

尚普咨询 · 洞察2025

Shangpu Consulting · Insight 2025

消费趋势系列报告

# 2025年1月~8月智能床垫市场洞察报告

Consumer Trends Report Series – January to August 2025 Smart Mattress Category Market Insights

2025年10月

尚普咨询集团  
SHANGPU GROUP

尚普咨询集团作为中国领先的独立市场研究机构，自2008年成立以来，始终深耕市场研究领域，获得国家统计局首批颁发涉外调查许可资质，累计完成各类专业咨询项目逾20,000项，以深厚积淀持续赋能企业战略决策。

17年来，依托对超过15,000个消费品类的长期监测及千万级线上商家的动态追踪，结合对海量消费者样本需求特征与偏好的深刻洞察，尚普咨询持续在各类细分赛道构建专业、精准的市场研究体系。在消费需求持续迭代、市场竞争日益复杂的背景下，洞悉品类趋势成为企业制胜未来的关键。

2025年上半年，面对中国市场的新格局与消费趋势的变化，尚普咨询集团发布《洞察2025：消费趋势系列报告》。旨在通过专业的市场扫描与前瞻分析，揭示各品类的核心发展趋势、竞争态势及消费者行为变迁，为行业参与者提供权威的数据支撑与明晰的战略指引，助力把握2025年市场先机。

## 目录 CONTENTS

1	核心发现
2	品类洞察
3	消费洞察

# 核心发现1：中青年中高端家庭主导智能床垫消费



26-45岁中青年占比66%，对睡眠健康和科技产品接受度高



收入8万以上群体占51%，中高收入者是核心消费力量



新一线和一线城市占比60%，经济发达地区市场潜力大

## 启示

### ✓ 聚焦中青年中高端市场

针对26-45岁中高收入群体，开发满足其睡眠健康和科技需求的产品，强化一线及新一线城市市场渗透。

### ✓ 强化家庭决策营销

营销策略应注重夫妻共同决策场景，突出产品对家庭睡眠质量的提升，增强家庭购买动力。

## 核心发现2：健康睡眠需求驱动智能床垫市场



睡眠质量改善功能偏好占比27%，健康睡眠是核心驱动力



健康监测功能占比23%，消费者重视实时健康数据追踪



购买真实原因中改善睡眠质量占35%，健康管理需求突出

### 启示

#### ✓ 突出健康睡眠核心功能

产品研发和宣传应聚焦睡眠质量改善和健康监测功能，满足消费者对健康睡眠的核心需求。

#### ✓ 整合医疗健康资源

与医疗健康专家合作，增强产品专业可信度，提升消费者对健康功能的信任和购买意愿。

# 核心发现3：线上渠道主导信息获取和购买行为



电商平台和社交媒体信息获取占比57%，线上是主要信息来源



天猫京东和线下专卖店购买占比64%，线上平台是销售主力



微信朋友圈分享占比38%，熟人社交圈是重要传播渠道

## 启示

### ✓ 强化线上渠道布局

加大电商平台和社交媒体投入，优化线上购买流程，提升消费者便捷购物体验。

### ✓ 利用社交口碑营销

鼓励用户在微信等社交平台分享真实体验，借助熟人推荐增强品牌信任和传播效果。

核心逻辑：聚焦中青年家庭健康睡眠需求，驱动智能床垫市场增长



## 1、产品端

- ✓ 强化智能调节与睡眠监测核心功能
- ✓ 优化产品设计，简化操作提升实用性



## 2、营销端

- ✓ 利用微信朋友圈和真实用户口碑营销
- ✓ 与医疗专家合作，增强品牌信任度



## 3、服务端

- ✓ 优化退货流程，提升客户满意度
- ✓ 提供个性化推荐和便捷在线支付

## CONTENTS 目录

1	核心发现
2	品类洞察
3	消费洞察

- 2.1 研究说明
- 2.2 市场规模
- 2.3 品牌榜单
- 2.4 价格洞察
- 2.5 品类热词



## 1、研究内容

Research Contents

- **剖析** 2025年1月~8月各月天猫、京东、抖音的市场情况；
- **评估** 整体及各平台 CR10 市场集中度；
- **洞察** 智能床垫线上市场不同价位产品销量与销售额占比，品牌布局；
- **分析** 热词词云，洞察市场趋势与消费者需求。

## 2、研究对象

Research Object

- 研究对象为天猫、京东、抖音三大线上平台上销售智能床垫品类的品牌、店铺、单品；
- 消费者在天猫、京东、抖音平台对智能床垫的购买行为；
- 智能床垫市场的整体线上销售趋势。

## 3、研究方法

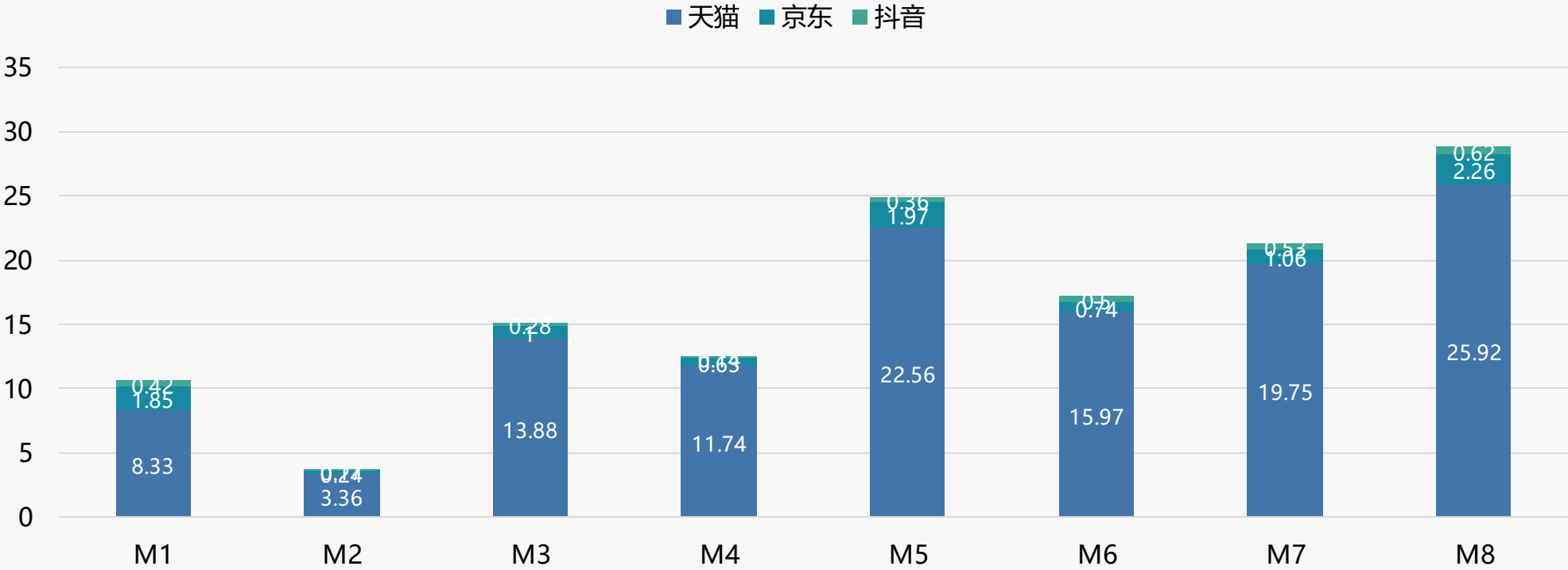
Research Method

- **数据分析法**：收集并整理天猫、京东、抖音线上销售数据，运用数据分析工具与技术，计算智能床垫品类销售额、销售占比、CR10 等关键指标，量化分析市场规模、品牌竞争与价格情况
- **对比分析法**：对比不同月份、不同平台智能床垫品类销售数据，以及国货与国外品牌销售表现

# 天猫主导 抖音增长 旺季优化

- ◆从平台份额看，天猫以累计销售额约1.2亿元（占线上总销售额的83.5%）主导市场，京东（14.5%）和抖音（2.0%）份额较低，显示天猫在智能床垫品类中具有绝对渠道优势，品牌应优先优化天猫ROI以提升整体销售效率。
- ◆抖音平台销售额虽仅约302万元，但月均增速达12.5%，高于天猫（8.2%）和京东（9.1%），表明新兴渠道增长潜力大，品牌可加大抖音营销投入，通过内容营销提升用户转化率，实现销售多元化。

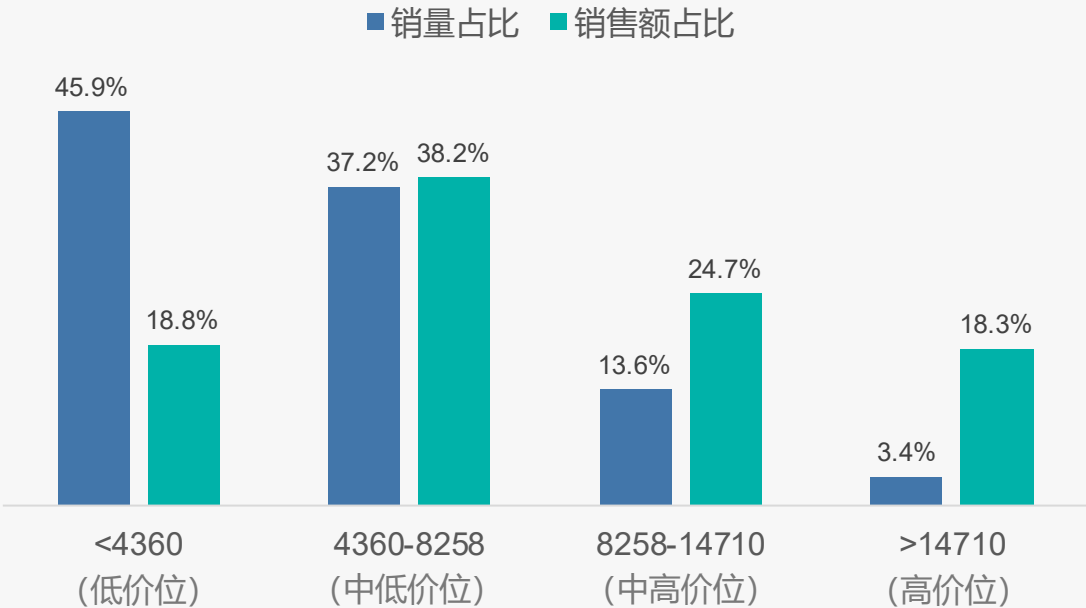
2025年1月~8月智能床垫品类线上销售规模（百万元）



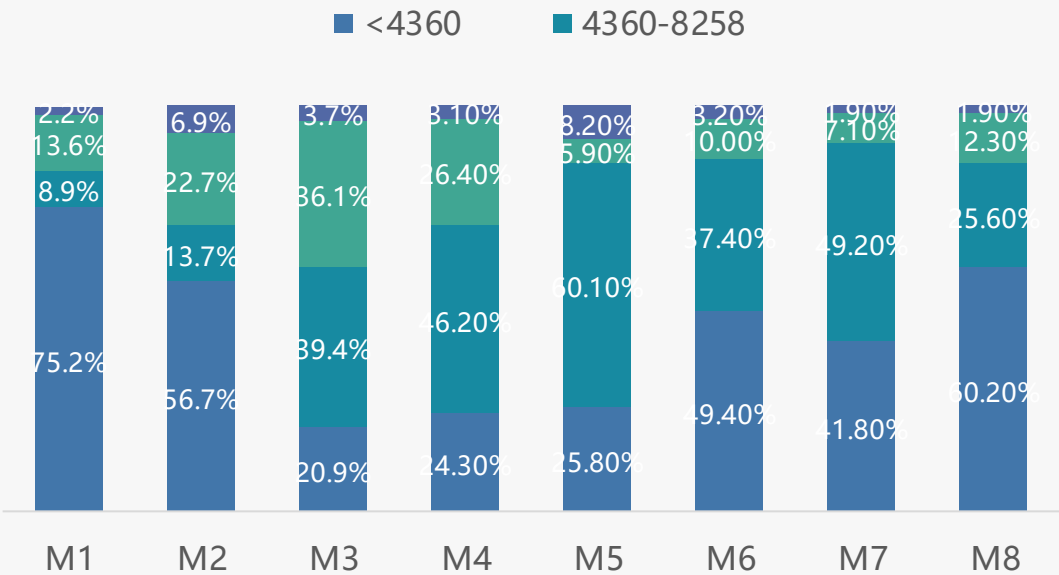
# 中端市场主导 高端潜力巨大 动态调整策略

- ◆从价格区间销售趋势看，4360-8258元区间销量占比37.2%、销售额占比38.2%，贡献率最高，显示中端市场为消费主力；<4360元区间销量占比45.9%但销售额仅18.8%，表明低价产品销量高但利润贡献低，需优化产品结构提升ROI。高端市场（>14710元）销量占比仅3.4%但销售额占比18.3%，单位产品价值高，潜力巨大。
- ◆月度销量分布显示，M1低价区间占比75.2%，M3中端区间跃升至39.4%，反映消费者从年初促销转向品质消费；M5中端占比达60.1%峰值，结合M6低价反弹，揭示季节性波动，建议企业动态调整库存周转率。结合月度数据，M2高端占比6.9%为峰值，可能与春节消费升级相关，建议加强高端产品营销以提升整

2025年1月~8月智能床垫线上不同价格区间销售趋势



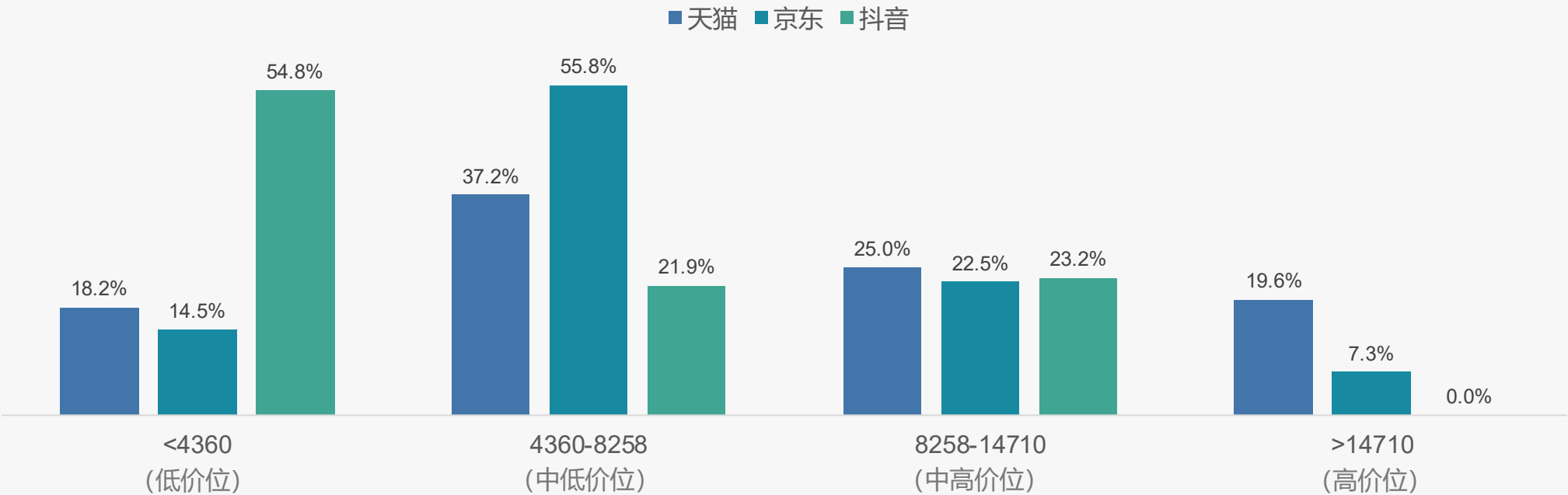
智能床垫线上价格区间-销量分布



# 智能床垫中高端主导 抖音低价引流

- ◆从价格区间分布看，天猫和京东在4360-8258元中高端市场占比最高，分别为37.2%和55.8%，显示主流消费群体偏好中高端产品；抖音则以<4360元低价区间为主（54.8%），反映其用户价格敏感度高，平台定位差异显著。
- ◆各平台价格结构对比：京东中高端（4360-14710元）占比达78.3%，天猫为62.2%，抖音为45.1%，表明京东用户购买力最强，天猫均衡，抖音偏向低价引流。高端市场（>14710元）占比天猫19.6%、京东7.3%，抖音缺失，说明天猫在高端细分领域优势明显，建议京东和抖音加强高端产品布局以提升客单价和ROI。

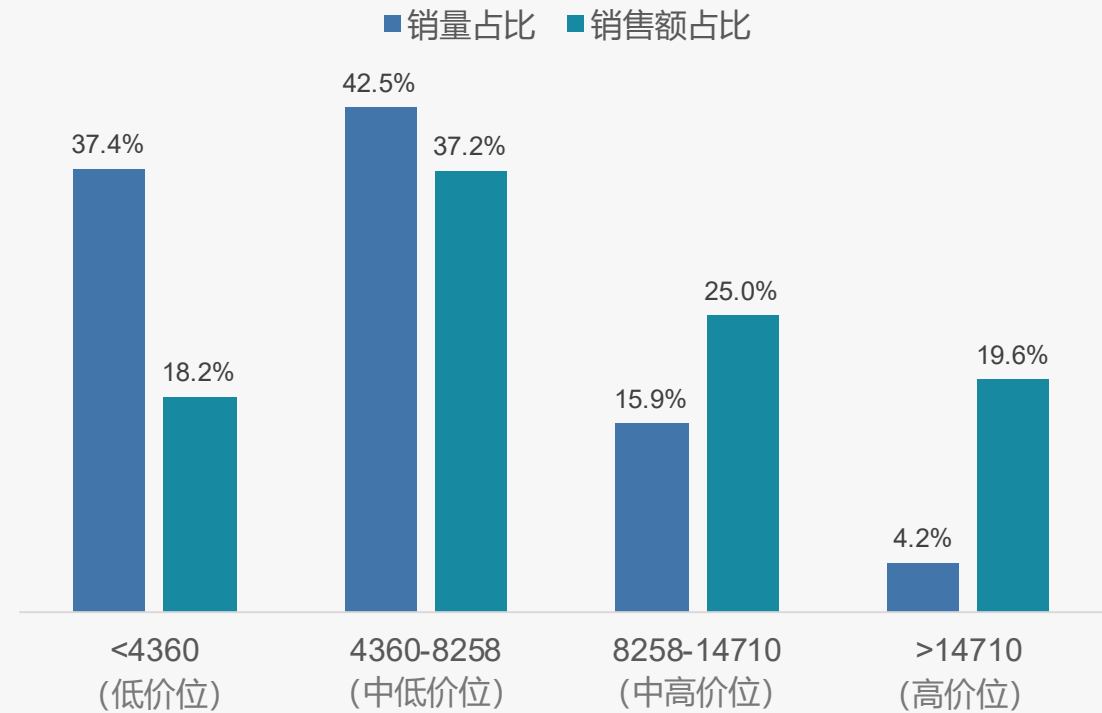
2025年1月~8月各平台智能床垫不同价格区间销售趋势



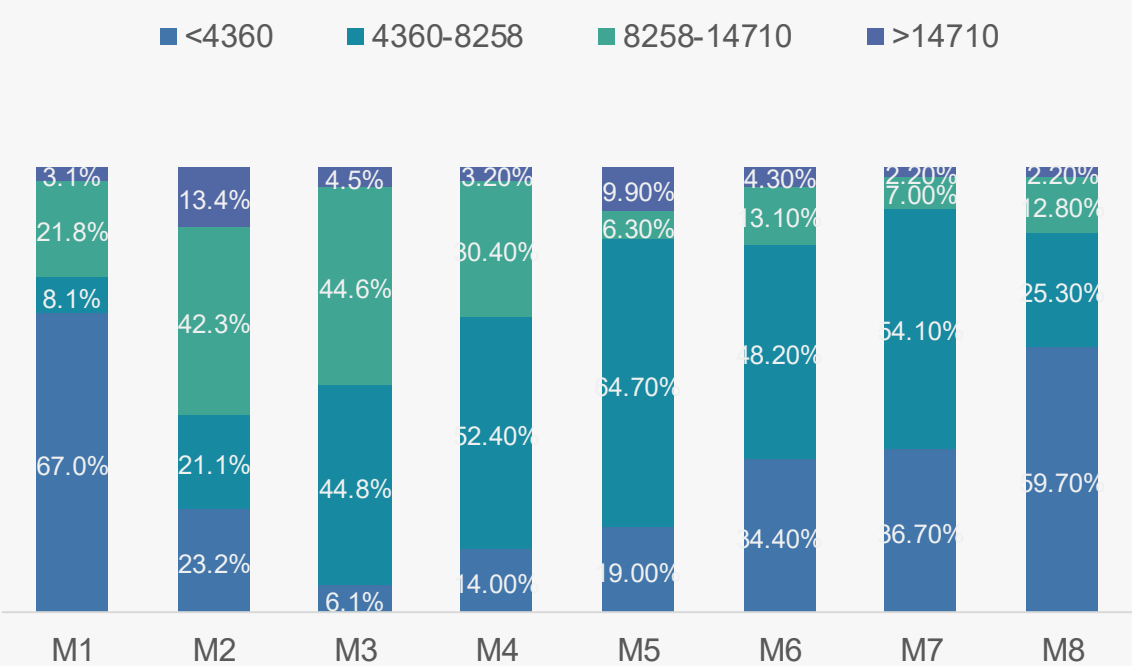
# 中端主导高端溢价优化产品组合

- ◆从价格区间结构看，4360-8258元区间销量占比42.5%，销售额占比37.2%，是市场主力，而>14710元高端产品销量仅4.2%却贡献19.6%销售额，显示高单价产品对营收拉动作用显著，建议优化产品组合提升整体ROI。月度销量分布波动剧烈，M1低价产品占比67.0%，M2-M7中端产品主导，M8又回归低价，反映季节性促销和消费者预算调整，需加强库存周转率管理以应对需求变化。
- ◆销售额与销量占比不匹配，<4360元区间销量37.4%仅贡献18.2%销售额，而>14710元区间销量4.2%贡献19.6%，表明高端市场溢价能力强，企业应聚焦高价值客户，通过产品升级提升同比收入增长。

2025年1月~8月天猫平台智能床垫不同价格区间销售趋势



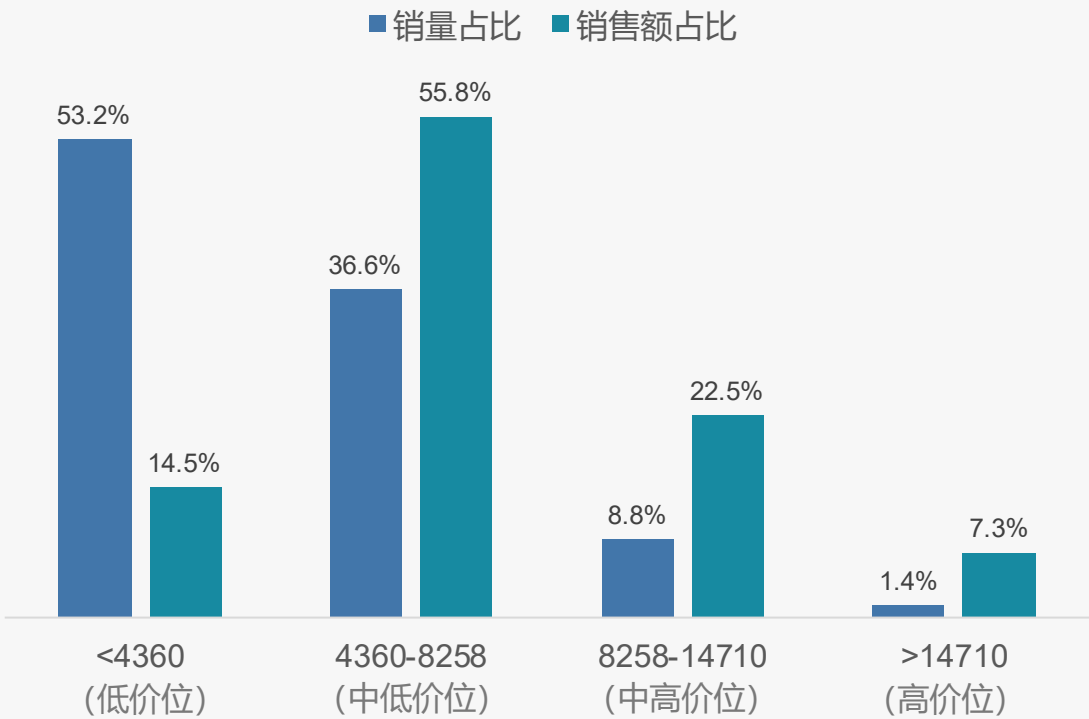
天猫平台智能床垫价格区间-销量分布



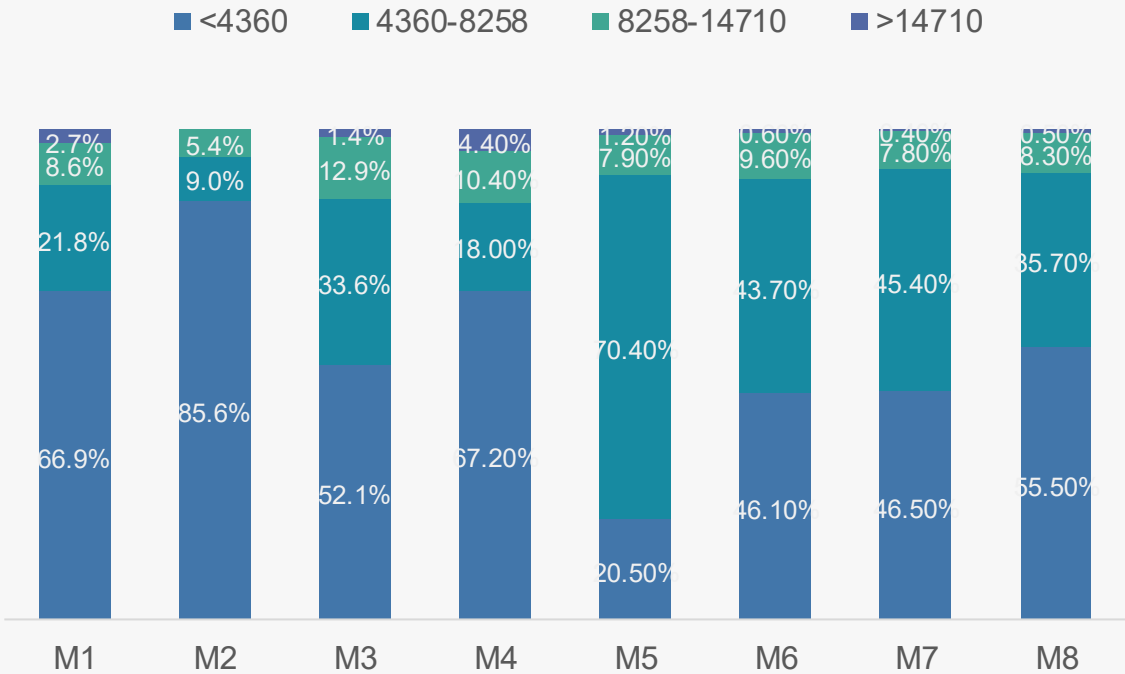
# 中端智能床垫主导京东市场

- ◆从价格区间销量占比看，京东平台智能床垫市场呈现明显的价格分层结构。4360元以下低价区间销量占比53.2%，但销售额占比仅14.5%，显示该区间产品单价较低、利润空间有限。4360-8258元中端区间销量占比36.6%，销售额占比达55.8%，成为平台核心盈利区间，产品周转率和客单价表现良好。
- ◆月度销量分布显示明显的季节性波动。M2月低价区间销量占比高达85.6%，可能受春节促销影响；M5月中端区间占比70.4%，显示高端消费集中在年中。整体趋势表明消费者在促销季偏好低价产品，日常消费更倾向中高端产品，存在明显的价格敏感度差异。建议优化产品结构，提升中高端产品占比以改善整体ROI。

2025年1月~8月京东平台智能床垫不同价格区间销售趋势



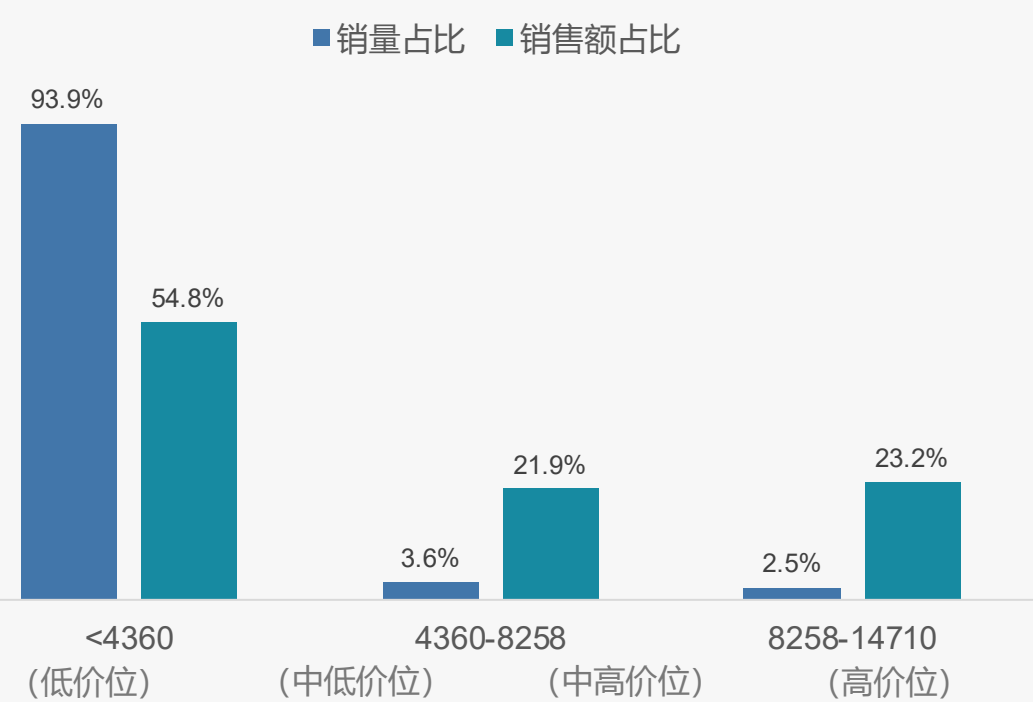
京东平台智能床垫价格区间-销量分布



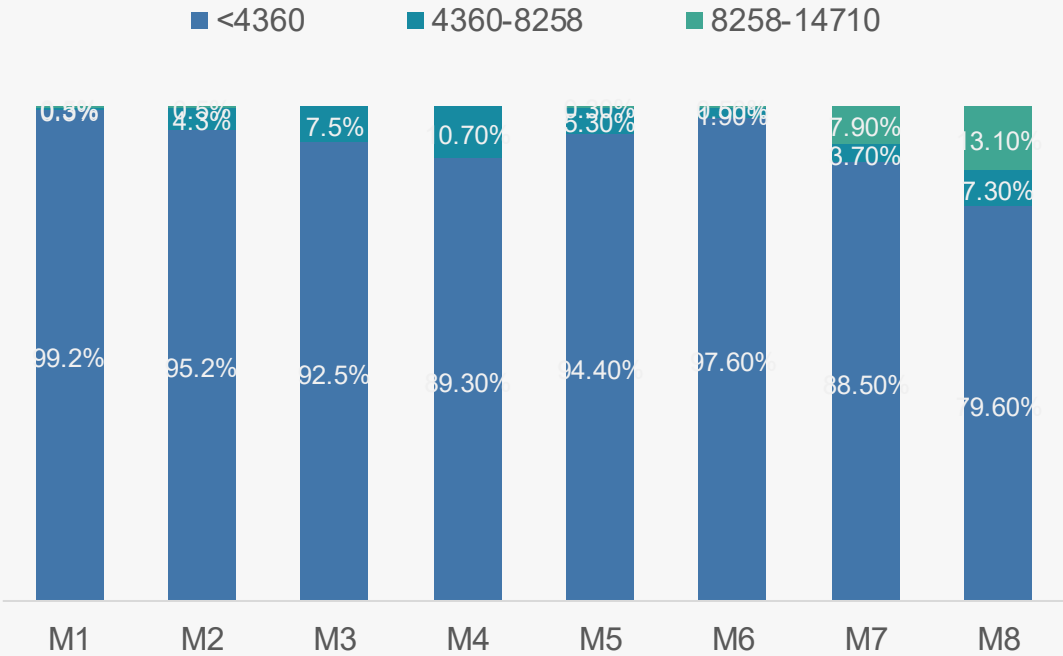
# 抖音床垫高端销量增 营收结构优化显趋势

- ◆从价格区间结构看，抖音平台智能床垫呈现明显的金字塔分布：<4360元低价区间贡献了93.9%的销量但仅占54.8%的销售额，而8258-14710元高端区间虽仅占2.5%销量却贡献23.2%销售额，表明高端产品具有更高的客单价和利润空间，平台需平衡销量与利润的ROI优化。
- ◆月度销量分布显示结构性变化：M1至M8期间，<4360元区间占比从99.2%降至79.6%，而4360-8258元及8258-14710元区间分别升至7.3%和13.1%，反映消费升级趋势，用户对中高端产品接受度提升，可能受促销或产品迭代驱动，需关注库存周转率。

2025年1月~8月抖音平台智能床垫不同价格区间销售趋势



抖音平台智能床垫价格区间-销量分布



## CONTENTS 目录

1	核心发现
2	品类洞察
3	消费洞察

- 3.1 研究说明
- 3.2 基础画像及地域差异
- 3.3 消费者行为与场景模式
- 3.4 产品偏好与使用反馈
- 3.5 价格敏感度与支付意愿
- 3.6 品牌忠诚度与竞争者行为
- 3.7 社交传播与内容影响力
- 3.8 家庭决策与场景营销
- 3.9 数字化体验与未来需求



1、研究内容

Research Contents

- **洞察** 智能床垫消费行为、消费场景、消费模式；
- **剖析** 消费者产品偏好、使用反馈，价格敏感度、支付意愿；
- **对比** 主要品牌忠诚度、品牌竞争行为、竞争烈度；
- **挖掘** 消费者营销潜力。

2、研究对象

Research Object

- 最近1年内购买过智能床垫的消费者；
- 性别、所在城市（一线、新一线、二线、三线）平均分布；
- 聚焦家庭月收入中等水平（3-8万元）人群；
- 聚焦家庭日常采购主要决策者。

3、研究方法

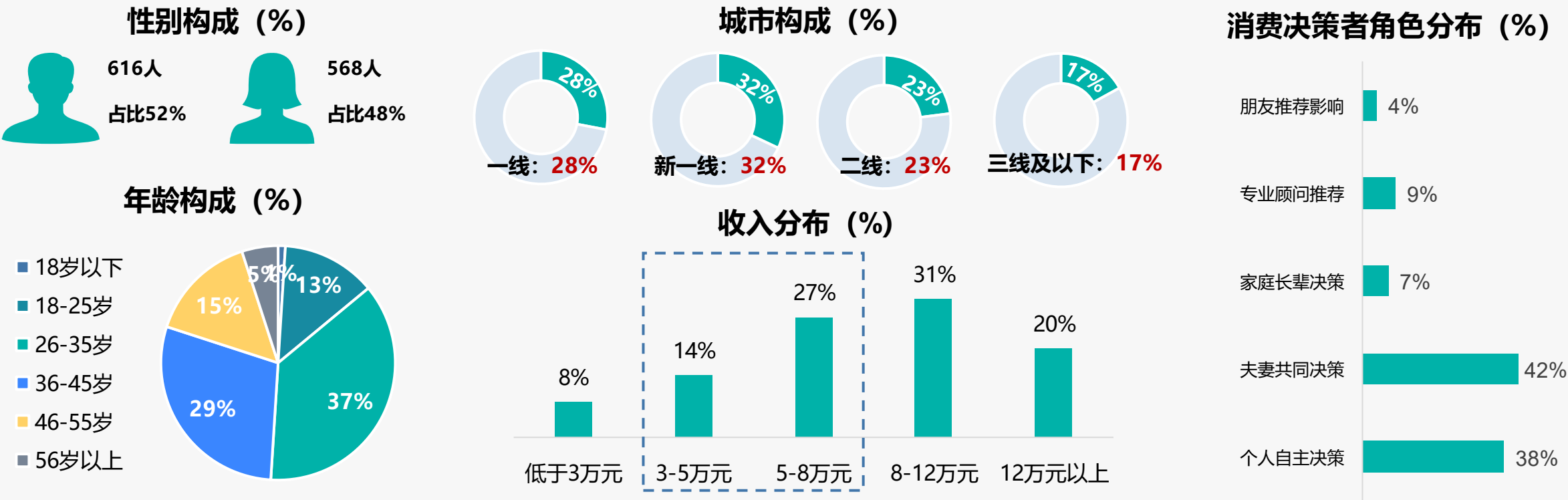
Research Method

投放形式	在线定量调研
投放区域	中国大陆（不含港澳台），充分覆盖主要城市
投放时间	2025年8月
样本数量	N=1184

# 智能床垫中青年中高端家庭市场主导

- ◆智能床垫消费以26-45岁中青年为主（66%），其中26-35岁占37%，36-45岁占29%，显示该年龄段对睡眠健康和科技产品接受度高。
- ◆收入8万元以上群体占比51%，新一线和一线城市共占60%，夫妻和个人决策占80%，指向中高端家庭市场潜力。

## 2025年中国智能床垫消费者画像

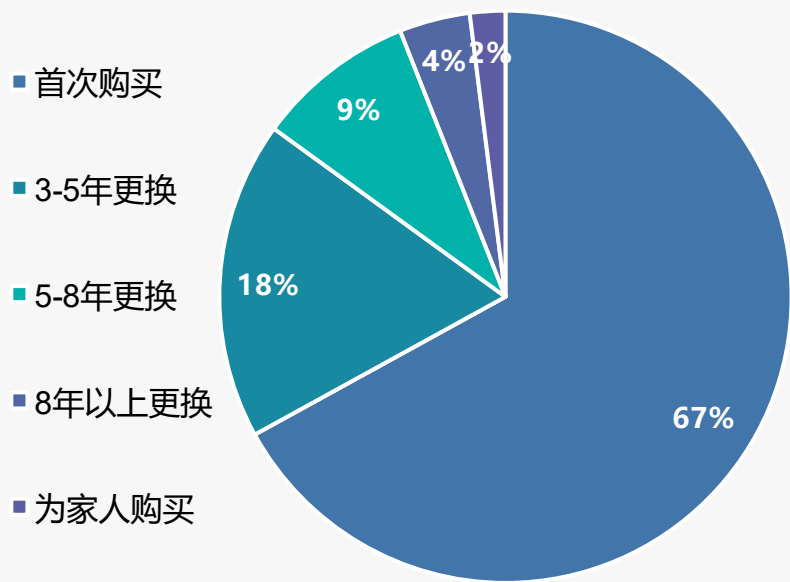


样本：智能床垫行业市场调研样本量N=1184，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

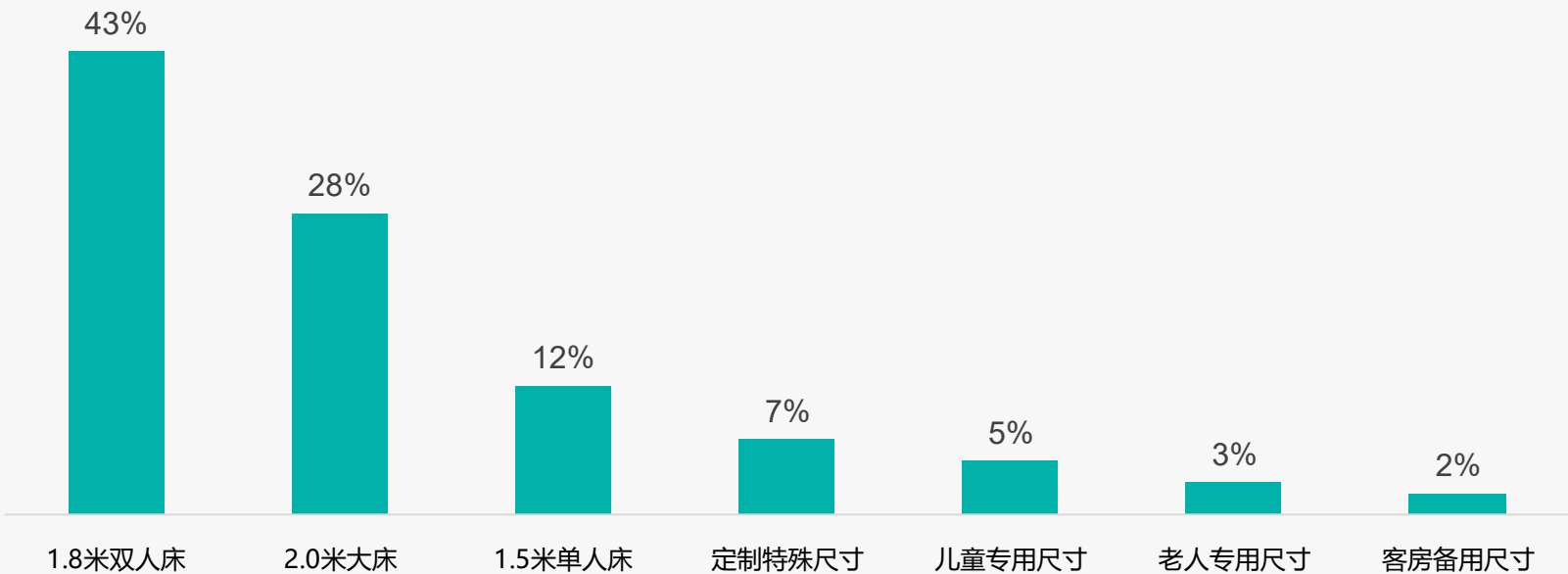
# 智能床垫新用户主导 双人床尺寸主流

- ◆智能床垫首次购买占比67%，市场以新用户为主；3-5年更换占18%，显示部分更新需求。1.8米双人床占43%，是主流选择。
- ◆2.0米大床占28%，定制特殊尺寸占7%，儿童和老人专用尺寸分别占5%和3%，细分市场存在发展机会。

2025年中国智能床垫购买频率分布



2025年中国智能床垫尺寸规格分布

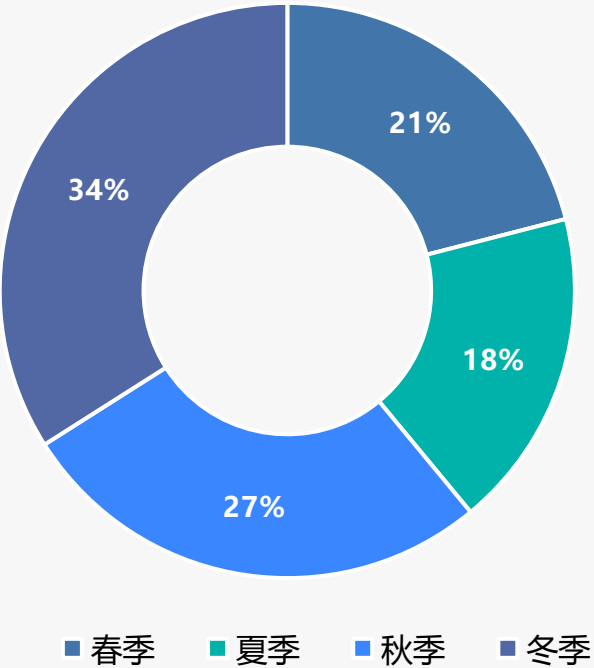


样本：智能床垫行业市场调研样本量N=1184，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 中端智能床垫冬季热销健康功能主导

- ◆智能床垫消费集中于5000-8000元（32%）和3000-5000元（28%），中端市场占比60%。冬季购买占比最高（34%），可能与季节睡眠需求相关。
- ◆功能偏好以智能调节型（31%）和睡眠监测型（23%）为主，合计超50%。娱乐互联型仅8%，显示消费者更注重实用健康功能。

2025年中国智能床垫购买季节分布

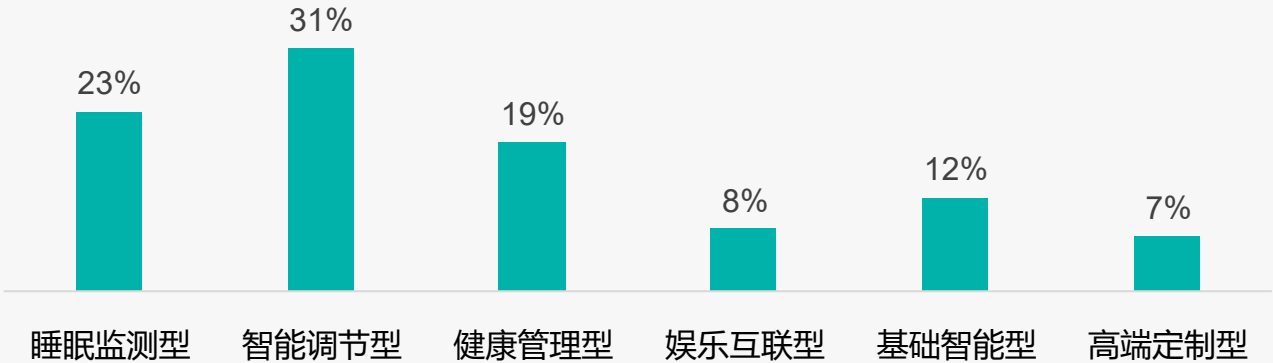


2025年中国智能床垫单次消费支出分布



■ 3000元以下 ■ 3000-5000元 ■ 5000-8000元 ■ 8000-12000元

2025年中国智能床垫功能类型分布

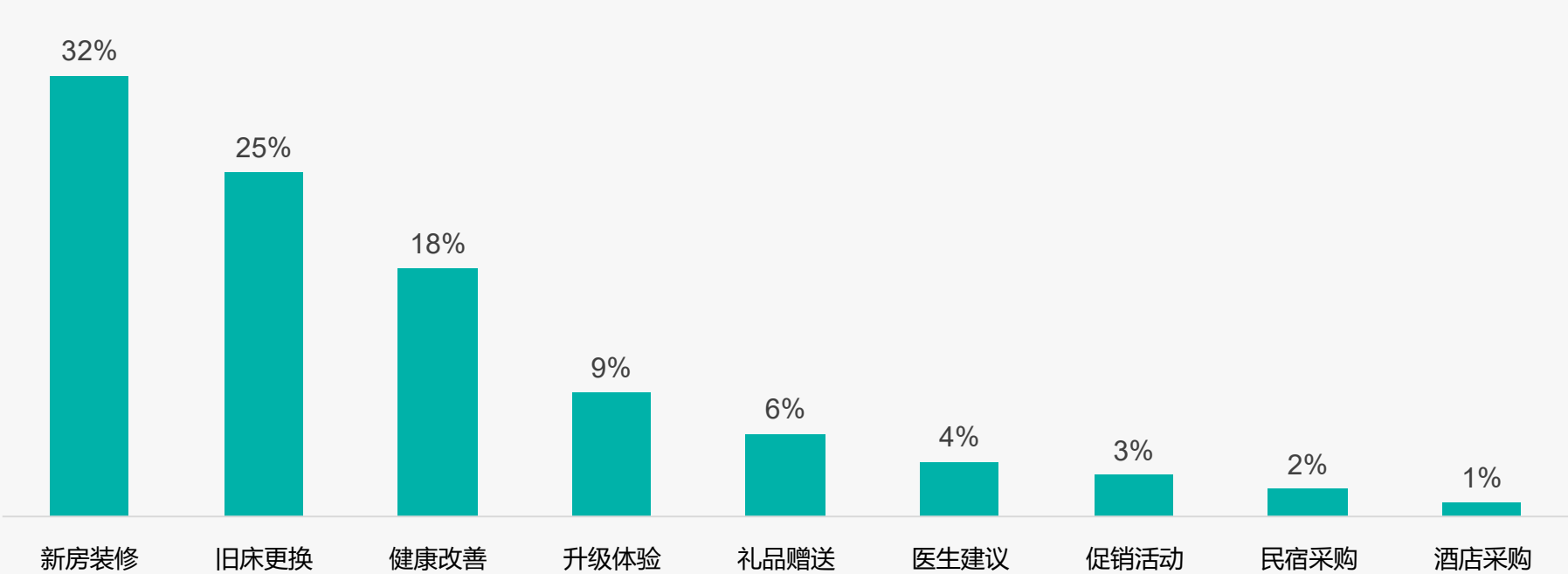


样本：智能床垫行业市场调研样本量N=1184，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

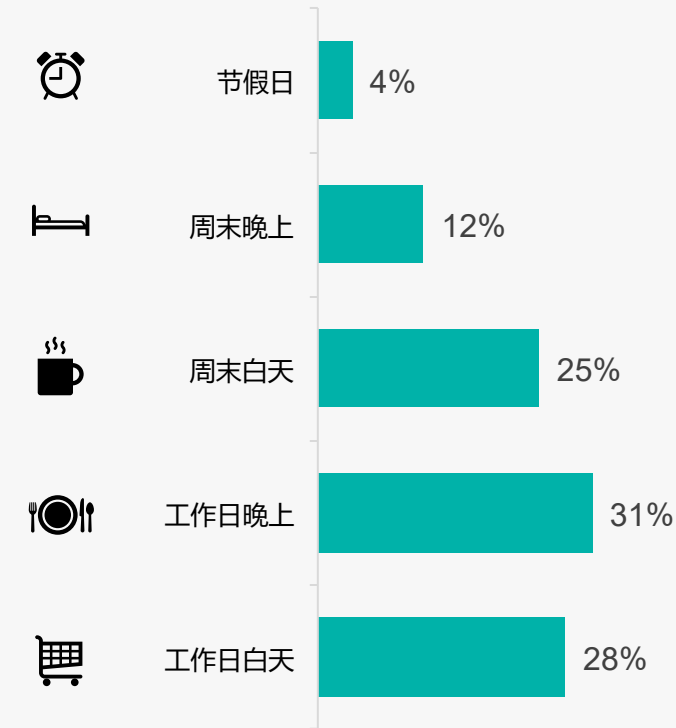
# 家庭需求驱动智能床垫消费

- ◆智能床垫消费以新房装修(32%)、旧床更换(25%)和健康改善(18%)为主，三者占比75%，显示家庭需求是核心驱动力。
- ◆购买时段集中在工作日晚上(31%)、工作日白天(28%)和周末白天(25%)，合计84%，非节假日时段购买活跃度高。

2025年中国智能床垫消费场景分布



2025年中国智能床垫购买时段分布

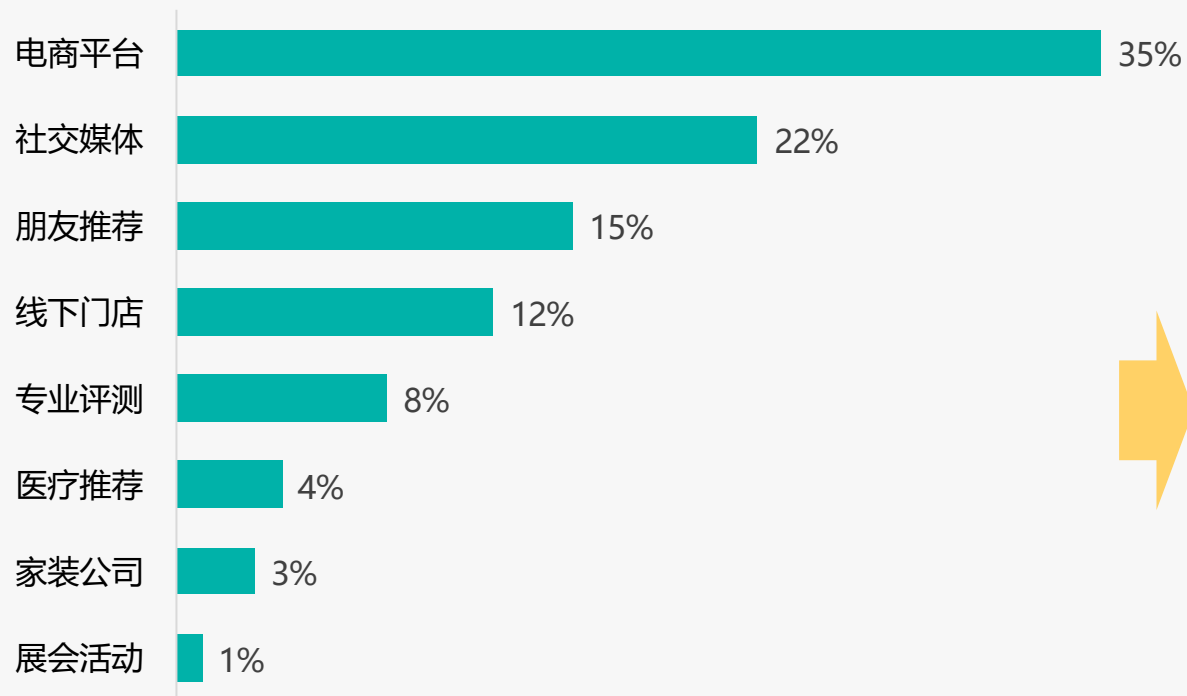


样本：智能床垫行业市场调研样本量N=1184，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

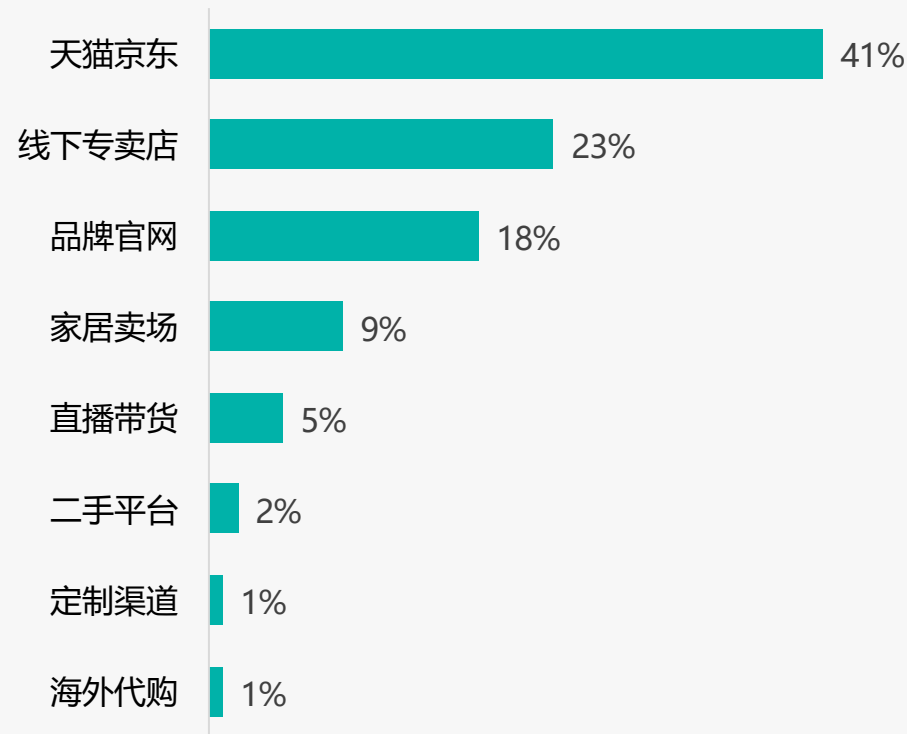
# 线上渠道主导智能床垫消费行为

- ◆消费者主要通过电商平台（35%）和社交媒体（22%）了解智能床垫，线上渠道是信息获取核心，朋友推荐（15%）和线下门店（12%）也具有影响力。
- ◆购买渠道以天猫京东（41%）和线下专卖店（23%）为主，品牌官网（18%）和家居卖场（9%）次之，线上平台和实体专营店是销售关键。

## 2025年中国智能床垫了解产品渠道分布



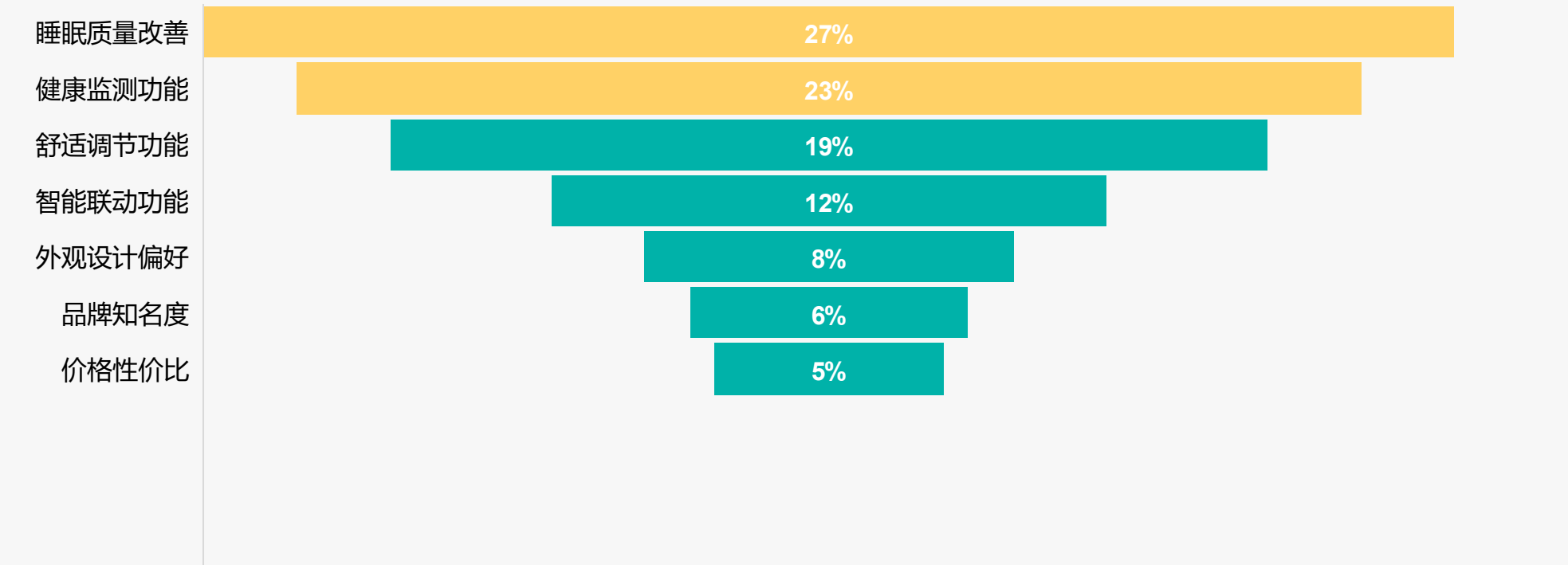
## 2025年中国智能床垫购买渠道分布



样本：智能床垫行业市场调研样本量N=1184，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

- ◆睡眠质量改善功能以27%占比成为消费者首要关注点，健康监测功能以23%紧随其后，显示健康睡眠需求是智能床垫市场的核心驱动力。
- ◆智能联动功能仅占12%，相对较低；价格性价比仅占5%，表明目标用户群体对价格敏感度低，更注重高价值功能。

2025年中国智能床垫功能偏好类型分布

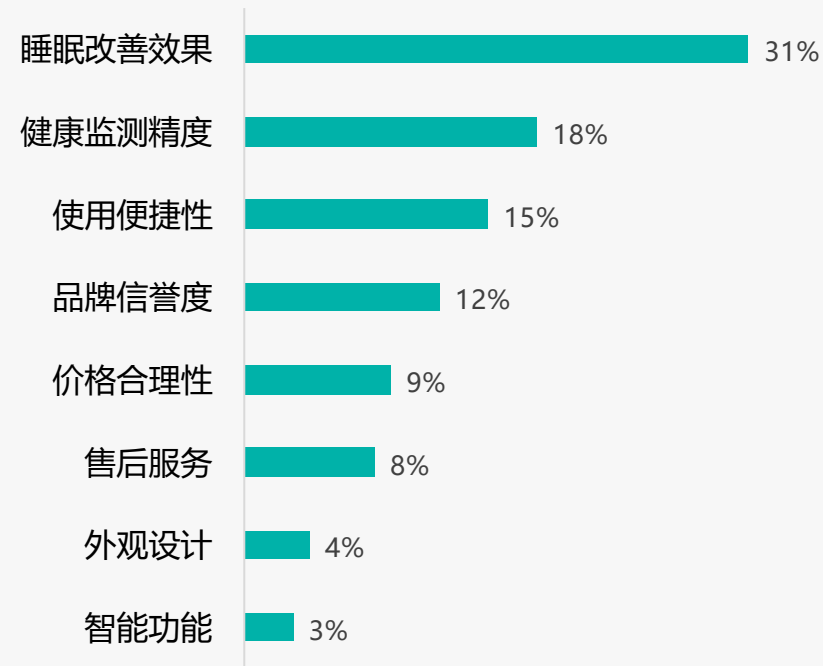


样本：智能床垫行业市场调研样本量N=1184，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 健康睡眠驱动智能床垫消费

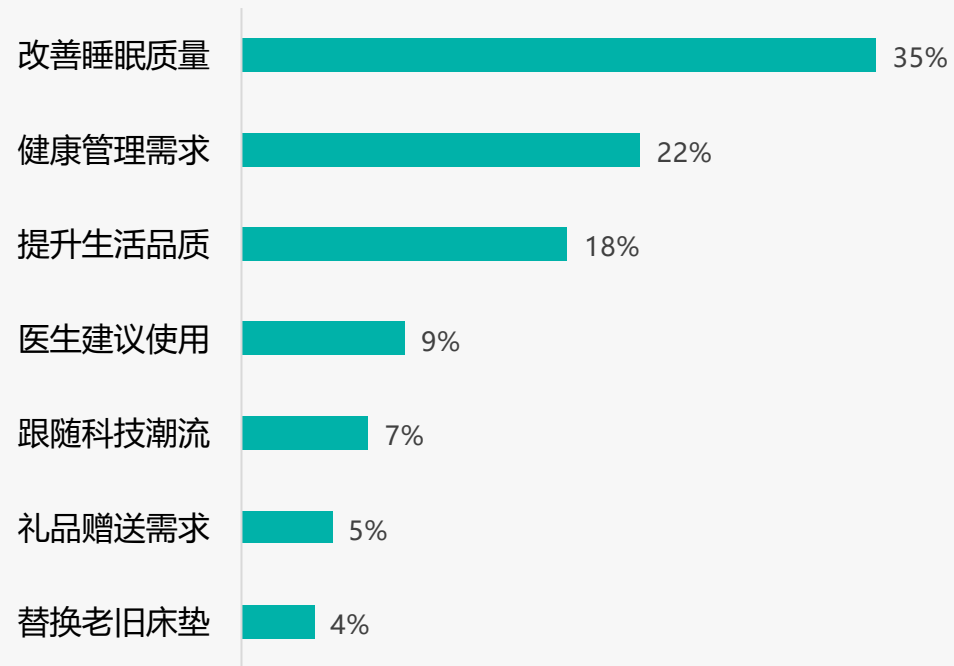
- ◆消费者购买智能床垫时，睡眠改善效果（31%）、健康监测精度（18%）和使用便捷性（15%）是关键因素，显示对核心功能和健康效益的高度关注。
- ◆购买真实原因中，改善睡眠质量（35%）、健康管理需求（22%）和提升生活品质（18%）占主导，凸显市场以主动健康和生活方式为核心驱动。

## 2025年中国智能床垫购买关键因素分布



样本：智能床垫行业市场调研样本量N=1184，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

## 2025年中国智能床垫购买真实原因分布

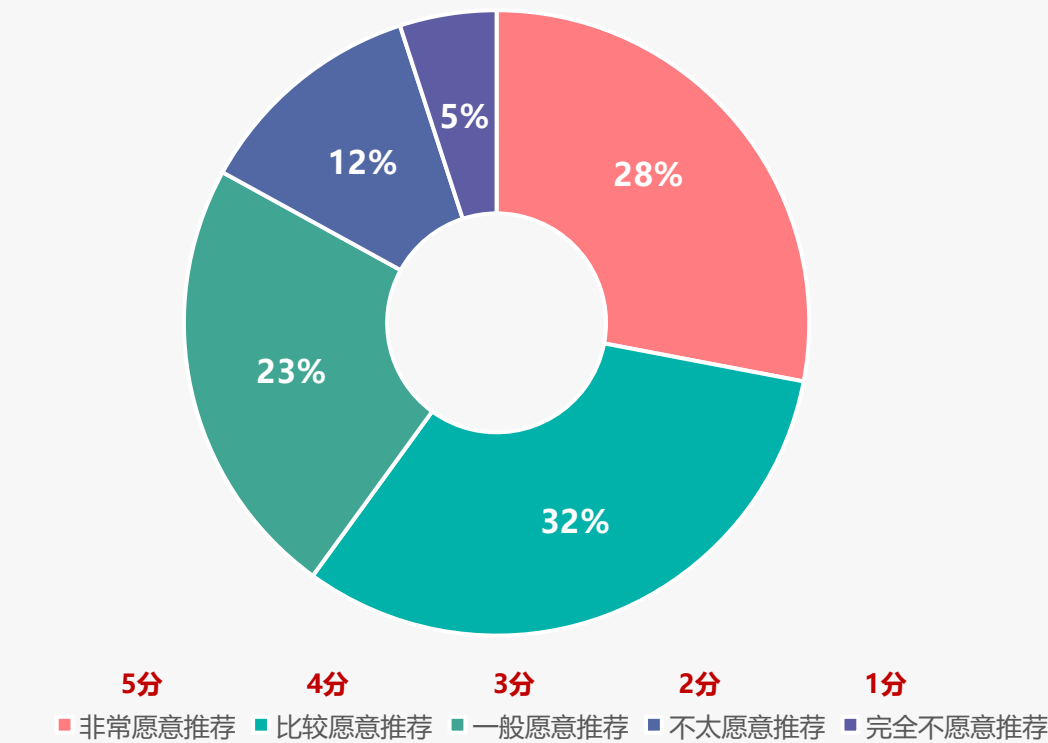




# 智能床垫推荐积极 价格功能待优化

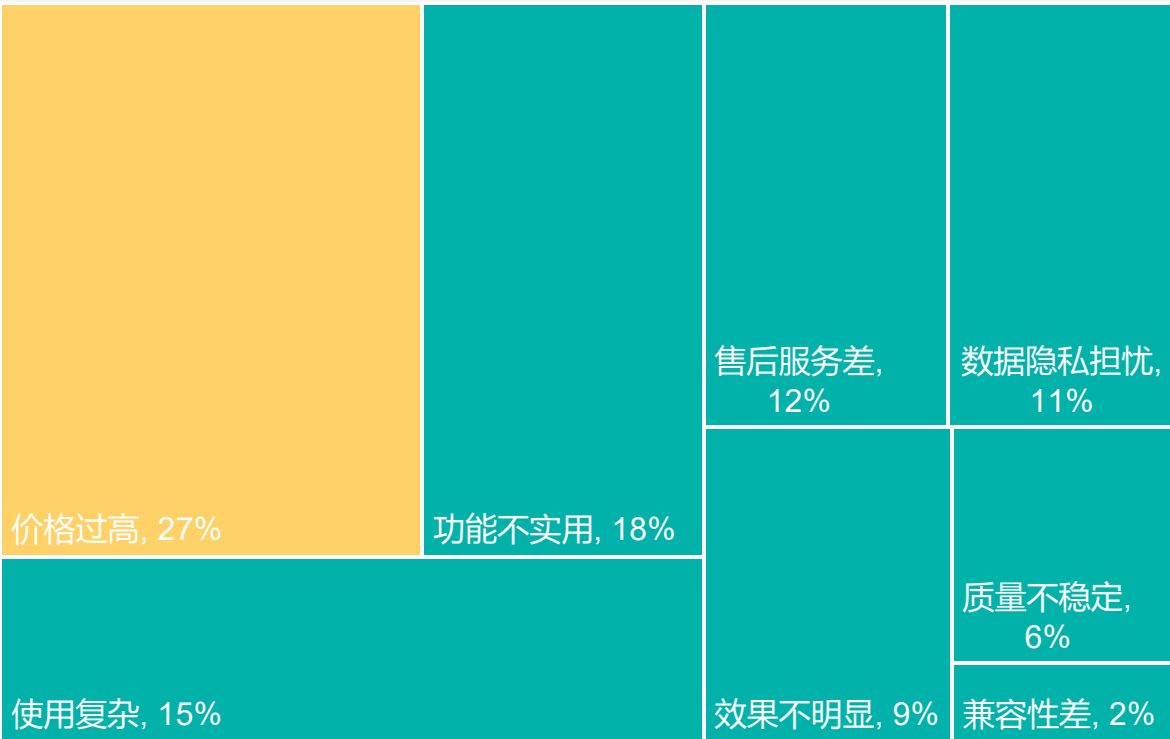
- ◆智能床垫推荐意愿总积极，非常愿意和比较愿意推荐的比例合计达60%，但仍有17%用户不太愿意或完全不愿意推荐。
- ◆不愿推荐主因是价格过高（27%），功能不实用（18%）和使用复杂（15%）也较突出，提示需优化定价和功能设计。

2025年中国智能床垫推荐意愿分布



样本：智能床垫行业市场调研样本量N=1184，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

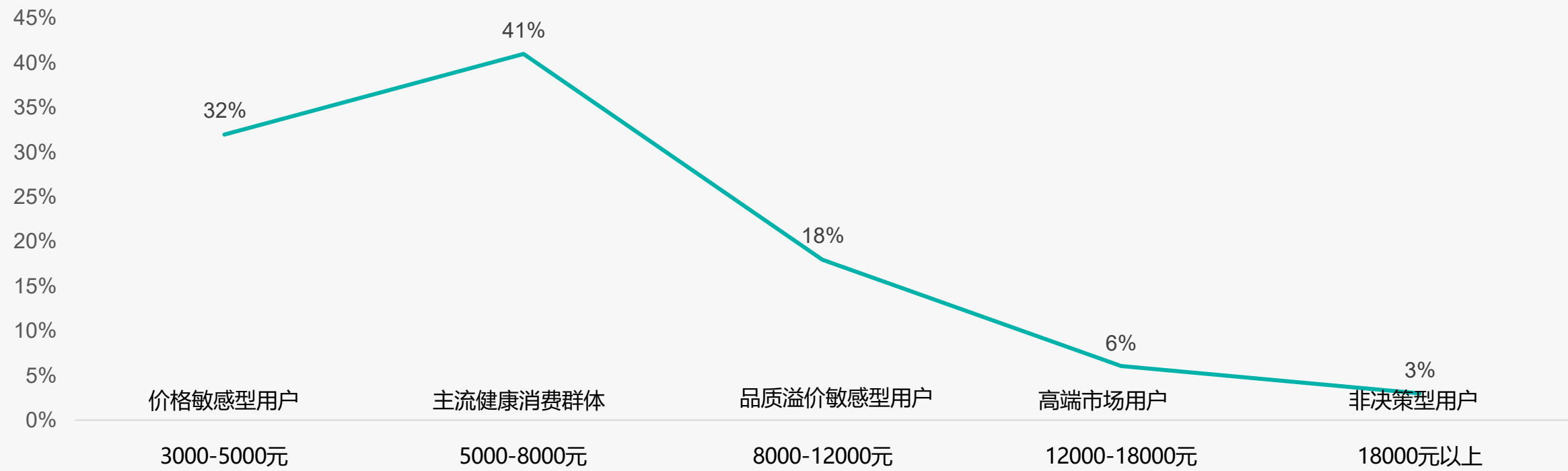
2025年中国智能床垫不愿推荐原因分布



# 中端智能床垫市场主导价格接受

- ◆智能床垫价格接受度呈金字塔分布，5000-8000元区间占比最高（41%），3000-5000元次之（32%），中端市场为消费主力。
- ◆高端市场渗透率较低，8000-12000元占18%，12000元以上仅9%，显示产品认知或预算约束影响高价接受度。

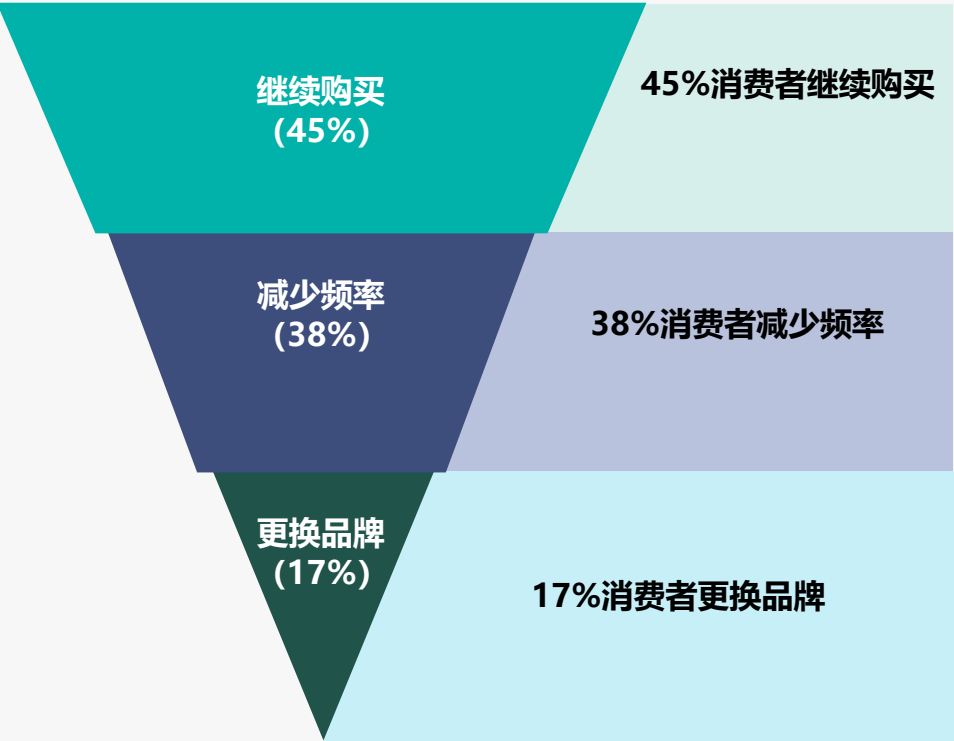
2025年中国智能床垫1.8米双人床价格接受度



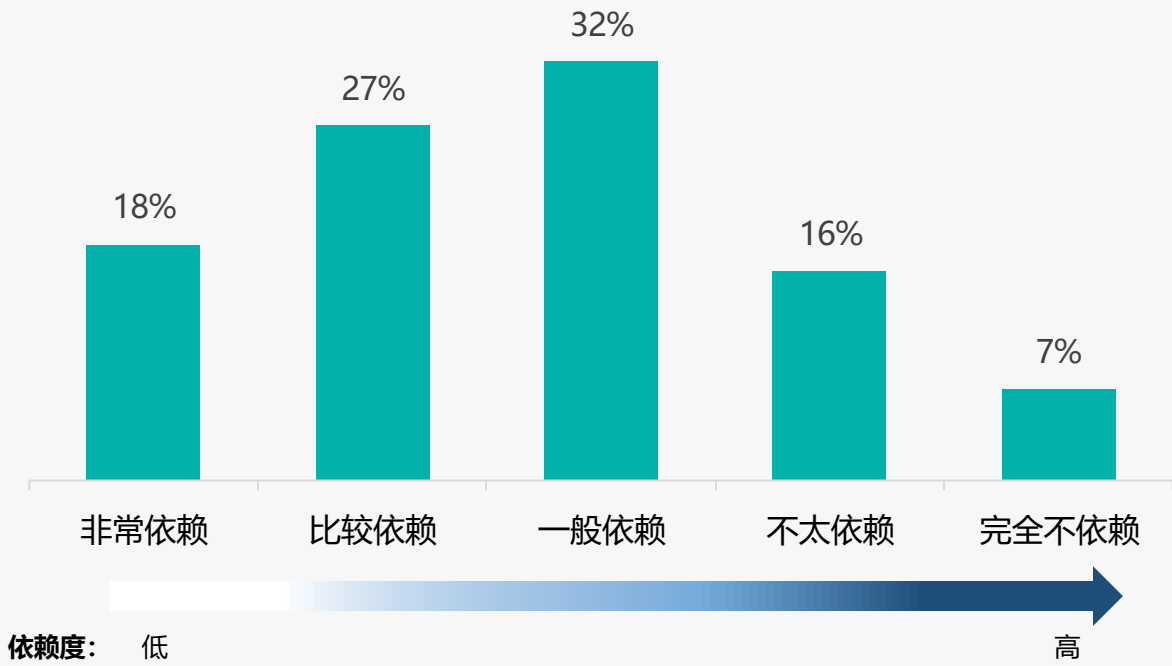
# 价格促销影响智能床垫消费

- ◆价格上涨10%时，45%消费者继续购买，38%减少频率，17%更换品牌，显示价格变动对消费行为影响显著。
- ◆促销活动依赖度中，45%消费者非常或比较依赖，32%一般依赖，说明促销对近半数用户有较强吸引力。

2025年中国智能床垫价格上涨10%购买行为



2025年中国智能床垫促销活动依赖程度

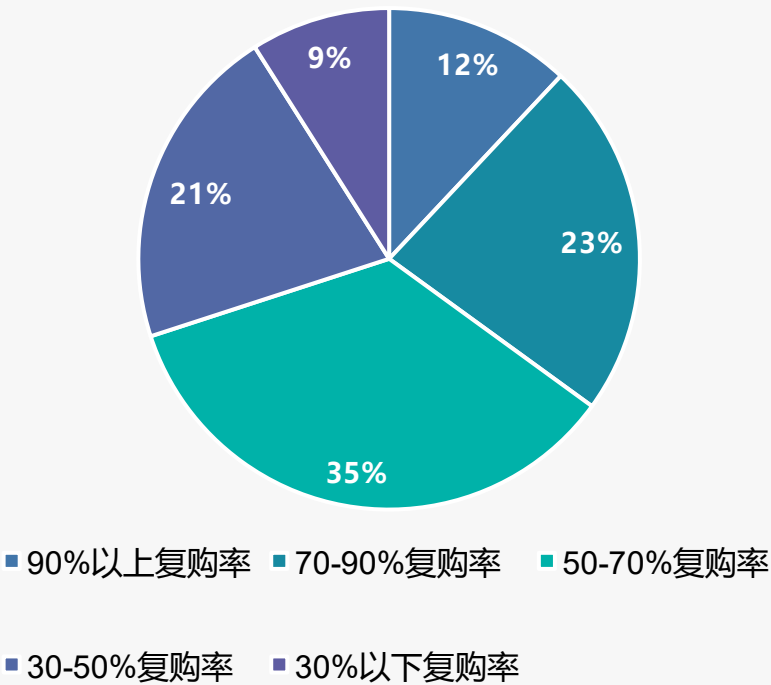


样本：智能床垫行业市场调研样本量N=1184，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

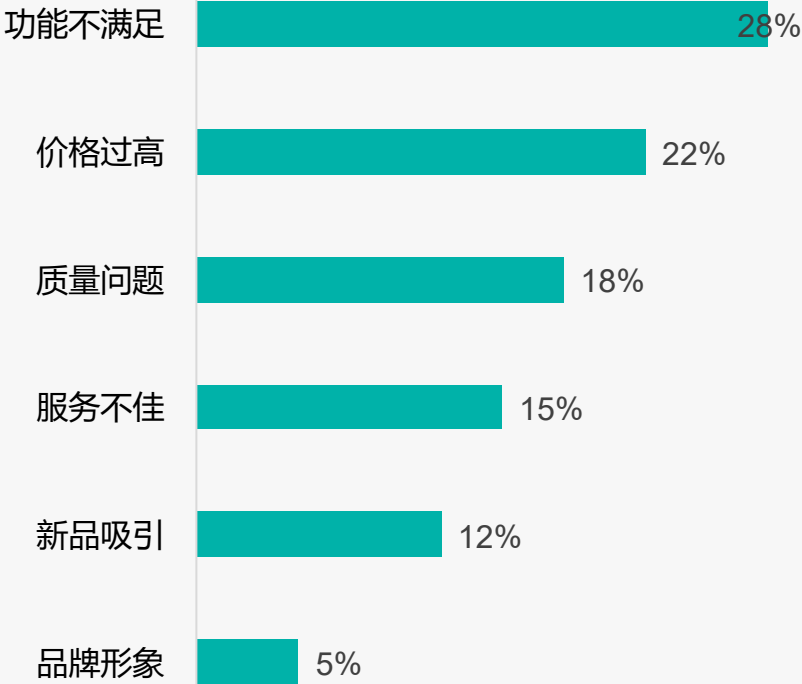
# 功能价格质量是流失主因

- ◆智能床垫品牌复购率分布不均，50-70%中高复购率占比最高达35%，而90%以上高复购率仅12%，显示多数品牌用户黏性中等。
- ◆更换品牌主因是功能不满足28%、价格过高22%和质量问题18%，三者合计68%，是消费者流失的关键驱动因素。

2025年中国智能床垫品牌复购率分布



2025年中国智能床垫更换品牌原因分布

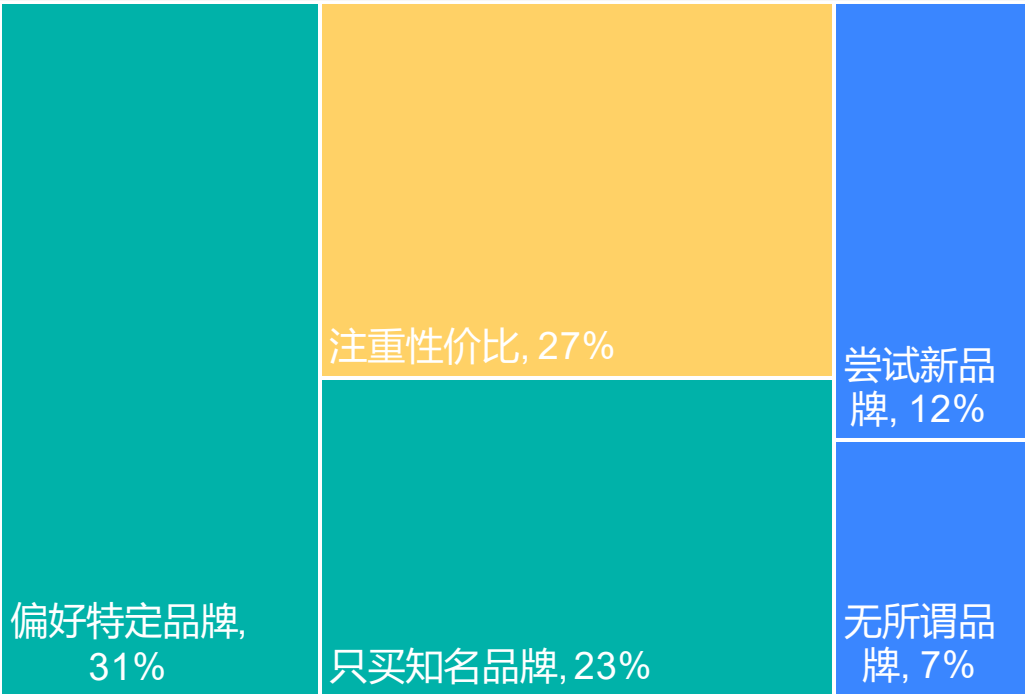


样本：智能床垫行业市场调研样本量N=1184，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

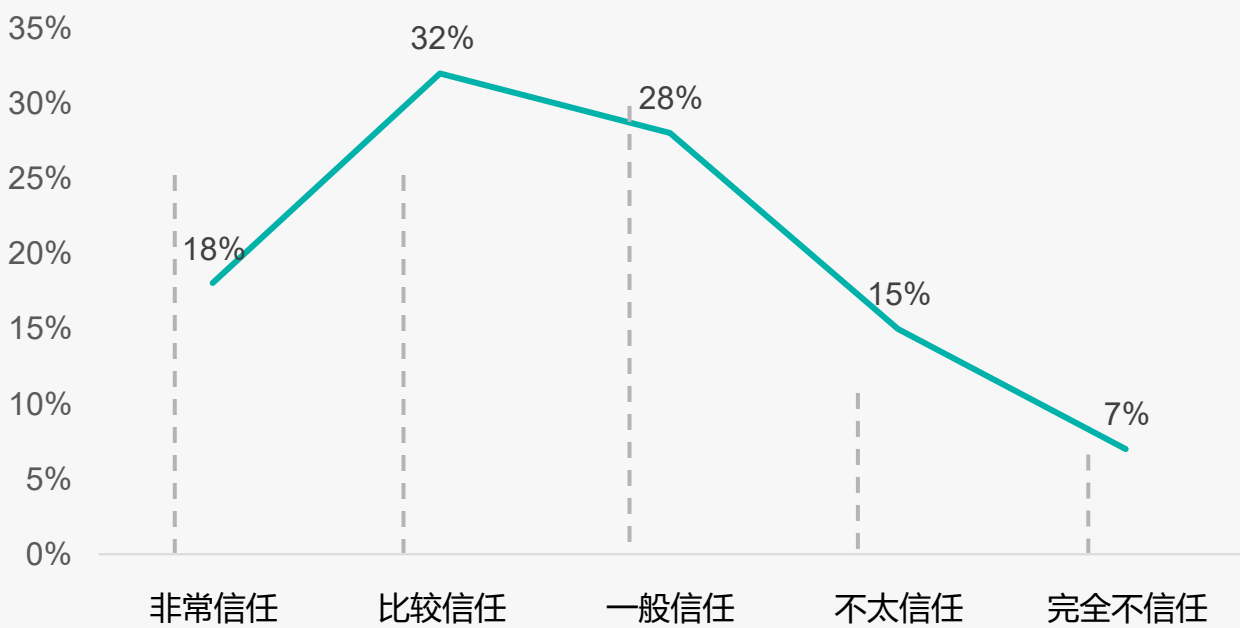
# 品牌忠诚价格敏感 信任度需提升

- ◆智能床垫消费者中，偏好特定品牌占比31%，注重性价比占比27%，显示品牌忠诚与价格敏感并存；尝试新品牌仅12%，市场对新品牌接受度较低。
- ◆品牌信任度方面，比较信任占比32%，一般信任占比28%，合计60%消费者持中立或积极态度；非常信任仅18%，品牌信任有提升空间。

2025年中国智能床垫品牌消费意愿分布



2025年中国智能床垫对品牌态度分布

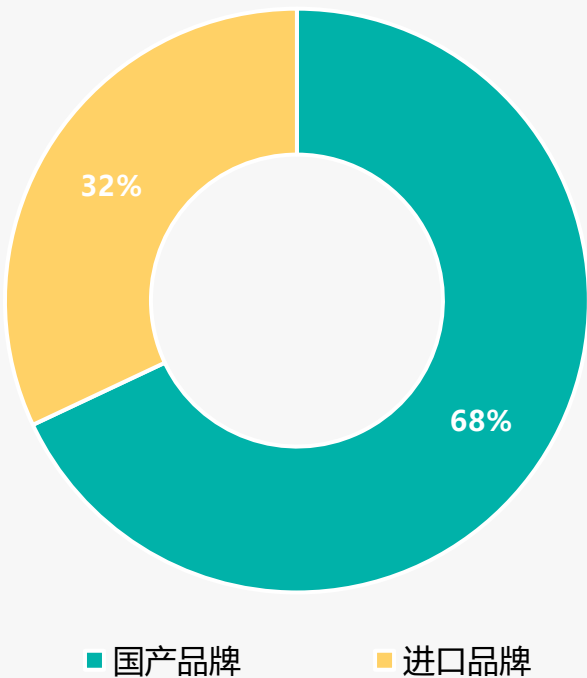


样本：智能床垫行业市场调研样本量N=1184，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

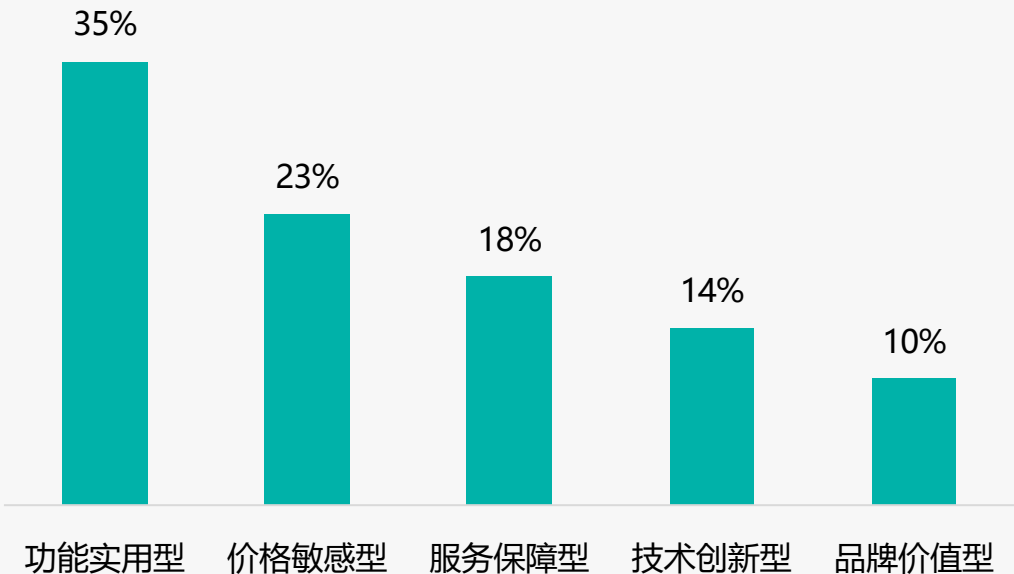
# 国产智能床垫主导市场 功能价格驱动消费

- ◆国产品牌消费占比68%，显著高于进口品牌32%。功能实用型偏好占35%，价格敏感型占23%，显示市场以实用和成本为主导。
- ◆服务保障型占18%，技术创新型占14%，品牌价值型占10%。数据表明服务和技术创新在购买决策中作用相对有限。

2025年中国智能床垫国产品牌与进口品牌消费



2025年中国智能床垫品牌偏好类型分布

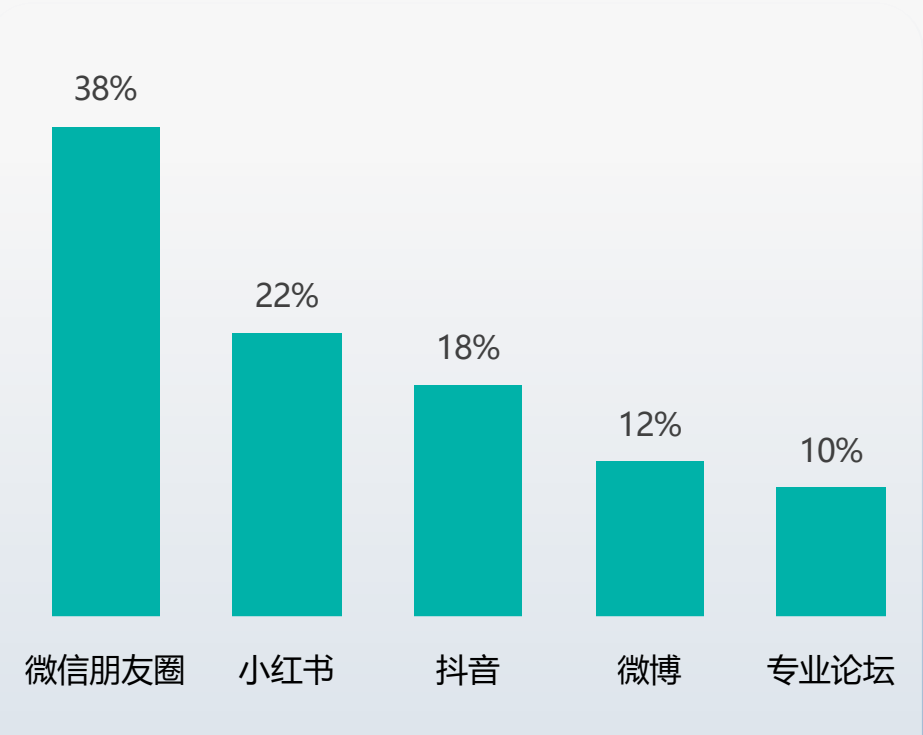


样本：智能床垫行业市场调研样本量N=1184，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 用户偏好真实体验 分享微信朋友圈

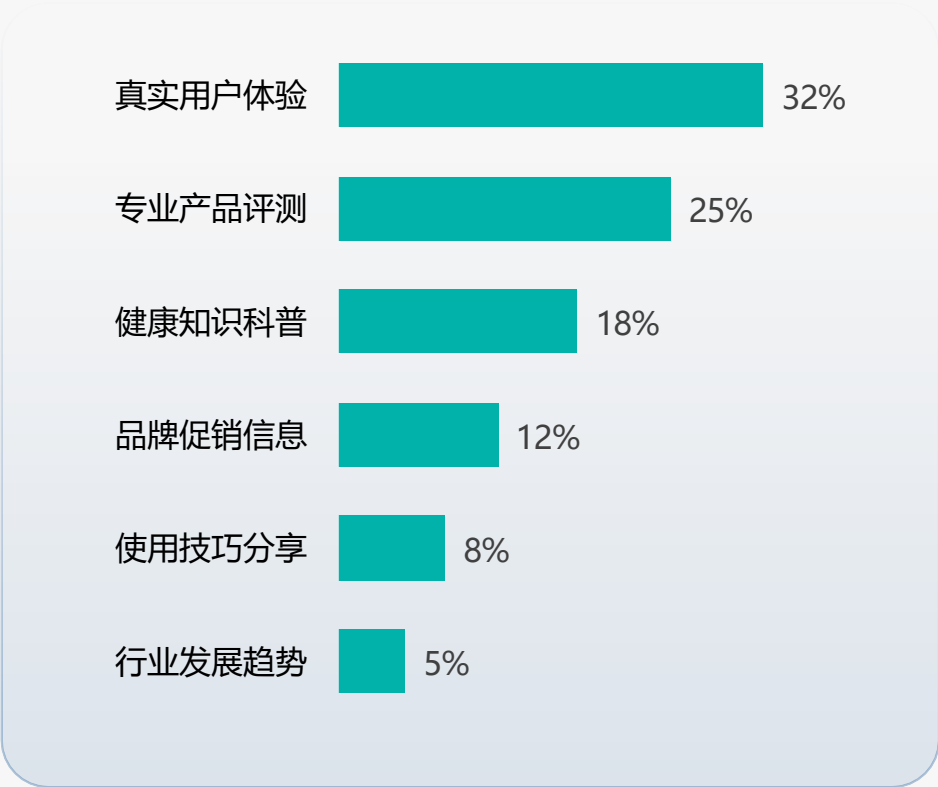
- ◆智能床垫用户社交分享集中于微信朋友圈（38%），小红书（22%）和抖音（18%），显示熟人圈和年轻平台是主要传播渠道。
- ◆内容偏好中真实用户体验（32%）和专业评测（25%）占主导，用户更信赖客观反馈，健康知识（18%）也受关注。

## 2025年中国智能床垫社交分享渠道分布



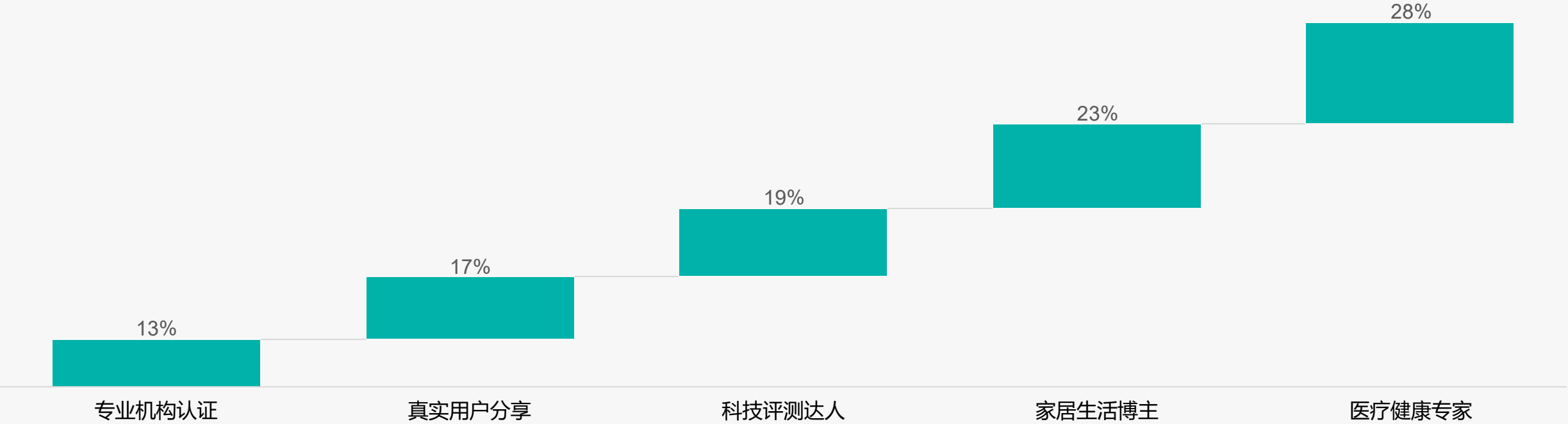
样本：智能床垫行业市场调研样本量N=1184，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

## 2025年中国智能床垫社交内容类型偏好



- ◆医疗健康专家以28%的占比成为最受信任博主类型，显著高于其他类别，反映智能床垫消费高度依赖专业健康指导。
- ◆家居生活博主和科技评测达人分别占23%和19%，表明消费者也关注产品实用性和技术性能，但健康因素仍是首要。

2025年中国智能床垫信任博主类型分布



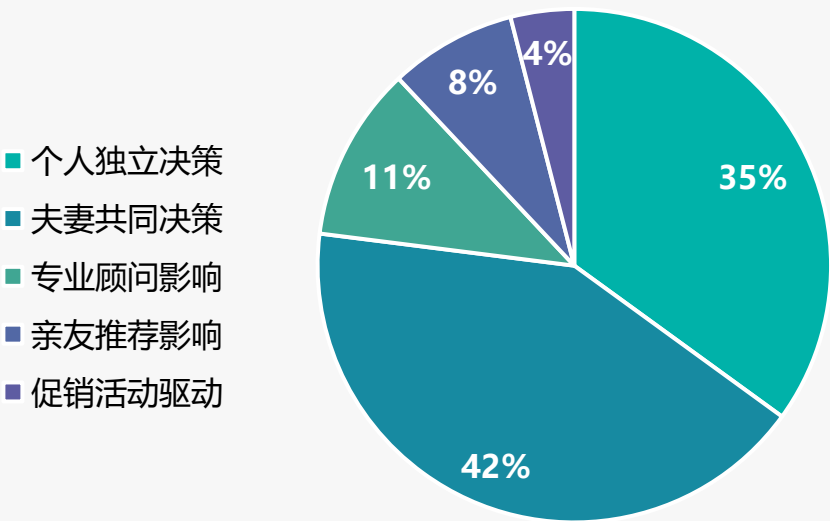
样本：智能床垫行业市场调研样本量N=1184，于2025年8月通过尚普咨询调研获得



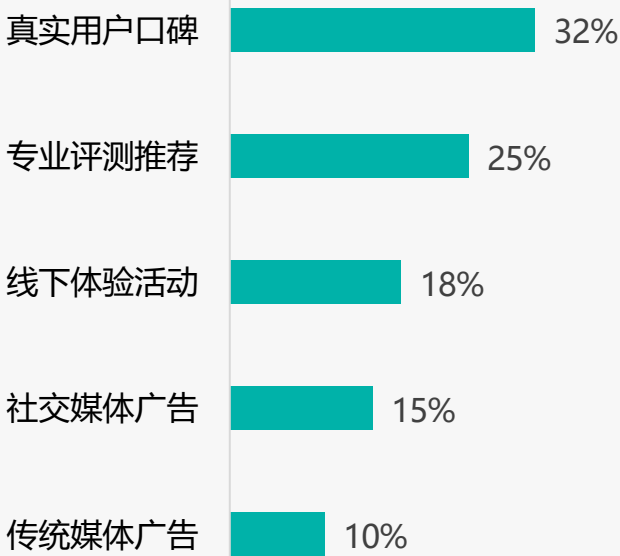
# 口碑评测主导 体验优于广告

- ◆真实用户口碑以32%的占比成为最受欢迎的广告类型，专业评测推荐占25%，显示消费者高度信赖实际体验和客观评价。
- ◆线下体验活动占18%，社交媒体和传统媒体广告分别占15%和10%，表明体验式营销重要性高于传统广告渠道。

2025年中国智能床垫消费决策类型分布



2025年中国智能床垫广告偏好类型分布

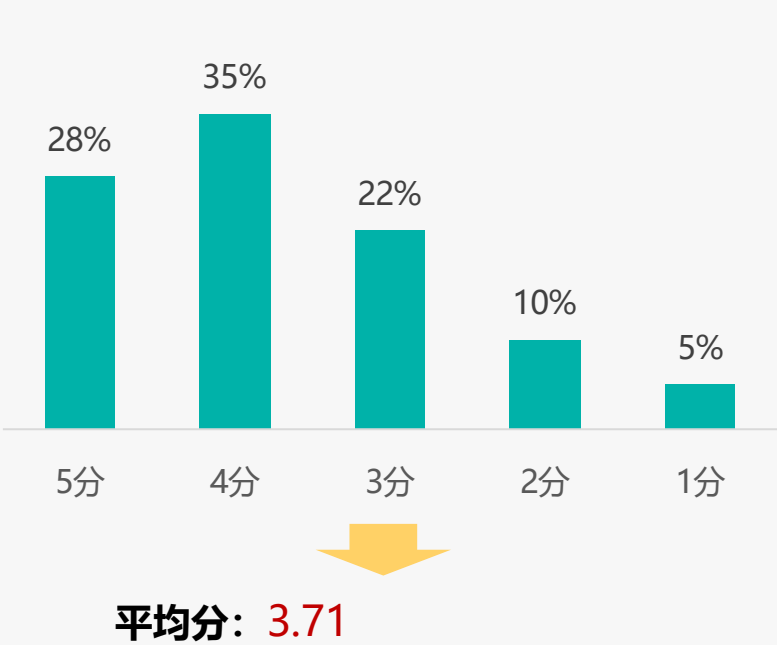


样本：智能床垫行业市场调研样本量N=1184，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

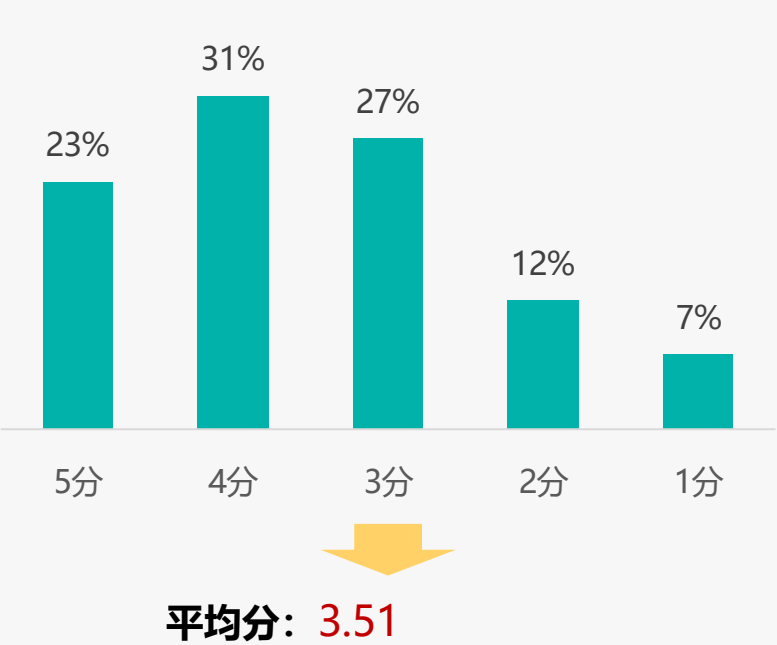
# 退货体验需优化 提升满意度

- ◆线上购买流程满意度较高，5分和4分占比分别为28%和35%，合计63%，多数消费者对购买流程认可。
- ◆退货体验满意度相对较低，5分和4分占比分别为23%和31%，合计54%，显示退货环节存在改进空间。

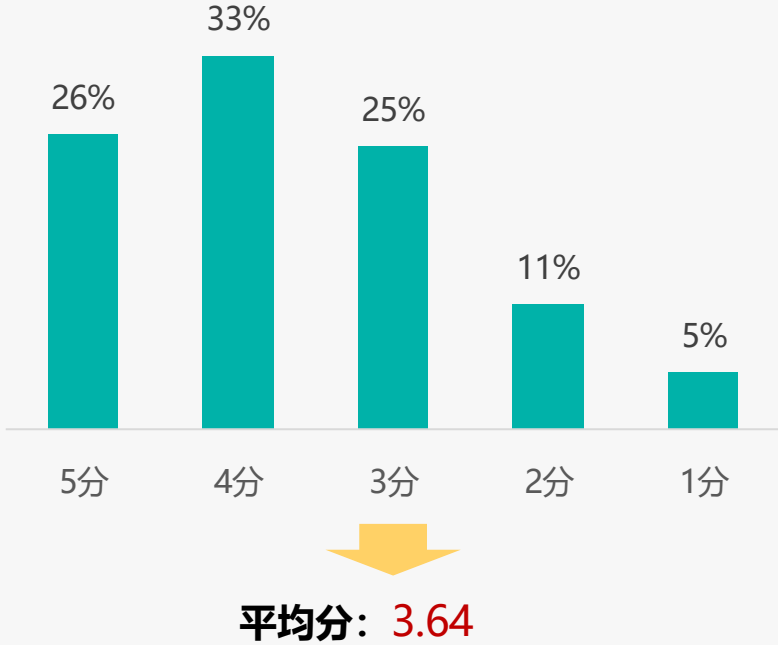
2025年中国智能床垫线上购买流程满意度



2025年中国智能床垫退货体验满意度



2025年中国智能床垫在线客服满意度

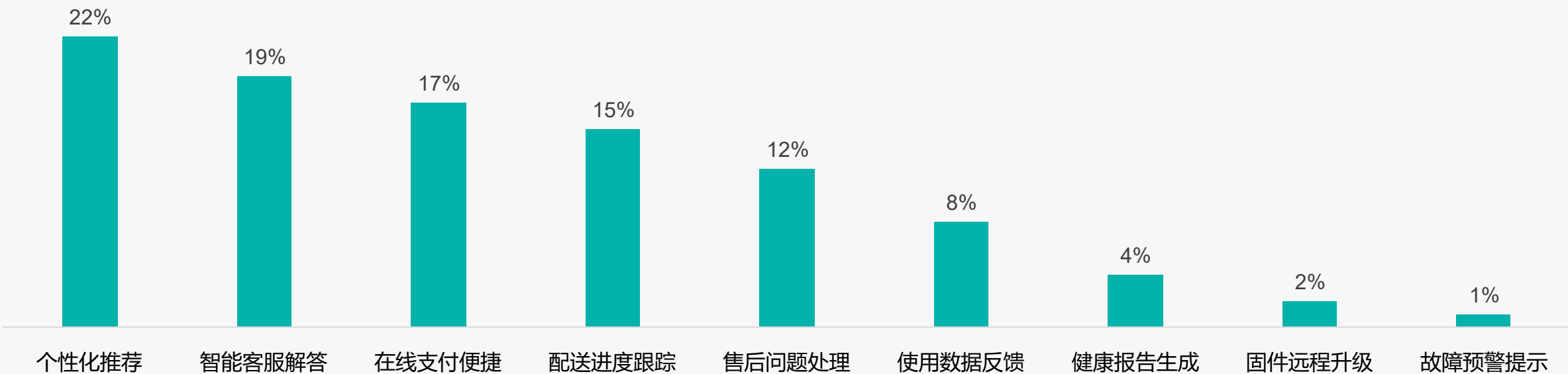


样本：智能床垫行业市场调研样本量N=1184，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

# 个性化推荐主导智能服务体验

- ◆个性化推荐以22%的占比成为消费者最关注的智能服务体验，智能客服解答和在线支付便捷分别占19%和17%，表明高效交互和支付便利是重要考量。
- ◆使用数据反馈仅占8%，健康报告生成占4%，固件远程升级占2%，故障预警提示占1%，显示消费者对数据分析和健康功能需求相对较低。

2025年中国智能床垫智能服务体验分布



样本：智能床垫行业市场调研样本量N=1184，于2025年8月通过尚普咨询调研获得

2008年，北京尚普信息咨询有限公司作为独立的商业咨询机构成立，是中国最早成立的专业市场研究公司之一。是首批取得国家统计局涉外调查许可资质的咨询机构，2022年公司正式更名为尚普咨询集团，致力于为企业战略决策提供专业解决方案。

成立以来，尚普咨询集团一直作为独立的市场研究团体为企业、政府、科研院所提供战略转型、市场进入、行业投资可行性评估、竞争对手研究、消费者研究、海外市场开拓等方面的咨询与服务。尚普咨询集团累计完成各类咨询项目20000余项。

- ☎ 010-82885719 / 021-61397134 / 0755-89696476
- 💻 <http://www.survey.shangpu-china.com>
- 🏢 北京市海淀区东升科技园三期东畔科创中心B座6层、7层
- 🏢 上海市黄浦区河南南路33号新上海城市广场18层
- 🏢 深圳市福田区海田路1039-2中国凤凰大厦2栋26层



企 业 公 众 号



企 业 抖 音 号



企 业 小 红 书 号

## 版权声明

本报告由尚普咨询集团制作，其版权归属于尚普咨询集团。未经尚普咨询集团书面许可，任何组织和个人均不得以任何形式复制、传播或输出至中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告进行的相关商业行为，都将构成对《中华人民共和国著作权法》以及其他相关法律法规和国际公约的违反。

## 免责条款

本报告所呈现的行业数据、行业动态及市场趋势预测，源自尚普咨询集团专业团队综合运用多种研究手段，如深度桌面研究、精准行业访谈、全面市场调研等精心分析所得。同时，部分素材汲取自公开渠道，并融合尚普咨询集团独家监测数据，经由尚普咨询集团先进统计预测模型运算生成；企业相关数据大多通过实地访谈采集。尚普咨询集团在信息处理过程中，竭尽全力确保信息的精确性、全面性与可信度，但受限于研究环境的复杂多变，难以做到万无一失，故不作绝对保证。

在此郑重声明，本报告中所含信息及观点，均不具备指导性建议的性质。本报告中所展示的调研数据，基于样本调研方式获取。鉴于调研样本的局限性、调研方法的特定性以及调查资料收集范围的约束，该数据仅能呈现特定调研时段及样本群体的概况，仅针对本次调研目标提供基础参考，助力市场与客户把握基本态势。受制于研究方法和数据资源的边界，本报告仅作为用户了解市场动态的辅助资料，尚普咨询集团对报告内的数据及观点，不承担任何法律责任。





# 尚普咨询集团

SHANGPU GROUP

让世界爱上中国品牌

Win The Hearts of The World With Chinese Brands