3亿睡眠障碍人群唤醒庞大助眠产业，4000亿元的市场里各色保健品、硬件产品和睡眠服务五花八门

“睡眠经济”能让人睡个好觉吗？

民生经济看点

本报记者 周怿

阅读提示

失眠发生率高企，众多失眠人群尝试助眠产品，催生出庞大的“睡眠经济”。面对日益增长的睡眠市场，行业巨头加速入局，创业者纷至沓来……各色助眠产品层出不穷，但真实功效仍受到质疑。

喷上助眠喷雾、点上香薰蜡烛、吃一颗褪黑素软糖、带好蒸汽眼罩……这是25岁的张鸣苑每天睡觉前必经的“四部曲”。

中国睡眠研究会公布的调查结果显示，中国成年人失眠发生率高达38.2%，意味着超过3亿中国人有睡眠障碍。其中，越来越多的人像张鸣苑一样，开始尝试各种助眠产品，从而催生出了一个庞大的“睡眠经济”。从枕头床品到眼罩耳塞，从药物辅助到电子助眠，睡眠产品的边界迅速拓展，并不断迈向“高端”。

为了睡个好觉，消费者愿意花多少钱？这个被失眠者唤醒的产业能否带来健康睡眠？各类助眠产品是否真实有效？近日，《工人日报》记者对此进行了采访、调查。

谁在为睡眠买单？

张鸣苑在北京国贸的一家公司工作，通常情况下，下班回到通州的家中已是晚上8点。

结束一天的工作以及完成2个小时的通勤，张鸣苑虽然很累，但总觉得只有晚上这几个小时是真正属于自己的时间，需要好好把握。“吃饭、玩手机、追剧……感觉有好多事情要做。”每天躺上床后，张鸣苑至少需要一两个小时才能入睡。

根据中国睡眠研究会公布的调查结果，在失眠人群中，以90后、95后、00后为代表的年轻人睡眠问题最为突出。69.3%的年轻人表示23点之后才会睡觉，34.8%的年轻人入睡时间很长，半小时之内很难入睡。

这些睡不着的年轻人，正是睡眠产品消费的生力军。京东大数据研究院发布的《2019-2020线上睡眠消费报告》显示，从消费数据上看，“95后”用户睡眠消费成交额增长最高，他们更多是出于提高工作和生活状态的需求进行睡眠消费。天猫数据显示，去年“双11”期间，购买进口助眠类商品的人数同比增长174%。其中，00后增长达434%。

张鸣苑算了一笔账，她每年购买助眠产品要花费3000多元。“褪黑素对我已经没有什么效果了，有时吃两颗也睡不着。”

张鸣苑所说的褪黑素是不少失眠者常用品。记者了解到，当下，助眠的概念早已突破了以往床品限制，除了褪黑素，蒸汽眼罩、助眠乳胶枕、睡觉专用耳塞、助眠喷雾等助眠产品也受到市场认可。在一些电商平台上，上述助眠产品十分热销，一些产品在预售阶段就能吸引数万人下单。

睡眠市场催生“黑科技”

面对日益增长的睡眠市场，创业者纷至沓来。天眼查数据显示，目前市场上带有“睡眠”“智能睡眠产品”“睡眠助手”这3个标签的企业共有200余家，其中，超过一半都成立于2015年之后。

与此同时，国内外不少大企业也纷纷加码睡眠市场：诺基亚宣布收购法国健康设备厂商Withings；苹果收购芬兰睡眠监测厂商Beddit；蒙牛、旺旺、娃哈哈、可口可乐等企业则纷纷推出助眠饮品……睡眠的生意越做越大。

有数据显示，今年，我国睡眠经济的市场规模将超过4000亿元，预计2030年将突破万亿元。

睡眠市场规模迅速扩大，产品更是五花八门。各类睡眠保健品、智能硬件和睡眠服务层出不穷。近来，市场上又衍生出一些睡眠科技产品，如助眠机器人、助眠仪、助眠灯等新产品。

“小孩子睡不着可以有玩具，但成年人却没有很好的产品辅助睡眠，助眠机器人能满足成年人新鲜感和灵魂的缺失感，帮助成年人很快安稳地睡下来。”在国内首先发布人工智能睡眠机器人的众德智能创始人贾相晟看来，睡眠机器人是成年人的“摇篮”。

记者注意到，近年来，睡眠产品的科技味道越来越浓，价格也越来越高。以市面上常见的助眠仪为例，价格已从100元出头至数千元乃至万元。但高昂的价格并未阻挡消费者的脚步，不少睡眠产品在各平台上的销量都已破万。

睡眠产品能让人睡好吗？

然而，各种助眠产品真的有效吗？不少人存在着疑问。

去年以来，国内多家饮料品牌陆续发售“助眠饮料”，以社交新零售方式进行推广销售。但据一些喝过助眠饮料的消费者反映，没有感觉出有多大的效果，该睡不着还是睡不着。

在助眠仪领域，一款曾颇受好评的进口助眠仪也引发了消费者的质疑。根据商家宣传，该产品使用经颅微电流刺激疗法，可以改善失眠、焦虑、抑郁。但一些消费者实际体验后表示：未发现其对入睡有什么帮助。

对此，北京高新医院研究睡眠领域的主任医生徐杰表示，市场上的一些助眠产品，如睡眠仪、睡眠喷雾、睡眠眼罩等都没有足够的临床研究证据，亦不能作为常规的辅助治疗失眠的方法。

在药物方面，记者了解到，目前临床治疗失眠的药物主要包括苯二氮卓类药物、褪黑素和具有催眠效果的抗抑郁药物。

徐杰提醒，失眠的原因复杂，包括原发性的失眠和继发性的失眠，出现失眠的问题可以选择就医。

设施果蔬供应节日市场

12月27日，在甘肃省敦煌市转渠口镇雷家墩村生态农业园区，农民在日光温室里采摘圣女果。

元旦临近，甘肃省敦煌市的农民们抢抓时机，加强温室果蔬管理生产，丰富节日市场“菜篮子”。

新华社发（张晓亮 摄）

利用疫情窗口期练好消费回流基本功

经济观察

本报记者 杜鑫

据媒体报道，自海南离岛免税新政7月1日实施以来，截至12月24日，海南4家离岛免税店总销售额（含有税）224.5亿元，同比增长226%。其中，免税销售192.3亿元，同比增长191%。离岛免税购物引导海外消费回流效果明显。

海外消费回流，政策红利的释放功不可没。7月1日起实施的海南离岛免税购物新政将免税额度由3万元提至10万元，取消单件商品8000元免税限额，大幅减少各品类商品单次购买数量限制，新增电子设备、酒类等七大类免税商品。这些放宽举措，进一步激发了国人对免税商品的消费热情。

不仅仅是海南免税店，消费回流惠及了更多商家。比如，据媒体报道，2020年，时尚高端百货商场北京SKP销售收入有望实现175亿元，同比增长15.13%，依旧保持每年双位数增长，这正是得益于高端消费的回流。

从短期来看，疫情之下，消费回流对促进经济恢复、发展有着重要作用。从长期来看，消费回流也会让经济增长的动力更足。当下，消费回流趋势向好，不过，也要清醒地认识到，由于境外游几乎停滞，人员流动受阻，有些消费可能是被动回流的。

人们也不禁会问：疫情终究会过去，消费还会回流这么快吗？部分消费会不会又去到境外？要避免消费回流成果打折扣，不妨利用疫情窗口期练好消费回流的基本功。

可以说，消费的大规模回流给了国内消费市场一个练兵的机会，可以在更大范围内观察到不同消费者的消费需求、消费体验，以便及时跟进、优化。比如，7月以来，大量消费者涌入海南免税店，订单量增加，出现了提货排队时间长、投诉处理慢等问题。对此，免税店方面通过增加经营面积、增加客服人员和提货点等一系列措施，改善购物环境和消费者购物体验。将三亚凤凰机场、海口美兰机场、海口新海港三个提货点面积由原284平方米扩建至770平方米，提货窗口从29个增加至74个。

与此同时，有关各方可以在疫情窗口期内有时间认真思考，积极总结消费回流的经验。比如，海南免税店吸引消费回流的一个重要原因是价格优势。一家投资顾问公司提供的一份数据显示，海南离岛免税经营的化妆品比日本、韩国、新加坡、法国和中国香港等主要市场平均售价优惠10%~20%，手机等电子产品比中国香港市场低12%。那么，海南的成功经验能否推广或者部分应用到其他地区？

如果消费体验很好、价格也有优势，即便游客去到了海外，消费仍然可以留在国内。比如，之前媒体报道过一些消费者在境外实体店试用产品，但是购买仍然是选择国内的跨境电商。毕竟，出去玩，大包小包拎着东西也不方便。

不过，从长远来看，吸引消费回流还是要靠过硬的产品质量。消费回流这个话题之所以热起来，一个重要的导火索就是前几年国人去海外抢马桶盖。无论消费体验如何优化、价格再低，质量仍然是人们用脚投票的核心标准。

好在，近年来，随着国产品牌的不断创新和努力，国产潮流品牌崛起的声音越来越响，“国外产品好于国产”的刻板认知在不断弱化，消费回流有了底气和可能性。疫情之下，更多消费者的目光聚焦到国内市场。这正是个练好基本功，留住他们的机会。

市场监管总局发布通知

双节期间加强重点领域价格监管

本报讯 （记者杨召奎）市场监管总局办公厅日前发布关于加强2021年元旦春节期间市场价格监管的通知。通知要求，双节期间加强旅游行业、电商平台等六大领域价格监管。

通知要求，加强旅游业价格监管。两节期间群众旅游、出行流动需求大幅提升，要切实做好旅游业价格监管，梳理各省降价景区名单和降价政策，重点查处国有景区不执行政府定价、擅自增设收费项目、变相提高门票价格、价格欺诈、不按规定明码标价、不执行优惠措施等违法违规行为。着力规范餐饮、住宿、购物、观光、娱乐、停车等环节的价格秩序，指导经营者做好明码标价、收费公示工作，严肃查处各类价格违法行为。

针对电商平台价格监管，通知指出，两节期间社区团购、外卖、网购平台等价格促销增多，要加强线上销售商品和服务的价格监管，督促经营者完善价格促销方案，依法查处虚构原价、误导性价格标示、不履行价格承诺等各类不正当价格行为。

针对防疫物资价格监管，通知指出，两节期间人群聚集，口罩、消毒液等防疫物资需求有所提升。要始终绷紧疫情防控这根弦，毫不放松防疫物资价格监管工作。加强防疫物资市场巡查检查，坚决制止捏造散布涨价信息、哄抬价格等行为，维护防疫物资价格稳定，做好防疫物资保供稳价工作。

冰雪文旅节助力冬季旅游

12月27日，在娅豪国际滑雪场内，小朋友在学习滑雪。

当日，宁夏固原·泾源第二届冰雪文化体育旅游节在泾源县娅豪国际滑雪场开幕。本届冰雪文化旅游节以“欢乐冰雪 健康泾源”为主题，通过举办内容丰富的冰雪系列活动，推动当地冬季文化旅游产业发展。

新华社记者 唐如峰 摄

曾经“一天三顿饭，顿顿靠煤炭”，如今打起水电、光热等绿色能源牌

云南华坪去“黑”增“绿”闯出转型路

绿水青山就是金山银山

本报记者 黄榆

地处云南省西北部金沙江北岸的华坪县，是全国100个重点产煤县之一，曾经“一天三顿饭，顿顿靠煤炭”，生态环境受到重创。

近年来，华坪产业从“黑色经济”向“绿色经济”转型，将绿色融入发展的各方面、全过程，形成了“产业效应、生态效应、民生效应”三位一体的良性循环，逐步闯出了一条绿色转型高质量发展之路。

“一煤独大”欠下生态环境账

华坪县总面积2200平方公里，含煤面积约为1500平方公里~1800平方公里，拥有煤炭资源可利用储量1.2亿吨，远景储量3亿吨，现保有可采储量约8800万吨。因分布零散、大小悬殊，全县4乡4镇皆有煤田，煤炭工业也一度成为华坪县的支柱产业。

数据显示，2013年产煤高峰期，华坪县原煤产量达740万吨，财政总收入13.3亿元中70%以上源自煤炭产业。

今年66岁的荣将镇龙头村村民刘宗顺对此记忆犹新。刘宗顺常年在采煤区山上种树，那时候挖的树坑里面浸出的全是脏水，牛羊都不喝。山坡树少、风大、空气热，吹来的粉尘漫天飞舞，连眼睛都睁不开。

曾经“一煤独大”的“黑色经济”衍生出一系列环境和生态问题，矿区环境恶化，水源枯竭、地表植被破坏、地质灾害隐患等问题凸显，矿区群众生产生活条件不断下降。

“黑色能源”变“绿色能源”

“黑色经济”欠下的生态环境账，日益成为华坪县发展的短板和掣肘。随着国家对煤炭产业政策的调整，自2014年4月起，华坪县9万吨/年及以下的煤矿全部停产整顿。

经过整治，华坪县矿井从82对关闭退出到13对，减少84%，退出产能366万吨，原煤生产从2016年的248万吨下降到2019年的48万吨，下降80%。煤炭产业实现规模以上工业总产值从2016年的13.2亿元下降到2019年的2.9亿元。

通过不断探索实践，华坪闯出了一条“矿业转型、矿山转绿、矿企转行、矿工转岗”的“四转”新模式，实现了生态环境修复、环境质量提升和群众增收致富的良性循环。

同时，华坪依托金沙江丰富的水电、矿产、光热等资源以及区位优势，在打绿色能源牌上持续发力，推动产业转型升级，培育新动能，建设全省清洁载能产业示范基地。

随着生态环境质量的持续改善，曾经的生态短板已转变为新的发展优势。立足温度、湿度、海拔等方面的资源优势，近年来，华坪县打造美丽县城、美丽乡村，主动融入大香格里拉生态文化旅游经济圈、大力发展康养旅游产业的底气更足。2019年上半年，全县共接待游客81.7万人，实现旅游收入7.2亿元。

芒果飘香果农笑

当别的地方芒果几乎已经下市的时候，此时，在华坪却依旧能够吃到新鲜的芒果。从每年2月第一次绽放吐蕊，到11~12月才成熟收获，独特的地理和气候条件，造就了这错时错季的“舌尖美味”。因为晚熟，芒果身价倍增，成了名副其实的“致富果”。

据华坪县农业农村局副局长李朝刚介绍，2013年12月，华坪芒果被原国家质检总局列为国家地理标志保护产品。2019年，华坪县芒果种植面积已达37.8万亩，居全国第三，云南第一。芒果产量31万吨，产值22.8亿元，加工产值35.4亿元，从事芒果产业农户数达到13762户，与新型经营主体建立利益联结机制农户12600户。

今年71岁的临江村村民王道相是当地的种芒果大户，就在不久前，他家的最后一批芒果刚刚被采摘完。金沙江边上，王道相家气派的小楼格外挺拔。他介绍说，在没种芒果之前，这里到处都是荒山，每逢雨季，雨水会毫不留情地将没有任何保土措施的荒山黄泥冲刷进江水。在王道相的记忆中，那时的江水，从来就没有清澈过。

“今年，我家种植的芒果实际收入已经超过160万元，净利润有八九十万元。”王道相说，“江边植被变好，雨季入江沙量大大减少，江水不浑了，村庄变美、村民变富，大家从实践中慢慢悟出了一个道理：种芒果树不仅让村民增收致富，还能保护金沙江。环境好了，大家生活才能更好。”

更多精彩内容请扫描二维码

中广核阳江40万千瓦海上风电项目投产运行

本报讯 （记者刘友婷 通讯员蔡鹏飞）近日，中广核新能源广东阳江南鹏岛40万千瓦海上风电项目实现73台风机全容量投产运行。该项目年上网电量达10.15亿千瓦时，可节约标煤31.15万吨，减少二氧化碳排放82.88万吨。

阳江南鹏岛海上风电项目位于广东省阳江市东平镇南侧、海陵岛东南侧海域，是国内首个单体大容量在运海上风电项目。

按计划，到2030年，我国风电、太阳能发电总装机容量将达到12亿千瓦以上，目前风电、光伏并网装机距此还有近7.5亿千瓦的差额，推动风电和光伏加速发展，将成为我国实现能源结构调整的关键，海上风电建设也将迎来广阔前景。

宿迁苏宿工业园区民意“直通车”化解百姓麻烦事

本报讯 “小区负一楼非机动车停车库设计不合理，推车下去非常不方便，建议在小区地面上建设停车棚”“小区经常有车辆占用消防通道情况，希望能加强管理”……这是江苏省宿迁市苏宿工业园区最近一次“社情民意联系日”活动现场的一幕。面对园区相关负责人，居民代表们道出了“烦心事”。

据悉，从2014年6月起，苏宿工业园区就定期开展“社情民意联系日”活动。每个“社情民意联系日”当天，园区党工委领导便走出办公室，与居民代表、社区党员代表、小区开发商代表和物业公司代表面对面交流，听民声、解难题。为确保群众诉求“件件有落实，事事有回音”，该园区还建立了“社情民意周报”机制，并交办相关职能部门限时办理。 （陈雪 姬肖肖）