

睡眠产业将成为健康消费领域新的经济增长点

潜力巨大的睡眠市场正在被撬动

本报记者 李国

家住重庆水晶郦城的曹先生,是某外企高管,妻子都在国外生活,最大的烦心事就是睡不好。“我最近下载了一款陪玩APP,下单后,通过微信、QQ语音、电话等与哄睡师连麦沟通,价格在百元左右,效果蛮不错。最近一段时间睡眠好多了。”他说。

“以前门诊很少见到年轻群体的失眠病例,最近几年来看病的高中生、初中生屡见不鲜。”3月27日,重庆医科大学附属一院睡眠病房张丽医生告诉记者。

当一夜好眠成了奢侈品,潜力巨大的睡眠市场也就应运而生。数据显示,2020年,与睡眠相关的保健品销售量同比增长超过了50%。预计今年,我国睡眠产业的市场规模将达到4000多亿元,2030年将突破万亿元。

3亿人存在睡眠障碍

人的一生有三分之一的时间在睡眠中度过,睡眠是人们与生俱来的正常生理功能。然而,对于现代人来说,由于工作压力、不良的生活习惯、生物节律紊乱等因素,很容易导致睡眠质量下降甚至失眠,想要睡好就成了奢望。

“吃饭、刷微博、看视频、听音乐……下班后感觉有好多事要做。”曹先生说,每天躺上床,至少要过一两个小时才能入睡,白天犯困的时候睡不着,晚上该休息的时候很清醒已然成了生活的常态。

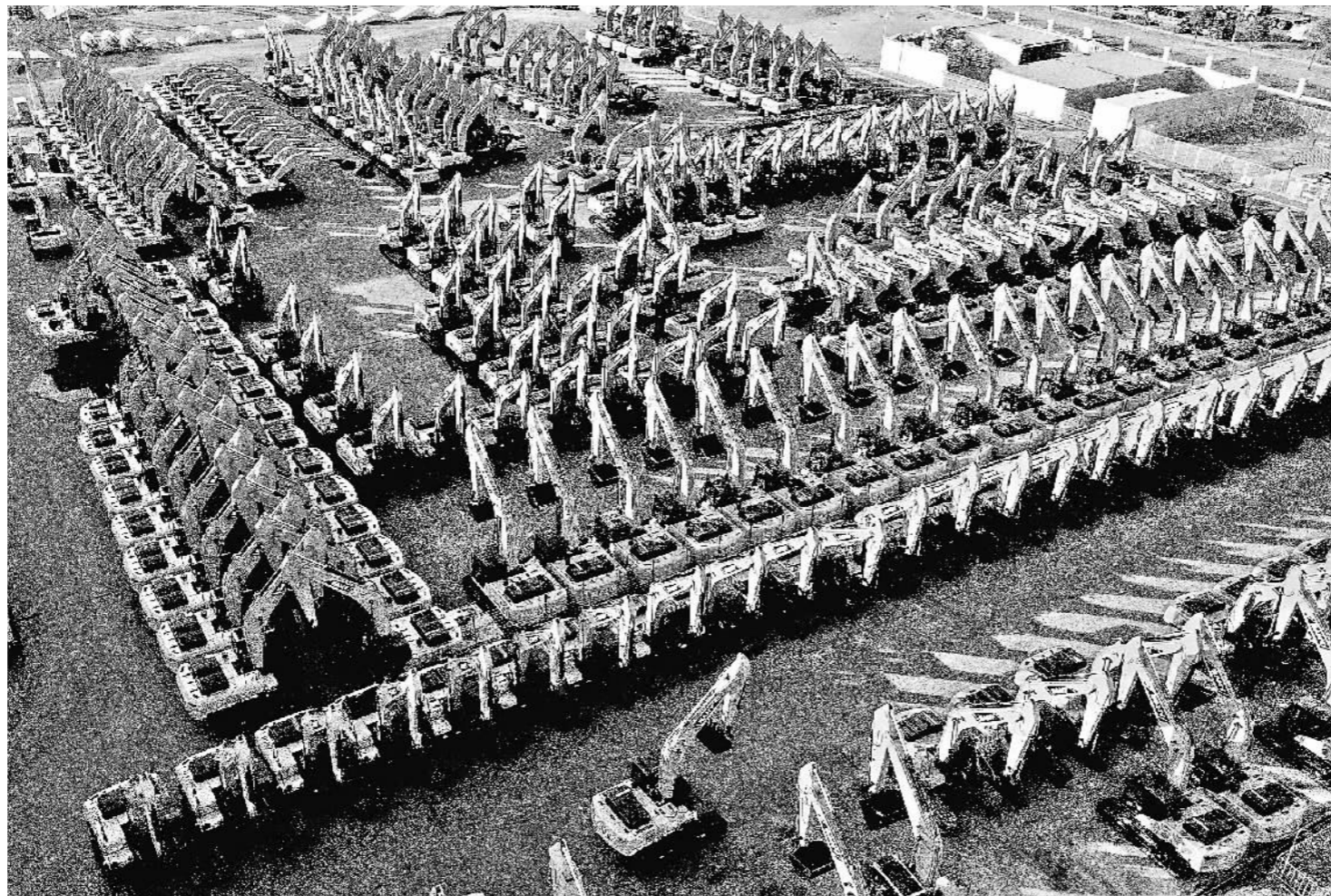
曹先生告诉记者,Yami、Soul等社交软件也对用户开放哄睡服务,连麦的价格从每小时几十元到几百元不等。哄睡师会用很轻柔的声音与顾客交流,然后利用诸如棉棒、扑克牌、塑料纸等工具,模拟出洗头、采耳、按摩、化妆等让人听了放松和愉悦的声音,陪伴你入睡。

基建“晴雨表” 挖掘机量价齐升

据中国工程机械工业协会数据,2月挖掘机销量为2.83万台,同比增长205%。3月是挖掘机销售旺季。据界面数据统计,2018年至2020年,每年3月都是挖掘机卖得最多的月份。东吴证券预计,今年3月挖掘机销量或突破6万台,刷新月度销量历史新高。此前,2020年全年挖掘机销量已创历史新高,达32.8万台。

挖掘机代理商纷纷要求涨价。据不完全统计,2月以来,已经有10家挖掘机代理商发出调价通知书,涨价金额在0.5万元至3万元不等。天眼查数据显示,我国目前有近4.2万家挖掘机相关企业。从注册时间来看,六成的挖掘机相关企业成立于5年内。近5年,挖掘机相关企业总量不断增加。其中,挖掘机相关企业在2019年增速约26%,为5年内最高,相关企业注册量为历年最多,超1万家。

苏筱舟摄/视觉中国



作为战略性新材料的组成部分,已经成为我国工业体系中最具活力的领域之一

产业用纺织品进入快速发展期

本报记者 徐满

《2021年产业用纺织品行业的开局与前瞻——行业春季调研报告》数据显示,今年1~2月,由于防疫物资需求延续,行业整体的运行情况要优于往年同期水平。受访企业对前2个月经营状况满意度较高,一半以上企业经营情况良好,当前订单量较往年有所增加。超过1/3受访企业表示有相对稳定、持续的订单来源,近1/5企业的订单可以支持3个月以内的生产。

2020年,我国产业用纺织品行业受全球防疫物资需求推动,生产、销售、出口以及投资大幅度增长,行业经济效益明显改善。

发展空间巨大

产业用纺织品是指经过专门设计、具有工程结构特点的纺织品,具有技术含量高、产品附加值高、劳动生产率高、产业渗透面广等特点,广泛应用于医疗卫生、环境保护、交通运输、航空航天、新能源等诸多领域,与人们的生活、生产息息相关。农业用纺织品、建筑用纺织品、医疗与卫生用纺织品、包装用纺织品、安全与防护用纺织品、文体与休闲用纺织品等等,都属于产业化纺织品。

中国的睡眠市场是个尚未充分开发、格局未定的产业新蓝海。数据显示,2020年,与睡眠相关的保健品销售量同比增长超过了50%。预计今年,我国睡眠产业的市场规模将达到4000多亿元,2030年将突破万亿元。

阅读提示

“就算有副作用也要吃,总比睡不着好。”重庆某机关公务员刘女士说,本不想依赖褪黑素睡觉,然而每天晚上在床上躺了一个多小时都没睡着,只好拿出来吃两颗。

“白天靠冰美式清醒,晚上靠褪黑素睡觉”,已然成为一些职场人的生活常态。电商平台数据显示,90后购买进口助眠类商品人数占总消费人数的62%,褪黑素类产品90后消费占比85%。90后购买助眠产品的比例超过了其他年龄群体的总和。

《2021年中国睡眠指数报告》指出,2020年国民的平均睡眠时长为6.92小时,经常失眠的人群占比增长至36.1%,其中年轻人的睡眠问题更为突出,有69.3%的“90后”会在23:00之后入睡,当下中国有超3亿人存在睡眠障碍。

睡眠经济方兴未艾

越来越多的失眠群体拉动了助眠类产品的消费,消费者的购买清单里除了眼罩、隔音耳塞、枕头等传统睡眠类产品以外,还出现了助眠喷雾、香薰灯等科技类产品。渐成规模的睡眠经济正在逐渐掀起阵阵资本浪潮,撬动一个潜力巨大的万亿级市场。

世界卫生组织把“睡得香”作为重要的健康指标之一。“更多人愿意为睡眠消费的背后,是人们对睡眠健康的重视程度进一步提升。”中国睡眠研究会常务理事张斌说。

彭先生在重庆一家企业上班,他说:“算了一下,我每年购买助眠产品要花2000多元,褪黑素是失眠患者的常用用品,一瓶120元左右的褪黑素够吃2个月,一年褪黑素费用

就是700余元。”彭先生说,除了褪黑素,自己还买安神催眠贴、酸枣仁百合茯苓茶、檀香等助眠产品。

记者发现,在资本市场,2016~2017年间睡眠行业曾出现一个融资小高峰,京东、罗莱家纺、喜马拉雅网络等企业,都以投资的方式,布局睡眠行业。在消费品市场,蒙牛、旺旺、娃哈哈、可口可乐等企业也纷纷推出助眠饮品,三星、科大讯飞、亚马逊、苹果等科技公司先后推出睡眠监测手表、手环等仪器,试图在睡眠行业分一杯羹。

根据淘宝数据显示,睡眠喷雾、保健枕头、蒸汽眼罩是淘宝年度最受欢迎的三大助眠神器,除了传统助眠产品,睡眠需求的爆发也带动了细分市场的崛起,诸如智能睡眠仪、抗菌防螨被、玻尿酸美颜枕等各种“黑科技”的涌现,也大大拓展了“睡眠经济”背后的想象力。

天眼查数据显示,目前,我国有2400多家睡眠相关企业。近5年我国睡眠相关企业注册数量明显上涨,62%的相关企业成立于5年内。其中,2018年,我国睡眠相关企业年注册量达到顶峰,新增560多家睡眠相关企业;2020年,新增470多家,同比上涨23%。

睡眠产品需要创新升级

随着人们对健康睡眠的需求越来越迫切,各类助眠产品也随之出现,从助眠APP到智能助眠眼罩,从助眠手环到睡眠喷雾,还有各类助眠床品、助眠食物、五花八门。失眠人群不惜砸钱试错,只为买到一夜好眠。

然而,睡眠质量没有明确统一的评判标准,效果是无法衡量的,如果用户不能直观看出使用产品后的改善,就难以从根本上解决失眠群体的痛点。且市面上的大多数助眠产品,都缺乏行业的标准规范,不过是商家用噱头概念炒作,消费者图新鲜买安慰而已。

张丽医生表示,长期睡眠不足,身体会变得不堪一击,高血压、糖尿病和抑郁症等患病风险直线上升。睡眠不足,无法抵挡病毒的侵袭,维护体内免疫系统稳定的能力就会下降,要想不生病,那就通过充足的睡眠来提高免疫力。

《2021运动与睡眠白皮书》也提到,喜欢运动的人群失眠困扰比例仅为10%,相较于有失眠困扰的成年人比例低了近28个百分点。

需求的旺盛和有效供给的不足,可以说是睡眠市场不容忽视的现状。近年来,一些企业在攻关核心技术上持续加大投入,把现代尖端科技运用到睡眠产品的创新升级上,与高校、科研院所建立产学研合作,加快科技成果转化,提升产品的核心竞争力,这些无疑是发展“睡眠经济”的有益探索。阿里巴巴集团副总裁刘松表示,睡眠技术可能是智能手机之后,大家一直在寻找的下一个最大的智能硬件风口。

“中国的睡眠市场仍然是个尚未充分开发、格局未定的产业新蓝海。”全国卫生产业企业管理协会睡眠产业分会执行会长汪光亮认为,“随着消费者对提升高质量睡眠的诉求越来越清晰,以及传统家纺的产业化升级、睡眠医学及智能技术的跨界融合,睡眠产业将成为中国健康消费领域新的经济增长点。”



更多精彩内容 请扫二维码

市场观潮

本报记者 赵昂

随着95后乃至00后网民比例的增加,加之这一群体消费能力不断上升,虚拟偶像市场正在不断扩大。

所谓虚拟偶像,是通过绘画、动画、CG等形式制作,在互联网等虚拟场景或通过投影在现实场景进行各类活动,但本身并不以实体形式存在的人物形象。登上今年央视春晚的洛天依,就是虚拟偶像,其不仅是国内最早实现盈利的虚拟歌手,而且还拥有庞大的粉丝群体“锦卫卫”,商业价值可想而知。

天眼查数据显示,我国从事虚拟偶像相关业务的企业主要分布在广州、北京和上海。从注册时间上看,我国近6成的相关企业成立于近5年。事实上,随着虚拟偶像的商业价值不断提升,制造虚拟偶像的已经不仅仅是爱好者群体或是文化产业公司了,一些大型企业也开始开发自己的虚拟偶像,作为自身形象代言圈粉,并活跃于线上和线下的各类商业活动。

用虚拟偶像替代过去的各类明星代言人,前者的优势是显而易见的,不仅年轻的消费群体喜欢,而且虚拟偶像不需要通告费,可以24小时在线且分身无数,各类线上线下商业活动均不会出现纰漏。还有一点最为关键,实体偶像因为个人问题影响商业活动的情况不时出现,从口无遮拦到生活作风不一而足,这些都是以让代言商损失惨重,相比之下,虚拟偶像不存在这方面的任何风险,便于管理。

那么,未来会不会出现虚拟偶像在商业活动中完全取代明星的情况呢?从目前来看,虚拟偶像的瓶颈还是不小的。许多企业选择虚拟偶像,是为了节约成本,但真要想培养出来有影响力的虚拟偶像,需要注入的各方面资源依然是巨大的,甚至不弱于从零开始打造一个实体偶像,这与实体明星代言“自带流量”是截然不同的。

同样是成本问题,实体偶像进行商业活动时,可以利用自己既往的形象和作品来辅助传播,不论是影视剧还是音乐,不存在知识产权问题。虚拟偶像则不同,如果缺乏自主知识产权,缺乏原创文化产品,那么一旦跨界传播,在各类商业活动中引用内容、使用音视频时,很容易出现知识产权问题,动辄得咎。

其实,这一类情况已经在虚拟偶像的发源地日本出现,也使得虚拟偶像的使用越来越面临局限性。想做大,就需要大成本投入,打造原创的作品,而且这些作品能否受目标消费群体欢迎具有不确定性,不愿意投入成本,就容易画地为牢,聊胜于无。

换言之,想用好虚拟偶像,打开90后乃至00后市场,不只是推出一个虚拟偶像那么简单,需要开发其线上线下完整的产业链条,使其具有完整的知识产权,且能够在市场运作中取得盈利效果,其IP还要随着消费群体的变化而不断更新。而这,就不只是投入成本那么简单了。

西宁推行科技创新券激发创新活力

本报讯(记者邢生祥)近日,西宁市科技奖补资金专用创新券管理《实施细则》出台,西宁市首次推行科技创新券,对西宁市产学研合作研发平台、产学研中试孵化平台、科技成果创业孵化基地等创新主体给予支持。这将有效激发西宁科技型企业的创新活力,并降低企业的创新成本。

据介绍,科技创新券是由西宁市科技部门通过对培育和认定的产学研合作研发平台、产学研中试孵化平台、科技成果创业孵化基地等创新主体进行的奖补类别和奖补额度,发放并用于创新主体购买科技服务及自主开展研发活动的记录凭证。创新券兑付资金来源为市级财政科技专项资金,采取事后补助、据实兑付形式发放。

“以创新券方式兑现科技奖补资金,改变传统的科技奖补管理模式,改变原来事前补助、事后审计方式,实行事后补助、据实兑付方式发放科技奖补资金。”西宁市科技局相关负责人表示,今年,西宁市拟对2020年新认定的36家国家高新技术企业、1家国家科技企业孵化器、10家市级企业研发中心、18家市级科技企业发放科技创新券总额达到1480万元的创新券,支持创新主体开展和购买新产品、新技术研发、检测、设计等技术服务。

长沙地铁6号线终点区间右线贯通

本报讯(记者刘静 通讯员邓昆合)3月28日下午,连接长沙黄花国际机场与长沙市区的地铁6号线木马墩站—黄花机场西站盾构区间右线顺利贯通,意味着由长沙市区直通“中南空中门户”黄花机场的目标又迈进重要一步。

据承建方中铁十六局集团有关人士介绍,自开工以来,其技术人员针对施工区间前期迁改多、作业区域广、工期时间紧等施工难题,组织技术攻关。引入BIM技术,实现复杂节点可视化交底和工程量数字化计算,应用龙门吊钢管柱+型钢梁基础形式、渣土钢板桩围护技术,创造了长沙地铁6号线东段贯通期间最早复工复产、最早盾构机井始发、最早区间双线贯通的“三最”纪录。针对盾构施工过程中各种难题,技术人员及时变更施工方案,创新在全线采用盾构土减水化技术,刷新了长沙地铁盾构施工单区间月进尺477米的新纪录。据悉,长沙地铁6号线是加强长沙市“一主两次”跨江联系,引导城市东西向拓展的骨干线路。建成后,将成为长沙市唯一一条可直达黄花国际机场航站楼的地铁线路。

企业制定42项措施确保实现增效目标

本报讯(记者邹明强 通讯员张爱红)中国石化湖北化肥公司日前印发2021年攻坚创效工作实施方案,明确通过42项措施,实现4879万元创效目标。紧盯优化运行、技术改造、优化经营、增收节支和盘活资产5个方面,推动一切工作向价值创造聚焦。通过加强工艺、设备等专业管理,抓能耗达标,做好大修过程控制,落实“5S”管理、“三标”建设等措施,提高设备本质安全,着力提升生产水平。

在优化经营上,紧盯市场,在供应端大力降低成本,做好煤炭采购、物资供应和仓储管理。例如,在增收节支上,提出持续削减污染物排放总量,在资源化、减量化上下功夫,规范固废收集处置增效;合理利用政策降低费用;通过优化流程、方案等措施减少费用发生。在技术改造上,重点抓好中水回用、省煤器和动力炉磨球小技改优化改造,发挥技改效益。为确保攻坚创效措施落到实处,公司梳理10项重点跟踪项目,每月由主管部门在提质增效系统填报项目进展、取得成效及下一步措施。