

# “失眠的消费者”催生睡眠经济新蓝海

■中国城市报记者 郑新钰

在刚刚过去的世界睡眠日,记者进行了一项采访调查:“你的睡眠质量怎么样?”当被问到这个问题的时候,许多受访者都摇了摇头:“不太好!”

良好的睡眠是健康之源。现如今,在快节奏的生活里,不少现代人饱受入睡困难、睡眠时长不够、睡眠质量差等困扰。在此背景下,越来越多的人愿意为睡眠质量买单,由此催生了睡眠经济。

## 一夜好眠成不少人奢望

“睡个好觉比爱重要”,这句网络流行语背后,揭示着身体运行的规律。

世界睡眠协会秘书长、亚洲睡眠医学会主席、北京大学人民医院呼吸睡眠医学科主任韩芳表示,睡眠可以帮助身体修复和恢复能量,改善免疫系统和心情,同时也有助于大脑记忆和学习能力的发展。

中南大学湘雅三医院神经内科主任张如旭表示,良好睡眠可从四个方面来判断:一是入睡顺利,10—15分钟进入梦乡;二是整个睡眠过程完整,不在中途醒来;三是规律睡眠;四是睡醒后感觉舒适、神清气爽。

一方面,是“好好睡一觉”至关重要,但另一方面,是低睡眠质量人群人数日益增长。

中国睡眠研究会联合天猫健康发布的《2023年中国睡眠健康洞察报告》(以下简称《洞察报告》)中显示,国人睡眠时长低于世界均值,近半数人不满睡眠现状;七成以上的受访者存在失眠问题。

北京白领小李告诉记者,失眠对他来说是“家常便饭”,而且不论几点入睡,天刚蒙蒙亮都会自然醒。“最多只能睡6小时,醒来后头昏脑胀不舒服。”他说。

来自山西的张先生也同样长期经受着睡眠困扰:“已经对‘安定’产生药物依赖了,不吃睡不着。但就算吃了药,睡着也在半夜2点以后了。”

记者了解到,影响睡眠质量的成因可分为四类:生理因素(如心血管疾病)、心理因素(如紧张、焦虑)、环境因素(如睡眠空间、亮度)、生活习惯等。《洞察报告》调查发现,情绪性失眠成为影响睡眠的主因。

睡不好有哪些影响?有研究显示,长期的睡眠不足会加大患心脑血管疾病、糖尿病和肥胖的风险,损害认知功能、记忆力和免疫系统,还会诱发精神类疾病。

## 产品服务多元化

喷助眠喷雾、点香薰蜡烛、吃褪黑素软糖、戴蒸汽眼罩……这是30岁的张女士每天睡觉前的必经流程。

如今,越来越多的人像张女士一样,意识到了“睡得好”和“睡得饱”的重要性,主动寻求睡眠障碍的解决方案,这也给睡眠经济带来新的商机。

记者以“助眠神器”为关键词进行搜索,发现市场的产品琳琅满目,从助眠产品品类看,大致可以分为“让自己舒服”和“让环境舒服”两类,100元—200元的产品销量较高;智能睡眠仪的综合排名超过了睡眠精油、助眠喷雾、助眠香薰和白噪音耳机等产品,在搜索榜单排名前列。

值得关注的是,据天眼查数据显示,我国现有3000余家睡眠经济相关企业(名称或经营范围含“助眠、失眠、睡眠”),且状态为在业、存续、迁入、迁出)。其中,约68%的企业成立于5年内。从地区分布来看,广东省的睡眠经济相关企业最多,数量超900家;其次是北京市,数量近300家。

从企业发展趋势来看,近5年来,每年均有超400家睡眠经济相关企业注册成立。其中,2018年注册量一度达到峰值,有近600家企业成立。

与此同时,近5年我国睡眠相关专利申请数量逐年递增,其中2021、2022年每年新增睡眠相关专利申请均超2000件。

“睡眠经济虽然起步较晚,但近年来行业发展进入快速

期。”艾媒咨询分析师告诉记者,2016—2020年间,中国睡眠经济整体市场规模已从2616.3亿元增长至3778.6亿元,增长44.42%,预计未来随着睡眠产品市场渗透率不断提高,产品类型不断增多,市场规模将继续保持增长趋势。

上述分析师表示,总体来讲当前睡眠经济仍为概念状态,行业发展较为分散。未来随着年轻一代生活、工作压力不断加大,将会进一步促进睡眠经济行业发展,产品向多元化趋势发展,从传统床具纺织品拓展到睡眠保健品和助眠APP领域,入局者数量增加也将推动市场竞争加剧。

此外,该分析师还提到,随着助眠产品的专业性和科技性提高,线上线下有机结合的新零售轻店模式,能够提供完整的产品体验,也是未来重要发展方向之一。

除各种助眠产品之外,睡眠经济也催生了新服务。较为典型的是哄睡服务,比如“哄睡师”。

记者在某电商平台搜索时发现,“哄睡师”通过实时通话、语音或者直播等渠道提供哄睡服务,价格从每小时几十元到几百元不等。此外,近年来也有部分酒店推出线下助眠师服务。

对此,艾媒咨询分析师认为,助眠服务是由于时代生活

压力应运而生的服务,具有其他助眠产品无法具备的沉浸感体验,但如何走出“野蛮生长”阶段,提供出高品质、高体验的助眠服务将是每个助眠服务企业应该着重思考的问题。

## 专家:睡眠经济应精准发力

从产品到服务,睡眠经济崛起,但我们的睡眠真的变得更好了吗?

前不久,由喜临门睡眠研究院主编、中国社会科学院社会学研究所社会心理学研究中心和知萌咨询机构研创,社会科学文献出版社出版的《中国睡眠研究报告2023》(以下简称《报告》)在北京发布。

《报告》显示,2022年大众睡得更晚、起得更晚,入睡时间集中在23时至1时,比2021年大众的集中入睡时间向后推迟了1个小时。10.40%的受访者睡眠质量自评为“不好”或“非常差”,民众睡眠时长有待增加、睡眠质量自评有待提升。

“花了这么多钱只为睡个好觉,但该睡不着还是睡不着。”张女士的经历是不少消费者的真实情况,在采访中,很多人表示睡眠产品于自身而言收效甚微。

艾媒咨询分析师认为,当前中国睡眠经济发展首要挑战在于大多数助眠产品的技术仍未成熟,或者缺乏足够的临床数据验证,导致助眠效果较弱,对改善用户睡眠的实际效果难以衡量,制约了助眠产品的更新迭代与睡眠经济的长久发展。

“睡眠经济与其他经济不同,应向更加专业和精准的方向发力。”北京师范大学政府管理研究院副院长、产业经济研究中心主任宋向清建议,从长远发展来看,应该更多发展大健康产业,并将一些治疗服务转变为预防服务,同时要借助人工智能等方式,针对不同失眠群体开发出更为精准化、精细化的服务。此外,还需要相关部门加强监管,推动行业标准化、品牌化、连锁化发展,改变市场目前的混乱态势。

## 江苏太仓:推进智能制造 打造“绿色工厂”

4月6日,中国建材集团旗下北新建材(苏州)有限公司经过技改后的两条全自动智能纸面石膏板生产线每分钟产能达85米。该公司近年来积极推进“绿色工厂”建设,大力发展循环经济,推进建筑节能和装配式建筑,推进绿色制造和智能制造。预计今年可实现各类建筑石膏板产量3000万平方米。

人民图片



# 商务部:城乡消费呈现稳步恢复态势

■中国城市报记者 郑新钰

近日,在国务院新闻办公室举行的第三届中国国际消费品博览会新闻发布会上,商务部消费促进司司长徐兴锋表示,消费市场呈现稳步恢复的态势。

徐兴锋介绍,从国家统计局公布的1—2月社会消费品零售总额数据,以及商务部开展的商务大数据对3月上旬和中旬重点监测零售企业的监测

情况来看,消费市场呈现稳步恢复的态势。主要呈现几个方面的特点:一是商品消费提档升级。1—2月,限额以上单位化妆品、金银珠宝、家具等升级类商品零售额同比分别增长3.8%、5.9%和5.2%;消费品进口额增长2%左右。从海南情况来看,一季度海南离岛免税销售额达169亿元,同比增长18%。

二是服务消费明显回升。3月份,全国服务业商务活动指

数为56.9%,比上月上升1.3个百分点,连续3个月处于扩张区间。1—2月,全国餐饮收入同比增长9.2%,北京一些老字号餐饮企业顾客盈门,收入增长20%以上。一季度全国电影票房收入同比增长13.5%,海南等地的旅游收入增长20%以上。

三是线上消费平稳增长。1—2月,全国网上零售额超过2万亿元,同比增长6.2%。其中,实物商品网上零售额达到

1.7万亿元,同比增长5.3%。快递业务量达到164亿件,同比增长4.6%。

四是线下消费逐步回暖。各地步行街、商圈客流量明显增加,市场销售持续回升。3月份,零售业景气指数为50.6%,持续回升。1—2月,限额以上零售业单位中,便利店、百货店、专业店零售额同比增长10%、5.5%和3.6%。

五是城乡消费同步恢复。

城市商业加快提升,1—2月城镇消费品零售额同比增长3.4%。县域商业体系建设稳步推进,乡村消费品零售额增长4.5%。江苏、河南、湖北、四川是消费大省,社零总额增长都超过4%,对全国的消费增长发挥了重要支撑作用。

下一步,随着扩内需促消费政策措施持续发力,供给结构不断优化,预计消费市场将继续呈现恢复发展态势。