



买床垫治失眠，一想到花了5万多，更睡不着了 治疗失眠 真的需要这么多“外挂”吗

床上的“奢侈品”

“70后”王辰没想过，自己有一天会成为“枕头迷”。7年前，他因颈椎和腰椎问题开始失眠，入睡困难，经常惊醒，时间长了甚至被诊断出抑郁症状。

他一边看西医和中医门诊，一边为自己寻找合适的枕头和床垫。折腾下来，他换过3个床垫，二三十款枕头。

但他陷入了“选择焦虑”，市面上有试不完的枕头，高度上有低枕、中枕和高枕；软硬程度上，则有羽绒、记忆棉、乳胶、荞麦和新材料的枕头。不同品牌都讲着自己的故事，强调不同的附加功能。“只有买来睡几天，才知道合不合适。”

王辰买过最贵的枕头，是一个约1700元的泰国乳胶枕，在门店试睡了半小时觉得特别舒服，买到家里后，很快就失灵了。

王辰也买过四五种来自不同酒店的枕头。最著名的是亚朵酒店，旗下零售业务推出的深睡枕自2023

年起成为市占率第一。王辰在酒店睡得很舒服，买回家

一段时间后，发现又失灵了。直到大半年后，有朋友送了他一款不明品

牌的便宜枕头，出乎意料地帮他安睡了。他就像抓住了救命稻草，只要出门在外，都要专

门带上自己的枕头。

选择床垫也经历了反复折腾。起初，疼痛剧烈时，王辰一度躺到地板上睡，自己垫上各种东西都没用。他先后换了偏硬的椰棕床垫、一面硬一面软的双面床垫、软硬适中的床垫，价格均在两三千

元。因此，抓住消费者心理的商家能把枕头和床垫等大众最熟悉的消费品，从平价品打造成为网红、轻奢、大牌奢侈品级别的商品。

相比枕头，床垫的定价也更具有“奢侈品”的倾向。例如，慕思、喜临门、泰普尔-丝涟等在去年推出的智能床垫，售价在4.9万~6.3万元不等。

据智研咨询数据，2015~2023年，我国智能床垫需求量从

9.3万个增至149.5万个，年复合增速超40%。不过，《2025AI时代健康睡眠白皮书》指出，现有智能床垫的功能以被动监测为主，较少具备主动调节功能，并不能较好地满足消费者改善睡眠的需要。

“黑科技”不能轻信

严梦在阅读网络文章时看到了国际上有治疗失眠的“CES疗法”，就在淘宝上搜索相关商品，用100元左右的价格购买了一个手握式的助眠仪。当时，她喜欢看小说熬夜，容易情绪亢奋，导致睡不着。

助眠仪的详情页显示，产品“通过微电流刺激大脑皮层神经递质，能调节情绪、促进睡眠”。买来以后，她觉得这个小仪器挺有效，能舒缓肌肉、分散注意力，“大约10分钟，数着数就睡着了”。一个月后，她就觉得没用了，转而尝试在睡前听书，发现听一个小时也能睡着，这个小仪器就一直闲置了。

记者向斯坦福大学神经心理学副研究员李羽彤求证。她表示，CES（经颅微电流刺激疗法）的作用原理是通过耳夹电极向大脑传递微安级电流，调节脑电波和神经递质分泌，从而改善情绪与睡眠。根据相关论文，治疗时间为每天20分钟，疗程为数周。CES疗法已获FDA（美国食品药品监督管理局）批准，可用于治疗焦虑、抑郁和失眠。

她强调，家用设备的疗效强度并不能与医用设备相比。医用设备采用rTMS（重复经颅磁刺激技术），适用于中重度抑郁的患者，疗效显著，由医生专业操作。但采用CES疗法的家用设备仅适合轻中度症状，疗效较缓和。

安达是国内西部某医学院校的一名教授，她表示，家用设备宣传中的“有效改善”和“临床显著疗效”，对于消费者存在概念性的认知误差。导致睡眠障碍的病因存在差异性，部分长期存在睡眠障碍的消费者选择使用家用设备的同时，往往也会采取其他助眠干预方式来改善身心状况。因此，消费者可能会在购买初期认为仪器“有效”，但改善睡眠效果的稳定性不足。而一台能够被认证为具备“显著助眠疗效”的仪器，需要通过扩大使用者的样本量以及临床检测数据来验证其指标的有效性。

安达建议，如果消费者面临综合性的睡眠障碍，自行选择家用设备去调控睡眠的效果往往不理想，甚至拖延病情，应尽快前往医院的睡眠专科进行评估和诊疗。

卖给年轻人的“保健品”

睡眠问题已不是中老年人的“专利”，越来越多的年轻人甚至青少年正因学业压力、电子产品依赖等加入“失眠大军”，成为消费主力军。据《2024中国居民睡眠健康白

智能助眠仪
受访者供图

皮书》，“00后”和“90后”的主要困扰在于入睡困难；56%的被调查大学生每天使用手机超过8小时，有52%在0点后入睡，19%在凌晨2点后入睡。

“00后”杨静前段时间受情绪问题影响，她有人入睡困难、中途易醒等问题，会使用眼罩、耳塞和药物。刷微博时杨静关注的一名生活类博主“带货”了这款重力眼罩。“我最近用了，从来没睡得这么深。想和他们谈合作，过几天我发一个促销活动，大家一起下单。”听到这样的叙述，杨静觉得这不是推广，花159元买了一个。

产品详情页显示，这是一种“深度触觉压力法”，通过科学配比250克重力珠，利用按压包裹作用帮助更好地睡眠。“戴上它，一觉睡到自然醒！”广告语写道。

杨静没多想，收货后迫不及待地试戴了一晚。尽管只感受到面部压力，没觉得入睡有明显改善，中途还是会醒来，眼罩也因翻身滑落，但出于信任，她还是继续戴上睡觉，用了七八个小时。

第二天起床，她发现自己的一只眼睛“糊了”。“感觉像滴了一滴油在眼睛里，永远散不掉，非常恐惧。”她对记者回忆。询问客服后，对方建议她休息一小时，并告知不需要整晚佩戴眼罩，戴一两个小时摘掉即可。

“戴眼罩是为了睡觉，谁会在睡觉中途刻意摘？”杨静不能理解。就医后，眼科医生让她千万别再用了，而她眼部的模糊感，直到后一天睡醒才终于散去。杨静的避雷帖获得了超500条评论，劝退了许多刷到推广的网友。

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表示，重力眼罩采用的疗法能促进褪黑素分泌，模拟被拥抱的安心感，但对于普通失眠的效果究竟如何，科学研究并不充分，只能看作一个“可能有点用的舒缓工具”。他提示：“眼部非常脆弱，长时间施加压力，可能导致眼压升高、眼部供血不足，甚至存在视神经缺血、萎缩的潜在风险。”

智商税

延伸

助眠神器是噱头还是风口？

面对五花八门的睡眠神器，迷茫的消费者“选择困难”，只好一次次地试错。信息不对称的消费者，由于不擅长辨别产品资质、判断产品功效，只好凭感觉购物。愤怒的消费者，在亲身感受到产品的安全风险之后，再难以信任商家打出的助眠广告。

助眠神器，很容易和“智商税”画等号。汪光亮指出，问题在于，当前消费者对有效助眠产品有着巨大需求，但目前市场供给尚不成熟，信息也不完全透明。

“海量产品的宣传五花八门，但人们在选择睡眠产品时，往往缺乏权威、统一的评判依据。”他

说。2024年，睡眠产业分会出台了国内首份聚焦睡眠环境的《近体睡眠环境舒适度》团体标准，针对睡眠环境舒适度，为产

品研发、检测认证和消费者选购提供了依据，但行业

仍有诸多标准亟待建立。此外，大多数新兴产品缺乏

长期、大样本的随访研究来证明其效果持久性，尚未经过长时间的市场检验。总体上看，行业标准滞后，缺乏统一的技术规范和健康认证，影响了国内消费者的信任度。

消费者购买习惯也与发达国家有显著区

别。以需要呼吸机的场景为例，在美国，受睡眠障碍困扰的患者会先去看家庭医生，家庭医生先将其推荐给睡眠专科医生，由其为患者完成“睡眠研究”监测，基于各项数据分析开出处方，包含呼吸机和参数建议。患者拿着处方找到呼吸治疗师，就可以在他的指导下购买、使用呼吸机。而在国内，患者更容易接触到作为消费品的家用呼吸机，尤其是线上渠道。

全球睡眠产品市场背后，各国之间存在较大的监管逻辑和健康理念差异，直接影响了产品的可获得性和公众认知。

以助眠“网红”褪黑素为例，由于其副作用争议较大，关于褪黑素的使用，全球规定不一，大多数国家对褪黑素的使用保持谨慎态度。德国监管最为严格，尚不允许对其进行药物登记。在中国，褪黑素被严格限定为保健食品，不可替代药物治疗失眠，且保健功能限定为改善睡眠。

然而，一个值得担忧的现象是，褪黑素产品却以零食化的创新形式悄然走红。某买药平台2024年底数据显示，褪黑素片销量增长明显，购买主力集中在“90后”“00后”群体，占比超70%。为迎合年轻人，褪黑素产品形态正从传统药丸向软糖、喷雾等“情绪零食”转变。

从助眠香薰、眼罩到催眠App、白噪音音频，再到床垫、器械、食品等领域，助眠已成生意经，由失眠引发的市场红利成为新风口。但风口之下，存在巨大的行业争议。

据中国新闻周刊

几万块

