



2025 年睡眠健康品牌推荐

从智能监测到个性化干预的全周期管理

目录

- 一、市场背景..... 2
 - 1.1 摘要 2
 - 1.2 睡眠健康定义..... 2
 - 1.3 市场演变 2
- 二、市场现状..... 3
 - 2.1 市场规模 3
 - 2.2 市场供需 3
- 三、市场竞争..... 4
 - 3.1 市场评估维度 4
 - 3.2 市场竞争格局 5
 - 3.3 十大品牌推荐 5
- 四、发展趋势..... 8
 - 4.1 技术创新驱动产品升级..... 8
 - 4.2 多元化产品与服务体系形成..... 8
 - 4.3 线上线下融合的销售模式普及..... 8

2025 年睡眠健康品牌推荐

一、市场背景

1.1 摘要

睡眠健康行业致力于改善和维护个体睡眠质量，满足消费者对优质睡眠的追求。随着睡眠问题日益严峻，政策持续优化，消费者注重效果与安全，对智能化、个性化产品接受度高。行业规模持续扩大，科技创新推动从单一产品制造向智能化解决方案转变。未来，消费者对睡眠质量的重视、科技的深度融入、防病理念的普及、银发经济的崛起以及线上线下融合的销售模式，将进一步推动睡眠健康行业市场规模的攀升。

1.2 睡眠健康定义

睡眠是人类维持生命的基本需求，对维系身心健康至关重要。睡眠健康行业是指围绕改善和维护个体睡眠质量、预防和治疗睡眠障碍，以及提升睡眠相关健康水平而开展的一系列商业活动和专业服务的统称。该行业致力于通过多维度、跨领域的手段和产品，满足消费者对优质睡眠的追求，缓解因睡眠问题引发的生理、心理和情绪困扰，进而对社会经济、医疗保健以及消费者的生活质量产生积极而深远的影响。

1.3 市场演变

睡眠医学的研究起源于 19 世纪 70 年代，但当时对睡眠的认识相对有限，研究进展较慢；1875 年，英国生理学家 Caton 用简易的电压感受器记录到动物脑电，代表着睡眠监测技术的早期尝试的开始；1924 年，奥地利精神病学家 Hans Berger 首次对人的脑电图进行了测量，并于 1927 年发表论文描述了人脑电波的 α 波和 β 波，为后续的睡眠研究提供了基础。

20 世纪 70 年代，美国出版了《睡眠与觉醒障碍的诊断分类》，这是规范睡眠医学临床分类的第一部专著，并在此基础上制订了睡眠障碍国际分类（ICSD）的第一版（ICSD-1）；1981 年，澳大利亚 Sullivan 首次报告使用经鼻持续气道正压通气（CPAP）治疗阻塞性睡眠呼吸暂停（OSAS），后成为 OSAS 的主要治疗方法之一；同年，刘协和教授在四川医学院精神病学研究室创建了中国第一个精神科多导睡眠图实验室，率先在国内开展了一系列关于睡眠障碍和精神心理疾病患者的睡眠研究；1986 年，黄席珍教授在北京协和医院建立了国内第一家睡眠呼吸障碍诊疗中心；随后一年，中国科学院上海生命科学研究院刘世熠教授开始筹建中国睡眠研究会，该研究会于 1994 年正式成立。

21 世纪以来，睡眠医学中心在全球范围内迅速发展壮大，服务更加精准化，开始提供

多学科协作的一站式诊疗服务，睡眠健康产业发展也愈加成熟。

二、市场现状

2.1 市场规模

根据头豹研究院，2019 年—2024 年，睡眠健康行业市场规模由 3,446.83 亿人民币元增长至 5,321.13 亿人民币元，期间年复合增长率 9.07%。预计 2025 年—2029 年，睡眠健康行业市场规模由 5,713.39 亿人民币元增长至 7,541.23 亿人民币元，期间年复合增长率 7.19%。

近年来，中国居民睡眠健康图景呈现积极转变：国民平均睡眠时长稳步延长，主观睡眠质量评估持续向好，公众对睡眠健康的重视程度显著提升。在改善睡眠的尝试方式中，保持作息规律性（45%）成为首选，显示出消费者对稳定睡眠节奏的重视。睡前放松活动（42%）和饮食习惯调整（如晚上少吃、少喝咖啡/茶等，同样占 42%）也占据重要地位，表明消费者认识到心理放松和饮食对睡眠质量的双重影响。此外，寝具改善（33%）和一系列辅助措施（如使用助眠设备、监测睡眠质量等）的提及，进一步反映了消费者对提升睡眠环境和科技产品的需求，也预示着睡眠健康产品市场将朝着更加多元化、科技化的方向发展。在科技创新浪潮的驱动下，睡眠健康领域正经历从单一产品制造向智能化解决方案的范式跃迁，形成了涵盖硬件设备、数字服务、健康管理的全产业链升级路径。

未来，中国睡眠健康行业未来将继续拓展市场版图，其规模有望持续攀升。消费者对睡眠质量的愈发重视，使得助眠产品和服务的需求不断释放，科技的深度融入也将促进睡眠产品向智能化、个性化方向升级，如智能床垫、睡眠监测设备等，能依据用户数据提供精准的睡眠改善方案，极大地提升了用户体验。从购买意愿中可以看出，智能硬件产品，如智能手环和按摩仪，占据了 46% 的市场份额，凸显了消费者对科技在改善睡眠方面应用的信任。此外，辅助类设备产品和睡眠环境类产品也各占有一定的市场份额，分别为 32%，这进一步证明了消费者愿意尝试不同方式来提升睡眠质量。同时，随着“防病于未然”理念的普及，消费者更愿意在改善睡眠上投入，且银发经济的崛起也为保健食品等助眠产品带来了新的增长机遇。此外，线上线下融合的销售模式不断完善，将给消费者带来更便捷的购物体验，进一步推动睡眠经济市场的发展。

2.2 市场供需

2.2.1 市场供给情况

上游原材料种类丰富，原料价格较为稳定。助眠产品主要原料为γ-氨基丁酸（GABA）、褪黑素、茶氨酸、中药原料类及植物提取物类等，原料丰富，针对不同产品采用不同的原料以帮助患者更好进入睡眠。自 2021 年起，GABA 在各季度均呈现超

200%的同比高增，大幅领先市场，并有进一步高增长的态势，有望在未来赶超褪黑素成为第一大促睡眠细分品类。2024 年按原料分助眠产品市场份额中，GABA 占比为 28.2%，褪黑素为 54.9%。目前，褪黑素增长处于停滞状态，与传统助眠的褪黑素相比，GABA 是一种天然氨基酸，副作用较小。

2.2.2 市场需求情况

从需求端来看，根据中国睡眠研究会调查，中国 18 岁及以上人群睡眠困扰率为 48.5%，从年轻人群体中所表现出的“报复性熬夜”现象，到老年群体面临的失眠难题；从学生为了学业而进行的熬夜苦读，到都市白领因工作需求不得不进行的熬夜加班，睡眠问题已经广泛地影响了个体的身体健康状况、情绪稳定性以及工作效能，其影响不仅局限于个人层面，更延伸至整个社会的健康生态体系。其中，女性存在睡眠困扰的比例为 51.1%，高于男性的 45.9%。随着年龄的增长，睡眠困扰率逐渐上升，65 岁及以上最高，达 73.7%。另外，不同教育水平的人群睡眠困扰率不同，小学及以下学历睡眠困扰率最高，为 66.0%，大专/本科及以上学历最低，为 38.0%。城市睡眠困扰率高于农村。睡眠问题日益严峻，需求驱动行业发展。

三、市场竞争

3.1 市场评估维度

根据头豹研究院发现，十大代表企业（喜临门、鱼跃医疗、汤臣倍健、先声药业、康恩贝、慕思睡眠、京新药业、麒盛科技、佐力药业、瑞迈特）的评选遵循多维度量化评估模型，核心指标包括以下三大维度：

(1) 市值维度

市值是股票市场上公司的总价值，反映了投资者对公司未来盈利能力的预期和信心，这也是评估睡眠健康市场企业的重要维度。在睡眠健康领域，市值较高的企业通常意味着其在市场中具有更强的综合实力和更好的发展前景。睡眠健康品牌所属公司市值较高，可能表明投资者看好其在睡眠产品研发、市场推广、品牌建设等方面的能力，预期其能够在竞争激烈的睡眠健康市场中占据较大份额，持续获得盈利增长。相反，市值较低的企业可能在资源获取、市场拓展等方面面临一定压力，但也可能通过独特的创新模式或精准的市场定位实现逆袭。

(2) 营业收入维度

营业收入直接体现了企业的营收水平，是衡量企业在睡眠健康市场实际业务规模和经营状况的关键指标。根据相关年报数据，营业收入高的企业在市场中往往具有更强的竞争力。对于睡眠健康企业来说，高营业收入可能源于其产品的广泛销售、多样化的服务提供以及有效的市场覆盖。比如，一些企业可能通过线上线下多渠道销售睡眠监

测设备、助眠产品等，实现较高的营收。同时，持续增长的营业收入也为企业进一步投入研发、提升产品质量和服务水平提供了资金支持，形成良性循环。而营业收入较低的企业则需要审视自身的产品策略、市场推广手段等，寻找提升营收的途径。

(3) 专利数量维度

专利数量是考察企业研发实力的重要指标，在睡眠健康市场中尤为重要。睡眠健康领域涉及多个学科和技术领域，如生物医学、电子技术、材料科学等，拥有丰富的专利意味着企业在技术研发方面具有较强的创新能力。较多的专利数量可以体现企业在睡眠监测技术、助眠产品研发、睡眠环境改善等方面的技术储备和领先优势。例如，拥有新型睡眠监测算法专利的企业能够更精准地收集和分析睡眠数据，为用户提供更个性化的睡眠建议；在助眠产品研发方面有专利的企业，可能开发出更有效、更安全的助眠产品。专利数量不仅反映了企业当前的技术实力，也预示着其未来的发展潜力和市场竞争能力。

3.2 市场竞争格局

中国睡眠健康行业正处于快速扩张与深度变革阶段，竞争格局呈现多元化、技术驱动和全场景覆盖的特征。

喜临门、慕思等传统家居企业在床垫、枕头等家居家纺类产品方面占据一定市场地位。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。

未来，随着医学逻辑的体现、产品实现的交互性、依从性的进一步完善，将推动行业进一步升级迭代。从失眠药物细分产业来看，思华药业与恒瑞医药凭借超百亿融资规模构建资金壁垒，其在临床 III 期阶段的创新药管线已形成差异化竞争优势；京新药业、力品药业则通过“多管线并进”策略，构建起覆盖 GABA 受体调节剂、食欲素受体拮抗剂等多靶点的创新药矩阵，产品管线数量达行业平均水平的 2.3 倍。值得关注的是，扬子江药业等传统龙头企业正通过“技术改造+国际合作”模式实现转型升级，其与跨国药企的联合研发项目已进入临床 II 期阶段。同时，数字疗法的应用推动行业向科技化转型，如正岸科技的如眠用 AI 治疗师代替医生在线诊断，使用 chatbot 对话形式提供 42 次睡眠调治，对用户进行评估、监测和方案调整，应用 CBT-I 等进行治疗；而慕眠 Sleepower 创新性地引进了音乐疗法，其对于用户的情绪管理具有天然的很好的效果，能够让其进入比较好的、利于睡眠的状态。

3.3 十大品牌推荐

1. 喜临门

喜临门在睡眠健康行业的优势主要体现在其深厚的床垫研发与生产底蕴以及强大的品牌影响力。作为床垫行业的知名品牌，喜临门长期专注于睡眠产品的研发，积累了丰富的经验和技術。其产品在材质选择、工艺制作上精益求精，能够根据人体工程学原理设计出符合不同人群睡眠需求的床垫，有效提升睡眠质量。品牌方面，喜临门通过多年的市场推广和品牌建设，在消费者心中树立了高品质、可信赖的形象，拥有广泛的客户群体和较高的品牌忠诚度。此外，喜临门还积极拓展销售渠道，线上线下相结合，进一步扩大了市场覆盖范围。

2 . 鱼跃医疗

鱼跃医疗的优势在于其强大的医疗设备研发与生产能力以及多元化的产品线。在睡眠健康领域，鱼跃医疗凭借其在医疗设备行业的技術积累，开发出一系列与睡眠监测和改善相关的产品，如睡眠呼吸机等。其产品以精准的监测数据和可靠的性能受到市场认可。鱼跃医疗拥有丰富的产品线，不仅涵盖睡眠健康产品，还包括其他医疗设备，这种多元化布局使其能够充分利用研发、生产和销售资源，降低经营风险。同时，鱼跃医疗注重产品质量和售后服务，在市场上建立了良好的口碑。

3 . 汤臣倍健

汤臣倍健的优势在于其在营养保健领域的品牌知名度和研发实力，这对睡眠健康相关的营养补充产品具有重要意义。汤臣倍健作为国内知名的营养保健品品牌，消费者对其产品质量和安全性有较高的信任度。在睡眠健康方面，汤臣倍健可以依托其研发团队，开发出有助于改善睡眠的营养产品，如含有特定成分的保健品。其研发实力能够保证产品不断更新和优化，满足消费者日益多样化的需求。此外，汤臣倍健广泛的销售渠道和强大的市场推广能力，也有助于其睡眠健康产品的市场拓展。

4 . 先声药业

先声药业的优势体现在其药品研发和生产的專業性以及创新能力。在睡眠健康领域，先声药业可以利用其在制药领域的技术和经验，研发与睡眠相关的药品或具有助眠功能的保健产品。其专业的研发团队能够深入研究睡眠机制，开发出更有效的产品。先声药业注重创新，不断探索新的技术和方法，以提升产品的竞争力。同时，先声药业严格的质量控制体系确保了产品的质量和安全性，为消费者提供可靠的睡眠健康解决方案。

5 . 康恩贝

康恩贝的优势在于其中药资源优势 and 品牌基础。康恩贝在中药领域有着深厚的积累，中药在调节身体机能、改善睡眠方面具有独特的优势。康恩贝可以充分利用其中药资源，开发以中药成分为主的助眠产品，满足消费者对天然、健康睡眠产品的需求。其品牌在药品和保健品市场具有较高的知名度和美誉度，消费者对其产品的认可度较高。康恩贝还可以通过整合产业链资源，从中药种植到产品生产、销售，实现全流程把控，保证产品质量和供应稳定性。

6 . 慕思睡眠

慕思睡眠的优势在于其高端品牌定位和个性化的睡眠解决方案。慕思以高端睡眠产品为市场定位，注重产品的设计和品质，打造出具有奢华感和舒适性的睡眠产品。其个性化服务是其一大特色，通过专业的睡眠测试和咨询，为消费者提供量身定制的睡眠解决方案，包括床垫、枕头等产品的搭配建议。慕思还注重品牌营销和体验式营销，通过打造高端的品牌形象和提供优质的睡眠体验，吸引了众多追求高品质睡眠的消费者。

7 . 京新药业

京新药业的优势在于其药品研发和生产能力以及在睡眠相关药品领域的布局。京新药业在化学制药和中药制药方面都有一定的技术实力，能够研发和生产与睡眠障碍治疗相关的药品。其在药品生产过程中严格遵循质量标准，确保产品的疗效和安全性。京新药业关注睡眠健康市场的发展趋势，积极投入研发资源，不断优化产品性能和推出新产品，以满足市场对睡眠相关药品的需求。

8 . 麒盛科技

麒盛科技的优势主要体现在智能睡眠产品的研发和生产上。麒盛科技致力于将智能技术应用于睡眠产品，开发出具有睡眠监测、智能调节等功能的智能床垫等产品。其智能产品能够实时收集和分析睡眠数据，为用户提供详细的睡眠报告和改善建议。麒盛科技在智能睡眠领域拥有一定的技术专利和研发实力，不断推动智能睡眠产品的创新和发展。同时，麒盛科技也注重产品的外观设计和品质，提升用户的睡眠体验。

9 . 佐力药业

佐力药业的优势在于其以乌灵菌粉为核心的中药产品研发和生产。乌灵菌粉在改善睡眠、调节情绪等方面具有一定的功效，佐力药业围绕乌灵菌粉开发了一系列产品。其产品在市场上得到了一定的应用和认可，具有较高的专业性和针对性。佐力药业注重产品的质量控制和临床研究，不断提升产品的疗效和安全性。通过学术推广和市场拓展，佐力药业的乌灵系列产品在睡眠健康市场占据了一定的份额。

10 . 瑞迈特

瑞迈特的优势在于其在呼吸治疗领域的专业技术和产品。在睡眠健康方面，瑞迈特的睡眠呼吸机等产品具有较高的市场认可度。其产品在技术上具有精准的压力控制、舒适的佩戴体验等优点，能够有效改善睡眠呼吸暂停等睡眠障碍问题。瑞迈特注重产品的研发和创新，不断优化产品性能，提高产品的可靠性和易用性。同时，瑞迈特还提供专业的售后服务和技术支持，为用户解决使用过程中的问题，增强了用户的满意度和忠诚度。

四、发展趋势

第四部分主要描述中国睡眠健康行业的发展趋势，可以从技术创新、多元化产品、销售模式创新等多个角度进行分析。

4.1 技术创新驱动产品升级

随着科技的飞速发展，睡眠健康产品不断融入新技术。麒盛科技将智能技术应用于床垫，实现睡眠监测与智能调节；鱼跃医疗凭借医疗设备技术积累，提升睡眠呼吸机等产品的精准性与可靠性。未来，传感器技术、大数据分析、人工智能等将持续赋能睡眠产品，实现更精准的睡眠数据收集、分析与个性化睡眠方案提供，推动产品向智能化、精准化、个性化迈进。

4.2 多元化产品与服务体系形成

消费者睡眠健康需求日益多样，促使企业提供更全面的产品与服务。喜临门、慕思等专注于睡眠器具研发生产；汤臣倍健、佐力药业等从营养保健、中药调理角度改善睡眠；瑞迈特在呼吸治疗领域发力。行业将形成涵盖睡眠监测设备、助眠产品、睡眠环境优化、睡眠咨询与治疗等多元化的产品和服务体系，满足不同消费者的差异化需求。

4.3 线上线下融合的销售模式普及

电商发展改变了消费者购物习惯，睡眠健康产品企业纷纷拓展线上渠道。同时，线下体验店仍具重要性，如慕思通过体验式营销提升消费者对高端睡眠产品的认知。线上线下融合的销售模式将成为主流，企业通过线上平台扩大市场覆盖、降低运营成本，利用线下体验店提供产品体验与专业服务，增强消费者购买意愿与忠诚度。