

后疫情时代下的健康生活
科技深睡白皮书

2023

联合发布

FROST & SULLIVAN
沙利文

KUKU
顾家床垫

中国睡眠研究会
Chinese Sleep Research Society

JDH 京东健康

BrainCo

序言



后疫情时代，人们更注重身体健康，而睡眠作为休息最主要的方式，也更受到国人的重视。沙利文此次携手行业头部企业，针对科技改善睡眠进行了深入的行业研究，共同开启科技睡眠进入新篇章。

弗若斯特沙利文大中华区总裁
王昕博士



关注国民睡眠问题，为国民提升睡眠质量是我们的责任和使命。顾家床垫作为亚运深睡保障官和全民深睡保障官，始终聚焦深睡研究，致力于提供更专业的科技深睡解决方案，为国民深睡保驾护航。

顾家家居床垫产品事业部总经理
姚斌



科创为睡眠产业赋能，科技为睡眠产品创新。顾家关注睡眠，睡眠保障健康。深入研究，推陈出新，为国人的睡眠健康提出顾家解决方案。

中国睡眠研究会秘书长
左和鸣



健康生活从良好睡眠开始，京东健康愿与行业伙伴携手，全面满足广大用户差异化、个性化的睡眠健康需求，帮助用户获得专业的睡眠医学健康服务。

京东健康互联网医疗事业部总经理
胡亚男



全国有3-4亿失眠人群，其中80%没有得到专业有效的干预和治疗。睡眠问题需要得到更高层次的重视，更需要一款智能个性化的睡眠改善产品。感谢沙利文针对睡眠问题开展深入研究，让我们一起见证脑机科技睡眠新时代

BrainCo强脑科技高级副总裁
何熙昱锦

本轮研究方法说明

国民睡眠时长

健康大数据来源：通过京东健康互联网医院2022年起700万问诊量的有效样本；

舆情大数据来源：通过对微博、知乎、百度等平台近一年与“睡眠”“睡眠健康”等关键词相关的讨论话题声量统计，时间截止2023年2月；

定量研究

用户问卷数据来源：通过弗若斯特沙利文对消费者进行随机抽样的在线问卷调研获得，样本量N=2000；

专家访谈与桌面研究

睡眠研究会专家深访：通过中国睡眠研究会专家深访获得；

京东健康专家深访：通过对京东健康互联网医院医生进行深度访问获得；

脑机专家深访：通过对BrainCo强脑科技研发团队深访获得；

用户代表深访：通过对B站家居房产区UP主Mr迷瞪的深度访问获得并了解消费者观点和偏好；

书籍学术文献：通过对睡眠健康有关书籍与学术文献深度挖掘，完善深度睡眠、健康睡眠的相关理论和支撑。

目录 | 深睡IASA

【篇一】 Insight洞察——国民睡眠现状洞察分析

“睡得好=奢侈品？睡眠困扰人群比例触目惊心”

【篇二】 Action行动——国民睡眠关注及改善行为剖析

“八仙过海各显神通，国民开启睡眠花式自救”

【篇三】 Solution解决方案——睡眠解决方案应需而生

“科技为睡眠解决方案赋能，硬核助攻国民深睡”

【篇四】 Advocation倡导——关注睡眠 人人都是健康第一责任人

“赢是状态，更是心态，科技深睡，蓄能夺冠”

1 ■

“睡得好=奢侈品？睡眠困扰人群比例触目惊心”

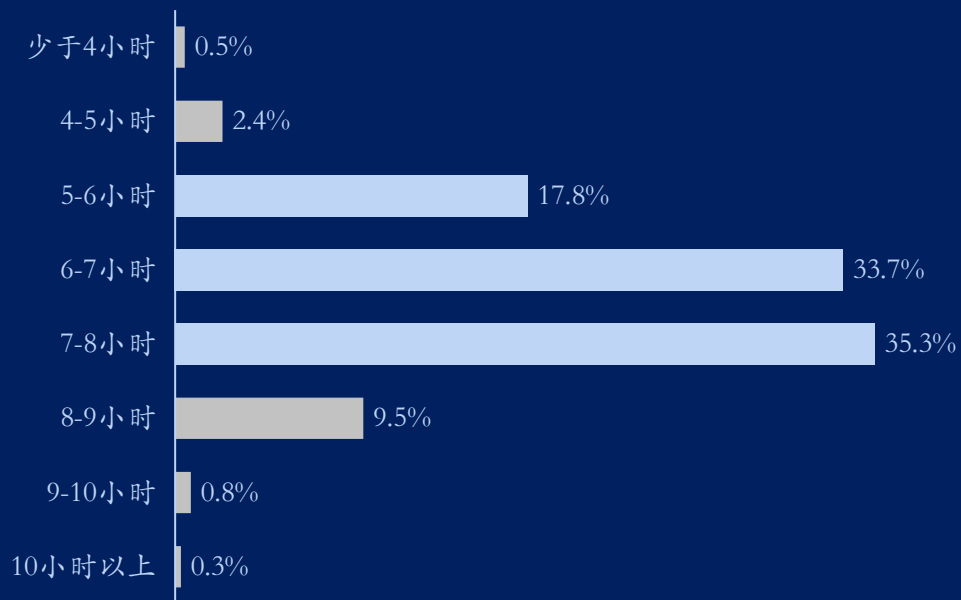
Insight洞察——国民睡眠现状洞察分析

● 你睡够8小时了吗？中国居民平均睡眠时间仅6.8小时

💡 近1/5的受访者是“熬夜达人”

1 国民睡眠时长

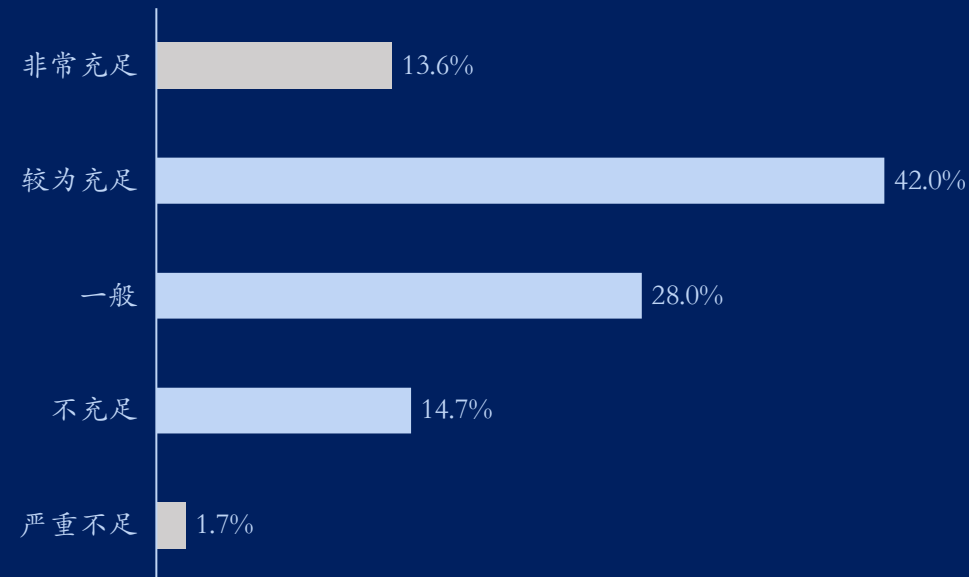
请问您在过去一年内每天平均睡眠时长是多少？ N=2000



💡 约44%的人群称睡眠时长一般或不充足

2 国民睡眠时长充足情况

请问您认为过去一年自己的睡眠时长是否充足？ N=2000



谁是熬夜达人？服务业睡眠时长闻者头秃



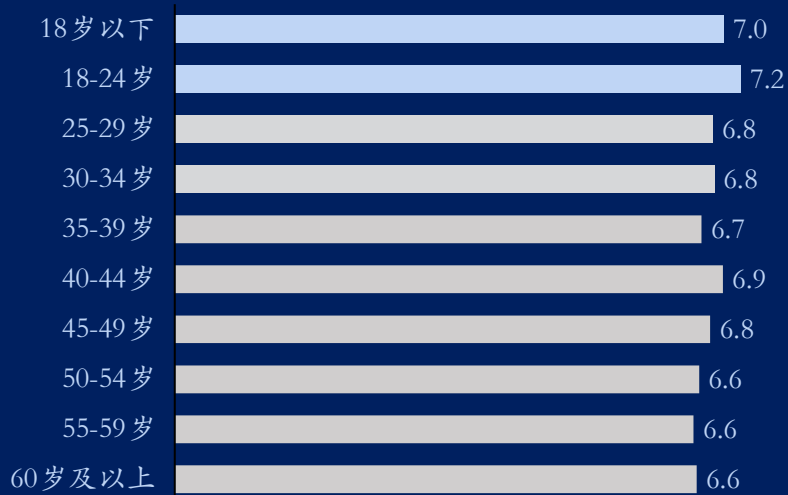
18-24岁的00后“睡最久的觉”

- 18-24岁年龄段的平均睡眠时长最长，达到7.2小时
- 老年人睡眠较浅，平均睡眠时长较短

1 各年龄段睡眠时长分布情况

请问您在过去一年内每天平均睡眠时长是多少？

N=2000



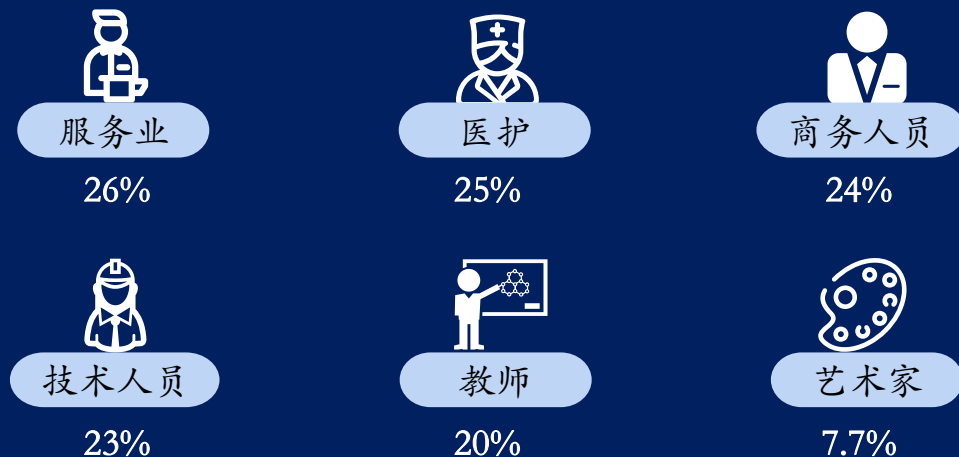
服务业从业者“熬最长的夜”

- 服务业睡眠时长低于6小时的比重最高，为26%
- 艺术类从业人员熬夜比例最小

2 各职业“修仙达人”比例（睡眠时长<6小时）

请问您在过去一年内每天平均睡眠时长是多少？

N=2000

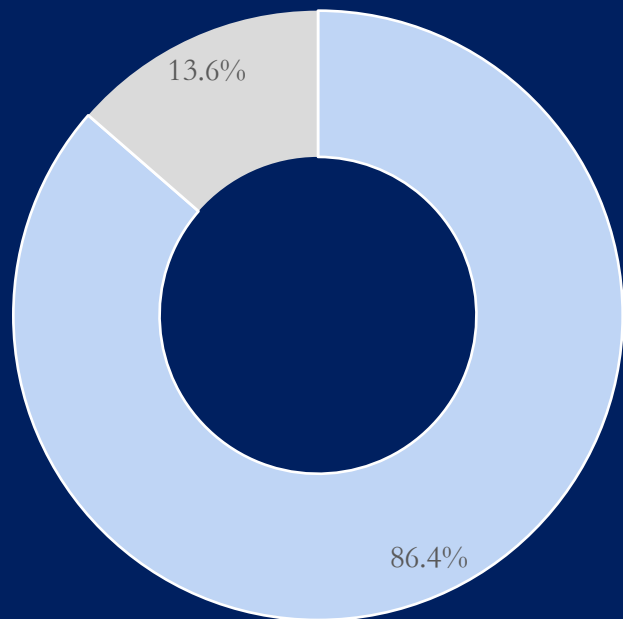


● 还有谁没睡好？超八成中国人经受被动熬夜

💡 超八成中国人经受睡眠困扰

1 睡眠困扰的人群比例

请问您曾经有过或者正在经历睡眠困扰吗？ N=2000

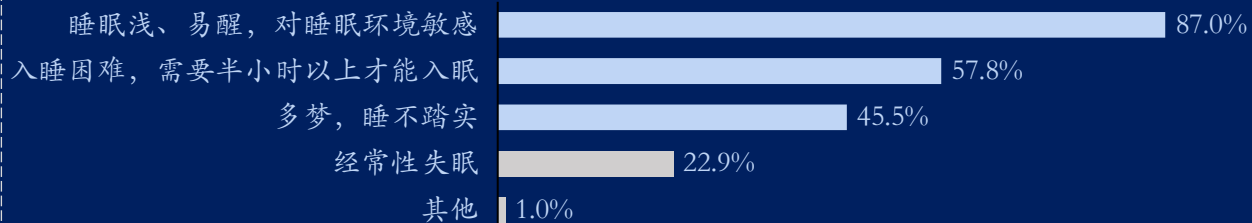


- 是的，有过或正在经历
- 没有，从未有过睡眠困扰

💡 睡眠浅是第一大困扰

2 睡眠困扰的表现

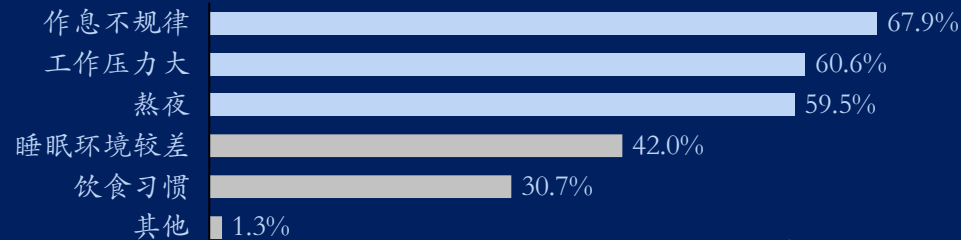
请问您有以下哪些睡眠困扰？ N=1728



💡 作息不规律的工作党最容易睡不好

2 睡眠困扰的原因分析

请问您觉得睡眠不好的原因？ N=1728



● 睡眠问题有多严重？2022年平均每晚超20,000人在京东健康咨询睡眠

💡 2022年，京东健康与睡眠有关的问诊订单超过700万，同比提升40%

JDH 京东健康 数据显示，2022年有关“失眠”、“睡眠”、“睡不着”

的问诊订单超过700万，同比提升40%

与睡眠相关的中成药中，神经衰弱、睡眠障碍等品类最受用户关注，多个品类销售额同比增速超过100%

💡 睡眠不足成为当代“流行病”，在社交媒体平台上“睡眠”、“失眠”和“改善睡眠”等话题受到广泛关注与讨论，“睡眠”已经成为国民主题。

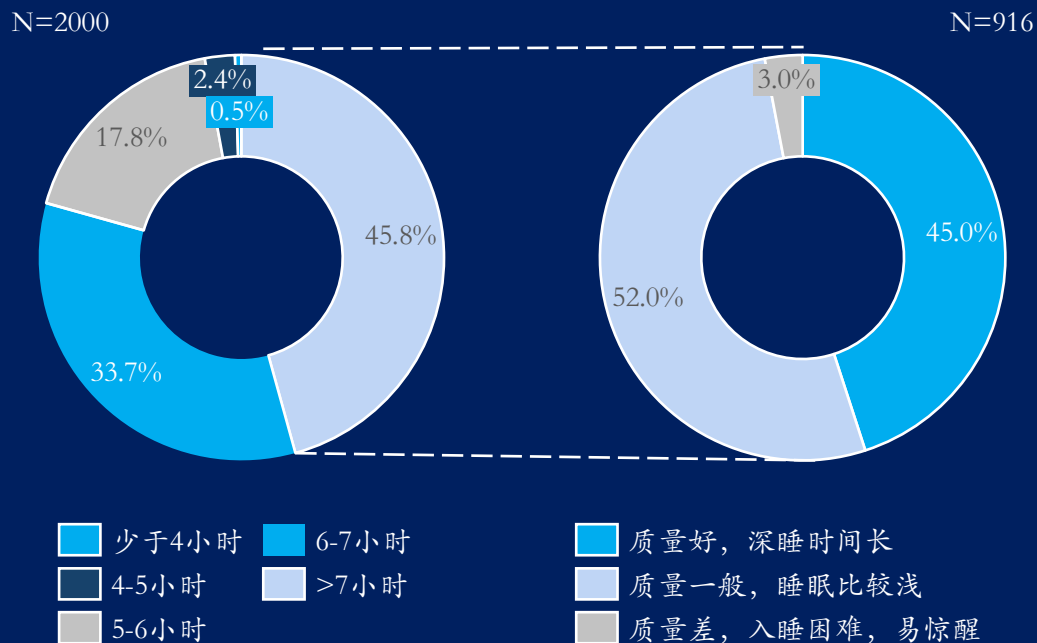


社交媒体平台上有关“失眠”的搜索热度很高，国民较之前更关注如何避免失眠和如何改善睡眠质量

你深睡了吗？过半数受访者“睡假觉”

💡 55%的受访者睡眠质量一般或较差

1 睡眠超过7小时的人群对应的睡眠质量情况



💡 相比睡眠时长，睡眠质量更重要

提高睡眠质量，最终还是看深度睡眠时间的长短。人的睡眠周期由清醒期、轻度睡眠期、中深度睡眠期、深度睡眠期和快速眼动睡眠期组成。

根据BrainCo强脑科技科普，大脑内部的脑脊液能在睡眠时清除大脑代谢所产生的神经毒性物质，比如导致阿尔兹海默症的β-淀粉样蛋白，能有效地阻止了脑细胞的损伤，让第二天醒来时更有活力。

深睡眠或麻醉状态下的波形



δ波

V.S.

焦虑、亢奋、紧张时波形



β波

2.

“八仙过海各显神通，国民开启睡眠花式自救”

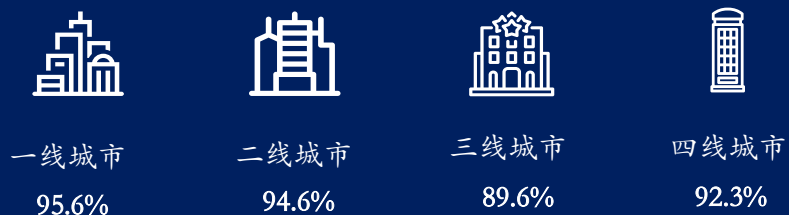
Action行动——国民睡眠关注及改善行为剖析

● 国民关注睡眠吗？睡眠是场养生局，人人都是局内人

 92.7%的受访人群了解睡眠重要性

1 按城市等级维度

N=1854



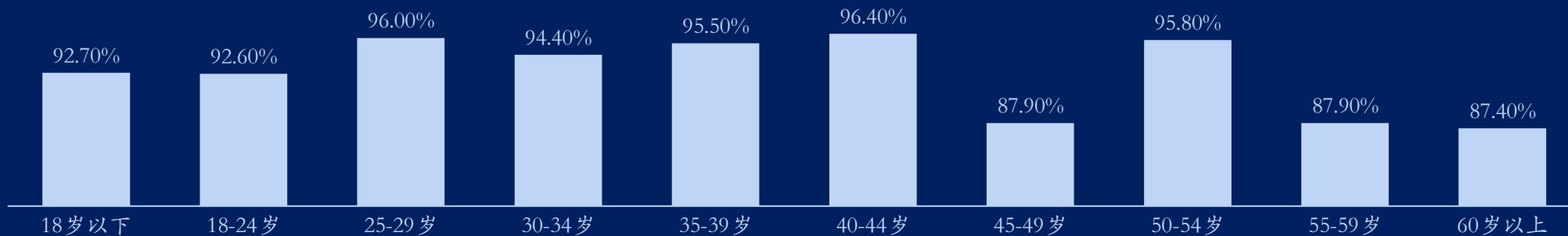
2 按性别维度

N=1854



3 按年龄段维度

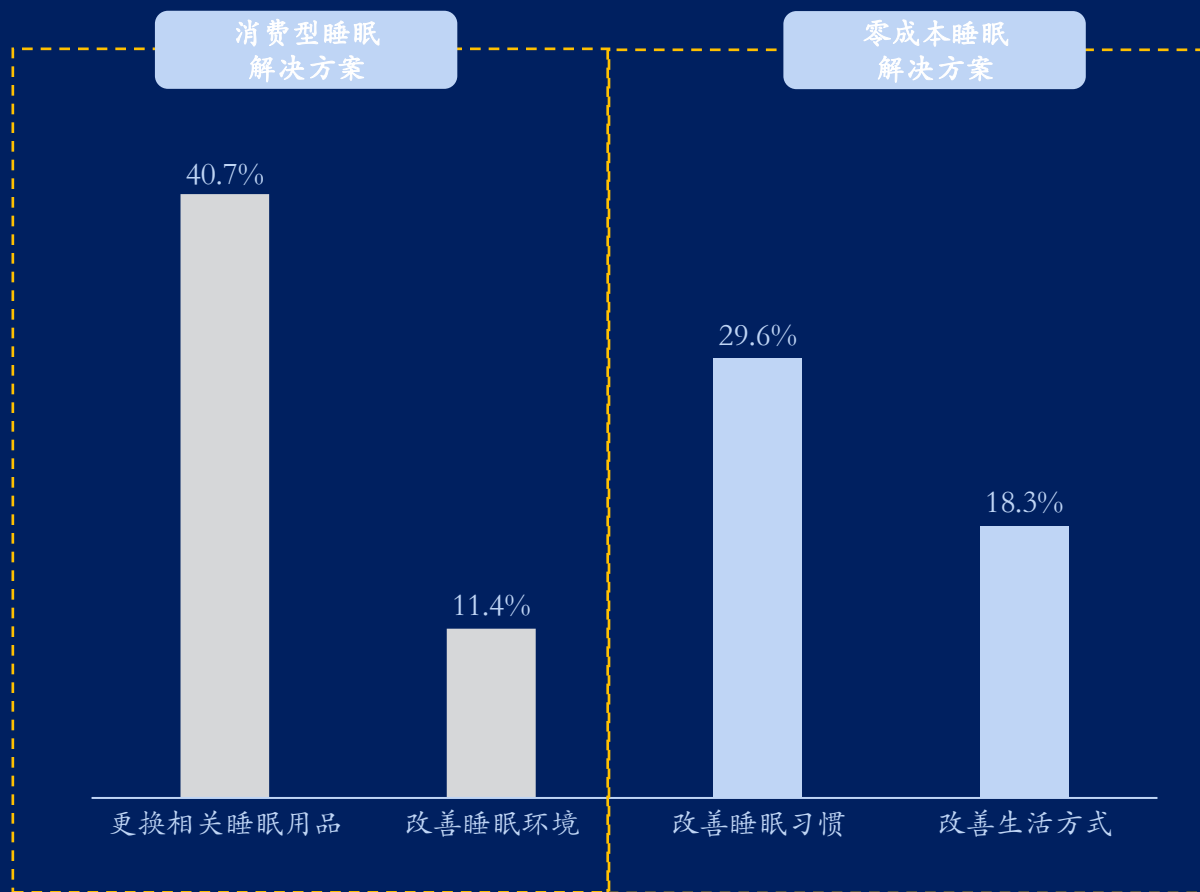
N=1854



● 超国民如何花式自救？零成本和消费型两大流派

💡 超一半用户愿意为改善睡眠买单

N=1484

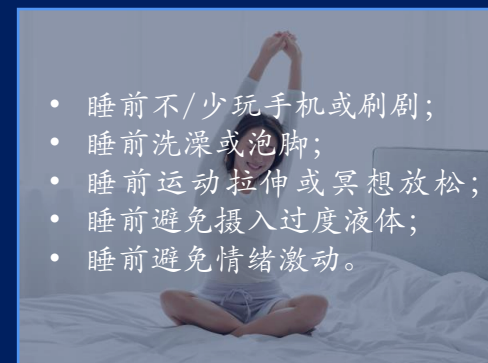


💡 4大自救方式，广受用户喜爱



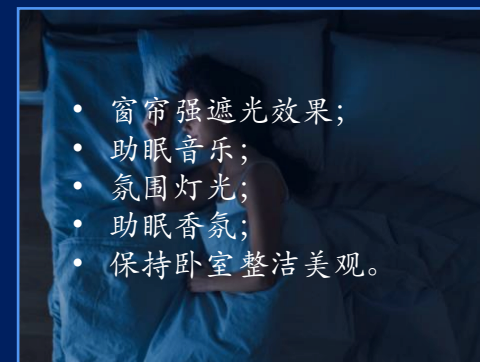
- 定期运动，劳逸结合；
- 饮食健康，不宜过饱；
- 睡眠规律，不养成熬夜习惯；
- 有合理恰当的午休习惯；
- 保持愉快乐观的情绪。

1 健康的生活方式



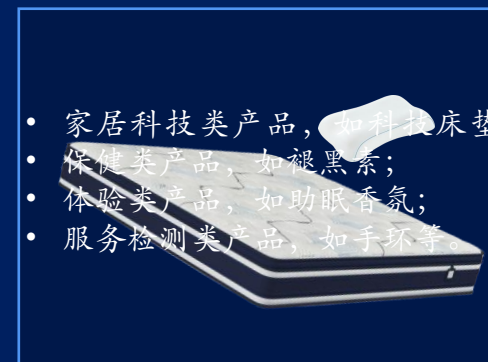
- 睡前不/少玩手机或刷刷；
- 睡前洗澡或泡脚；
- 睡前运动拉伸或冥想放松；
- 睡前避免摄入过度液体；
- 睡前避免情绪激动。

2 良好的睡眠习惯



- 窗帘强遮光效果；
- 助眠音乐；
- 氛围灯光；
- 助眠香氛；
- 保持卧室整洁美观。

3 舒适的睡眠环境



- 家居科技类产品，如科技床垫；
- 保健类产品，如褪黑素；
- 体验类产品，如助眠香氛；
- 服务检测类产品，如手环等。

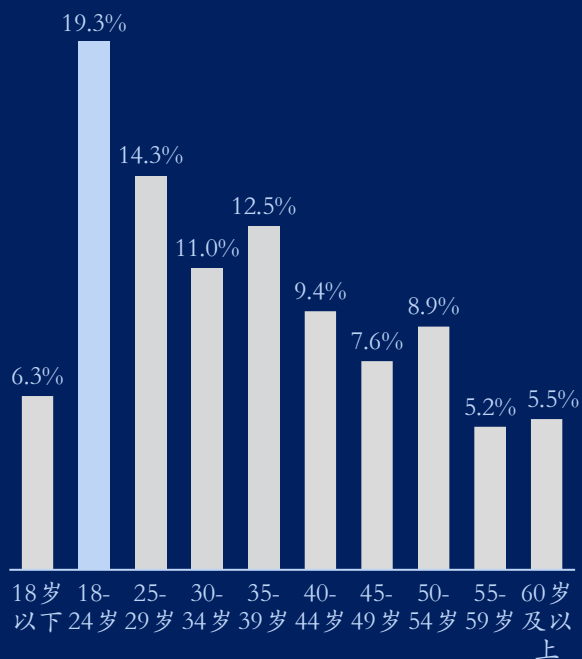
4 有效的助眠产品

● 零成本改善睡眠？看看他们怎么做



18-24岁人群更偏爱零成本改善睡眠

N=711



改善睡眠习惯占比高

N=711



睡前不玩手机，不吃零食能帮助入睡



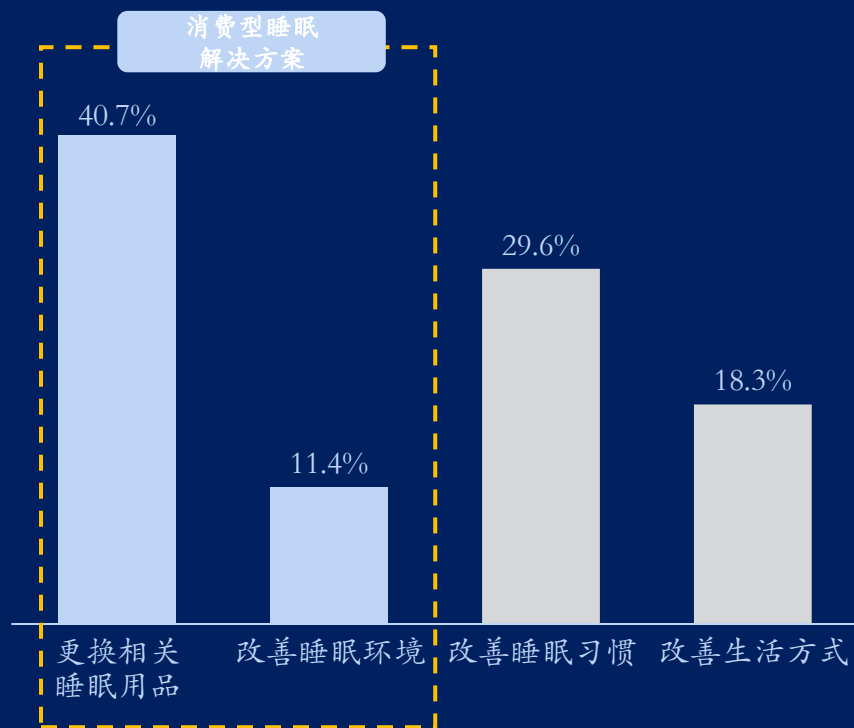
- 改善睡眠的方式包括睡前不玩手机，因为电子设备的蓝光以及使用内容都会引发大脑皮层兴奋，影响清醒系统，减少睡意。
- 规律进餐也能改善睡眠。睡前进食少量零食(尤其是碳水化合物类)能帮助入睡。

——中国睡眠研究会专家张斌教授

● 谁是睡眠氪金玩家？消费型睡眠解决方案是主流，中青年更愿意为睡眠买单

💡 52.1%消费者选择“付费解决”
消费型睡眠解决方案是主流睡眠自救手段

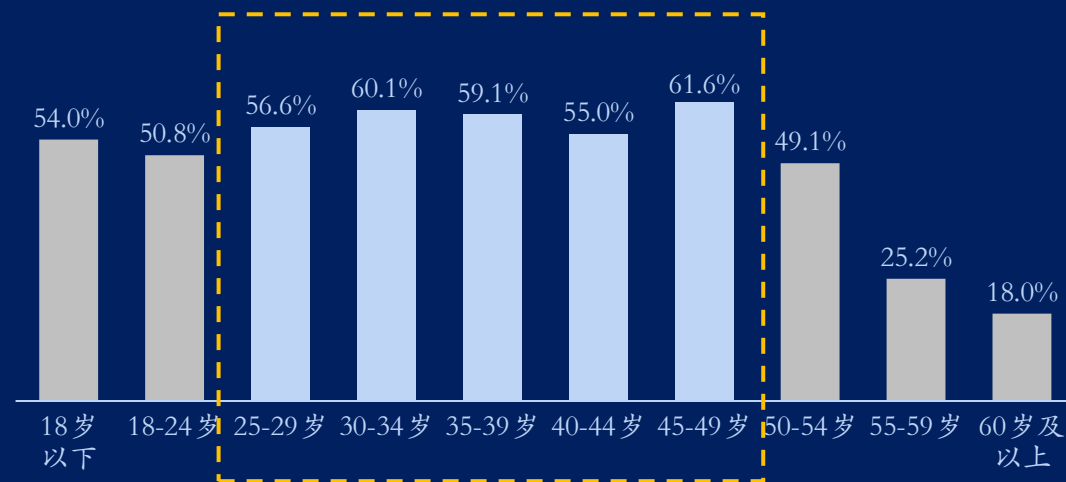
N=1728



💡 25-49岁中青年为睡眠买单的比例较高
青年群体和中年群体对睡眠质量重视且愿意花钱，是睡眠金主。

N=2000

■ 付费行为意愿度统计



● 消费型解决方案？家居科技类产品最受欢迎

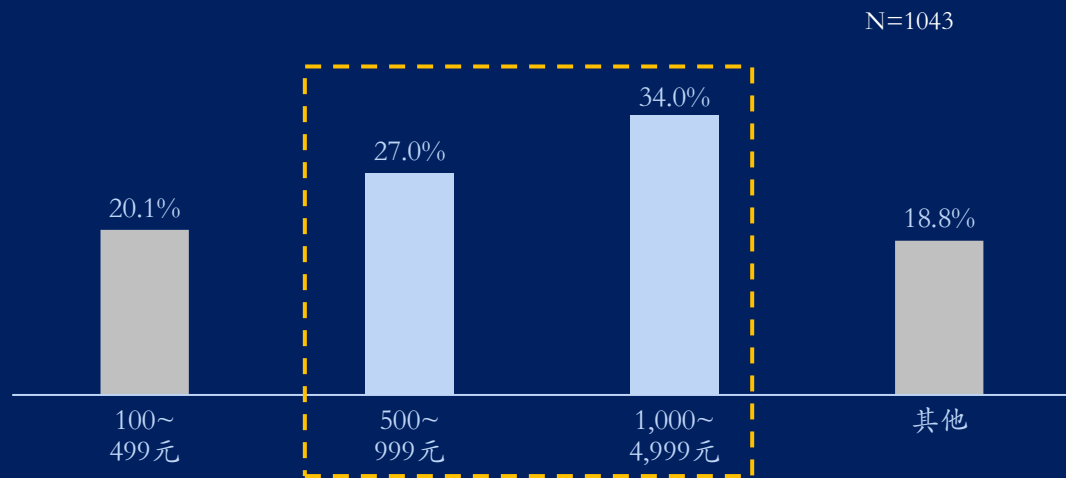


1,000-4,999元是最愿意支付的金额区间
大家不仅愿意为好睡眠花钱，还愿意为好睡眠花大钱。

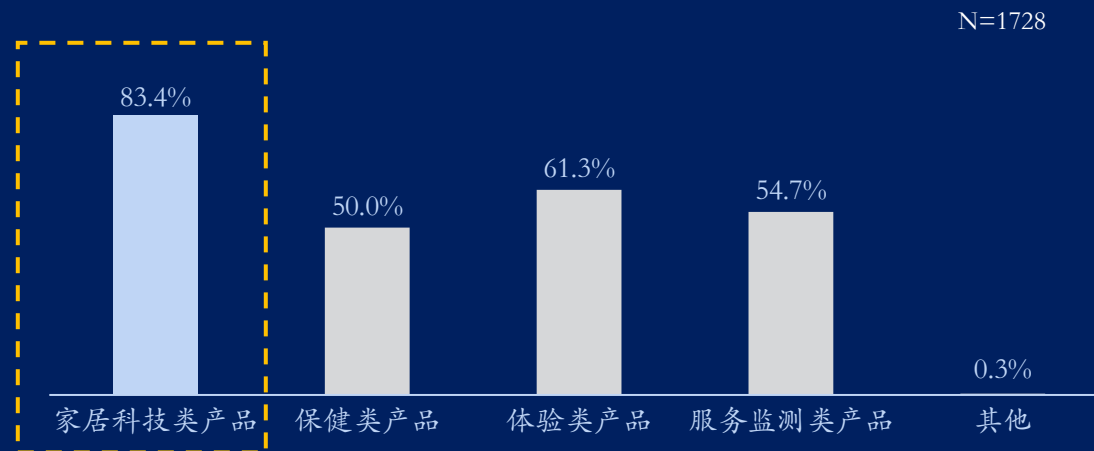


家居科技类产品最受欢迎
科技属性强烈的睡眠产品深受消费者喜爱。

■ 付费价格意愿度统计



■ 购买类别统计



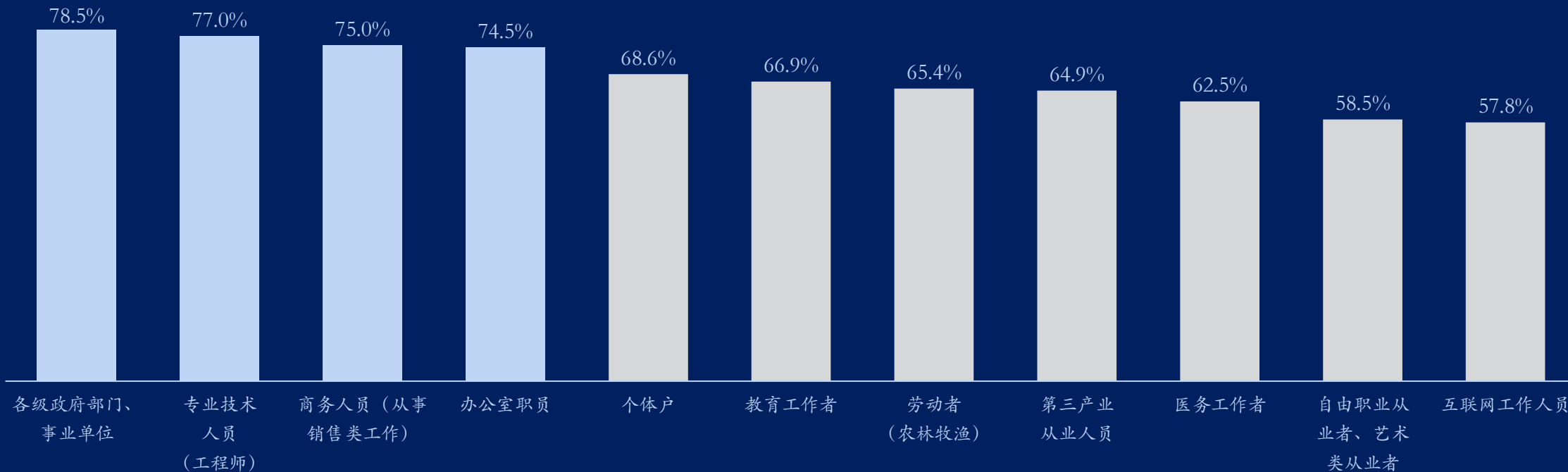
*家居科技类产品：指通过利用科技原理、科学结构设计达到改善睡眠效果的家居产品，例如床垫、助眠仪等

● 家居科技类产品是全人群的共枕良品



事业单位人员、工程师、商务人员与办公室职员对科技助眠产品信赖度高，对家居科技类产品尝试意愿更强

针对有睡眠困扰的人群，为了改善睡眠状况，最愿意尝试家居科技类产品的人群——职业划分 N=1048



3 ■

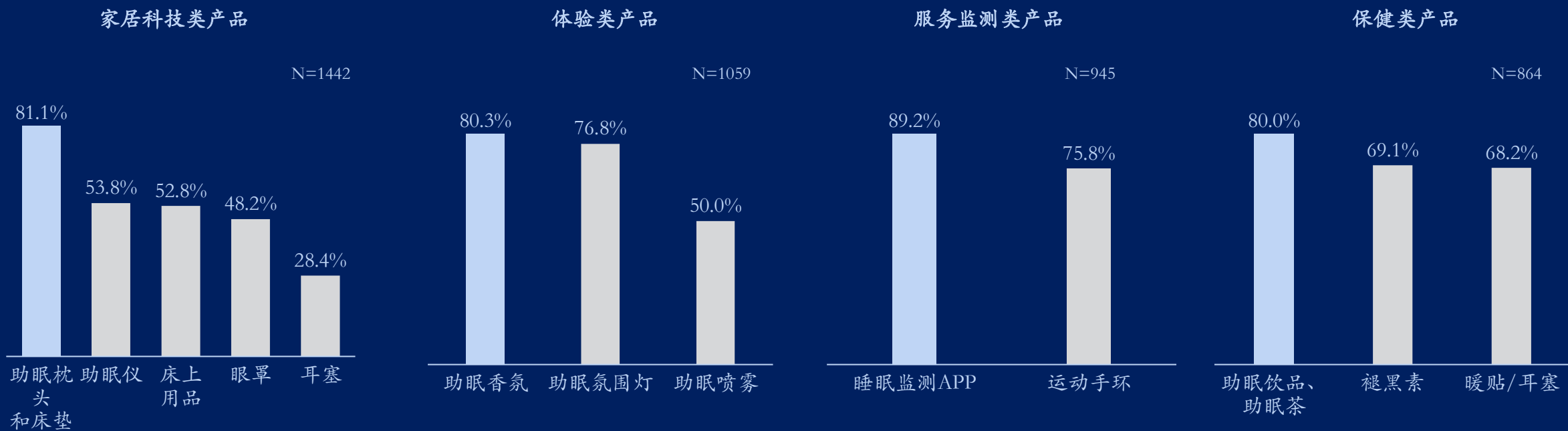
“科技为睡眠解决方案赋能，硬核助攻国民深睡”

Solution 解决方案——睡眠解决方案应需而生

● 睡眠改善产品有哪些?

💡 助眠枕头及床垫、助眠香氛、睡眠监测APP和助眠饮品在消费者心目中的接受度更高

1 消费者愿意购买的各类产品细分品类



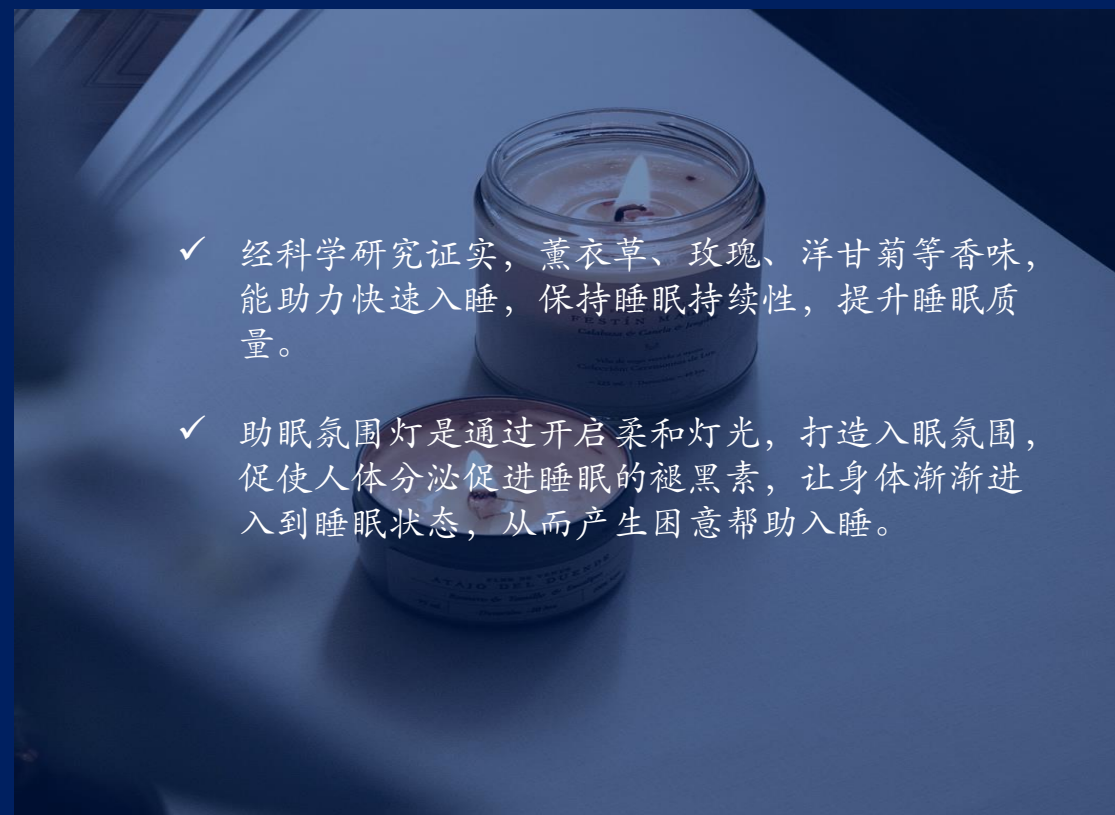
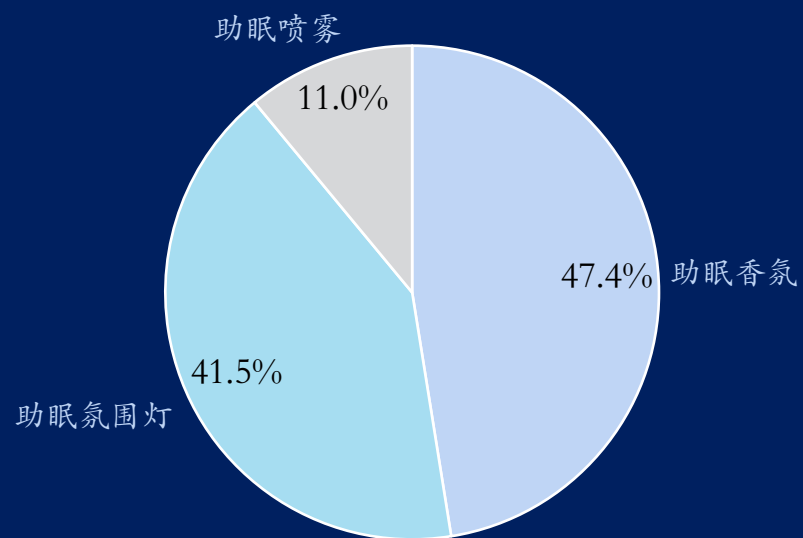
*其中褪黑素及暖贴/耳塞等在京东健康品类中增长迅猛

● 体验类产品：好景配幽梦，暗香抚大众

💡 体验类科技产品中，尤以助眠香氛备受偏爱

1 消费者最愿意购买的体验类产品

针对有睡眠困扰的人群，为了改善睡眠状况，消费者最愿意购买的体验类产品 N=791



- ✓ 经科学研究证实，薰衣草、玫瑰、洋甘菊等香味，能助力快速入睡，保持睡眠持续性，提升睡眠质量。
- ✓ 助眠氛围灯是通过开启柔和灯光，打造入眠氛围，促使人体分泌促进睡眠的褪黑素，让身体渐渐进入到睡眠状态，从而产生困意帮助入睡。

● 服务监测类产品：睡眠监测全靠戴，健康诊断能信赖

💡 助眠APP的数字化特性，受到消费者的青睐

1 消费者最愿意购买的监测类产品

针对有睡眠困扰的人群，为了改善睡眠状况，消费者最愿意购买的监测类产品 N=791



34.1%



65.7%

2 消费者对监测类产品的认可度

针对购买过运动手环和使用过睡眠监测APP的消费者，消费者评价两类产品效果 N=791

- 在购买过运动手环的人群中，75%的人群认为佩戴运动手环对睡眠有效果；
- 在购买或使用过睡眠监测APP的人群中，61.5%的人群认为监测APP对睡眠有效果；
- 助眠APP可帮助用户记录睡眠数据，将其数据进行分析并可视化；系统也会据此给用户提出优化的睡眠调整方案。
- 睡眠监测是可以客观、科学记录和评估失眠病因的手段之一，判断是否存在脑部病变、抑郁症、睡眠呼吸障碍等内在病因。

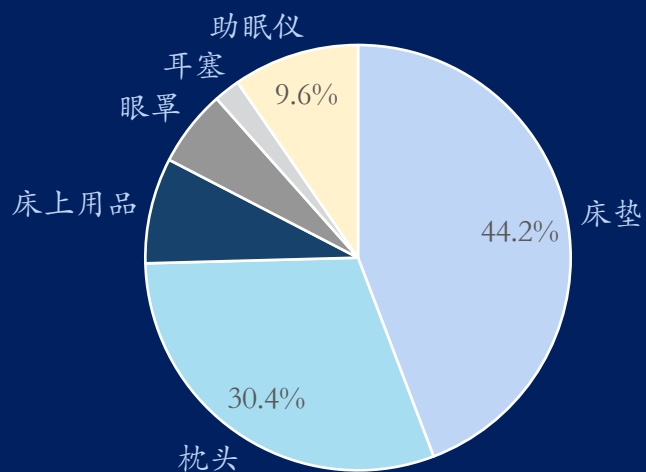
● 家居科技类产品：近半数用户首选更换床垫来提升睡眠质量，舒爽透气是核心需求

💡 科技类产品在睡眠环境、睡眠体验方面与消费者息息相关，其中床垫是首选产品

💡 针对床垫类助眠产品，消费者更看重的是床垫的舒爽透气和护脊撑腰的功能

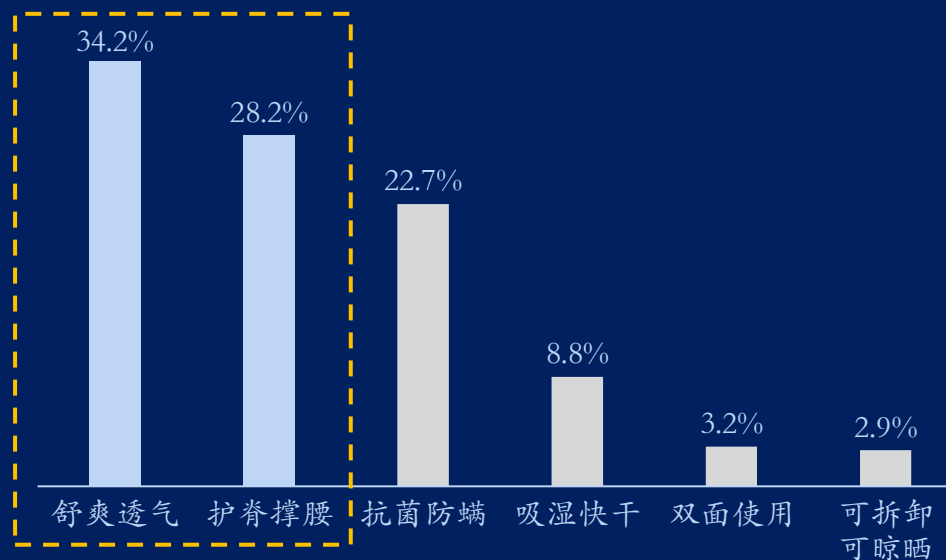
1 消费者在家居科技类中的首选产品

请问您最愿意购买的家居科技类产品是什么？ N=1357



2 消费者最关注的床垫功能性

请问您最关注床垫的哪些功能？ N=1626



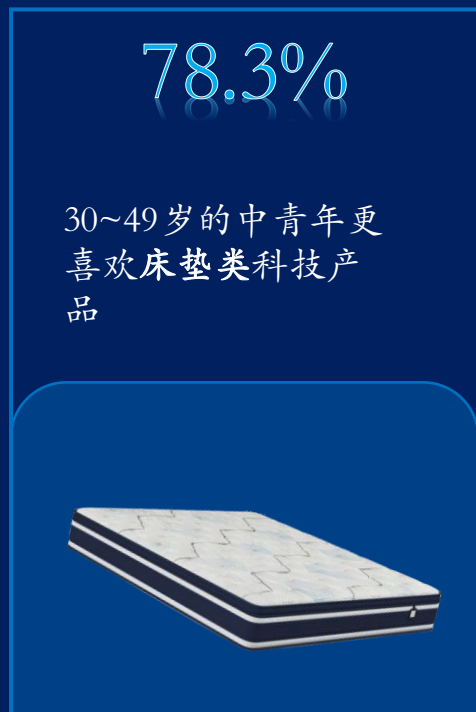
床垫选择
——用户代表证言

粉丝群体主要集中在一二线城市，工作大部分以坐姿为主，工作习惯导致了腰椎病发病率提高。床垫应该以人体工学为理念，设计核心应符合生理曲线，达到支撑腰椎、让脊柱受力更均匀的目的，这样才能有效保护腰椎，不悬空、不侧弯。

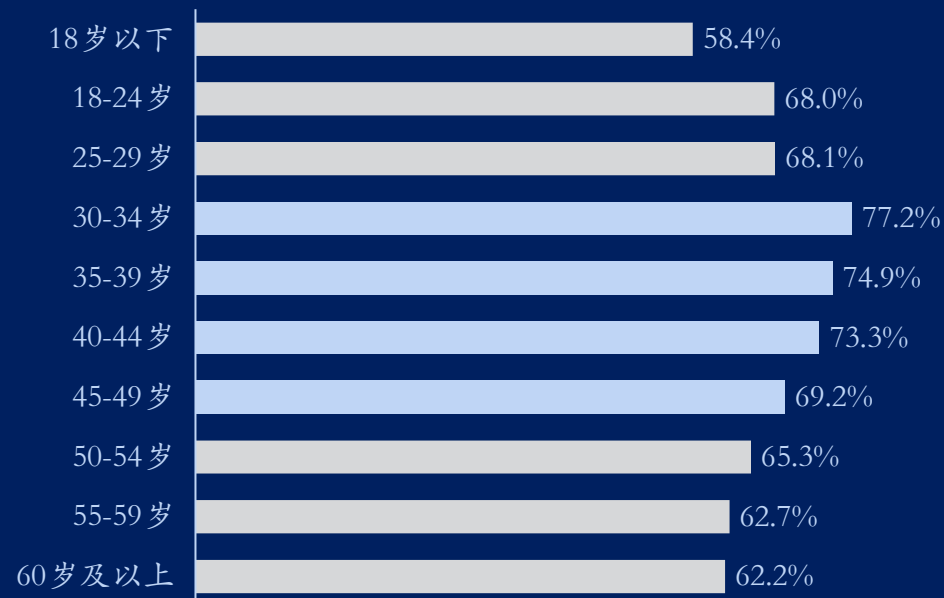
——B站家居房产区UP主Mr迷瞪

● 家居科技专属于年轻人？ 全人群都喜欢

💡 30~49岁人群对家居科技类产品的尝试意愿更高



针对有睡眠困扰的人群，为了改善睡眠状况，最愿意尝试家居科技类产品的人群——年龄划分 N=1418



● 助眠舒压有一套，效果温和且有效

💡 智能助眠舒压解决方案，软硬一体是趋势

1 助眠产品形态*



备注：助眠产品来自BrainCo深海豚 (Easleep) 智能安睡仪 (奢华版)

2 助眠产品原理

➤ 硬件端

- 智能头戴设备，集EEG脑电检测和PPG光学心率监测检测为一体，可实现同步采集脑电、心率及血氧三重生理维度数据；
- 以生物反馈冥想实现脑波降频——beta>alpha>theta（入睡）>delta（深睡），从而辅助入睡，提高睡眠质量。

➤ 软件端

- 通过人工智能算法将大脑状态进行量化，拆分为正念指数、平和度、察觉度等多维度指标；
- 辅助睡眠指导和优质冥想音乐，舒压入眠。

助眠仪多元化发展，有权威研发机构背书和受市场认可的科学助眠原理类产品，安全性和功效更受认可

4.

“赢是状态，更是心态，科技深睡，蓄能夺冠”

Advocation 倡导——关注睡眠 人人都是健康第一责任人

企业

● 为国民睡眠健康负责是每个企业的责任与使命

 好睡眠，从来都不是一个人的事，而是家居企业、科技企业、睡眠机构等多方共同努力的结果。

为国民深睡保驾护航


顾家作为**亚运深睡保障官**，将为亚运赛事提供科技环保的亚运深睡系列床垫产品及深睡解决方案，肩负着为参加亚运会的体育健儿们以及所有国民的深睡保驾护航的重大使命。

共同赋能国民高质量睡眠

中国睡眠研究会、京东健康、BrainCo强脑科技及诸多健康睡眠科技机构及企业为国民提供深度睡眠洞察和健康管理服务，他们发现存在的睡眠问题并为国民提供解决问题的平台，也在最大化的助力国民睡眠健康向更好的方向发展。

倡导和呼吁

● 企业聚焦科技深睡研究是未来发展趋势

 企业在深睡科技的不断创新，用更智能的科技引领国民探索睡眠新的可能性。

深睡科技的不断创新

无论是家居企业还是健康睡眠科技企业，作为行业的领航人，大家共同致力于深睡技术的探索与产品性能的研发，用更好的科技产品改善国民的生活，用更好的科技理念为国民深睡健康赋能。这些优质企业的共同发力，共同推动国民健康更上一层楼。

消费者

- 关注睡眠，让每个人都成为自己的“健康冠军”

💡 健康离不开每个人的努力。生活中，合理的睡眠和运动习惯不仅巩固自己健康，也能让生活 and 事业更加美好，每个人都能成为主宰自己生活的“健康冠军”。



倡导和呼吁

- 健康睡眠，消费理念回归理性

💡 面对市场不断涌现的助眠产品，消费者购买理念回归理性，有权威机构背书和受市场认可的助眠理念产品将受到消费者的青睐。

消费理念回归理性

白皮书数据显示，消费者不仅愿意为好睡眠花钱，还愿意为好睡眠花大钱，1,000元~4,999元是最愿意花费的价格区间。价格区间的提高，一方面是消费者改善睡眠的意愿强烈，同时也对助眠产品有了更高的要求，在助眠理念、产品设计和助眠科学原理等方面更加理性，关注健康睡眠产品的功能性和安全性。

■ 方法论

沙利文研究布局中国市场，深入研究10大行业，54个垂直行业的市场变化，已经积累了近50万行业研究样本，完成近10,000多个独立的研究咨询项目。

研究院依托中国活跃的经济环境，从社会经济、人工智能、大数据、政策导向等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。

研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。

研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。

研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

■ 法律声明

本报告著作权归沙利文所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得沙利文同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“沙利文研究”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。

本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。

本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何证券或基金投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告或证券研究报告。在法律许可的情况下，沙利文可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。

本报告的部分信息来源于公开资料，沙利文对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本报告所载的资料、意见及推测仅反映沙利文于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，沙利文可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告或文章。沙利文均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，沙利文对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。