

2025年中国智能床行业概览：从传统到智能，智能床为现代生活带来的变革与机遇

China Smart Bed Industry
中国スマートベッド産業

概览标签：睡眠、智能、睡眠健康

研究目的

本报告为对中国智能床行业进行研究。将通过探究对中国智能床行业的市场情况、市场规模以及应用场景来了解中国智能床行业的发展现状和市场规模。

研究区域范围：全球和中国地区

研究对象：智能床行业

本报告的关键问题：

- 1) 全球及中国智能床的市场规模如何，未来发展的空间有多大？
- 2) 中国智能床未来将如何变化？
- 3) 智能床应用市场未来将如何变化？

摘要

- **睡眠周期**：一般来说，人们在大约10分钟左右进入睡眠状态，这个阶段被称为入睡期（Stage 1），标志着从清醒到浅睡眠的过渡。之后依次经历浅睡眠（Stage 2）、中睡眠（Stage 3）和深睡眠（Stage 4），这些统称为“非快速眼动睡眠”（NREM）。最后，再过渡到快速眼动睡眠（REM），这一阶段通常伴随着梦境的发生。
- **睡眠相关专利**：中国睡眠相关产品的专利数量持续攀升，这些创新不仅推动了产品向科学化、品质化和智能化方向发展，也显著提升了消费者的使用体验2020年和2021年达到了高峰，分别新增了2734项和2867项专利。这些专利覆盖了从睡眠监测技术到智能睡眠设备，再到抱枕床垫等多个领域，为睡眠经济市场注入了源源不断的创新动力与活力。
- **睡眠健康问题**：目前，全球智能床市场呈现出蓬勃发展的趋势。2015年全球智能床市场规模约13.28亿美元，2023年提升至55.31亿美元左右，期间复合年增长率达19.52%，预计2024年将超过60亿美元。

目录

CONTENTS

◆ 名词解释	5
◆ 中国智能床行业综述	6
• 睡眠周期及阶段	7
• 睡眠专利与指数情况	8
• 国民睡眠质量	9
• 中国浅睡眠地图	10
◆ 中国智能床行业产业链分析	11
• 产业链图谱	12
• 智能床市场规模	13
• 智能床与传统床对比	14
• 智能床代表厂商情况	15
• 失眠人群画像	16
• 下游分析：消费人群	17
◆ 方法论	18
◆ 法律声明	19

名词解释

- ◆ **睡眠周期：**睡眠周期是指人在睡眠过程中经历的一系列不同阶段的循环，每个完整的睡眠周期大约持续90分钟。这些阶段包括非快速眼动（NREM）睡眠和快速眼动（REM）睡眠。
- ◆ **浅度睡眠：**浅度睡眠，通常指的是非快速眼动（NREM）睡眠的第一阶段和第二阶段，是睡眠周期的开始部分。这两个阶段共同构成了所谓的“轻睡期”，它们对于身体逐渐进入更深的睡眠状态起到过渡作用。
- ◆ **深度睡眠：**也称为慢波睡眠（Slow-Wave Sleep, SWS），主要是指非快速眼动（NREM）睡眠的第三阶段。这是睡眠周期中最为恢复性的部分，对于身体修复和大脑功能维护至关重要。



第一部分：行业综述

主要观点：

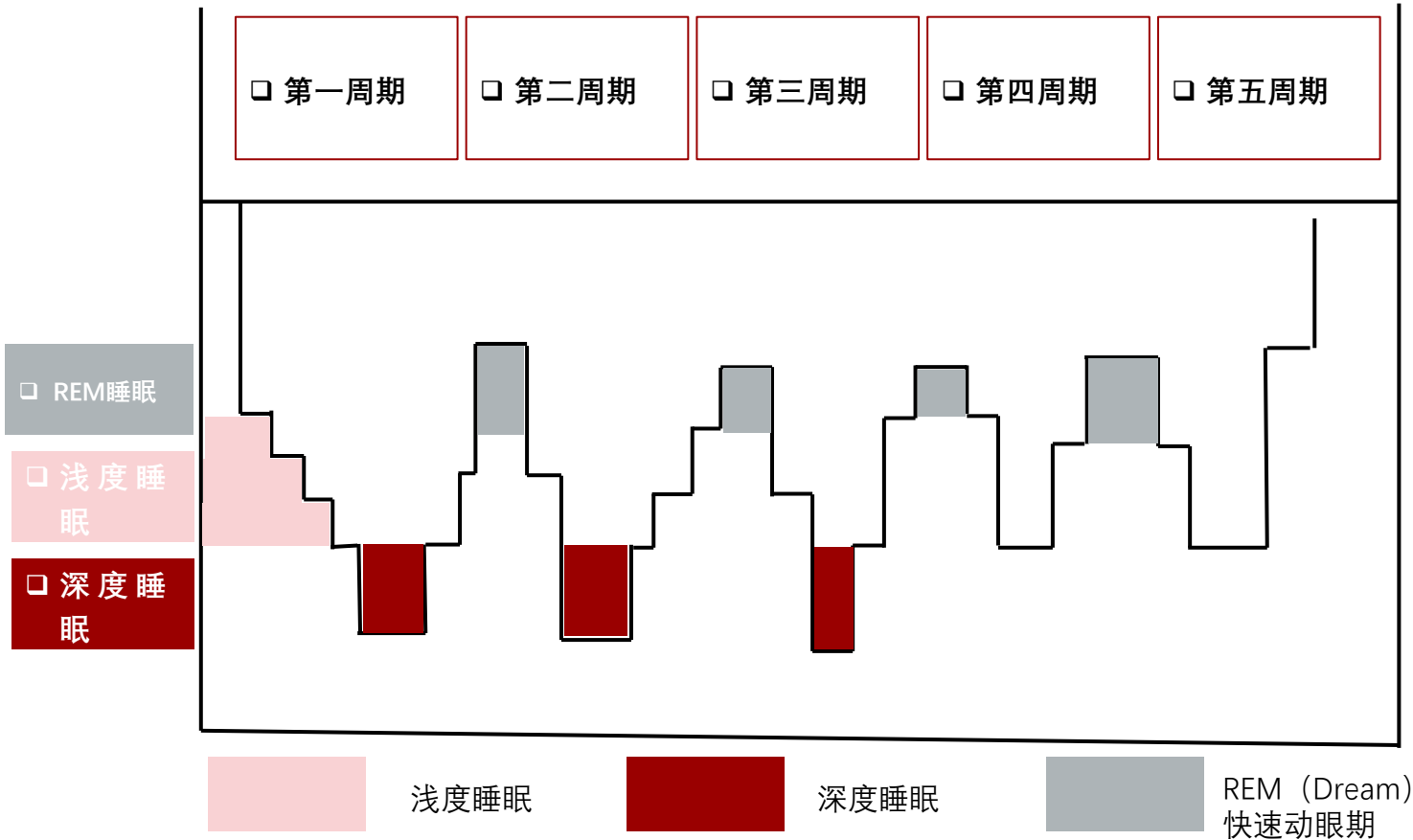
- 通过理解并关注自身的睡眠周期和质量，可以更好地规划睡眠时间，从而获得更充分的休息和恢复，提升整体健康水平和生活质量
- 近年来，中国睡眠相关产品的专利数量持续攀升，这些创新不仅推动了产品向科学化、品质化和智能化方向发展，也显著提升了消费者的使用体验。
- 从整体上看，2023年的数据揭示了睡眠质量恶化的趋势，尤其是在多个关键睡眠健康指标上的退步尤为明显。



中国智能床行业综述——睡眠周期与阶段

通过理解并关注自身的睡眠周期和质量，可以更好地规划睡眠时间，从而获得更充分的休息和恢复，提升整体健康水平和生活质量

睡眠周期与阶段情况



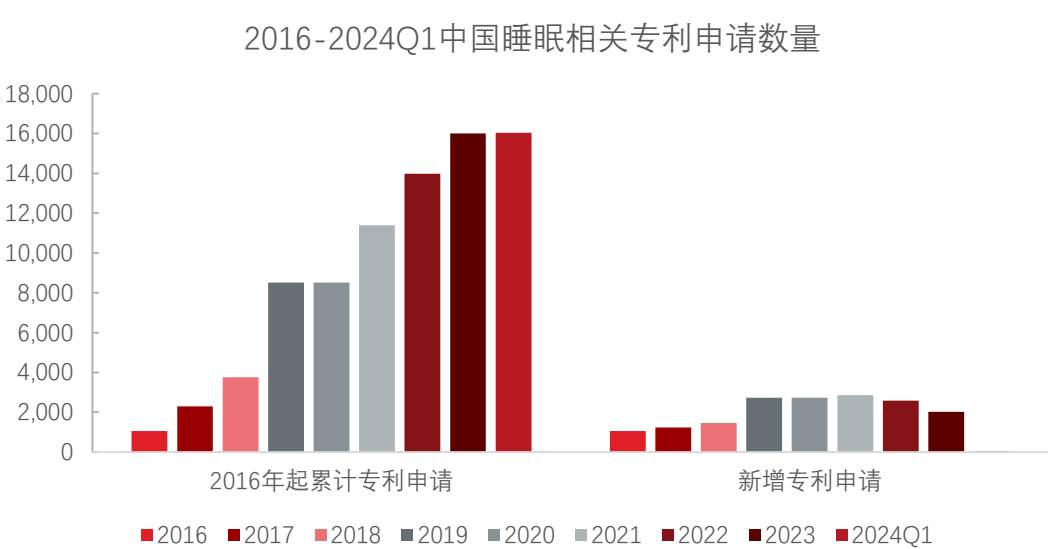
睡眠够8小时并不一定适合每个人，关键在于睡眠质量和睡眠周期。每个人的睡眠需求和模式都有所不同，了解自己的生物钟和睡眠周期是实现优质睡眠的关键。一般来说，人们在大约10分钟左右进入睡眠状态，这个阶段被称为入睡期（Stage 1），标志着从清醒到浅睡眠的过渡。之后依次经历浅睡眠（Stage 2）、中睡眠（Stage 3）和深睡眠（Stage 4），这些统称为“非快速眼动睡眠”（NREM）。最后，再过渡到快速眼动睡眠（REM），这一阶段通常伴随着梦境的发生。一个完整的睡眠周期通常持续约90分钟，如果一个睡眠周期是90分钟，那么4个完整的睡眠周期就是360分钟，即6个小时；若想要获得5个完整的睡眠周期，则需要450分钟，即7.5个小时。浅睡眠约占总睡眠时间的一半以上，而中睡眠和深睡眠主要集中在前半夜，特别是深度睡眠阶段，占总睡眠时间的约20%左右，在此期间，身体进行重要的修复和再生工作，如细胞修复、免疫系统增强等。

来源：食品工艺，头豹研究院

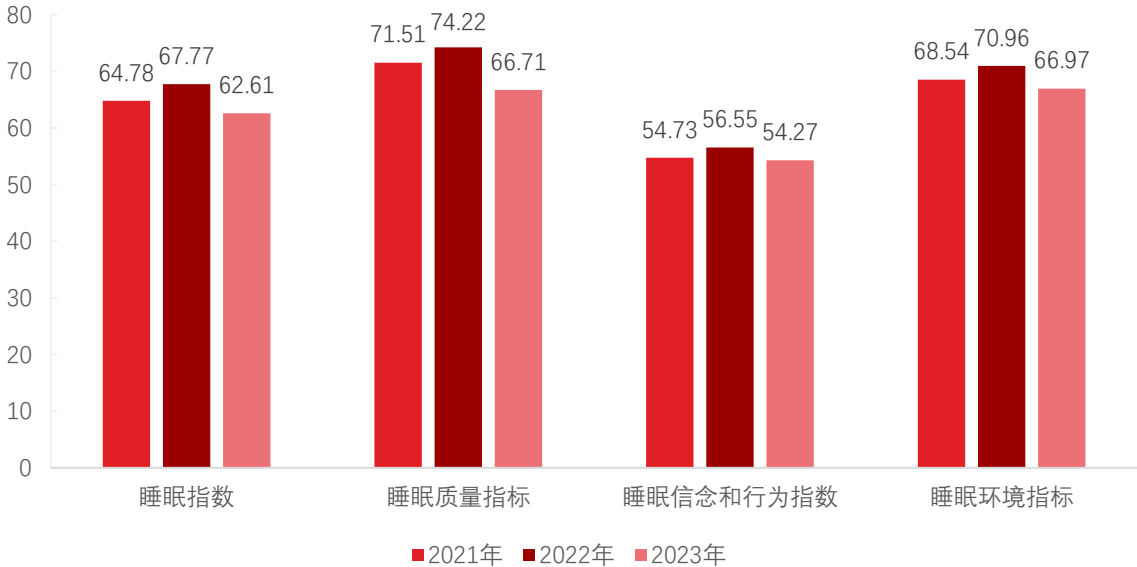
中国智能床行业综述——睡眠专利与指数情况

近年来，中国睡眠相关产品的专利数量持续攀升，这些创新不仅推动了产品向科学化、品质化和智能化方向发展，也显著提升了消费者的使用体验

中国睡眠相关专利情况



□ 近年来，中国睡眠相关产品的专利数量持续攀升，这些创新不仅推动了产品向科学化、品质化和智能化方向发展，也显著提升了消费者的使用体验。据统计，自2016年以来，中国“睡眠”相关的专利申请量呈现出明显的增长趋势，尤其是在2020年和2021年达到了高峰，分别新增了2734项和2867项专利。这些专利覆盖了从睡眠监测技术到智能睡眠设备，再到抱枕床垫等多个领域，为睡眠经济市场注入了源源不断的创新动力与活力。这一系列的发展标志着睡眠产业正朝着更加科技化和个性化的方向迈进，不断满足消费者日益增长的健康睡眠需求。

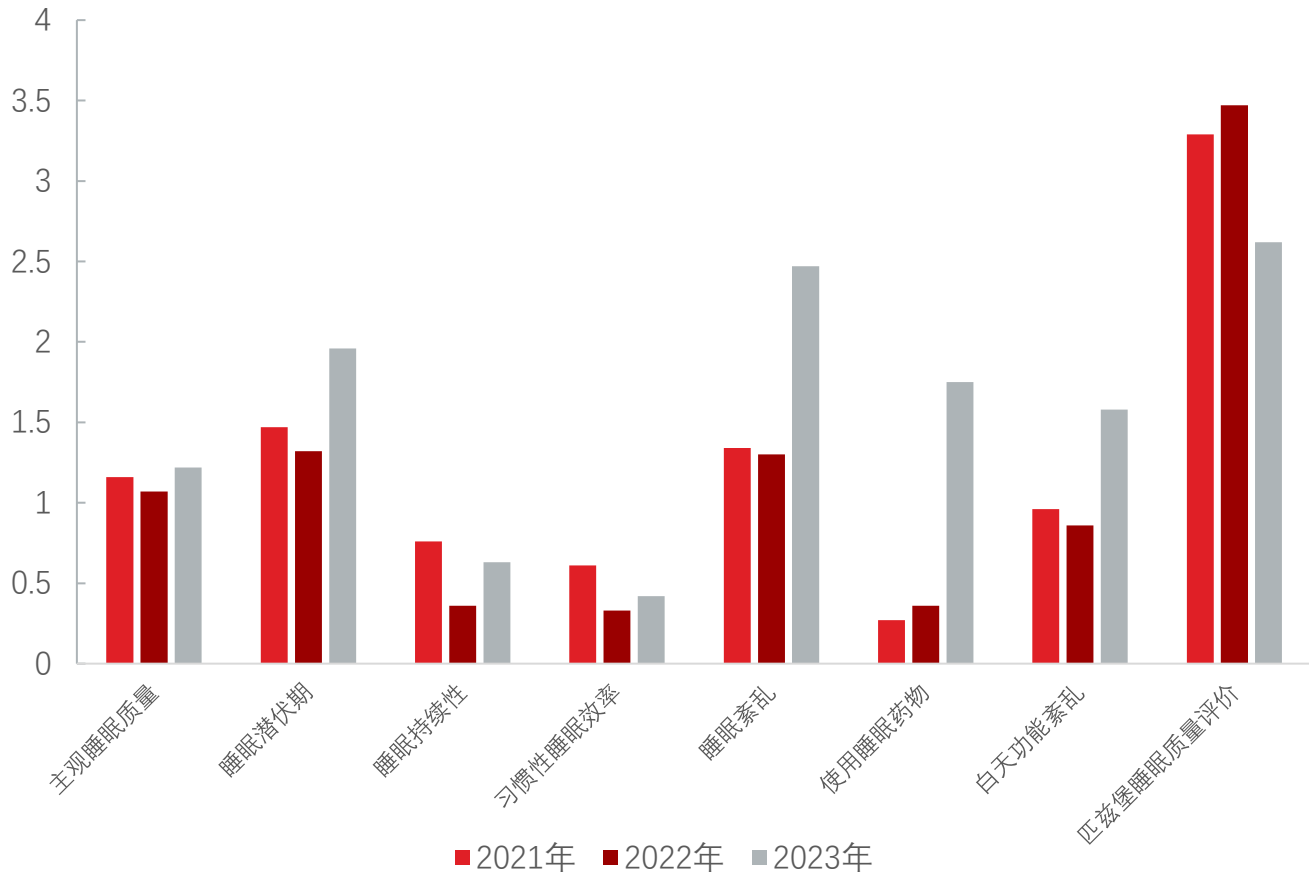


□ 2023年居民的睡眠指数为62.61分，较2022年的67.77分下降了5.16分，较2021年的64.78分也下降了2.17分，表明中国人的睡眠质量刚刚及格且呈下滑趋势。具体来看，2023年的睡眠质量指数降至66.71分（对比2021年为71.51分，2022年为74.22分），睡眠信念和行为指数略微下降至54.27分（2021年为54.73分，2022年为56.55分），而睡眠环境指数则从2021年的68.54分和2022年的70.96分下降到2023年的66.97分。综上所述，2023年在各项睡眠指标上的得分均低于前两年，显示出居民整体睡眠状况在过去三年中持续恶化。

中国智能床行业综述——睡眠质量

从整体上看，2023年的数据揭示了睡眠质量恶化的趋势，尤其是在多个关键睡眠健康指标上的退步尤为明显

匹兹堡睡眠质量评价及其各维度的对比分析

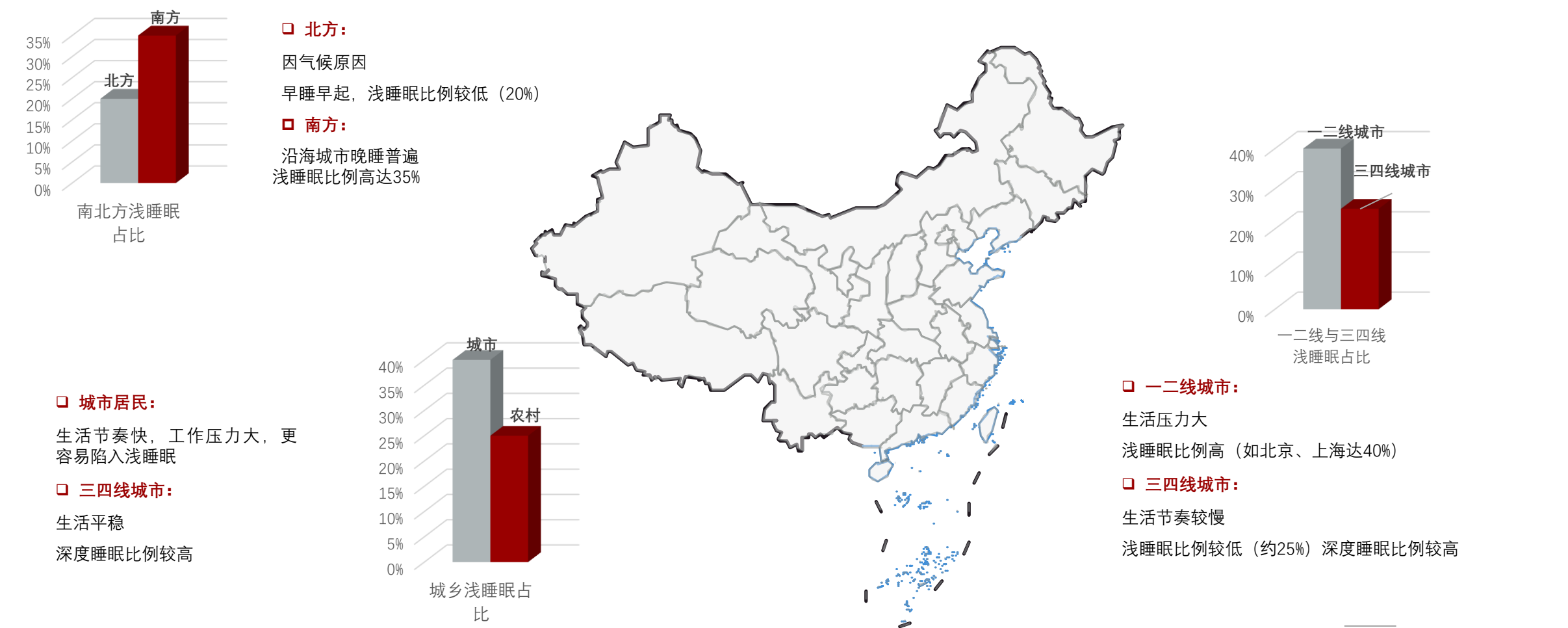


- 根据《匹兹堡睡眠质量指数（PSQI）量表》的评估标准，每个维度的得分范围为0至3分，其中较高的分数代表该维度的表现较差。总体PSQI得分介于0到21分之间，通过特定的转换规则（0~5分为4分，6~10分为3分，11~15分为2分，16~21分为1分），可以将总分转化为匹兹堡睡眠质量评价得分，此评价得分区间为1至4分，得分越高表明个体的睡眠质量越佳。
- 与2021年和2022年的结果相比，2023年的调查对象在主观睡眠质量、入睡时间、睡眠紊乱情况、使用助眠药物以及日间功能障碍等维度上的得分普遍较高。这意味着2023年的受访者经历了更为严重的睡眠质量问题，包括更低的主观睡眠满意度、更长的入睡所需时间、更高的睡眠中断频率、更频繁地依赖助眠药物，以及对日常功能产生了更大的负面影响。
- 然而，在考量睡眠持续时间和习惯性睡眠效率这两个方面时，2023年的得分高于2022年，但低于2021年的水平。这表明尽管2023年的调查对象在这两个维度上的表现优于2021年，但仍不及2022年的状况。从整体上看，2023年的数据揭示了睡眠质量恶化的趋势，尤其是在多个关键睡眠健康指标上的退步尤为明显。

中国智能床行业综述——浅睡眠地图

中国智能床线上销售呈现出波动增长的态势，表明中国智能床市场在线上渠道具有一定的竞争力和市场基础。同时，从销售量的增长趋势来看，未来市场仍有进一步发展的空间

中国浅睡眠地图：生活习惯差异造就浅睡眠差异



来源：社会科学院，头豹研究院

第二部分：产业链分析

主要观点：

- 智能床的产业链上游为智能睡眠解决方案提供商、MCU芯片、床垫材料和电机及电控，中游则是智能床生产包装厂商，下游则为购买智能床的经销点以及终端消费者。
- 中国智能床行业处于起步阶段，睡眠健康问题逐渐得到消费者的重视，市场规模稳定增长。随着中国人口老龄化加深，中国智能床市场规模有望进入告诉发展阶段，预计2027年的市场规模达到45亿元。
- 智能床消费者更倾向于选择安全性高、功能性强且使用感好的产品，并且更喜欢通过线上平台如“淘宝”/天猫进行购买。品牌偏好方面则相对分散，显示出市场竞争激烈的特点。



中国智能床行业产业链分析——产业链图谱

智能床的产业链上游为智能睡眠解决方案提供商、MCU芯片、床垫材料和电机及电控，中游则是智能床生产包装厂商，下游则为购买智能床的经销点以及终端消费者

中国智能床行业产业链图谱

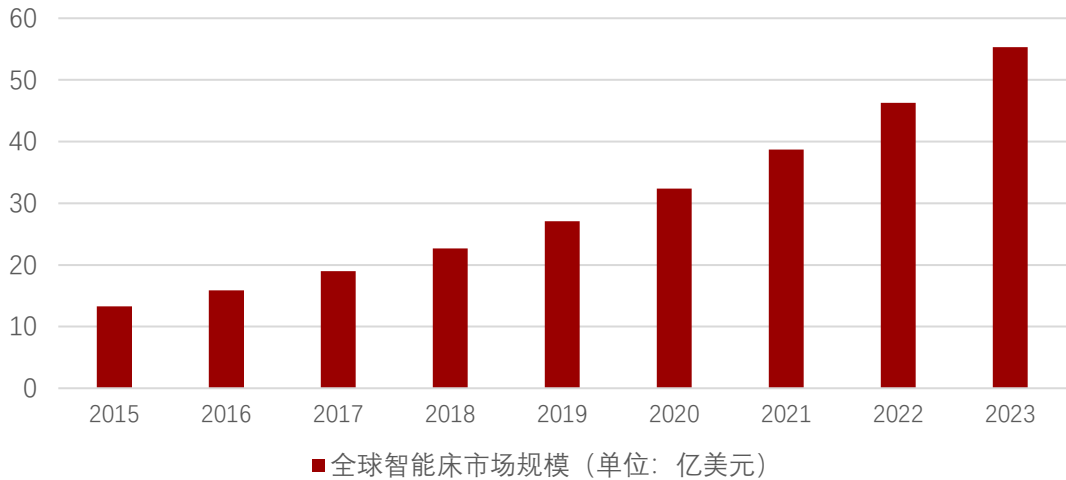


来源：社会科学院，数局，头豹研究院

中国智能床行业产业链分析——智能床市场规模

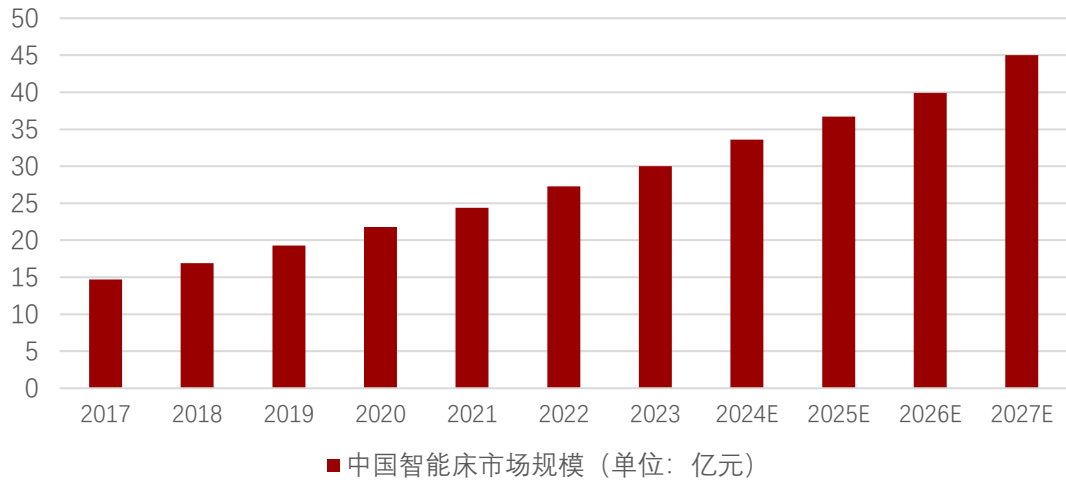
智能床不仅提升了传统床的基本功能，还引入了多种高科技元素，旨在为用户提供更加舒适、便捷且个性化的睡眠解决方案

2015年-2023年全球智能床市场规模



□ 近年来，睡眠健康问题逐渐得到国民的普遍重视，人们越来越关注寝具的健康与舒适性。目前，全球智能床市场呈现出蓬勃发展的趋势。2015年全球智能床市场规模约13.28亿美元，2023年提升至55.31亿美元左右，期间复合年增长率达19.52%，预计2024年将超过60亿美元。北美因其睡眠相关疾病患病率增加、对智能科技广泛的接受度和大量的科技研发投入，智能家居采用率高，在智能床垫市场中占据主导地位。美国则是全球最大的智能床消费国，其智能床市场渗透率约为14%。欧洲地区智能床占比约17%，亚太地区智能床消费占比22%。

2017-2027年中国智能床市场规模及预测值



□ 展望未来，考虑到中国人口老龄化的加剧，预计智能床市场的规模将持续扩张。具体而言，2021年中国65岁及以上老年人口首次超过2亿，占总人口比例达14.2%，相比2017年的10.9%有显著增长。鉴于此趋势，养老院对于智能床的需求将大幅上升。据预测，到2026年，中国智能床的需求量将达到约179.5万张，市场规模有望增至39.9亿元人民币。这一发展不仅反映了市场需求的变化，也体现了科技进步和消费升级共同作用下，智能床行业在中国的巨大潜力和发展前景。通过提供更加个性化、智能化的解决方案，智能床制造商正积极满足不同年龄段消费者的健康需求，推动整个行业的持续进步。

中国智能床行业综述——智能床与传统床对比

智能床的发展历程经历了从起步阶段到品牌巩固阶段的演变，始终以优质奶源、专业配方和安全可靠为核心特点，满足了消费者对高品质、营养丰富的牛奶产品的需求

中国智能床与传统床+电子床比较



来源：社会科学院，头豹研究院

中国智能床行业产业链分析——智能床代表厂商情况

在中国上市软体企业中，慕思和梦百合实现了增长，而顾家、喜临门及趣睡科技虽有所下降，但降幅较小，显示出较强的市场适应能力

中国9大软体家居上市公司2023年度业绩总结

9大软体家居上市公司2023年度业绩总结				
企业信息	营收	营收增长	净利润	净利润增长
顾家家居	192.12亿元	6.67%	20.06亿元	10.7%
敏华控股	177.89亿元	-18.35%	19.15亿元	-14.8%
喜临门	86.78亿元	10.71%	4.29亿元	80.54%
梦百合	79.76亿元	-0.52%	1.07亿元	157.74%
慕斯股份	55.79亿元	-4.03%	8.02亿元	13.25%
麟盛科技	31.03亿元	16.5%	2.06亿元	625.17%
匠心家居	19.21亿元	31.37%	4.07亿元	21.76%
中源家居	11.01亿元	52.52%	2,135.99万元	1515
趣睡科技	3.05亿元	-5.53%	2,386万元	-35.32%

注：港股敏华控股财年时间为2022年4月1日至2023年3月1日

中国5大软体家居上市公司2024年度业绩总结(截至第三季度)

5大软体家居上市公司2024年度业绩总结(截至第三季度)				
企业信息	营收	营收增长	净利润	净利润增长
顾家家居	48.93亿元	-6.94%	4.63亿元	-19.9%
慕思	12.49亿元	-11.19%	1.49亿元	-8.29%
喜临门	20.19亿元	-10.85%	1.41亿元	-1,442.35%
梦百合	21.79亿元	3.04%	-2.06亿元	-15.81%
美克家居	8.40亿元	-20.52%	-1.65亿元	/

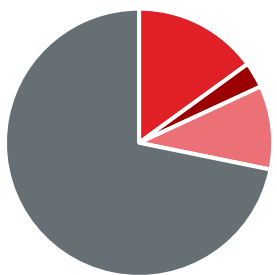
在中国上市软体企业中，慕思和梦百合实现了增长，而顾家、喜临门及趣睡科技虽有所下降，但降幅较小，显示出较强的市场适应能力。值得注意的是，定制家居领域的领导者慕思与软体家居巨头顾家家居在前三季度均实现了10亿元以上的营收，这表明两家企业在激烈的市场竞争中保持了稳定的业绩表现。其中，慕思实现了1.49亿元的净利润，而顾家家居则为4.63亿元，显示出两者在盈利能力上的差异。

中国智能床行业产业链分析——国民失眠人群画像

国民失眠画像主要集中在已婚已孕、年龄在22至40岁之间的中青年群体，这部分人群占比达到80.9%

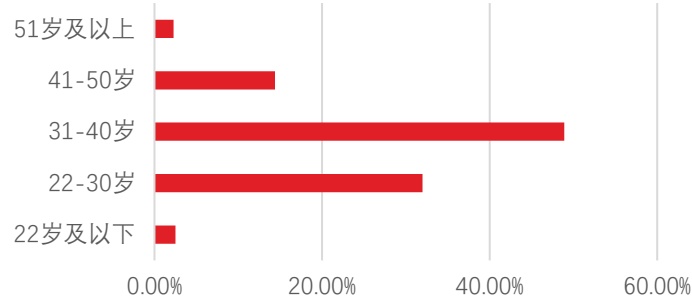
中国国民失眠人群画像

已婚已孕占比71.8%



■ 未婚未孕 ■ 未婚已孕 ■ 已婚未孕 ■ 已婚已孕

以22-40岁的中青年为主，占比为80.9%

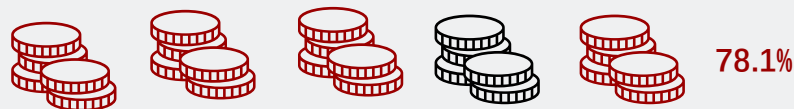


■ 以22-40岁的中青年为主，占比为80.9%

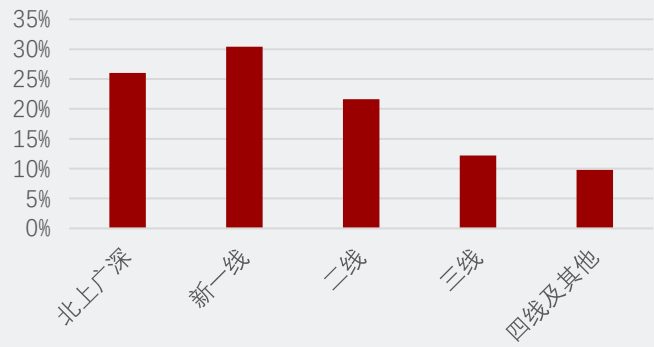
大学本科学历占比超5成



月收入主要集中在5,001-15,000元之间



主要集中在经济相对发达的一二线城市



头豹洞察

- 国民失眠画像主要集中在已婚已孕、年龄在22至40岁之间的中青年群体，这部分人群占比达到80.9%。这一年龄段的人群通常正处于职业生涯的上升期，并且许多人已经组建家庭并有了孩子，面临着多重角色和责任的压力。
- 具体来看，超过一半（54.5%）的失眠者具有大学本科学历，显示出高学历人群可能因工作要求和职业发展面临更大的心理压力。与此同时，月收入在5,001至15,000元的中等收入者占到了78.1%，这表明经济压力也是导致失眠的一个重要因素。中等收入群体往往需要努力维持生活水平和应对不断上涨的生活成本，同时还要承担起家庭的主要经济责任。
- 当前社会中的失眠问题尤为突出地影响着这一特定群体，可能与他们所面临的工作压力、家庭责任以及快节奏的生活方式等因素相关。如职场竞争激烈、工作任务繁重可能导致精神紧张；育儿和家务负担加重了生活压力；而现代社会信息爆炸和社交网络的普及也使得人们难以真正放松下来，进一步加剧了失眠的风险。

来源：社会科学院，品牌官网，头豹研究院

中国智能床行业产业链分析——消费者对智能床的偏好

智能床消费者更倾向于选择安全性高、功能性强且使用感好的产品，并且更喜欢通过线上平台如“淘宝”/天猫进行购买。品牌偏好方面则相对分散，显示出市场竞争激烈的特点

中国智能床消费者对智能床的偏好

床垫/智能床			
		床垫	智能床
		1753人回答	690人回答
购买决策因素TOP5	安全/环保性	70.3%	58.4%
	功能性	-	58.0%
	使用感	78.2%	57.5%
	支撑性	52.7%	38.8%
	价格	51.9%	43.9%
购买渠道TOP3	“淘宝”/天猫	68.5%	
	品牌线下门店	51.0%	
	“京东”	43.8%	
品牌类型偏好 没有品牌偏好的占比	54.5%		

头豹洞察

- ❑ 智能床消费者偏好情况可以总结如下：
- ❑ 购买决策因素：在购买智能床时，消费者最看重的因素依次是安全性/环保性（58.4%）、功能性（58.0%）、使用感（57.5%）、支撑性（38.8%）和价格（43.9%）。相比之下，床垫的消费者更注重使用感（78.2%）和安全性/环保性（70.3%）。
- ❑ 购买渠道：消费者主要通过“淘宝”/天猫（68.5%）购买智能床，其次是品牌线下门店（51.0%）和“京东”（43.8%）。
- ❑ 品牌类型偏好：有54.5%的消费者没有特别的品牌偏好，这表明市场上的品牌竞争激烈，消费者选择较为多样化。
- ❑ 综合来看，智能床消费者更倾向于选择安全性高、功能性强且使用感好的产品，并且更喜欢通过线上平台如“淘宝”/天猫进行购买。品牌偏好方面则相对分散，显示出市场竞争激烈的特点。

头豹业务合作

全球视野 · 本土洞察 · 研究数据 · 可信知识网络



行业数据API

开放原创报告与研究数据接口，
支持企业知识库、系统平台及AI
应用高效接入和调用



KNIT解决方案

构建企业可信内容体系，提升品
牌在AI搜索与问答中的可见度、
准确性与转化效果



报告会员账号

可阅读全部原创报告和百万数据，
提供PC及移动端，方便触达平台
内容



定制报告/白皮书

对产业及细分行业进行现状
梳理和趋势洞察，输出全局
观深度研究报告



商业尽调

面向投资并购和商业决策，
评估标的公司的商业前景、
价值及风险



招股书引用

研究覆盖国民经济19+核心产
业，内容可授权引用至上市
文件、年报



报告作者

- 袁栩聪 | 首席分析师
- 莫舒棋 | 行业分析师



service@leadleo.com



业务咨询

- 客服电话：400-072-5588
- 官方网站：www.leadleo.com



深圳办公室

广东省深圳市南山区粤海街道华润
置地大厦E座4105室
邮编：518057



上海办公室

上海市静安区南京西路1717号会
德丰国际广场2701室
邮编：200040



南京办公室

江苏省南京市栖霞区经济开发区兴
智科技园B栋401
邮编：210046

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，532个垂直行业的市场变化，已经积累了近100万行业研究样本，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，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

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，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。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，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，头豹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，头豹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、意见及推测仅反映头豹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，头豹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。头豹均不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹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。