

减压睡眠被的市场前景及营销策略分析

黄山珏 吴盼盼

新疆财经大学, 中国·新疆 乌鲁木齐 830012

【摘要】市场经济繁荣发展的时代背景下,人民生活水平明显改善,对于生活质量的要求也在不断提高。减压睡眠被作为一类功能性家纺产品,能够满足人们对居室环境在舒适性、功能性以及个性化上越来越高的需求,具备良好的市场前景。本文在阐述减压睡眠被性能特点的基础上,分析了该类产品的市场前景,并提出相应的营销改进建议,希望能够为促进减压睡眠被销售量的提高提供有用的参考。

【关键词】减压睡眠被; 功能性家纺; 市场前景; 营销策略

【项目】该论文受新疆财经大学大学生创新创业训练计划项目资助(项目号: 202110766206X)。

1 前言

近年来,我国市场经济发展速度不断加快,人们的收入水平和经济状况不断改善,随之而来的是大家对各种产品质量的要求日渐提高,尤其是家纺等涉及到人们家居水平的产品,而各种功能性家纺产品则正好满足了这一需求。功能性家纺产品实际上就是具备特殊功能的纺织品,常见的除了有抗菌、阻燃以及防静电等安全功能外,还包括自动调节温湿度等智能功能以及防螨虫、防蚊虫等卫生功能。现阶段,我国的功能性家纺大部分将关注点放在卫生保健功效上,以抗菌家纺、抗螨虫寝具以及健康睡眠家纺用品等较为常见^[1]。减压睡眠被作为新开发的新一代家居产品,能够帮助现代人改善睡眠质量,且具备抑菌、除螨等多种效果,有一定市场前景,但其营销策略仍需进一步完善。

2 减压睡眠被的性能特点

减压睡眠被作为功能性家纺产品的一种,主要包括由竹原纤维和椰棕混合制成的减压睡眠产品,同时包括南、北方采用的棉被、蚕丝减压睡眠被及其附属产品(床垫)等,其产品功能十分多样化。减压睡眠被的性能特点如下:①改善睡眠质量。减压睡眠被系列产品中的重力毯可借助重力的作用对人的全身压力进行缓解,帮助人快速入眠,并对人体各压力点进行刺激,改善呼吸及心率,配合产品自身的除湿功能以及抗菌功能,使人的睡眠质量得以进一步改善。有研究发现,重力毯能够在儿童精神疾病治疗中发挥一定的积极作用。儿童缺陷/多动障碍是较为常见的儿童疾病,发病率在3%至5%之间,49%的患者表现出短期睡眠问题,而表现出长期睡眠问题的患儿占10%,对该类患儿使用重力毯能够取得较好的效果。有调查显示,儿童缺陷/多动障碍患者使用重力毯后,其平均睡眠潜伏期为14.0分钟,明显短于使用前的23.1分钟,下降幅度高达39.4%^[2]。这说明,重力毯对于缩短儿童缺陷/多动障碍患者睡眠潜伏期,促进患儿入眠确实有积极作用。另外,还有研究证实,健康志愿者使用超过其体重10%的重力毯后,皮电活动(EDA)出现下降的占33%,焦虑症状得到缓解的占63%,而使用后自我感觉利于平静身心的占78%^[3]。这也进一步证实了重力毯确实能够在改善人的身心状态和睡眠状态上发挥积极作用。②保护脊椎。减压睡眠被中的竹原椰棕床垫在设计上十分贴合人形,符合人体工学,能够为人体脊柱提供良好保护,并提高睡眠舒适度。③抑菌防螨。减压睡眠被产品采用天然竹原纤维制成,该材料包含一种叫竹琨的特殊物质,可发挥良好的抗菌、防螨功效,并具备一定的防虫作用。④透气、经济。椰棕床垫在透气性上良好,原材料价格较低,不但能够促

进人体余热以及潮湿排出体外,而且产品价格较为实惠,经济性好。⑤适应气候差异:减压睡眠被系列产品针对南方和北方气候特征采用不同的材料进行产品制作,南方选择蚕丝作为制作材料,能够在较为潮湿的气候中保持良好透气性和舒适性,北方则选择棉作为制作材料,更能够满足消费者在干冷气候中的保暖需求。⑥无噪音:减压睡眠被床垫采用独立筒袋装弹簧,每根弹簧都能够独立运作并提供支撑力,并可实现单独伸缩,能够避免睡眠翻身时产生噪音。

3 减压睡眠被的市场前景

根据市场领域的不同,家纺产品一般可以分为三大门类,其分别是时尚家纺、公共家纺以及功能家纺^[4]。近年来,家纺类产品生产技术不断提高,而行业内对功能类家纺产品的开发力度不断加强,研制出来的家纺产品也越来越多样化,使用性能更丰富,而这也能够在很大程度上推动时尚类家纺以及公共类家纺产品的创新发展。现阶段,我国生产功能性家纺产品的企业和品牌越来越多,其中,雅芳婷公司的智能枕、喜盈门集团的防臭抗菌功能巾被系列等均为市场效益较高的代表产品。据调查,现阶段市场上较常见的功能性被子主要包括蚕丝被、羽绒被、纤维被以及棉花被等,它们都有自己的优势,同时也存在各自的劣势。例如,woolster品牌下的羊毛被,主打保暖、恒温控温、抑螨、透气的功能,但是羊毛被使用不当时很容易出现掉毛的问题,清理难度较大;蚕臣品牌下的桑蚕被具备贴身、透气、丝滑柔顺、耐用美观的功效,但存在易滋生细菌、弹性差、厚实度低的缺点。

减压睡眠被系列产品对当下市场流行的各种功能性家纺产品进行深入研究,分析其优劣势,采用天然竹原纤维以及椰棕作为原材料进行相关产品制作,并根据南北方气候差异等选择蚕丝和棉花进行减压睡眠被生产,能够满足客户的差异化需求,更有利于提高销量。同时,减压睡眠被主打改善睡眠质量、保护脊椎、抑菌防螨、透气、经济、适应气候差异、无噪音的功能优势,具备亲肤保暖、贴身舒适、有助睡眠、环保健康、缓解压力、无添加剂、细腻柔顺等特点,这是市面上其他常见类型被子所无法达到的,具备良好的市场前景。

4 减压睡眠被的营销策略

4.1 从整体产品的角度进行产品开发

从现代市场营销理论的角度上来说,产品实际上是一个整体的概念,主要包括核心产品、有形产品以及附加产品^[5]。其中,核心产品指的是产品所能为客户提供的主要功能和效果,例如本文所述的减压睡眠被,其核心产品即产品主要具备的改善睡眠的

功能。有形产品指的是产品的物质形式或者非物质形式,是核心产品借以实现的形式,实际上也就是产品向市场展现的实体及服务形象,例如:外观、质量、式样以及品牌和包装等。附加产品指的是产品生产提供的包括送货、维修或者使用指导等形式的附加服务。减压睡眠被在产品开发上必须要兼顾其核心产品、有形产品以及附加产品,在确保改善睡眠功能的基础上,开发产品诸如保护脊椎、抑菌防螨等其他性能,并通过提高产品质量,设计吸引消费者的外观和包装,加强品牌建设等方式,更好地满足客户对产品的其他需求,这样才能更好地满足消费者多样化需求,提高销量。

4.2 提高消费者对睡眠问题的重视度

减压睡眠被作为功能性家纺产品的一种类型,其主要功能是改善睡眠。在产品营销过程中,必须要引导消费者提高对睡眠问题的重视度,从而激发其对减压睡眠被的产品需求,为产品营销奠定基础。大量调查显示,现阶段大部分人都面临着睡眠质量不佳的问题,但很多人尚未认识到该问题的严重性^[6]。有研究发现,在讨论睡眠问题的过程中,相当一部分人对睡眠不佳并未采取任何措施进行主动解决,而大部分人表示对睡眠质量问题会采用顺其自然的态度,主动通过使用或更换寝具等方式解决睡眠问题的人十分罕见。但是,调查中还发现,大部分人表示如果市面上有功能性家纺产品能够帮助解决睡眠不佳的问题,自己愿意尝试购买和使用。因此,在针对减压睡眠被进行销售的过程中,首先要向消费者强调睡眠问题的重要性,告知消费者,长期的睡眠质量不佳可能会让人陷入一种“亚健康”状态,严重的话会影响人的正常生活和工作,并加强产品功能宣传,鼓励消费者尝试购买和使用。

4.3 加强产品功效宣传驱动购买欲望

综合分析功能性床品的营销特点,消费者在购买该类产品时首先考虑的是产品的功效,之后才是品牌。所以,减压睡眠被的营销是否能够取得成功,关键是看该产品是否确实具备消费者所需要的真正功效。目前,消费者对于功能性床品的了解并不深入,相当一部分人对于此类产品的功效存在质疑。因此,必须要进一步加强对减压睡眠被产品的功效宣传,增进消费者对该类产品的了解,消除其疑虑,激发其购买欲望。需要注意的是,在产品宣传工作中,功能性家纺产品曾经因为商家概念炒作等问题,或对产品功效进行过度宣传,给该类产品带来了恶劣的影响,损坏了功能性床品在消费者心中的印象。因此,减压睡眠被营销宣传过程中,应避免概念炒作,以免引起反感。2006年,中国保健协会以及中国标准化协会联合发布了“保健功能纺织品协会标准”,并对抗菌保健功能等纺织品进行了相关标准制定,对其分类、定义、功能结果判定以及检验规则等进行了规范。在减压睡眠被营销宣传中应注重对该行业协会标准的宣传,增进消费者对该类产品的了解,争取获得其认可。营销中,应注重宣传减压睡眠被中的重力毯,利用重力可帮助缓解使用者的全身压力,并对其各压力点进行刺激,促进人体血清素以及褪黑激素分泌,有效改善呼吸机心率,帮助快速入睡,具备一定的科学依据。同时,强调减压睡眠被产品采用的原材料为天然竹原纤维,其内部包含的竹琨本身具备良好的抑菌功效,并能够防螨防虫,产品功效真

实、可靠,确保良好的宣传效果。

4.4 推进品牌建设及产品体验式营销

在企业市场营销过程中,品牌建设占据核心地位。近年来,功能性家纺行业市场竞争越来越激烈,而家纺产品面临的同质化问题也越来越突出,打造一个知名的品牌,促进功能性家纺产品附加值的提高已经十分迫切和必要。减压睡眠被必须要注重品牌建设,尽可能打造一个属于自己的知名品牌,提高其在营销中的市场竞争力,争取获得更大的市场份额。另外,在家纺产品同质化越来越严重的情况下,减压睡眠被产品必须要更加注重产品所附着的独特心理感受以及体验,开展体验式营销,从心理角度满足消费者的需求,提高自身竞争力^[7]。减压睡眠被营销中可通过在专卖店设立床位等方式,鼓励消费者亲身试睡,真正感受产品给其带来的舒适感。体验式营销具体实施过程中,减压睡眠被除了要注重产品体验外,还应提供视觉以及感知上的体验,打造一个温馨、舒适的睡眠环境和氛围。同时,可借鉴一些功能性家纺品牌的做法,“床垫体验90天,不行就换”,采用这种长期品牌体验的活动方式,将床垫直接配送至消费者家中,更加便捷地为目标消费者提供产品体验,大部分消费者在结束体验期之后都会选择购买,这就有效地促进了产品销售量的提高。

5 结语

总而言之,减压睡眠被等功能性家纺产品具备良好的市场前景。鉴于目前大家对于该类产品的了解不够深入,对产品功能仍存在质疑,现阶段该类产品的销售量仍有待提高。减压睡眠被在实施产品营销的过程中,必须要站在整体产品的角度上进行产品开发,吸引顾客;做好宣传工作,提高消费者对睡眠问题的重视度,激起其对产品的需求;同时,重点宣传产品的功效,避免过分夸大功效的做法,增进客户对产品的了解和认可。另外,进一步加强品牌建设,提高市场竞争力,并通过产品体验式营销的方式,使消费者真正感受到产品带来的舒适,提高营销效果。

参考文献:

- [1] 郭敏,何晓娟.功能性家用纺织品创新开发实践及发展趋势[J].纺织报告,2021,40(06):91-92.
- [2] 刘烟,李月真,董慈,王育梅,孙洪强,王巍.重力毯在精神疾病治疗中的研究进展[J].护理实践与研究,2018,15(19):11-13.
- [3] 刘烟.重力毯对广泛性焦虑障碍患者焦虑水平和自主神经功能的影响[D].河北医科大学,2019.
- [4] 陈佳.功能性家用纺织品的创新开发与发展趋势[J].纺织导报,2020(08):28-35.D0I:10.16481/j.cnki.ctl.2020.08.005.
- [5] 本刊编辑部,陈佳.功能性家用纺织品的创新开发实践与发展趋势分析[J].纺织导报,2020(08):27.D0I:10.16481/j.cnki.ctl.2020.08.004.
- [6] 冯琳.大数据背景下南通家纺企业发展策略[J].开封文化艺术职业学院学报,2020,40(07):209-210.
- [7] 李黎.关注体验式营销[J].湖北画报(湖北旅游),2021(01):92-93.