



调查报告书
2024年6月28日



目录

01 床上用品市场概况

02 各品类市场概况

2-1. 床单、床笠类	5
2-2. 枕头	11

03 消费者调查

3-1. 床单、床笠类	17
3-2. 枕头	36



01

床上用品

市场概况

- **床笠类**
被罩/床罩/枕套
- **床单**
- **枕头**
- 毛毯
- 被子



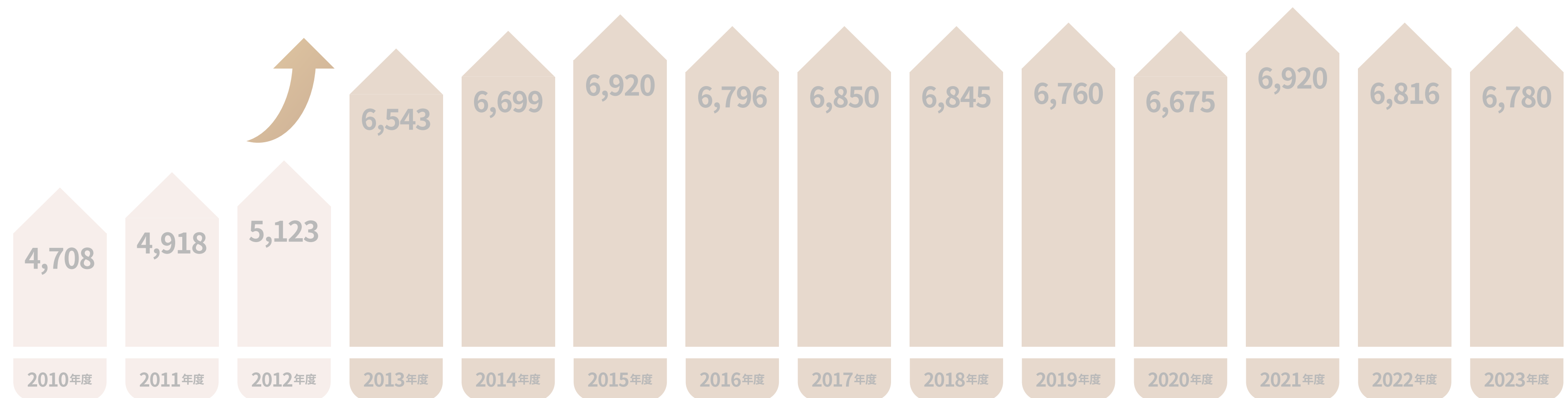
※粗体字为「2. 各品类 市场概况」（P4～）的分析对象项目

床上用品

市场趋势与整体概况

国内销售金额

(单位:亿元)



最新动向

维持在6000多亿日元规模，通过使用新材料、开发新产品开辟新市场，市场份额长期保持稳定。

床品市场在2010-2012年保持在4,000亿至5,000亿日元规模。2013年起，随着东京首都圈酒店建设的增加，商业需求迅速扩大，推动市场规模大幅增长并达到6,000亿日元。至此，市场对床品的定期购买替换的需求保持稳定，展现出坚挺的发展态势。原因有三点，1) 入境游客的持续增加进一步促进了酒店建设，人们对床上用品的关注度也随之提升，2) 人们对干净整洁的要求，3) 功能性产品的成功推广。

健康意识提高、重视睡眠质量的趋势加强

追求舒适睡眠环境的消费者不断增加。在被褥产品方面，可在多个季节使用、清凉触感、易洗涤、不易产生灰尘、抗病毒等产品的开发，持续受到人们的青睐。

02

各品类

市场概况

- 床单
- 床笠类



床上用品

Bedding

日本的被子（垫被）文化

03 床单、床笠类

在日本，有相当一部分的人会在睡觉时使用被子（垫被），下面我们简单总结了被子（垫被）和床在使用场景上的一些不同，并基于这两大不同展开问卷调查：

被子（垫被）

Futon

1. 直接铺在地板或榻榻米上
2. 使用完后可折叠收起，节省家中空间，也方便扫除
3. 价格一般比床更便宜
4. 可作为客人来访时的备用床铺



床

Bed

1. 需要和床垫组合使用，近年也出现了可以直接铺垫被使用的床
2. 通常适合空间比较充足的家
3. 床垫能均匀地分配施加在身体上的压力，对腰痛人群更友好
4. 可跟收纳箱组合使用以活用空间，本身就具有收纳功能的床也很多
5. 相比垫被更经久耐用



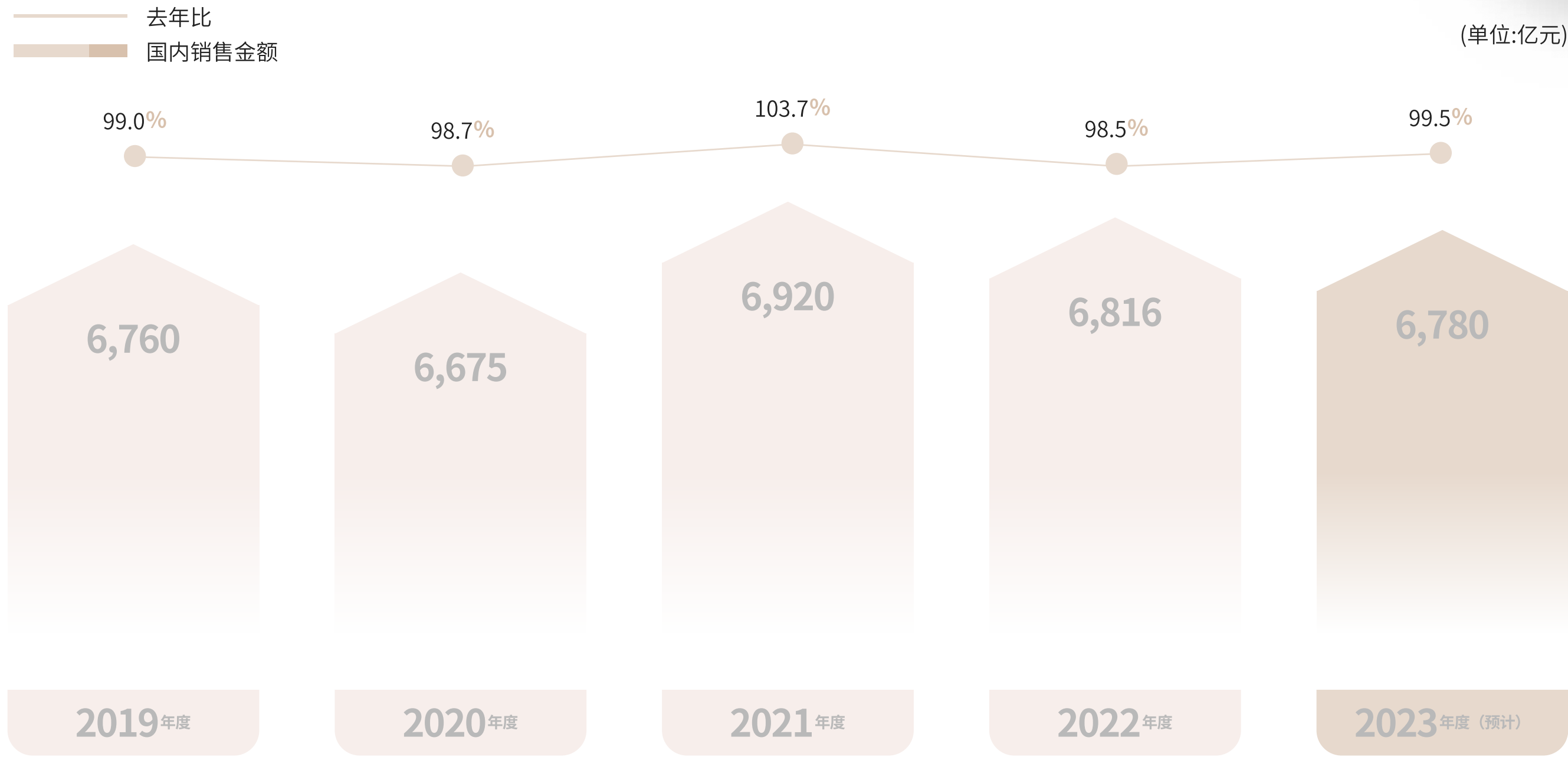
床单、床笠类

市场趋势与整体概况

02



(单位:亿元)



最新动向

约3000亿日元规模的市场，市场份额长期保持稳定。

床单和床笠类种类繁多，由于单人生活也会经常换洗并使用多个产品，因此这是一个需求稳定的市场。

卫生意识的提高，功能性商品的增加

新冠疫情之后，关注干净整洁的人群增加了。由于气候向高温多湿转变，清洗替换的需求也在增加。

影响需求的要素

1. 床单和罩类产品因每天在日常生活中使用，且高频次的洗涤，预计更换和购买的频率较高。
2. 从季节性来看，随着新入学的学生搬家、新入职的社会人就职或调动等原因，春秋两季的需求旺盛。作为乔迁之喜等活动礼品的需求也客观存在。
3. 近年来，日本高温多湿的气候有长期化趋势，针对这种气候的清凉触感床上用品的开发也在增加。

主要顾客

1. 床单和罩类产品不分年龄和性别，许多人都会使用。购买者以成人为主，在家庭层面，主妇是购买决策的主要人群。
2. 年轻单身者和中等收入的家庭追求经济实惠产品的倾向较高。对高品质产品的自用需求，主要集中在对时尚和室内装饰有高度关注、收入在中等水平以上的群体。

日本本土头部品牌动向

1. 西川作为床上用品的老字号制造商，确立了自己的品牌，并擅长根据批发对象的客户群体设定价格和创立品牌。
2. 无印良品推出了被罩、床罩、枕套和床垫套等产品。材料限定为棉（有机棉）和麻。受欢迎的“棉洗涤”产品类型是以纯棉衬衫的舒适触感为样本，不论洗涤多少次都可以保持好的触感。适用于全年。材料为100%有机棉。
3. NITORI拥有超过770家实体店，还包括网上商店和大型购物中心的销售渠道，具有压倒性的规模优势。主要使用的材料是棉，部分产品使用麻。受欢迎的“N Cool”产品使用聚酯纤维和尼龙，而“N Warm”产品主要使用聚酯纤维。

床上用品

Bedding

主要厂商的动向 | 02



nishikawa

西川

1. 西川确立了老字号综合制造商的品牌，擅长根据批发对象的客户群体（百货商店、大型超市、日本全国连锁店、床上用品店）设定价格和创立品牌。应对流通的变化，目前也在开拓在线销售渠道，并且专注于在线专卖商品的销售。
2. 推出了与流行品牌“Air”、“&Free”相配套的罩类产品以及高级品牌“东京西川高级”等多个原创品牌。

MUJI
無印良品

无印良品

1. 材料限定为棉（有机棉）和麻，宣传其材料天然。
2. 床上用品的材料有包括“棉洗涤”、“天竺棉”、“法兰绒”、“棉三重纱”、“麻平织”、“棉高密度织”、“棉细纱织”，“棉强化绉纱织”等多种材料。
3. 受欢迎的“棉洗涤”产品类型是以纯棉衬衫的舒适触感为样本，不论洗涤多少次都可以保持好的触感。适用于全年。材料为100%有机棉。

NITORI

NITORI

1. “N Cool”不仅有清凉触感，还有经过抗菌除臭处理的产品，具有除臭和防尘螨等功能。
2. “N Warm”则以“吸湿发热”和“蓄热”为主打，增加抗菌除臭处理和“保湿”功能。
3. 自有品牌的床垫销售带动了“盒式床单”的销售，“多功能床单”也获得了好评。
4. 通过床笠设计的多样化和低价格来吸引顾客。

日本床上用品选品灵感推荐

本资料文中计价单位为日元

02

选品灵感推荐栏目会介绍在日本热销的产品的特征，以便与给您参考设计当地消费者会喜爱的新品。



品名：
垫被用床单

尺寸&定价：
单人长款105x215cm; ¥ 3,300
双人长款145x215cm; ¥ 4,950

材质：
100%纯棉



品名：
床垫用床单

尺寸&定价：
单人款100x200x28cm; ¥ 4,840
小双人款120x200x38cm; ¥ 5,500
双人款140x200x30cm; ¥ 6,050

材质：
100%纯棉（抗菌加工）



品名：
枕套

尺寸&定价：
65x45cm / ¥ 1,320

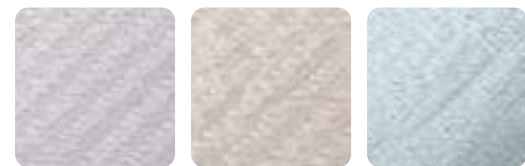
材质：
100%纯棉

日本床上用品选品灵感推荐

本资料文中计价单位为日元

02

选品灵感推荐栏目会介绍在日本热销的产品的特征，以便与给您参考设计当地消费者会喜爱的新品。



品名：
MUJI 床垫用床单

尺寸&定价：
单人款100x200x18~28cm / ￥2,990
小双人款120x200x18~28cm / ￥3,490
双人款140x200x18~28cm / ￥3,990
QUEEN款140x200x18~28cm / ￥4,490

材质：
100%纯棉



品名：
垫被用床单

尺寸&定价：
单人款100x200x3~10cm / ￥2,990

材质：
100%纯有机棉



品名：
MUJI 冷感枕套

尺寸&定价：
63x43cm / ￥790

材质：
45%尼龙+45% 聚酯纤维+10% 聚氨酯

日本床上用品选品灵感推荐

本资料文中计价单位为日元

02

选品灵感推荐栏目会介绍在日本热销的产品的特征，以便与给您参考设计当地消费者会喜爱的新品。



品名：N-COOL 冷感垫 (极冷)
材质：聚乙烯+尼龙

尺寸&定价：
单人款100x200cm / ￥3,990
小双人款120x200cm / ￥5,490
双人款：140x200cm / ￥6,490
QUEEN款：170x200cm / ￥7,490



品名：床垫用床单 (极冷)
材质：100%纯棉(抗菌加工)

尺寸&定价：
单人款100x200x38cm / ￥4,990
小双人款120x200x38cm / ￥6,490
双人款140x200x38cm / ￥7,490



品名：N-COOL 枕套 (极冷)
材质：聚乙烯+尼龙

尺寸&定价：
65x45cm / ￥999



02

各品类

市场概况

● 枕头



枕头

02

市场趋势与整体概况

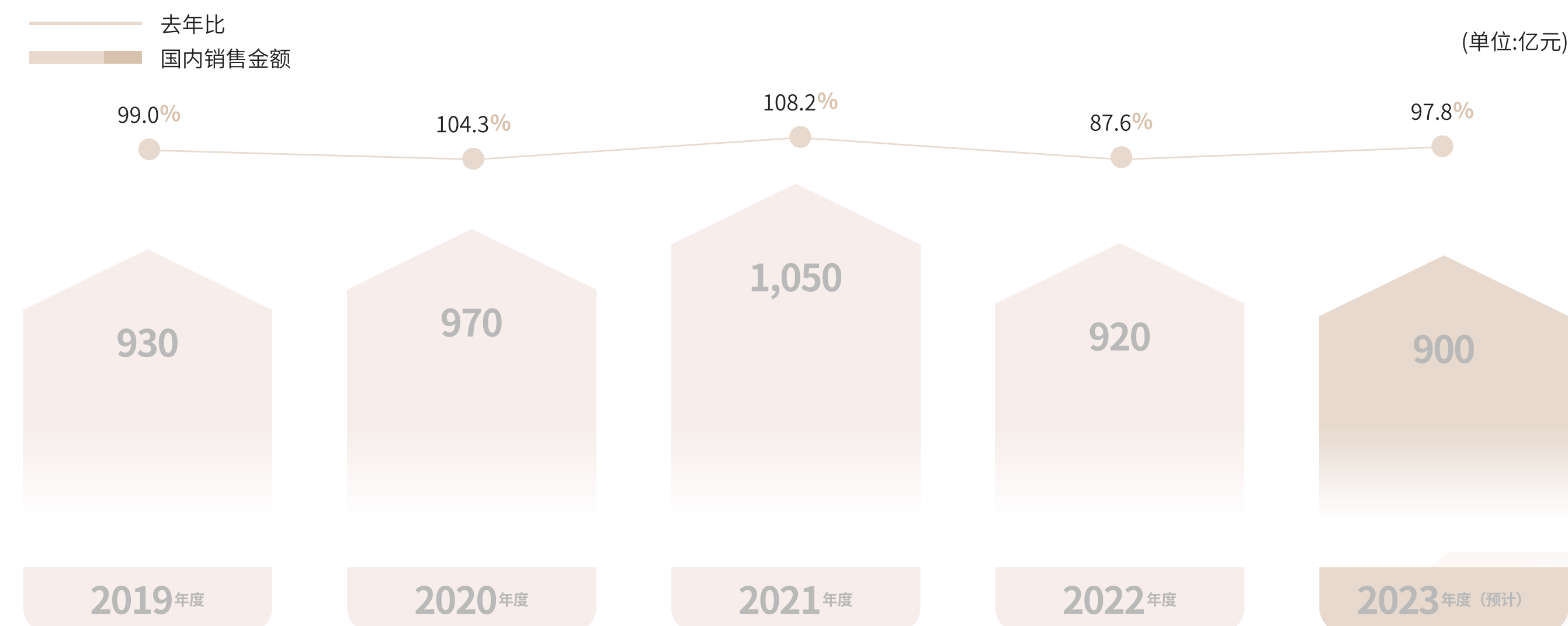
最新动向

市场规模大致保持在900亿日元左右

近年来，除了疫情期间的“居家特需”，市场规模大致维持在900多亿日元。

注重性价比的产品销售良好

2022年，“酒店规格”等价格合理的高性价比产品销售表现良好。尤其是在网络销售中，消费者因熟知这类产品而放心购买。在2020年至2021年期间，由于疫情导致的居家需求，高价位的枕头也在广泛销售，随着各种生活必需品的价格上涨，这一趋势趋于平静，注重性价比的产品占据优势。



影响需求的要素

1. 由于日常生活中每天都使用，因此洁净卫生的因素成为购买频率高的原因之一。
2. 从季节性来看，随着新入学的学生搬家、新入职的社会人就职或调动等原因，春秋季节的需求旺盛。作为乔迁之喜等活动礼品的需求也客观存在。
3. 对于无法找到合适产品的情况，有一种趋势是通过定制和半定制来解决。特别是随着技术的发展，选择最合适的枕头的方法也在增多。

主要顾客

1. 枕头和床单罩类产品一样，不分年龄性别，许多人都会使用的物品。另一方面，由于喜好因人而异，使用者本人选择（购买）的情况更多。
2. 追求性价比的倾向较高的是年轻单身者和中等家庭收入的人群。
3. 对高品质产品的自用需求，主要集中在对时尚和室内装饰有高度关注、收入在中等水平以上的群体。

日本本土头部品牌动向

1. 近年来，可以覆盖从头部到背部的较大且形状特殊的“True Sleeper Seventh Pillow”大受欢迎。这是一种设计成覆盖头、颈和背部等七个部位的大尺寸枕头，之后多个厂家也推出了类似形状的枕头。
2. NITORI的“酒店规格”枕头成为流行商品。价格在1000~4000日元之间，实现高性价比。老字号厂家也推出了类似的主打商品。

主要厂商的动向 | 02



nishikawa

西川

1. 最畅销的“医生推荐的健康枕”自2000年初开始销售，累计销售超过500万个（截至2023年2月）。2023年3月进行了更新换代，提升了睡眠的舒适性和易用性。“肩部舒适睡”、“颈部舒适睡”、“横躺舒适睡”（各含税6,380日元）分别针对身体各个部位和睡姿进行调整，此外还推出了相同系列的3种高级产品（各售价9,680日元）。
2. 以床上用品专卖店、百货商店为中心展开销售的枕头系列“finesmooth”，成为继“医生推荐的健康枕”之后受欢迎的产品，价格在1万至2万多日元之间。

NITORI

NITORI

1. 人气系列“酒店规格”的价格区间为1,000~4,000日元。高端型号的受欢迎程度不断提升。使用抗过敏材料的产品（含税2,990日元）也很受欢迎。售价4,000日元的羽毛产品也销售稳健。
2. 尽管洁净卫生意识在上升，但附加价值和单价提升一定程度上抑制了需求。
3. 卫生和美容成为关键词。

BRAIN
SLEEP

Brain Sleep

1. “Brain Sleep Pillow”具有三个功能特点，可以实现良好睡眠中的“黄金90分钟”。①保持头部清爽的超通气网眼结构，②可以稳定头部和颈椎的支撑层，结合低反弹和高反弹的三层结构以及横向七段渐变结构（已获专利），③可水洗且100%可循环利用的环保材料。
2. “Brain Sleep Pillow”的售价为33,000日元（含税），尽管比普通枕头的价格更高，但如果考虑到医学理论指导基础上的高性能和价格的平衡，就可以看出其为用户提供的附加价值，购买者的评价和满意度也很高。

日本床上用品选品灵感推荐

本资料文中计价单位为日元

02

选品灵感推荐栏目会介绍在日本热销的产品的特征，以便与给您参考设计当地消费者会喜爱的新品。


nishikawa




肩膀僵硬

品名：
肩乐寝

尺寸&定价：
52x38x6cm / ￥6,380

适用场景：
针对起床时容易肩膀僵硬疼痛的人群


nishikawa




颈部不适

品名：
首乐寝

尺寸&定价：
52x38x6cm / ￥6,380

适用场景：
针对起床时脖子不舒服，容易感到枕头不合脖子的人群


nishikawa




打呼噜

品名：
肩乐寝

尺寸&定价：
55x35x7cm / ￥6,380

适用场景：
针对喜欢侧睡，睡觉时喜欢翻身以及有打呼噜现象的人群

三种枕头各有推出PREMIUM款式，附加贴合肩部的肩垫，能够改善上半身压力以达到健康睡眠的效果


NITORI


NITORI COLLECTION
HOTEL STYLE

目指したのは
一流ホテルのような上質感。




NITORI


NITORI COLLECTION
HOTEL STYLE

目指したのは
一流ホテルのような上質感。




NITORI


NITORI COLLECTION
HOTEL STYLE

目指したのは
一流ホテルのような上質感。




NITORI


NITORI COLLECTION
HOTEL STYLE

目指したのは
一流ホテルのような上質感。



品名：
STANDARD / SELECT / SEMI-LONG / LARGE / PREMIUM

尺寸&定价：
40x60x15cm / 38x58x15cm / 88x40x15cm / 68x48x15cm / 38x58x15cm

特色：
价格实惠，选择丰富，清洗方便

床上用品 Bedding.

日本床上用品选品灵感推荐

本资料文中计价单位为日元

02

选品灵感推荐栏目会介绍在日本热销的产品的特征，以便与给您参考设计当地消费者会喜爱的新品。



品名：

TRUE SLEEPER PILLOW

尺寸&定价：

68x90x90cm / ¥ 16,280~

特长：

是长度基本和床同长的大号枕头。使用低反弹材料，通过包裹从头部到背部的7个部位并提供牢固的支撑，来减轻睡眠期间造成不适的主要原因之一的，肩部和颈部的负担。



品名：

TEMPUR ORIGINAL PILLOW

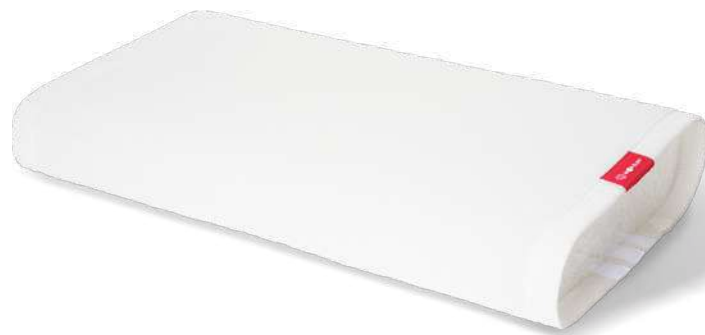
尺寸&定价：

50x31x8cm(S) / ¥ 17,600~

特长：

使用NASA开发的素材，波型的独特形状能够紧贴头部到颈部，分散体压并提供支撑和舒适。

BRAIN SLEEP



品名：

BRAIN SLEEP PILLOW ACTIVE AIR

尺寸：

35x60x12cm(HIGH)

35x60x12cm(STANDARD)

35x60x12cm(LOW)

定价：

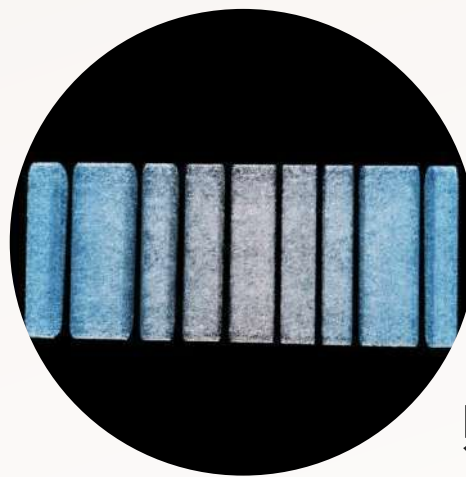
¥ 33,000

“BRAIN SLEEP PILLOW”根据睡眠医学的概念，开发出据称能让大脑休息，提高白天效率的枕头。它在2020年众筹进行试卖后成绩不错，同年5月开设了自己的电商网站正式开始售卖，之后除了枕头，也陆续推出了被子，床垫，床等系列单品。



降温

降温大脑 快速睡眠



贴合

贴合渐变结构



可水洗

可水洗 保持清洁

03

消费者

调查

- 床单、床笠类
- 枕头



Bedding. 床上用品

消费者调查报告

03

	男性	女性
20 ~ 29岁	80	80
30 ~ 39岁	80	80
40 ~ 49岁	80	80
50 ~ 59岁	80	80
60 ~ 69岁	80	80
共计	800份	



调查概要

调查方法

互联网消费者监测调查

调查对象

床单、床笠类
符合以下条件的20岁~60多岁的男女
・最近3年购买了床单、床笠类的人
※不限定床单、床笠类（被罩、床罩、枕套等）的具体种类

枕头
符合以下条件的20岁~60多岁的男女
・最近1年购买了枕头的人

回收问卷数量（共有2类）

共计800（针对性别/年龄平均分配）

| 03-1

床单、床笠类

调查

目前使用的床上用品类型

03 床单、床笠类

在日本，有相当一部分的人会在睡觉时使用被子（垫被），下面我们简单总结了被子（垫被）和床在使用场景上的一些不同，并基于这两大不同展开问卷调查：



60%

整体上回答“床”的用户较多，占据接近6成的比例。



40%

回答“垫被”的用户也有4成，两者差距不大。

想购买的床单、床笠类的种类

03 床单、床笠类

想购买的床品

1st - 床单

垫被

36.7%

“垫被”回答中“垫被用床单”
占比最高 (36.7%)

床垫

27.5%

“床”回答中“床垫用床单”
占比最高 (27.5%)

2nd - 枕套

在“垫被”和“床”中，
“枕套”占第二高比例

用户与年收

选择购买垫被的用户中

40岁

40多岁最多选择“床笠三件套”

1001万 - 1200万

年收入在1001万到1200万日元的
人群最多选择“垫被用床单”

选择购买床的用户中



女性选择最多的是“被罩”

50岁

50多岁选择最多的是“被罩”

1001万 - 1200万

年收入在1001万到1200万日元的
人群最多选择“床笠三件套2”

床上用品

Bedding

想购买的品牌

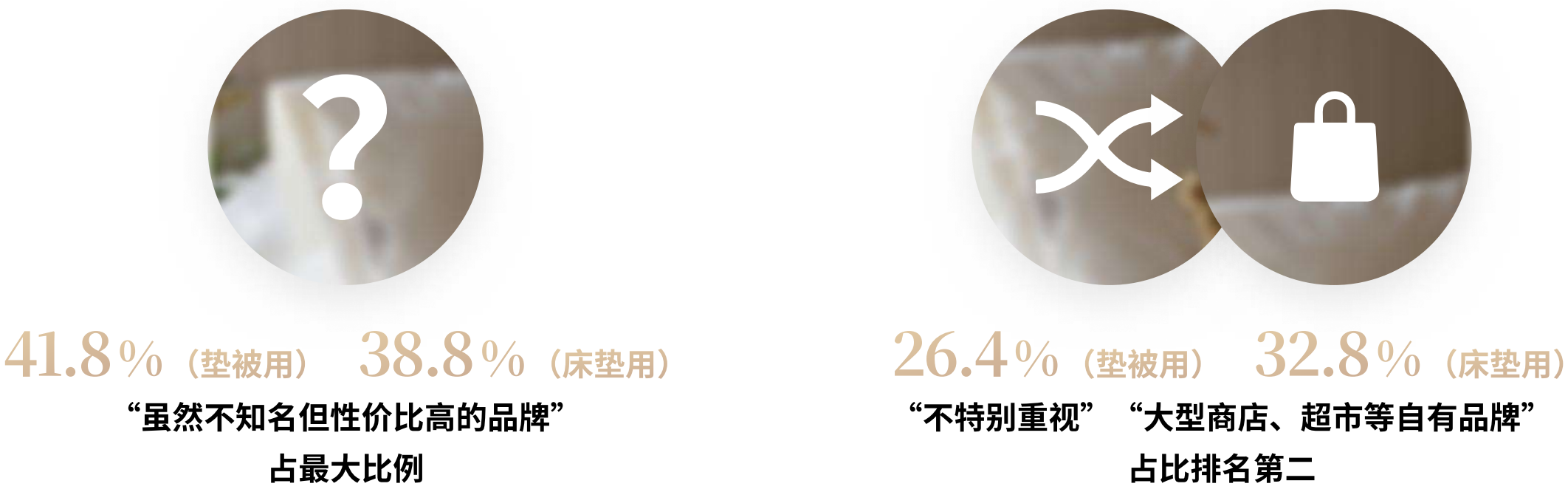
如果在以下类别中“不知名但性价比很高的品牌”排名比较靠前，说明日本消费者对国外的新品牌的接受度较高。

03 床单、床笠类

枕套



床单罩类产品



被罩



床笠三件套



想购买的产品设计

03 床单、床笠类

床单罩类产品



39.6% - 67.2%
床单床笠的类型中
“纯色设计”占最大比例



9.7% - 27.1%
其次是“不特别重视”
和“花等植物设计”

床笠三件套罩1



纯色设计
男性最喜欢“纯色设计”



花等植物设计
女性最喜欢“花等植物设计”



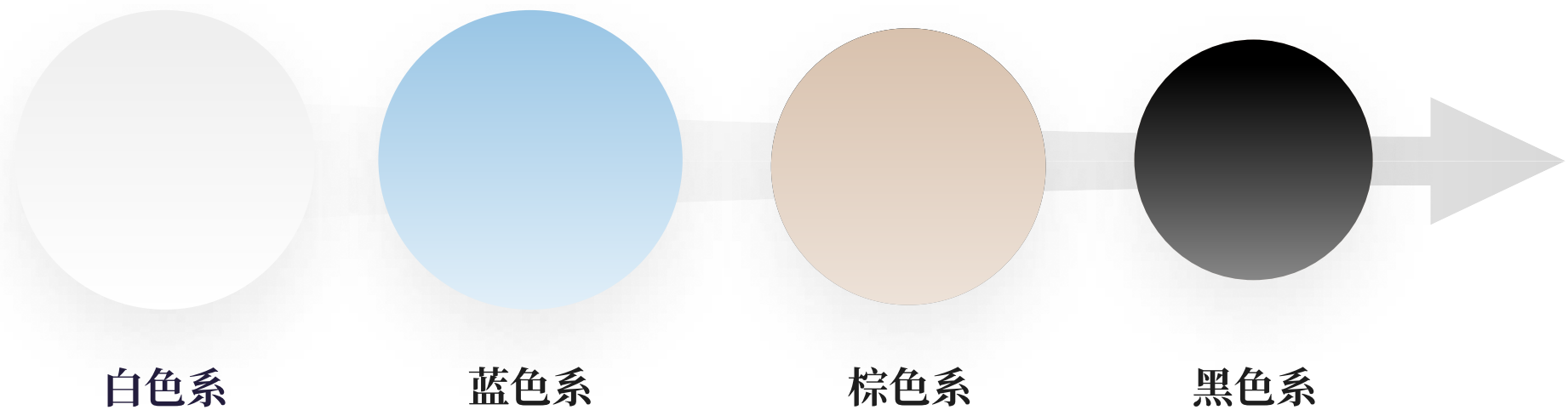
27.1%
相比其他床单罩类
喜欢“花等植物设计”的比例更高

床上用品
Bedding.

想购买的产品颜色

03 床单、床笠类

各类床单罩的颜色



- 1. 从各类床单罩的颜色来看，“白色系”占最大比例。其次是“蓝色系”、“棕色系”和“黑色系”。
- 2. 在垫被用床单罩和被罩中，“蓝色系”占比超过20.0%。
- 3. 在枕套中，“黑色系”占比13.6%，位居第三。

床垫用床单罩



蓝色系 / 白色系

男性中“蓝色系”占最大比例
第二位是“白色系”

30岁
棕色系

30多岁最喜欢“棕色系”

40岁
蓝色系

40多岁最喜欢“蓝色系”

垫被用床单&床笠三件套1



蓝色系

男性最喜欢“蓝色系”



白色系

女性最喜欢“白色系”

想购买的产品材质、 纱支数及购买预算

03 床单、 床笠类

产品材质



40%以上

回答“棉”的比例占40%以上
消费者更倾向于对肌肤的友好程度

纱支数



半数以上

“不特别重视” & “不知道、没注意过”
回答超过半数



200 纱支数最好

在回答纱支数问题的人群中
“平均织物密度 - 大约200纱支数” 的回答最多

预算



¥1,000 - ¥1,999 预算

枕套方面
1,000~1,999日元预算的回答最多



¥2,000 - ¥2,999 预算

垫被用床单、床垫用床单、被罩方面，
2,000~2,999日元的回答最多

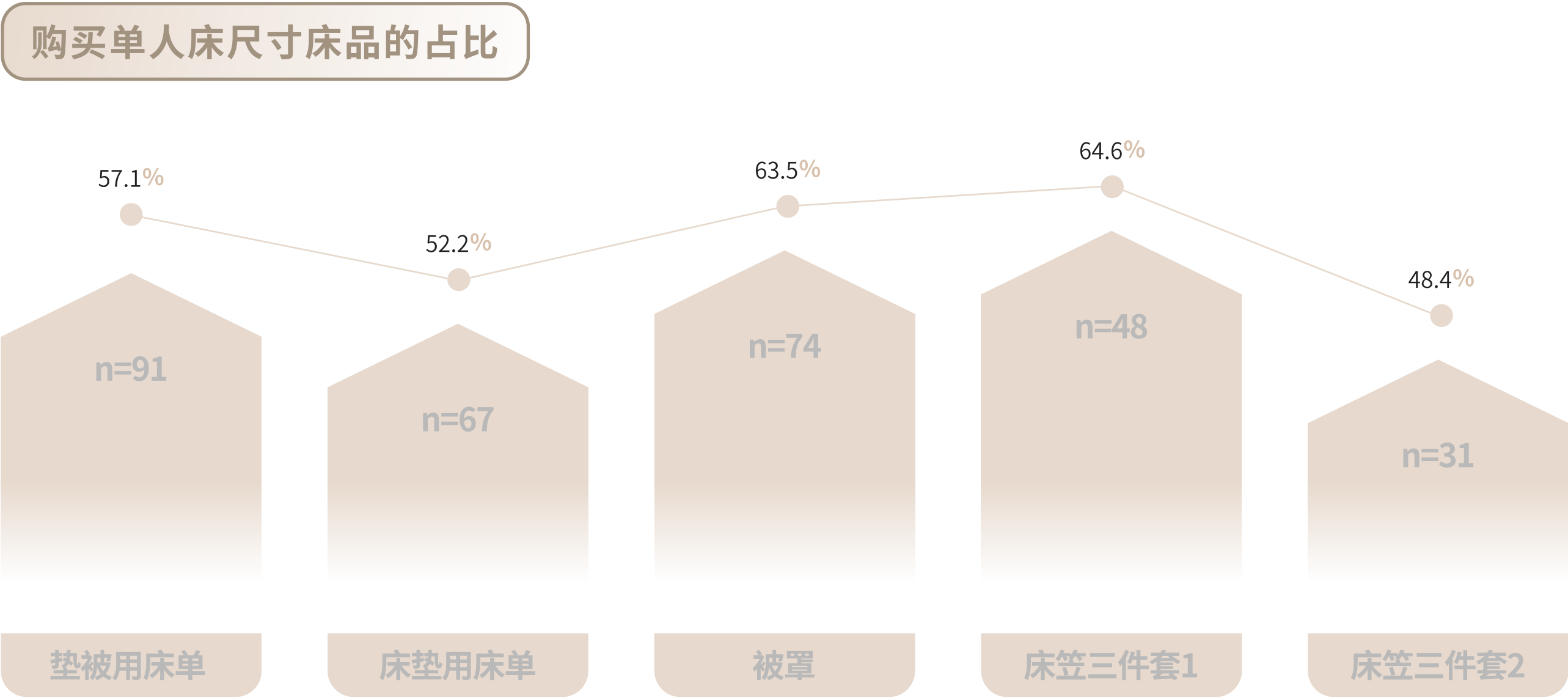
¥2,000 - ¥2,999 预算

在每个种类中，2,000~2,999日元是第二多的回答。
性价比高的商品更受欢迎

床上用品
Bedding

想购买的产品尺寸

03 床单、床笠类



床笠三件套1



单人床尺寸占比最大

无论哪个类型，作为想要购买的床单罩类的尺寸，“单人”占据了最大比例。
可以推测，使用单人尺寸的被子或床的用户较多。

床上用品

Bedding

产品的固定方法、对日本本土制造的重视程度

03 床单、床笠类

固定方法



20%以上不特别重视

按种类来看，“不特别重视”占了两成以上

枕套和被套类别中



40%以上

“拉链式”占了四成

床垫用床单罩



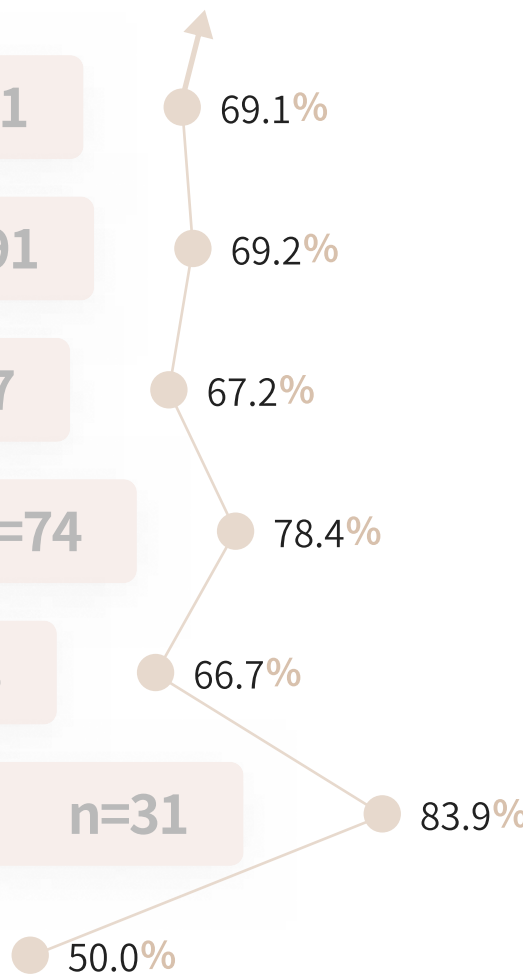
40%以上

“盒式”占了四成

对日本本土制造的重视程度

枕套	n=81
垫被用床单	n=91
床垫用床单	n=67
被罩	n=74
床笠三件套1	n=48
床笠三件套2	n=31
其他	n=8

“不重视是否日本本土品牌”的占比



50% 以上

按种类来看，“不特别重视”占了五成以上。
可以看出人们对日本本土制造的重视程度并不高。

床上用品
Bedding

消费者重视的性能

重视功能



抗菌防臭



清凉触感



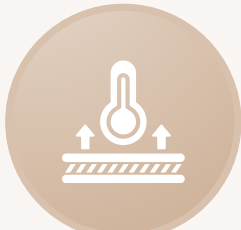
耐久性



除臭加工



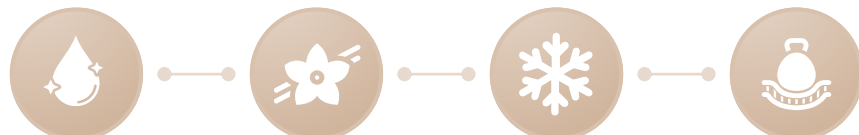
吸水速干



吸湿发热



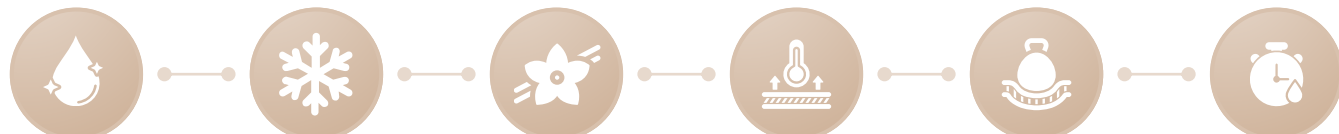
枕套



最重视的功能是“抗菌防臭”，占56.8%；其次是“除臭加工”和“清凉触感”，各占7.4%。作为第二重视的功能，“除臭加工”的比例最高。作为第三重视的功能，“耐久性”的比例最高，可以说这是“虽不是最优先，但希望具备的功能”。



垫被用床单



最重视的功能是“抗菌防臭”，占31.9%；其次是“清凉触感”，占26.4%。作为第二重视的功能，“除臭加工”和“吸湿发热”的比例较高。作为第三重视的功能，“耐久性”和“吸水速干”的比例较高。



床垫用床单



最重视的功能是“抗菌防臭”，占31.3%；其次是“除臭加工”和“吸水速干”，各占13.4%。作为第二重视的功能，“抗菌防臭”和“吸水速干”的比例依然较高，“耐久性”和“防菌加工”的比例也较高。作为第三重视的功能，“清凉触感”和“耐久性”的比例较高。



被罩



最重视的功能是“抗菌防臭”，占21.6%；其次是“不特别重视”，占20.3%。作为第二重视的功能，“不特别重视”的比例较高，“除臭加工”和“吸水速干”的比例也较高。作为第三重视的功能，“不特别重视”占约3成，“清凉触感”、“耐久性”和“保湿加工”的比例较高。



床笠三件套1



最重视的功能是“抗菌防臭”，占47.9%；其次是“清凉触感”，占14.6%。作为第二重视的功能，“除臭加工”的比例较高，“吸水速干”的比例也较高。作为第三重视的功能，“不特别重视”占25.0%，此外“吸湿发热”的比例也较高。



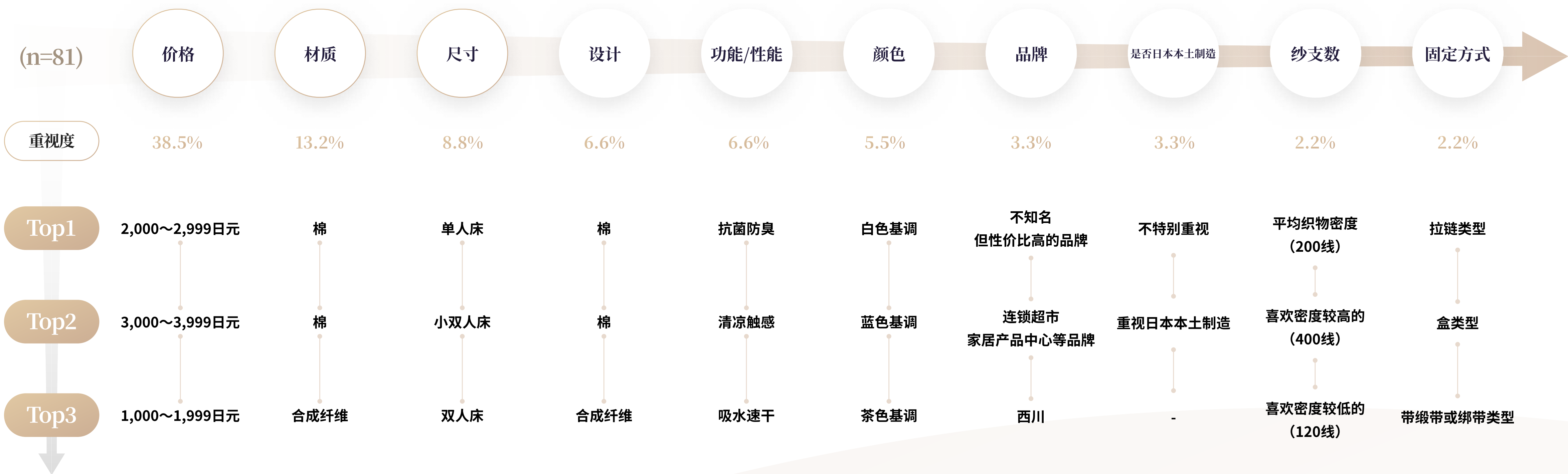
床笠三件套2



最重视的功能是“抗菌防臭”，占35.5%；其次是“除臭加工”和“耐久性”，各占12.9%。作为第二重视的功能，“吸水速干”的比例较高，“防菌加工”的比例也较高。作为第三重视的功能，“耐久性”占22.6%，此外“防菌加工”和“蓄热功能”的比例也较高。

购买时重视的要素（垫被用床单）

03 床单、床笠类



床上用品 Bedding

购买时重视的要素（枕套）

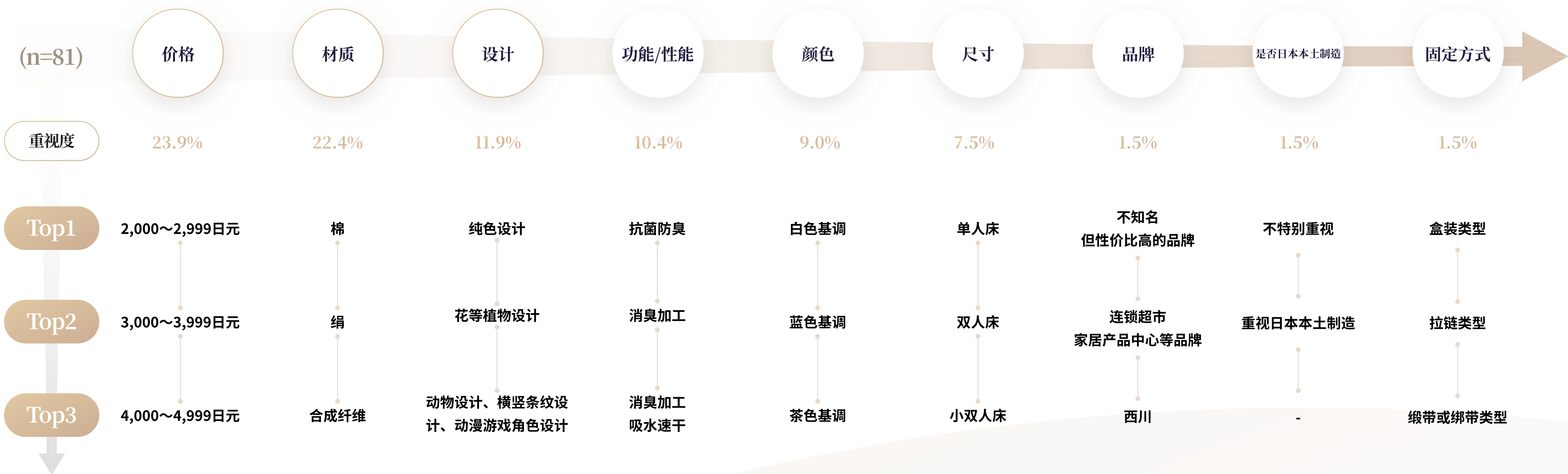
03 床单、床笠类



床上用品 Bedding.

购买时重视的要素（床垫用床单）

03 床单、床笠类

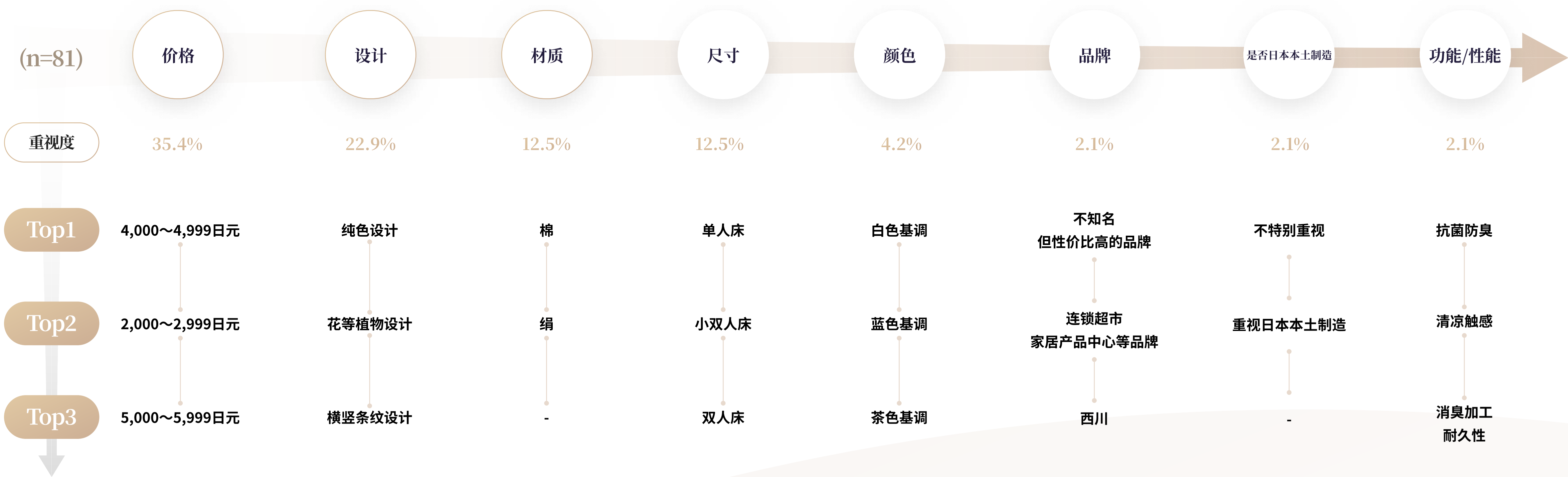


床上用品 Bedding.

购买时重视的要素

床笠三件套1：枕套+垫被用床单+被罩

03 床单、床笠类



床上用品 Bedding.

更换频率、购买频率与网购理由

03 床单、床笠类

更换频率

使用被子的用户



25.9% 每周一次

“每周一次”（25.9%）占最大比例
其次是“每月2~3次”（22.8%）

使用床的用户



28.8% 每周一次

“每周一次”（28.8%）占最大比例
其次是“每月2~3次”（19.9%）

购买频率

使用被子的用户

24.1% 每2~3年一次

每2~3年一次”（24.1%）占最大比例

20.9% 每年一次

其次是“每年一次”（20.9%）

使用床的用户

28.8% 每2~3年一次

每2~3年一次”（24.1%）占最大比例

22.5% 每年一次

其次是“每年一次”（20.9%）

网购理由



搜索方便

最多数的网购理由
（20.7%）

其他网购理由

没有实体店 13.2%

14.0% 品类丰富

价格便宜 12.4%

约 40% 用户每周至少更换一次床单罩

将“每天”、“每2~3天一次”、“每4~5天一次”、“每周一次”的比例合并计算，约占4成。因此，可以认为有约4成的用户至少每周更换一次床单罩类

约 50% 用户每3年至少购买一次床单罩

被子和床的用户都表现出相似的趋势。将“每年一次”和“每2~3年一次”的比例合并计算，超过了5成。因此，可以推测大多数用户在3年内至少购买一次床单罩类

床上用品

Bedding

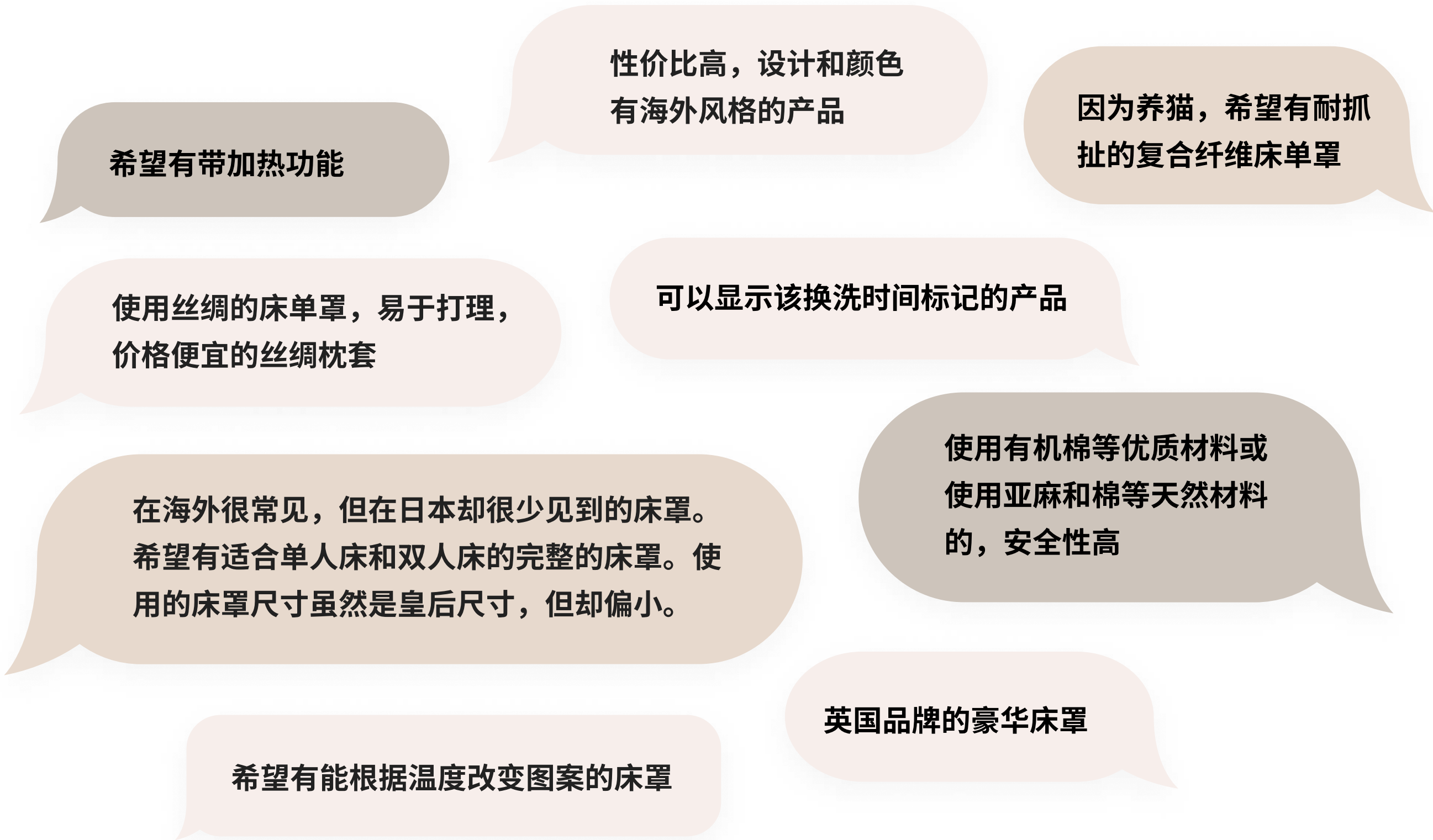
网购网站选择理由、线下购买渠道、 购买信息来源

03 床单、床笠类



关于想购买的产品评论

03 床单、床笠类



高亮评论

- 不易滑动，具有防滑功能
- 适合季节温度的产品，夏冬兼用，可翻转使用
- 对肌肤友好的床单罩，触感良好，具有美肌效果
- 上下、内外易于分辨的罩，易于更换和安装

床上用品

Bedding.

| 03-2

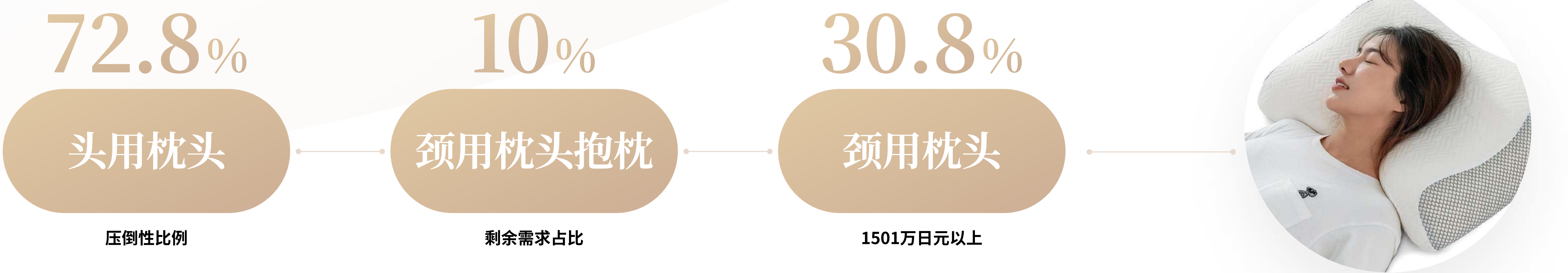
枕头

调查

想购买的枕头部位与种类

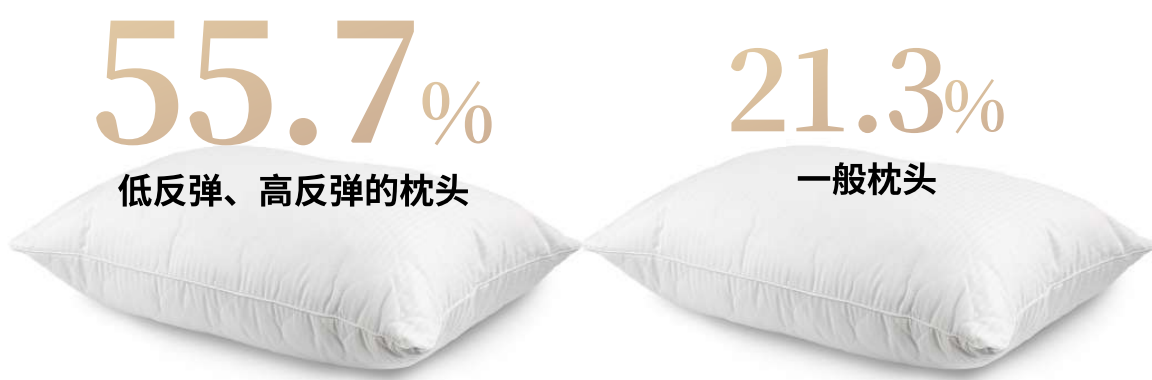
03 枕头

部位

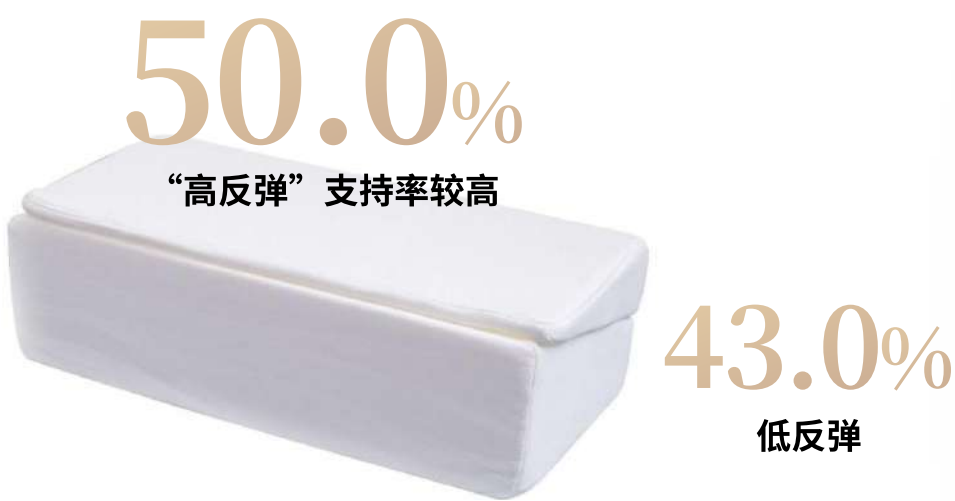


种类

需求最高的“头用枕头”



“脚枕”



腰枕



抱枕



想购买的品牌与设计

如果在以下类别中“不知名但性价比很高的品牌”排名比较靠前，说明日本消费者对国外的新品牌的接受度较高。

03 枕头

低反弹



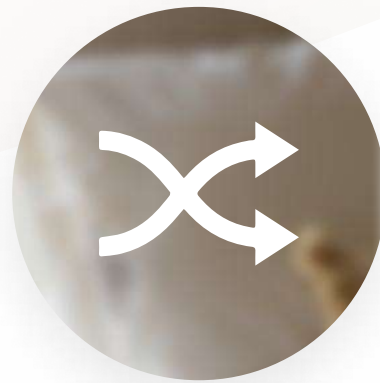
32.9%

“虽然不知名但性价比高的品牌”
占最大比例



19.7%

以“西川”为首，进行名人宣传或曾经推出过大热产品并确立了品牌形象的品牌在“低反弹”支持者中有较高的支持率。



18.8%

“不特别重视”
占比排名第三

高反弹



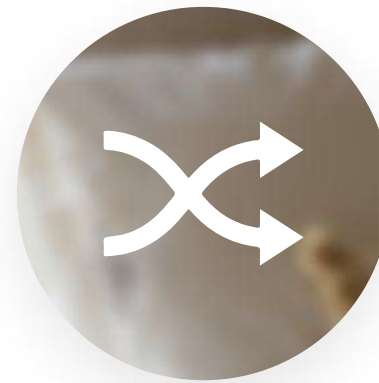
41.5%

“虽然不知名但性价比高的品牌”
占最大比例



22.3%

“Airweave”体现了其作为高反弹品牌代名词的地位。



17.0%

“不特别重视”
占比排名第三

在“高反弹”支持者中，选择相对新兴品牌“Brain Sleep”和“Koala”的人比“低反弹”支持者更多。

一般枕头



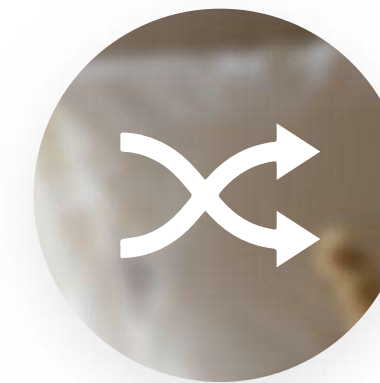
32.9%

“虽然不知名但性价比高的品牌”
占最大比例



22.0%

“西川”显示了老牌制造商的综合实力



29.3%

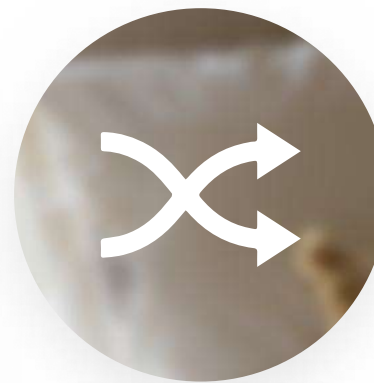
“不特别重视”
占比排名第三

设计方面



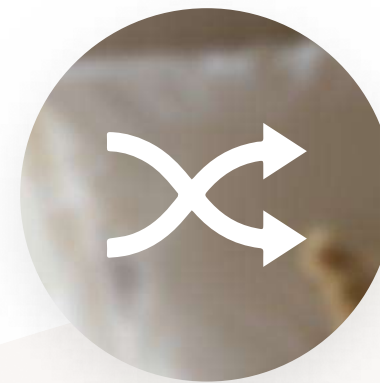
纯色设计

“低反弹”和“高反弹”中
“纯色设计”占最大比例



47.6%

不特别重视
一般枕头



11.7%

高反弹
有图案或花
纹的设计

- “低反弹”和“高反弹”支持者中“纯色”占据压倒性高的比例。
- “一般枕头”支持者中“不特别重视”占47.6%，比“纯色”高出2.5个百分点。
- “有图案或花纹的设计”总体来说占少数，但在“高反弹”支持者中占11.7%，约一成。

“低反弹”和“高反弹”支持者高出10个百分点以上。

想购买的产品颜色与预算

03 枕头

颜色



1. 颜色方面，“低反弹”和“高反弹”支持者中，“白色系”最多，“低反弹”占47.4%，“高反弹”占31.9%
2. “不特别重视”在“低反弹”、“高反弹”和“一般枕头”支持者中占比20~30%
3. 问卷询问的是枕头本身的颜色，许多人可能会通过枕套来选择自己喜欢的颜色

预算



20%
2000~3999日元以下
“低反弹”、“高反弹”和“一般”这三类支持者中占了20%以上。



没有特别决定 / 10%
2000~3999日元以下
“低反弹”、“高反弹”和“一般”这三类支持者中各占约10%左右



床上用品
Bedding.

想购买的产品的填充材料

03 枕头

填充材料



高反弹

低反弹



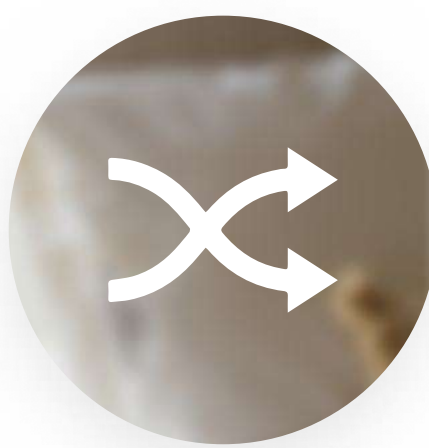
聚氨酯

最多选择



20~30%

不特别重视



很多

不知道

一般枕头



30.8%

601万~800万日元
谷物(荞麦壳)

低反弹支持者



34.3%

聚氨酯



男性

31.4%

不特别重视



女性

高反弹支持者



30%

不特别重视



男性



女性

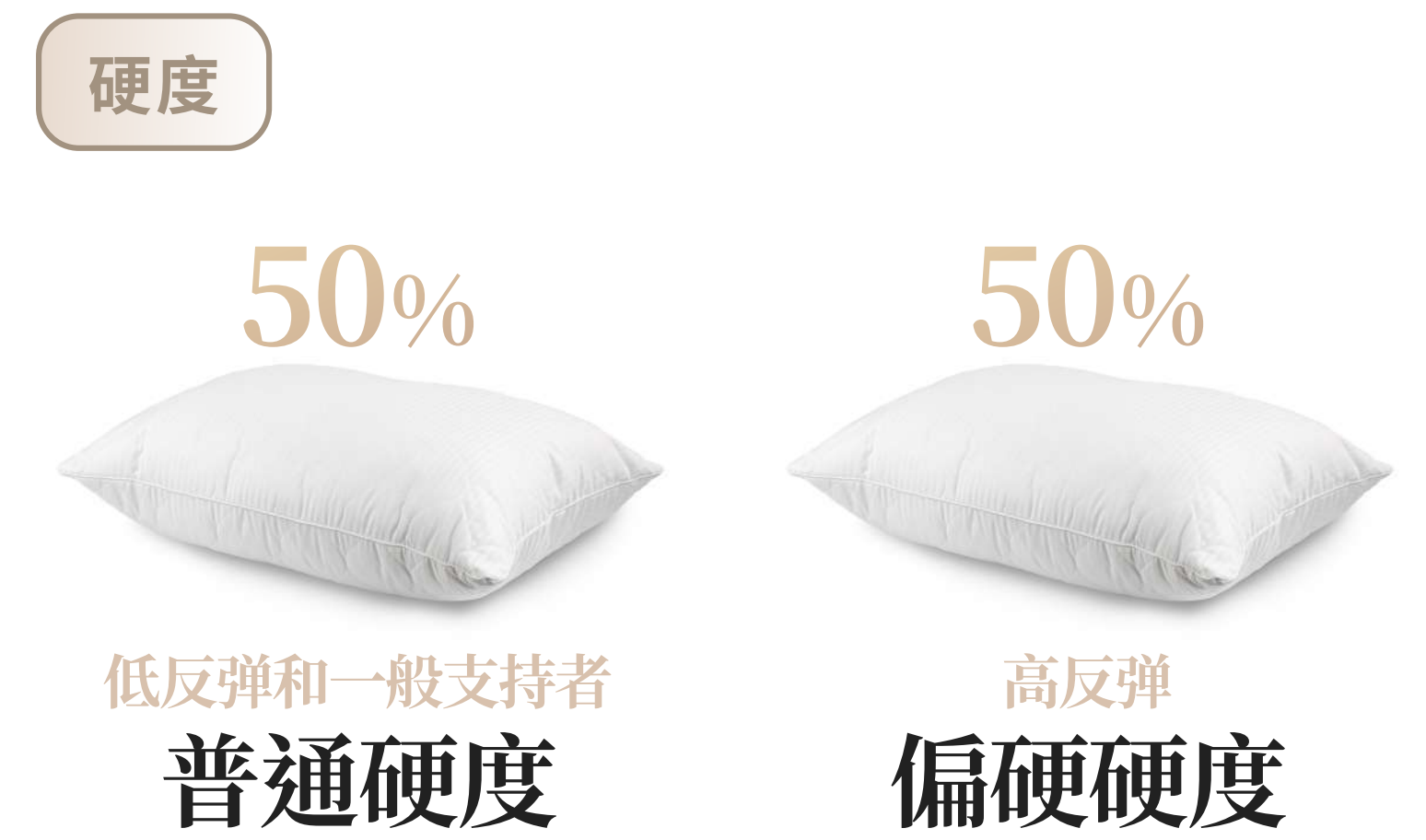
并列第一

聚氨酯和
不特别重视

20多岁和40
多岁的人群

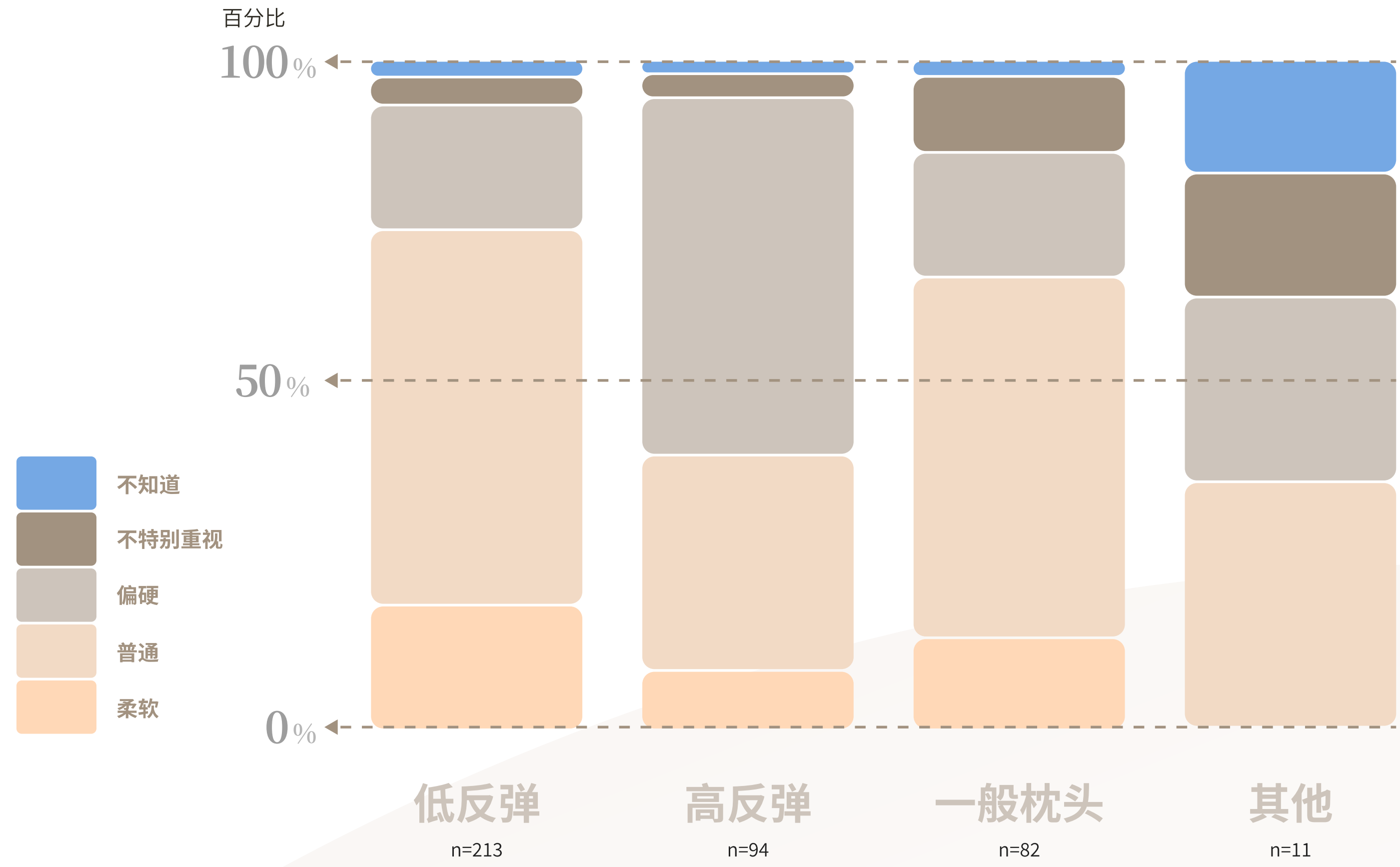
想购买的产品的硬度

03 枕头



回答占比较少
硬度不特别重视

- 在枕头的硬度方面，“低反弹”和“一般”支持者中，“普通”占比超过50%
- 在“高反弹”支持者中，“偏硬”占比超过50%
- 与前面的项目相比，“不特别重视”的回答较少，可见枕头的硬度是一个非常重视的因素。



对日本本土制造的重视程度与重视的性能

03 枕头

重视
功能



抗菌防臭

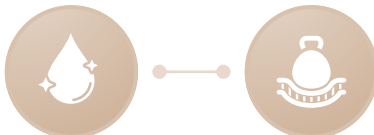


耐久性



可洗性

低反弹



在重视的功能和性能方面，“低反弹”支持者中“最重视”的是“抗菌防臭”，占37.1%。其次是“耐久性”，占16.0%。

高反弹



支持者中“最重视”的是“抗菌防臭”，占27.7%。其次是“可洗性”和“耐久性”，各占20.2%。

一般枕头



支持者中“最重视”的是“抗菌防臭”，占24.4%。其次是“可洗性”，占23.2%。“耐久性”也接近两成。

日本本土制造重视程度

- 关于是否重视日本本土制造的提问中，“不特别重视”的回答在“低反弹”、“高反弹”和“一般”支持者这三类中占比在50%至60%。
- 重视日本本土制造的比例在各类型中均为20~30%。



50~60%

不特别重视



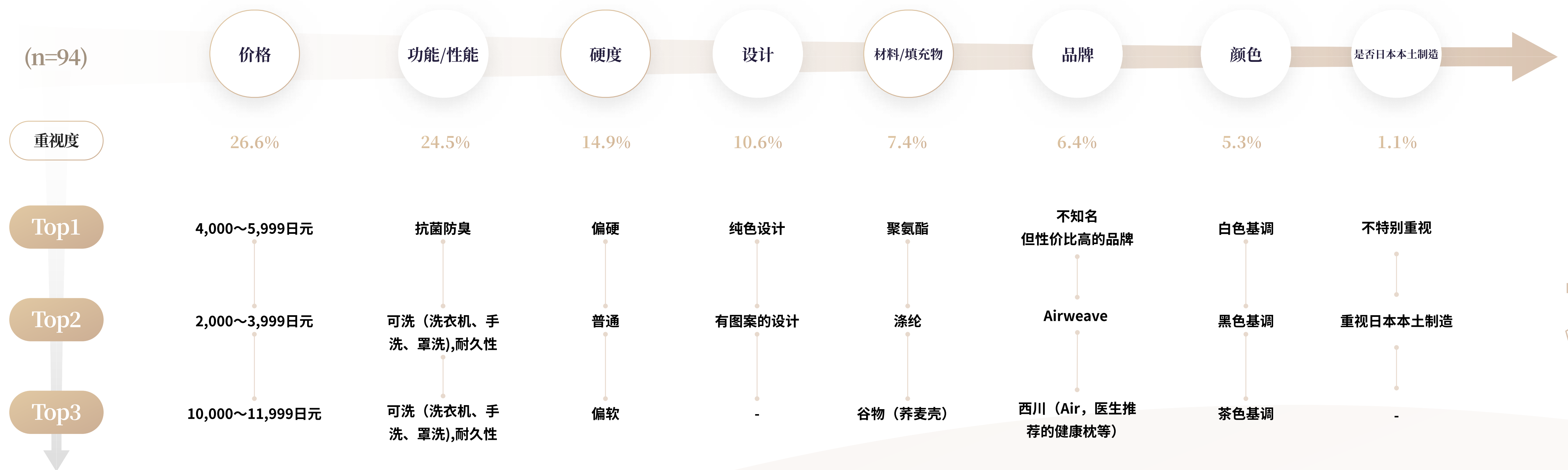
20~30%

重视日本本土制造的比例

购买时重视的要素（低反弹）

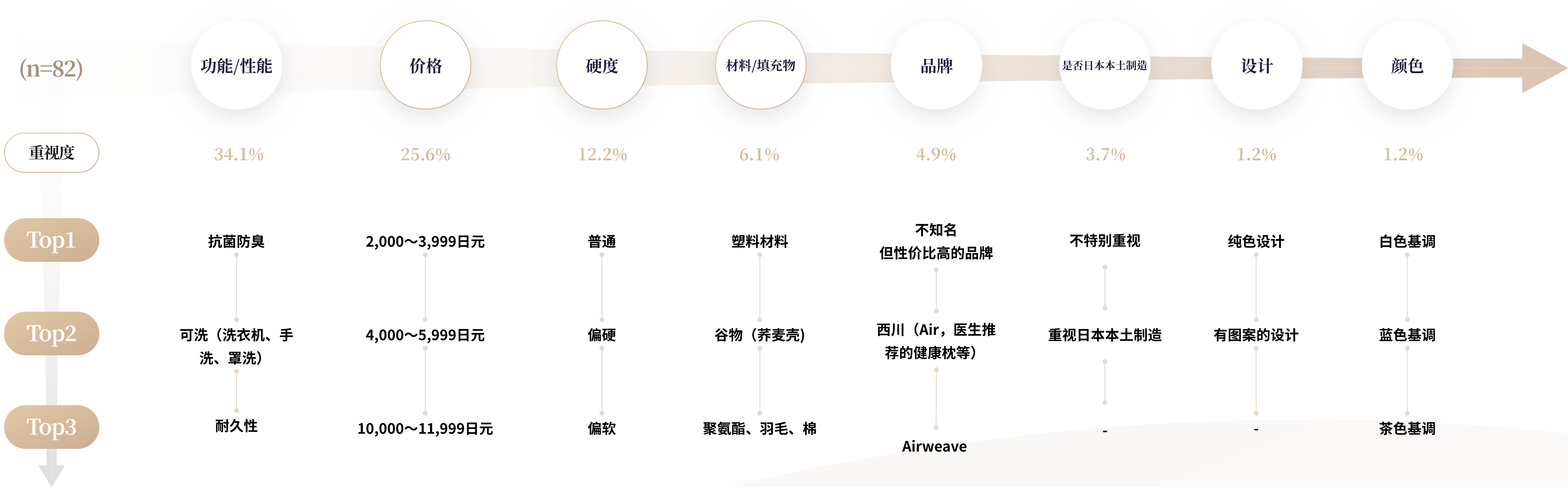


购买时重视的要素（高反弹）



购买时重视的要素（一般枕头）

03 枕头



不同部位枕头的所持数、使用频率与购买频率

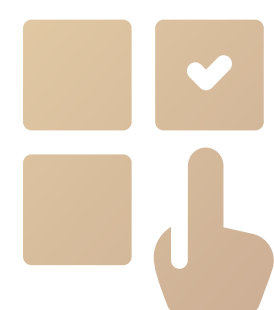
03 枕头



网购的理由与网站选择的理由

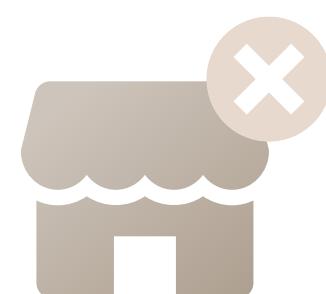
03 枕头

网购理由



搜索方便

最多数的网购理由
(22.7%)



没有实体店

最多数的网购理由
(18.9%)

- 在选择网购的理由中，“因为商品搜索方便”占22.7%，居首位。这反映了在线购物的最大特点。
- 其次是“因为家或工作地点附近没有实体店”，占18.9%。在床上用品方面，虽然大手量贩店在全国范围内开店，但百货商店、综合超市、杂货店等缩小了床上用品的销售区域，被认为是影响因素之一。

网站选择的理由

因为积分容易积累 30%

21.3% 商品的搜索性

amazon

Amazon

选择Amazon的首位理由是“因为商品搜索方便”，占比超过五成。其次是“商品种类丰富”。

关于想购买的产品评论

03 枕头

能覆盖到膝盖的枕头

法国知名酒店使用的枕头

在提高睡眠质量的枕头中，如果有日本尚未引进的枕头，希望能买到

适合趴着睡的枕头

可以矫正颈椎曲度的枕头，希望有更多价格合理的矫正颈椎曲度的枕头

能够根据使用者改变形状的枕头，能自动调整为适合自己的尺寸

希望有可机洗且耐脏的枕头

由于长期头痛，希望有无需使用冰袋也能自然发挥冷却效果的枕头

高亮评论

- 希望有能缓解肩颈酸痛的枕头、睡后能治愈颈痛的枕头
- 高度可调节
- 即使翻身也能保持稳定，不会塌陷的枕头
- 能适度散发香薰气味的枕头，浸透香薰的枕头等
- 带有闹钟功能

床上用品

Bedding.

满意度调查问卷

03 枕头



如果您还有其它想了解的内容，
请扫描下面的二维码或者点击链接给我们留下您的反馈

https://amazonexteu.qualtrics.com/jfe/form/SV_d5nnU3KEayKvunQ