

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

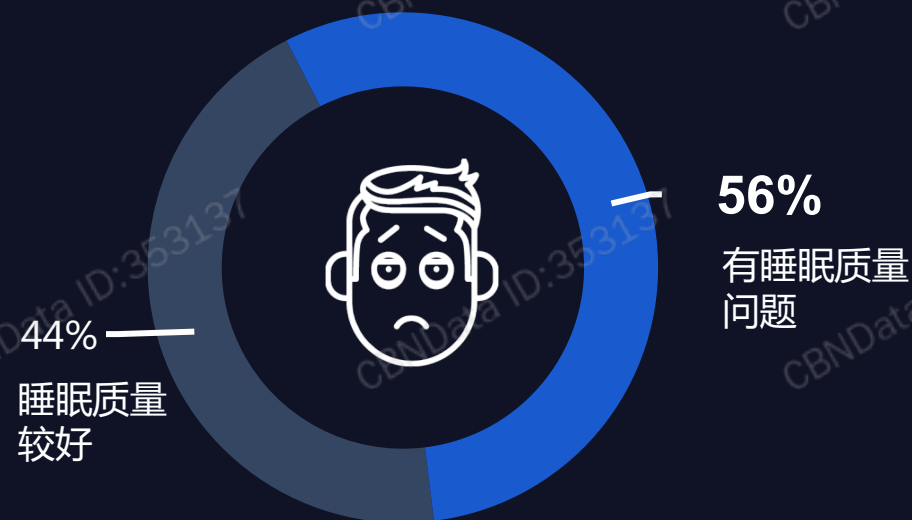
× CBNDData
第一财经商业数据中心

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：CBNDData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

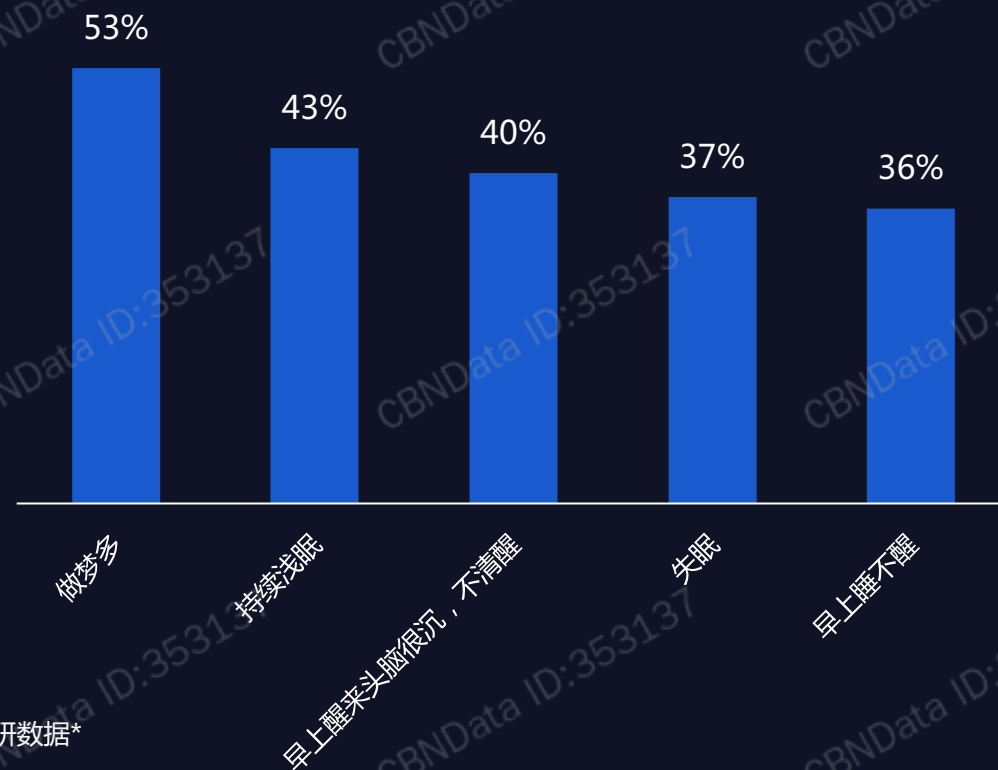
多梦又浅眠，你可能睡了个“假”觉

- 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。

互联网网民常见睡眠问题



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

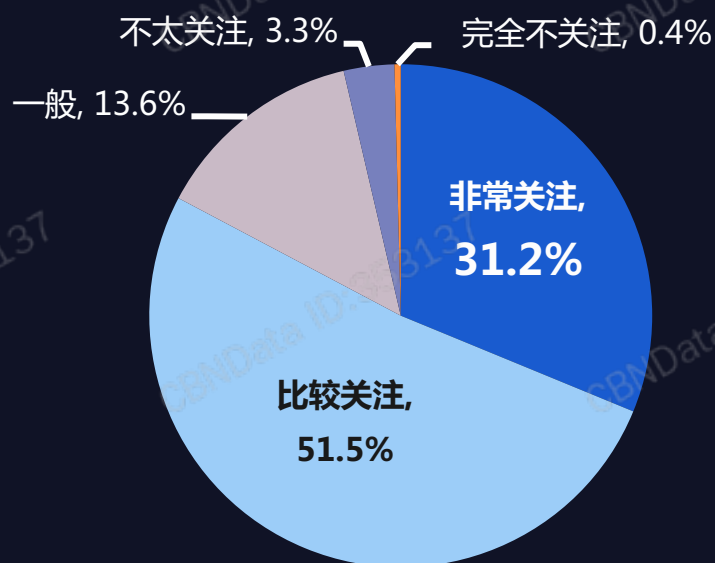
慕思寝具

× 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

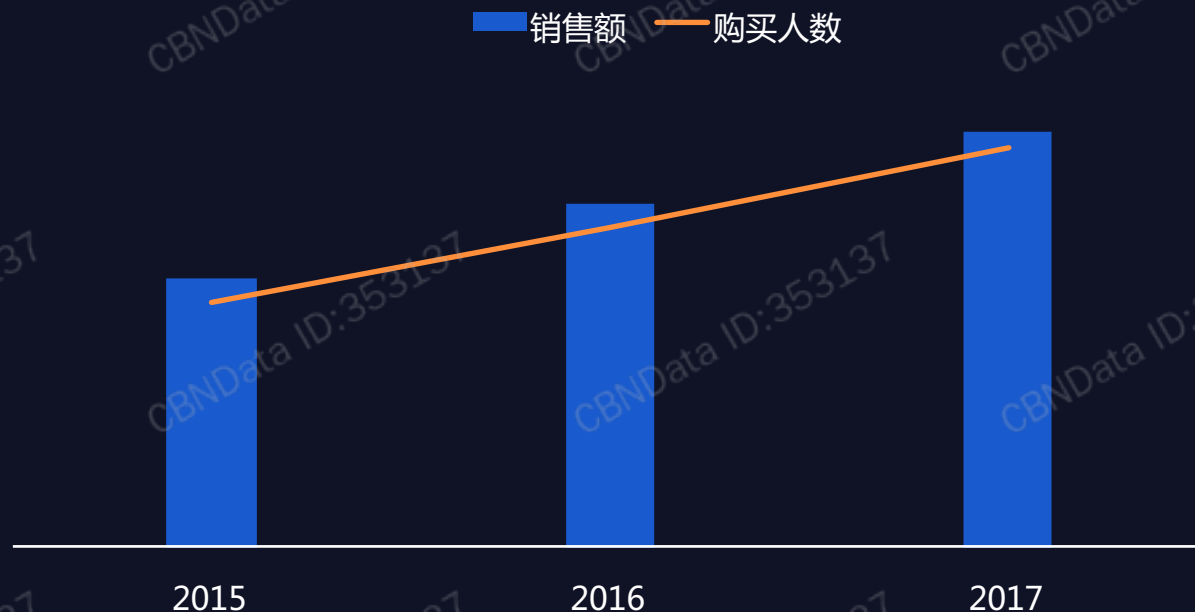
- 超过八成互联网网民关注睡眠质量，其中超过30%的用户非常关注自己的睡眠；
- 从消费数据看，近三年线上助眠产品消费趋势走高，购买人数也在逐渐上涨，睡眠质量成为热点话题。

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

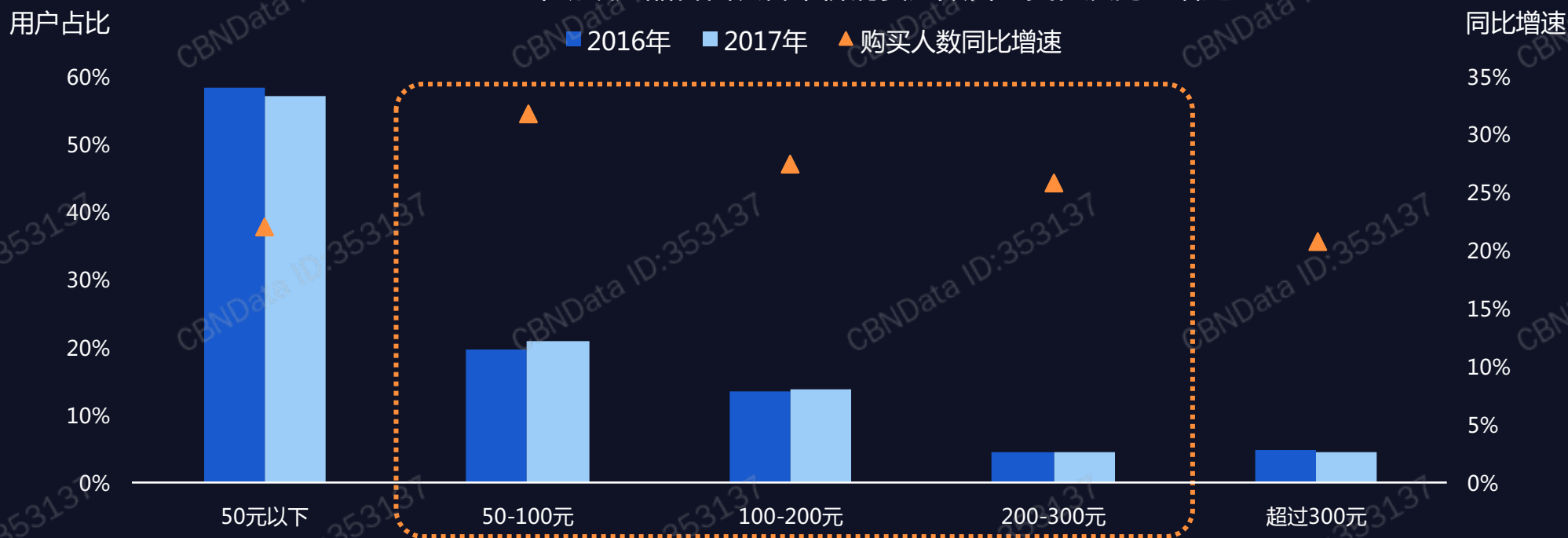
慕思寝具

× CBNDData
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

