巴平台大数据时间范围包括2015年1月-2017年12月；
 - 人群标签：基于消费者在平台上最近一年的消费行为确定；
5. 为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。



×

DeRUCCI

慕思寝具

×

CBNData
第一财经商业数据中心

版权声明

- 本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）由上海第一财经数据科技有限公司分析制作并拥有最终解释权，版权归慕思寝具所有。
- 凡未经慕思寝具书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。
- 任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯公司版权的行为，慕思寝具将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。



×

DeRUCCI

慕思寝具

×

CBNData
第一财经商业数据中心

第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心(CBNData)是基于大数据进行智能化商业研究咨询与整合营销传播的战略数据平台，依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，拥有全球最大消费者数据库和中国最大的财经全媒体集群。第一财经商业数据中心(CBNData)以 商业数据报告/微报告、数据指数、定制化咨询等为核心产品，输出消费行业的全景分析以及面向企业和消费者的深度数据洞察；同时通过数据可视化、原生内容、活动、视频/直播等形式拓展数据研究的业务边界，丰富数据商业化的应用场景，以数据加媒体的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。

报告作者：龚萌菡

报告策划：何非亚、王振涵

视觉设计：庄聪婷

联系我们：Data@dtcj.com

商务合作：BD@dtcj.com

加入我们：JOB@dtcj.com



CBNData

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察

更多数据



CBNDData官网



CBNDData官方微信号

扫码查看