

2018

国民睡眠生活消费 大数据报告

CBNData

第一财经商业数据中心



01

你睡得好吗？

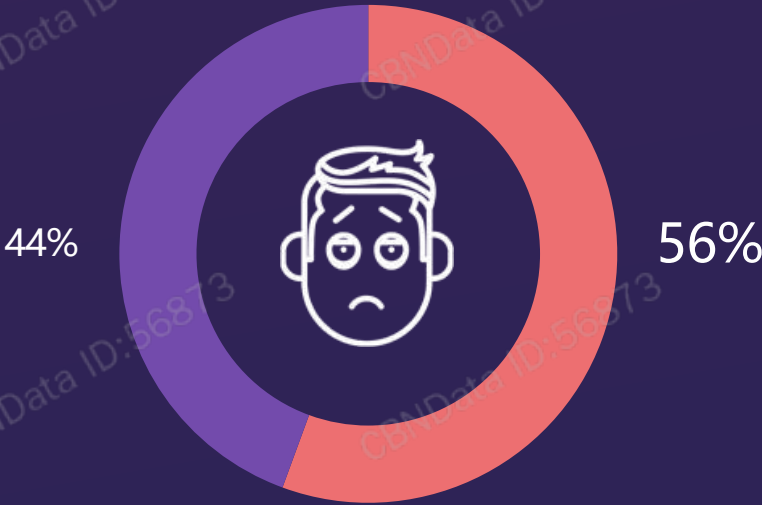


睡得长不代表睡得好，56%的消费者表示自己有睡眠问题

消费者
日常睡眠平均时长 **7.1** 小时

消费者睡眠质量自我评估

■ 一般及不太好 ■ 较好



数据说明：日常睡眠平均时长指工作日睡眠时长

数据来源：CBNData《2018中国互联网网民睡眠白皮书》

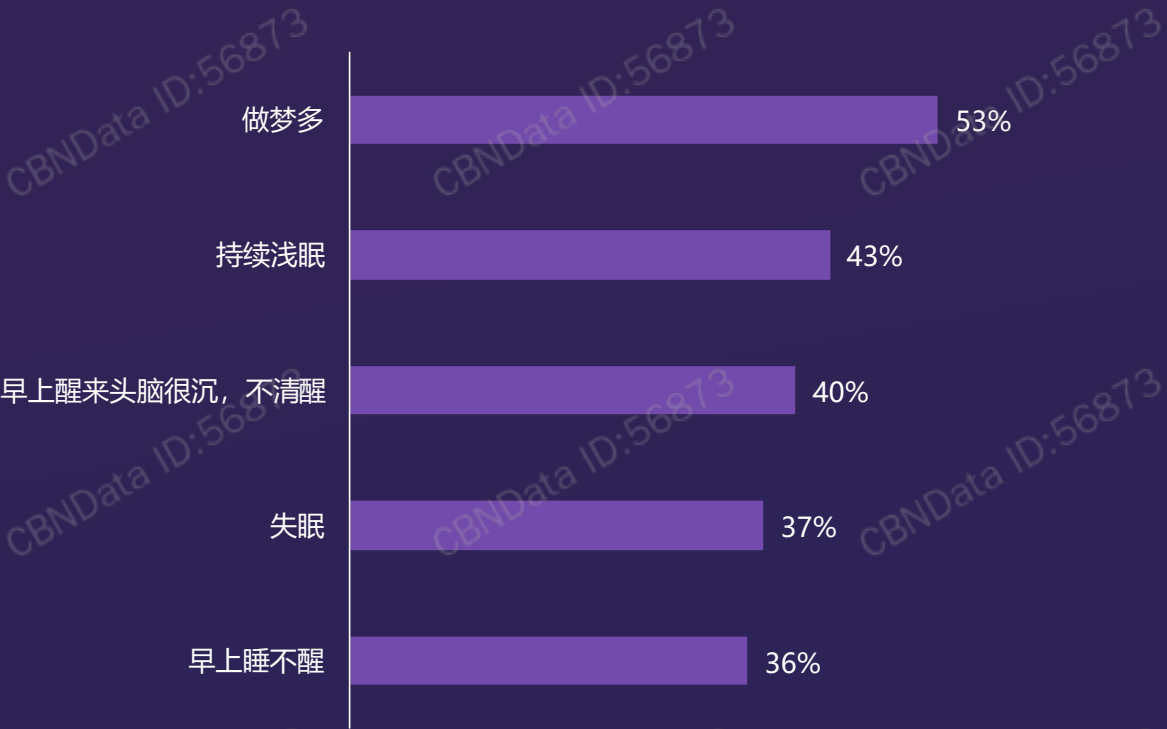
数据来源：CBNData《2018中国互联网网民睡眠白皮书》

多梦、持续浅眠成困扰现代人主要睡眠问题

消费者常见睡眠问题



消费者存在的不同睡眠问题



数据来源: CBNData 《2018中国互联网网民睡眠白皮书》

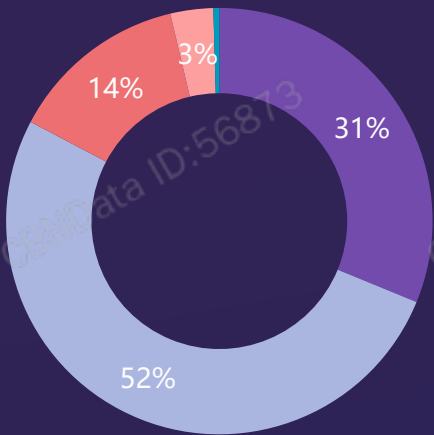
数据来源: CBNData 《2018中国互联网网民睡眠白皮书》

超过八成消费者关注睡眠质量，越来越多的人愿掷千金买一个好觉

- 消费者不仅对睡眠质量十分关注，三年间线上购买相关产品的人数也在逐年上升，线上与睡眠相关产品消费额也呈上涨趋势。

消费者对于睡眠质量的关注程度

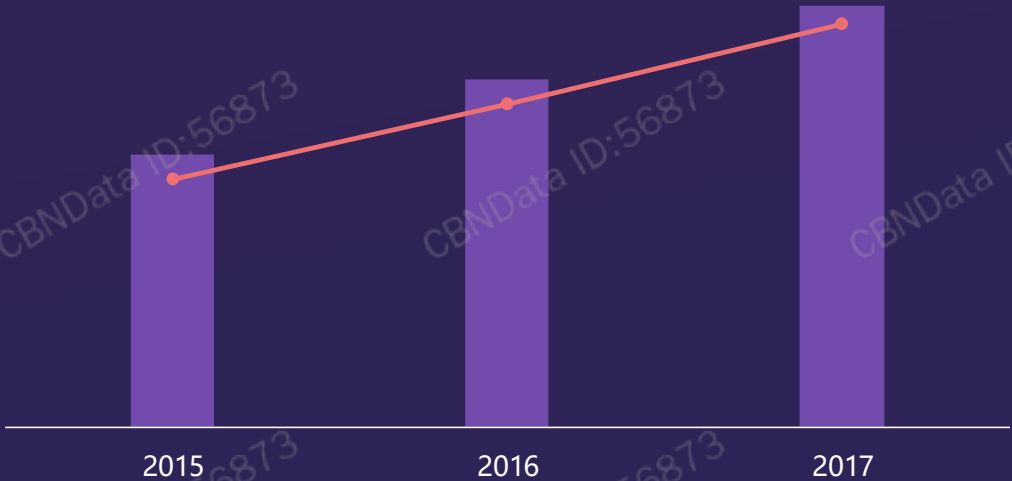
■ 非常关注 ■ 比较关注 ■ 一般 ■ 不太关注 ■ 完全不关注



数据来源：CBNData《2018中国互联网网民睡眠白皮书》

2015-2017年线上睡眠产品销售额和购买人数

■ 销售额 ■ 购买人数



数据来源：CBNData《2018中国互联网网民睡眠白皮书》

02

做更好的
“造梦家”



如何打造一个良好的睡眠条件？



寝具

合适的寝具能带来更好的睡眠体验。例如，好的床垫能够与身体曲线完美贴合，为人体提供各部位适当的支撑，并使人睡卧舒适

如床垫、枕头等



温度/湿度

温度和湿度不会直接影响睡眠，它通常会改变个人主观的身体感受，进而干扰整体的睡眠质量

如加湿器等



空气

清新的空气有助于提升睡眠质量。寝室内空气要尽量保持流畅，因为空气不流通容易产生异味、闷热感、甚至降低室内的氧气浓度，会让人产生不舒服的感觉

如香薰等



光线

中医学睡眠养生认为，睡眠时，“卧房门悬幕”。就是说就寝时最好看不到任何光线

如眼罩等



声音

一般而言超过70分贝的声音，会引起醒觉或无法入睡。所以维持较安静的睡眠环境是安眠所必须的

如耳塞等



生理条件

随着褪黑素分泌的增加，身体就会开始意识到该睡觉了，提醒你在一个理想的时间就寝

如褪黑素、膳食营养补充剂等

寝具

助眠小产品

助眠食品/保健品

睡眠产品

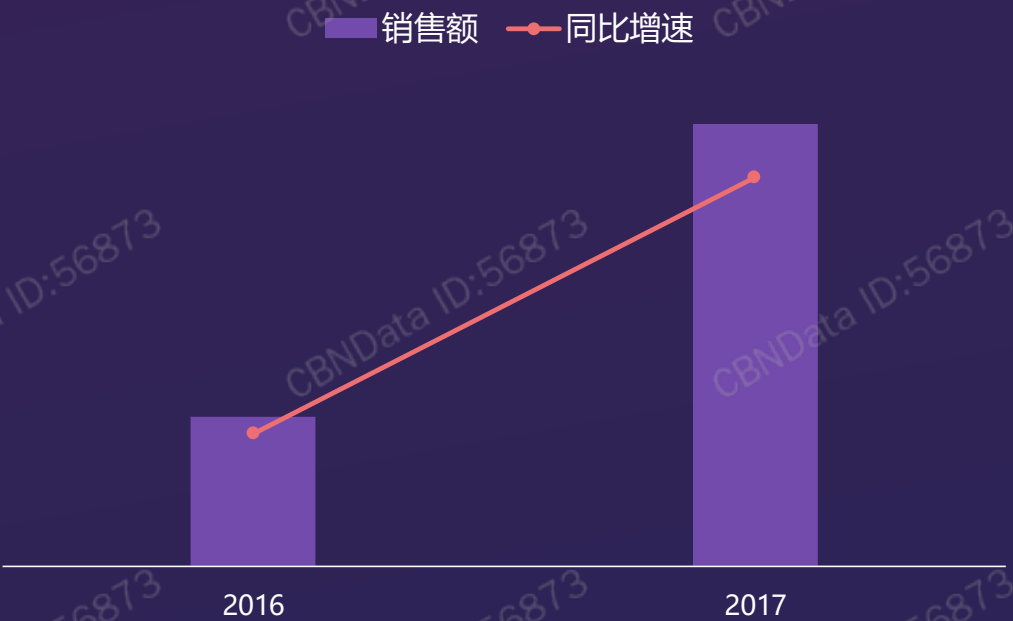
资料来源：根据互联网公开资料整理

寝具——床垫为例

乳胶床垫、椰棕床垫和弹簧床垫最受欢迎

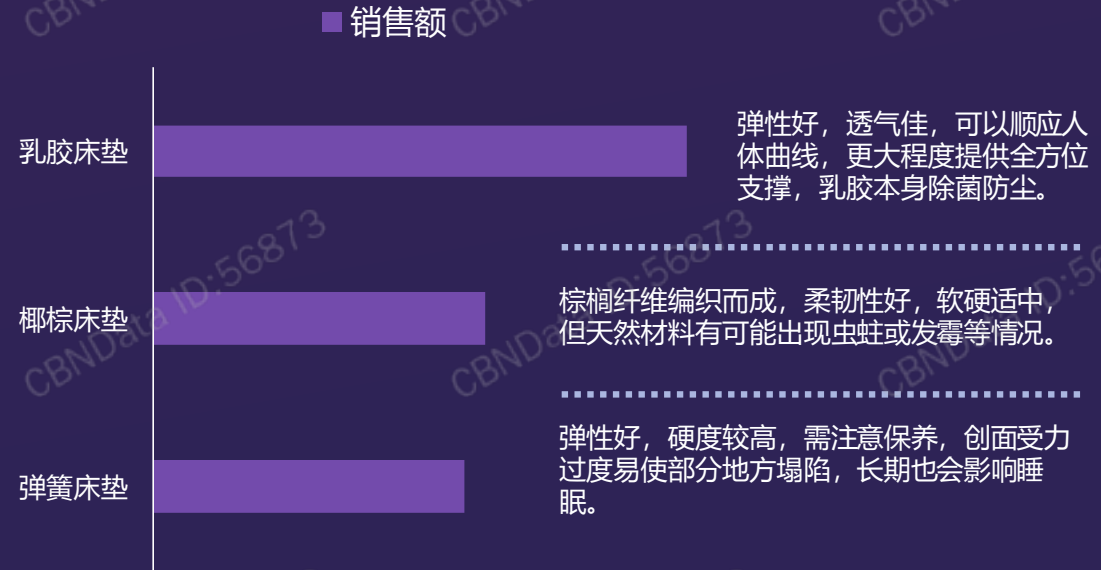
- 多孔且弹性极好的乳胶床垫，因其能贴合人体曲线、提升睡眠质量而深受人们追捧。

2016-2017年线上床垫销售额及增速



数据来源：阿里数据

2017年线上主要材质类型床垫销售表现及特点



数据来源：CBNData《2018中国互联网网民睡眠白皮书》

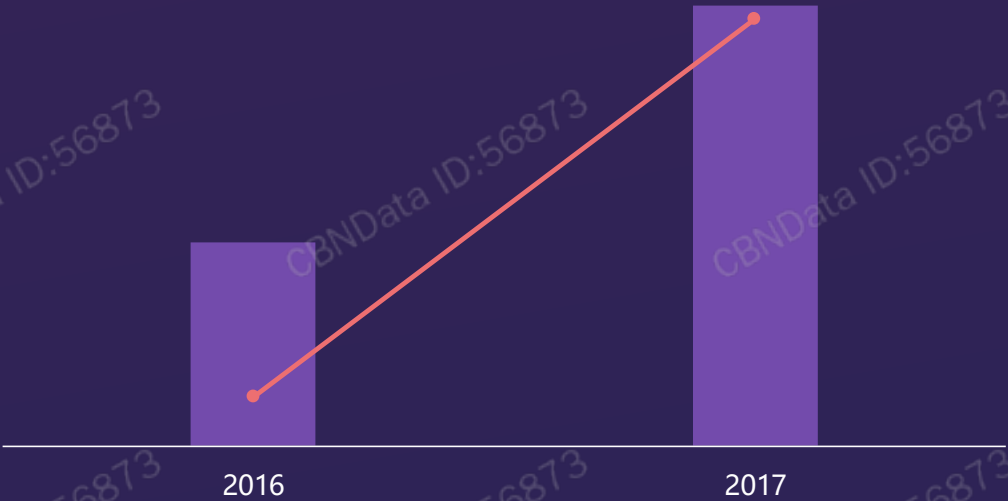
助眠小产品——眼罩为例

眼罩满足遮光需求：蒸汽眼罩增长最快

- 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。

2016-2017年线上眼罩销售额及增速

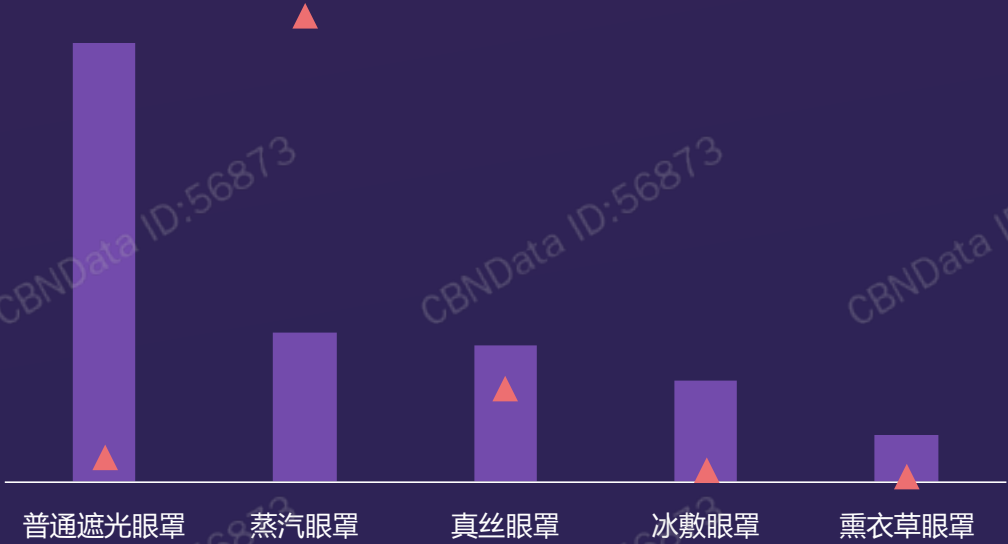
■ 销售额 — 同比增速



数据来源：阿里数据

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



数据来源：CBNData《2018中国互联网网民睡眠白皮书》

助眠小产品——香薰为例

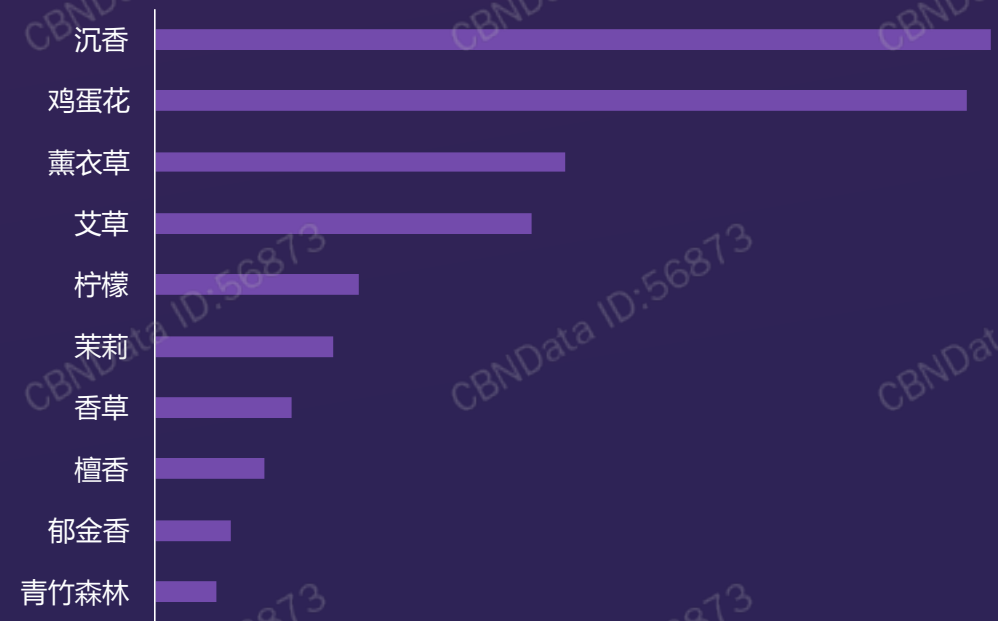
安神气味助好眠：花香和沉香类是最热卖的香薰类型

- 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



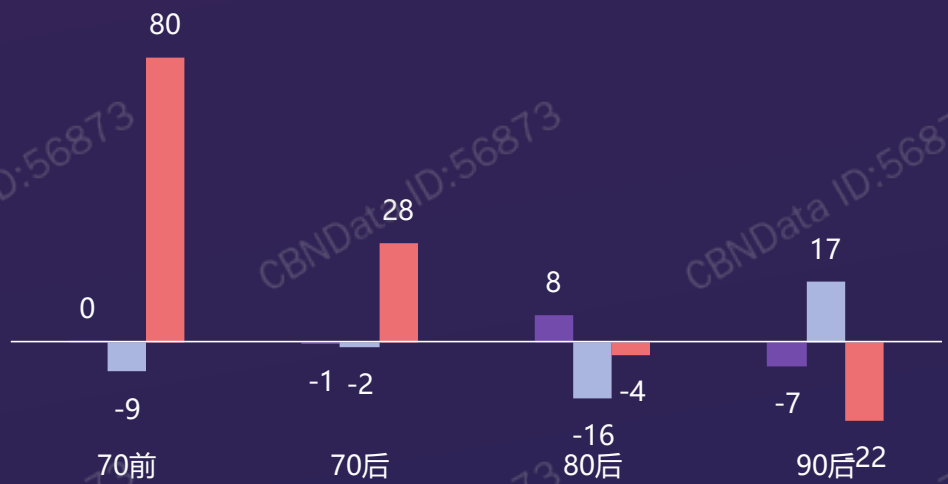
数据来源：CBNData《2018中国互联网网民睡眠白皮书》以上香薰香料不包含混合香味，仅仅指主要成分，自然香料类指艾草，迷迭香，香茅，肉桂等；天然植物类指青竹等；果香类包括常见柑橘，柠檬，苹果，葡萄等；花香类包括薰衣草，郁金香，百合，玫瑰等。TOP10助眠畅销的香薰香料香味按销售额排序

不同代际的消费者对于睡眠产品的偏好也各有不同

- 70前和70后更偏好助眠食品/保健品，而80后偏好寝具，90后则更关注助眠小产品；
- 眼罩、隔音耳塞、助眠喷雾以及香薰蜡烛是90后更为偏好的助眠小产品。

2017年不同年龄段对不同睡眠产品消费偏好度

■ 寝具 ■ 助眠小产品 ■ 助眠食品/保健品



偏好度 = (不同代际对于睡眠产品的消费笔数占比 / 总体人群对睡眠产品的消费笔数占比) * 100 - 1, 大于0则表示偏好, 小于0则不偏好; 数据来源: 阿里数据

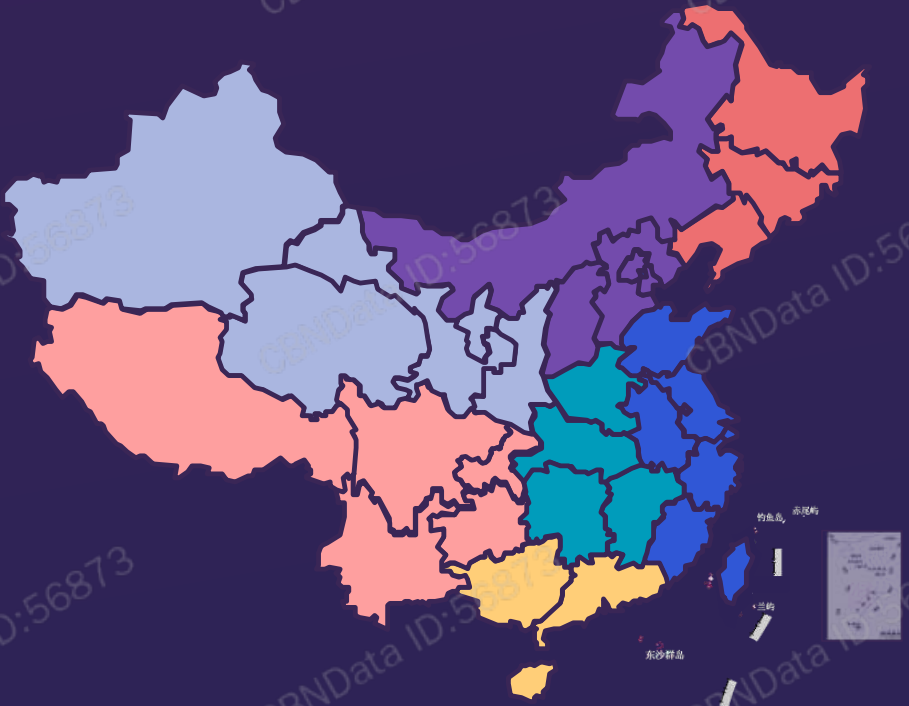
90后睡觉所需要用到的睡眠小产品



数据来源: 阿里数据

不同区域的消费者对助眠产品的偏好大有差异

- 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

数据来源：CBNData《2018中国互联网网民睡眠白皮书》



03

睡眠的消费升级
是睡眠环境的整体升级

营造一个舒适的卧室场景也将有助于睡眠

- 卧室的面积大小、整体布局、光源设计以及色彩风格，都会潜移默化地影响着消费者的睡眠心理。

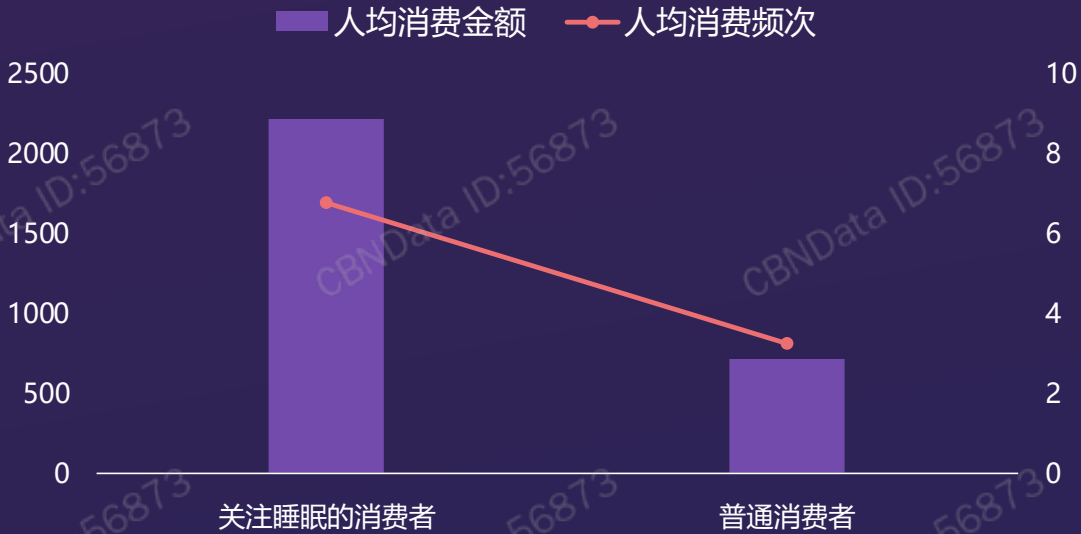


资料来源：根据互联网公开资料整理

关注睡眠的消费者愿意花费更多的“金力”为自己打造一个合适的卧室场景

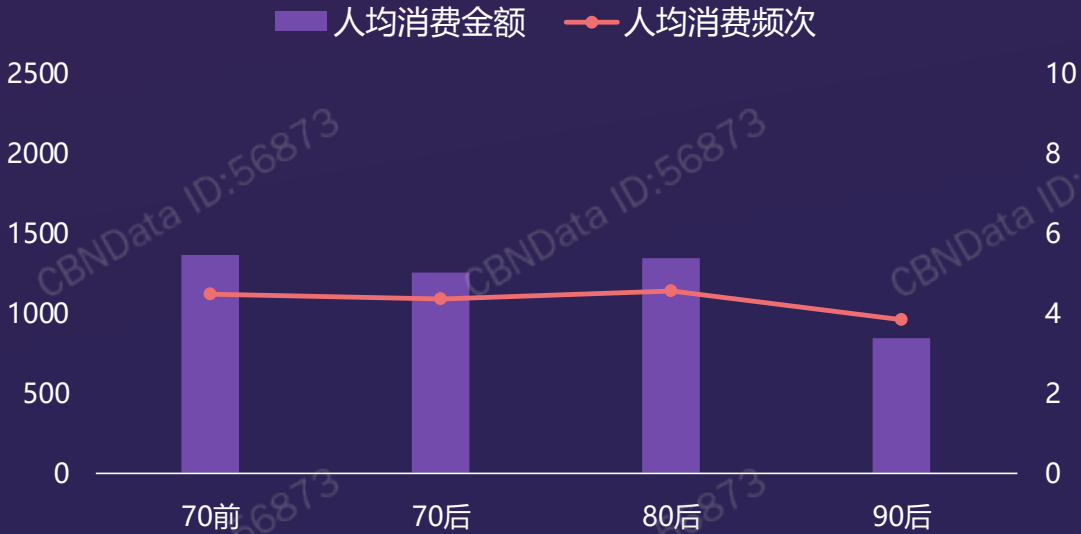
- 关注睡眠的消费者在卧室场景产品上的消费力与消费频次上也明显高于普通消费者；
- 相比之下，90后在卧室场景产品的消费力不如其他年龄段，消费情况相对滞后。

2017年线上卧室场景产品不同人群人均消费



数据来源：阿里数据

2017年线上卧室场景产品各年龄段人均消费



数据来源：阿里数据

各代际消费者在卧室睡眠环境的打造上选择不同



70前

作息规律派



70后

精致养生派



80后

孩子优先派



90后

熬夜赖床派



布局

传统卧室标配

功能性区域划分

储物空间需求

个性化装备



光源

智能灯光, 小夜灯

护眼灯

射灯, 小夜灯

遮光窗帘



色彩

中式风/欧美风

田园风

韩式风

简约风

数据来源：阿里大数据

70前消费者的卧室场景——传统、复古、智能

智能灯光

有枕巾

小夜灯

数据来源：阿里数据

70后消费者的卧室场景——书香气、精致、素雅

功能性区域

- 书架
- 置物架/隔板
- 盆栽

家居材质

- 黑胡桃木/紫檀木

阅读灯

有床裙

数据来源：阿里数据

80后消费者的卧室场景——充实、卡通、温馨

储物空间

- 床头柜
- 电视柜
- 衣柜
- 书架
- 梳妆台/桌
- 衣帽架

射灯

婴儿床（配蚊帐）

墙纸

小夜灯

地毯

门帘

数据来源：阿里数据

90后消费者的卧室场景——慵懒、自由、简约

色彩

• 后退色
(浅驼色, 暖黄色)

简易衣柜

穿衣镜

懒人沙发

遮光窗帘

电脑桌/梳妆台

单人床+床幔

休闲毯

数据来源：阿里数据



更多数据

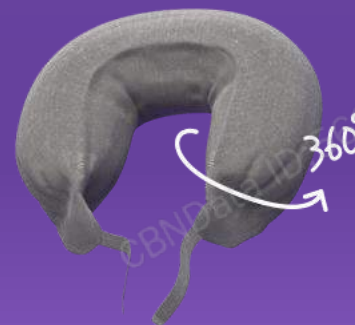


CBNDData官网



CBNDData官方微信号

扫码查看



数据说明

1. 数据来源于阿里巴巴平台大数据，汇集5亿活跃消费者、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。
2. 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。

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）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。
- 凡未经我司书面授权，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，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

第一财经商业数据中心介绍：

第一财经商业数据中心（CBNData）是集数据可视化、商业分析报告、数据自动化终端于一体的战略数据平台，以阿里巴巴的商业数据库为基础，输出产业经济全景分析和行业企业深刻洞察的数据产品，全面满足商业世界的数据刚需。CBNData以专业数据报告为核心产品，同时通过数据活动、数据电商培训、数据营销产品等构建数据整合营销传播体系，通过整合中国最大财经媒体集团的优势资源，以媒体加数据的倍增效应，全面提升中国商业世界运行效率。自2015年12月以来，第一财经商业数据中心（CBNData）已经连续发布100余份商业数据报告，已在商业数据领域建立品牌优势。

报告作者：查琳彦

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：HR@dtcj.com



CBNData

第一财经商业数据中心

大数据 · 全洞察

