



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสาธารณรัฐประชาชนจีน

ประจำเดือนสิงหาคม 2569

โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้

thaitcshanghai@ditp.go.th

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพการนอนหลับของผู้บริโภคในประเทศจีน ปี 2569

睡眠经济的定义



睡眠家居 物理接触、睡眠基础环境



助眠科技 科学干预（数据/化学/生物）



睡眠服务 软性交付、解决方案



艾媒报告中心: report.iimedia.cn ©2026 iiMedia Research Inc

ที่มาภาพ: <https://img.iimedia.cn/>

00001b1c4cf80b5b618b59b90df7a126e4012e250ac4af46c4beb81812aa370ab3ddc

จีนเดินหน้าพัฒนาตลาดเศรษฐกิจการนอน (Sleep Economy) อย่างต่อเนื่อง ท่ามกลางกระแสการตื่นตัวด้านสุขภาพของผู้บริโภค การสนับสนุนจากนโยบาย Healthy China การยกระดับการบริโภคภายในประเทศและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ส่งผลให้อุตสาหกรรมด้านสุขภาพการนอนของจีนก้าวจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องนอนแบบดั้งเดิม สู่การพัฒนาโซลูชันการดูแลสุขภาพการนอนแบบครบวงจรที่ผสมผสานผลิตภัณฑ์ ฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ และบริการทางการแพทย์เข้าด้วยกัน ในปี 2568 ตลาด Sleep Economy ของจีนมีมูลค่า 573.72 พันล้านหยวน ขยายตัวร้อยละ 7.3 จากปีก่อน และคาดว่าจะเติบโตแตะ 790.43 พันล้านหยวนภายในปี 2573 สะท้อนศักยภาพการเติบโตของตลาดในระยะยาวและโอกาสทางธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

睡眠质量问题造成的后果较多，年龄影响显著



ที่มาภาพ: <https://img.iimedia.cn/>

100017c572f58af8effd909fc1091b42616d48a096baf141640ed9ea0668f30a09129

ปัจจัยสำคัญที่ผลักดันการเติบโตของตลาดดังกล่าวมาจากปัญหาด้านการนอนหลับของผู้บริโภคจีนที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยผลสำรวจของ iiMedia Research ระบุว่า ปัญหาที่พบมากที่สุด ได้แก่ การตื่นกลางดึก (ร้อยละ 51.4) การฝันบ่อย (ร้อยละ 42.7) และการหลับยาก (ร้อยละ 42.1) ซึ่งส่งผลกระทบต่อสุขภาพกายและสุขภาพจิต รวมถึงอารมณ์ ความจำ และภูมิคุ้มกันของร่างกาย ทั้งนี้ ผู้บริโภคจีนกว่าร้อยละ 72.4 แสดงความตั้งใจที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ช่วยส่งเสริมคุณภาพการนอน โดยผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องนอนพื้นฐานยังคงเป็นทางเลือกอันดับต้น ๆ ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่าความต้องการด้านการนอนหลับได้พัฒนาไปสู่ความต้องการด้านสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่มีความสำคัญมากขึ้นในตลาดผู้บริโภคจีน

中国睡眠经济市场规模及预测



ที่มาภาพ: <https://img.iimedia.cn/>

00001f77ebd72358ef1fc9dcc4b9c72be77cd933c67a288284c8f8d36490c1a253594

อุตสาหกรรม Sleep Economy ของจีนมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องนอนแบบดั้งเดิมไปสู่ระบบนิเวศด้านสุขภาพการนอนที่มีความหลากหลายมากขึ้น โดยรายงานระบุว่า ตลาดแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องนอนและสภาพแวดล้อมเพื่อการนอน (Sleep Home) เทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์ช่วยการนอน (Sleep Technology) และบริการด้านการนอน (Sleep Services) ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การให้คำปรึกษา การตรวจวินิจฉัย ไปจนถึงการบำบัดและดูแลสุขภาพการนอนแบบครบวงจร

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการจำนวนมากได้เข้าสู่ธุรกิจดังกล่าว ส่งผลให้โครงสร้างตลาดขยายตัวจากกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องนอนไปสู่ผลิตภัณฑ์บำรุงสุขภาพ อุปกรณ์ดิจิทัลและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการนอน รวมถึงเครื่องใช้ไฟฟ้าอัจฉริยะที่ผสานฟังก์ชันด้านการนอน โดยตลาดมีแนวโน้มพัฒนาไปสู่การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายมากขึ้น ใช้เทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับสินค้า และเกิดการบูรณาการระหว่างอุตสาหกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างนวัตกรรมและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น

ผลิตภัณฑ์เพื่อการนอนที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคจีนมากที่สุด ได้แก่ หมอนช่วยการนอน (ร้อยละ 55.4) รองลงมา ได้แก่ ผ้าปิดตา (ร้อยละ 40.1) อ่างแช่เท้าเพื่อสุขภาพ (ร้อยละ 35.8) และที่อุดหู (ร้อยละ 34.1) สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีราคาไม่สูง และสามารถช่วยยกระดับคุณภาพการนอนได้ในชีวิตประจำวัน ขณะเดียวกัน ผลิตภัณฑ์กลุ่มอุปกรณ์อัจฉริยะและสินค้าเฉพาะทางก็มีแนวโน้มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการด้านสุขภาพการนอนที่มีความหลากหลายมากขึ้น

สำหรับตลาดแอปพลิเคชันด้านการนอน ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับฟังก์ชันการใช้งานที่ช่วยส่งเสริมคุณภาพการนอน เช่น การเล่นเกมช่วยการนอนและระบบนาฬิกาปลุกอัจฉริยะ อย่างไรก็ตาม ผู้ใช้งานยังสะท้อนปัญหาสำคัญ ได้แก่ แอปพลิเคชันใช้พื้นที่จัดเก็บข้อมูลจำนวนมาก ประสิทธิภาพของระบบติดตามการนอนยังไม่แม่นยำเพียงพอ และการใช้พลังงานแบตเตอรี่ค่อนข้างสูง ซึ่งเป็นประเด็นที่ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันและผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอนาคต



ที่มาภาพ: <https://img.iimedia.cn/>

100013b37837a07d7bea5761a91cf87353570674c78d9c29e43d3abb6409dffe8b933

ในด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการนอน ช่องทางออนไลน์ยังคงเป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงผู้บริโภคจีน โดยแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซแบบครบวงจรได้รับความนิยมสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 76.2 ของผู้บริโภคที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ช่วยการนอน ขณะที่แพลตฟอร์มวิดีโอสั้นได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 54.6 สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของการตลาดดิจิทัล การรีวิวสินค้า และการจำหน่ายผ่านไลฟ์สตรีมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจีนมากขึ้น ทั้งนี้ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการทำตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ควบคู่กับการสร้างประสบการณ์ผ่านช่องทางออฟไลน์ เพื่อเชื่อมโยงการรับรู้แบรนด์ การทดลองใช้สินค้า และการบริการหลังการขายให้เป็นวงจรที่สมบูรณ์

ข้อคิดเห็นของ สคต.

สำหรับผู้ประกอบการไทย การเติบโตของตลาด Sleep Economy ของจีนถือเป็นโอกาสในการขยายการส่งออกสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมคุณภาพการนอนและสุขภาพ อาทิ เครื่องนอนและผลิตภัณฑ์จากยางพารา ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อการผ่อนคลาย น้ำมันหอมระเหย เครื่องหอม ผลิตภัณฑ์สปา ตลอดจนสินค้าเพื่อสุขภาพอื่น ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคจีนได้ อย่างไรก็ตาม จากแนวโน้มการแข่งขันของตลาดที่ให้ความสำคัญกับการพิสูจน์ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ผ่านข้อมูลทางวิทยาศาสตร์และนวัตกรรม ผู้ประกอบการไทยควรมุ่งพัฒนาสินค้าให้มีจุดเด่นด้านคุณภาพและมีข้อมูลรับรองที่น่าเชื่อถือ ควบคู่กับการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม รวมถึงการใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซและสื่อดิจิทัลของจีนในการทำตลาด เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างโอกาสในการขยายตลาดท่ามกลางการเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรม Sleep Economy ในจีน

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไทยควรติดตามแนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีด้านสุขภาพการนอนและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของจีนอย่างใกล้ชิด เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันและสร้างความแตกต่างของสินค้าในตลาดจีน

จัดทำโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเซี่ยงไฮ้
สิงหาคม 2569

แหล่งที่มา

<https://www.iimedia.cn/c400/112856.html>