

# 守护Women的消费<sup>2</sup>

优化消费环境 提升消费品质



扫一扫 转发报道

编者按

“她经济”浪潮奔涌，女性已成为新消费市场的中流砥柱。从悦己消费到情绪价值，女性的每一次选择，都在以温柔而坚定的力量重塑市场格局。然而，热潮之下亦有隐忧——如何让女性敢消费、愿消费、安心消费，已成为时代之问。

为生动践行2026年湖南省3·15国际消费者权益日大会上“优化消费环境、提升消费品质”的主题精神，湖南省消费者权益保护委员会、今日女报/凤网联合推出“守护WOMEN的消费”专栏，聚焦消费高频区、对话消费守护者，以更高标准优化消费环境，以更实举措提升消费品质，营造让女性放心、舒心、暖心的消费生态，为激发消费活力、推动高质量发展贡献“她力量”。

## 从“小众需求”到“千亿市场”的新消费观察

# 助眠消费成新潮流，为何越来越多人“花钱买觉”

今日女报/凤网记者 周雅婷

凌晨三点，城市沉睡，但手机屏幕另一端依然热闹非凡。直播间里，没有喧闹的歌舞，只有主播轻轻摩挲麦克风的声，或是压低音量的耳语。成千上万的“夜猫子”戴着耳机，试图在这些被誉为“电子安眠药”的声音中找到片刻的宁静与睡意。

随着“睡个好觉”成为现代生活的奢侈品，一场由“声音”引领的消费热潮悄然崛起。艾媒咨询数据显示，2024年我国睡眠经济市场规模已突破5000亿元，预计到2027年将达6586.8亿元。而在众多助眠赛道中，ASMR（自发性知觉经络反应）正逐渐从边缘小众走向大众视野，成为年轻人追捧的“睡前仪式”。

为何消费者愿意花钱“买觉”？当“听声音睡觉”成为一种消费习惯，这些“电子安眠药”真能抚慰都市女性的疲惫夜晚吗？今日女报/凤网记者带你了解这场声音热潮背后的故事。

### 失眠人群庞大，为睡眠花钱成新潮流

在快节奏的现代生活中，越来越多人深受失眠困扰。《2025年中国睡眠健康调查报告》显示，在我国18岁及以上的人群中，48.5%的人存在睡眠困扰，其中女性比例高于男性。

庞大的失眠群体带动了助眠消费的迅速增长。天猫平台数据显示，2024年助眠类商品搜索量同比增长190%。特别是在年轻女性群体中，“像妈妈一样哄睡”的ASMR博主逐渐成为“电子安眠药”，引领一股声音助眠的潮流。

今年26岁的市民小吴是睡眠经济的忠实消费者。因工作压力大，她经常夜间失眠，入睡时间多在凌晨1至2点。“一开始我只是在播客平台听一些助眠音乐或白噪音，还下载了记录睡眠质量的APP，但时间久了就没有效果。看到APP上显示‘睡眠质量一般’的评价时，我又感到焦虑，越焦虑越睡不着。”

为改善睡眠状况，小吴尝试过重力眼罩、褪黑素等多种产品，收效甚微。直到今年3月，她偶然刷



睡眠APP上的记录显示，小吴经常失眠。到了社交平台上的ASMR助眠直播间，从此打开了新世界。“棉签摩擦耳廓的沙声、指尖轻触麦克风的窸窣声、模拟洗头时的水流声……都让我觉得很放松，不知不觉就睡着了。”

现在，小吴成了ASMR助眠直播间的常客，关注的主播从一个增加到七八个，类型也更多元：有的主打道具音效，有的进行角色扮演，还有的采用“沉浸式”场景模拟——整理桌面、敲击键盘、捏花泥，声音干净纯粹，让人觉得很治愈。

小吴告诉今日女报/凤网记者，在常见的ASMR助眠直播间，主播会推出打包好的ASMR内容或会员订阅，价格从几十到几百元不等。“点播成了我睡前的仪式感，如果哪天没听，就觉得少了点什么，好像还没做好入睡的准备。”

### ASMR博主流量火爆，消费者付费意愿高



今日女报/凤网记者在各大社交平台搜索发现，ASMR内容热度持续升温。在小红书平台上，像“如亦助眠”等账号，通过将ASMR与轻语冥想结合，积累了数十万粉丝。在抖音，关于“ASMR”的话题播放量已突破642.5亿次，深夜12点后，一些头部ASMR主播的直播间在线人数常常轻松破万。

以34岁的ASMR助眠博主“一菲”为例，仅在抖音平台，她就拥有近300万粉丝。数据显示，她的粉丝中女性占比约58%，大部分是18至23岁的“Z世代”，

尤其以三线城市的年轻人为主。“粉丝中女大学生居多，在外上学容易想家。”

在助眠直播间，观众通过打赏“点播”心仪的音效，是最常见的消费方式。点一个“洗头”音效10到30元，类似的“采耳”音效也在这个价格区间。如果想插队，还得加钱。主播会提前列出所有点播项目，网友可以快速选择，部分主播甚至采用投票机制，把表演项目选择权交给观众，赢得票数多的优先表演。

除了点播，付费课程也是消费热点。头部博主“Bakery不失眠”推出的“助眠图书馆”栏目，月度会员价格30元左右，3个月内已有6000多人加入会员。

各大平台也在为助眠消费加码。抖音、小红书上，助眠直播成为涨粉速度较快的垂类之一。有主播直播第一周就涨粉100多人，观看人数过万，收获数千“薯钻”（小红书虚拟货币）。这些虚拟货币可以用于打赏主播、兑换礼物，是平台内消费的重要一环。

### 新消费观察：消费者愿为情绪价值和生活品质付费

谢迟（湖南师范大学商学院消费经济研究所副教授、她消费帮帮团专家）

我国近半数成年人受睡眠问题困扰，社会压力与情绪焦虑持续催生助眠需求，消费重心正从基础生理需求转向健康投资与情绪疗愈。消费者愿意为情绪价值和生活品质付费，正是睡眠经济持续火爆的核心原因。其中女性对声音、触感类感官刺激更为敏感，ASMR能有效舒缓

压力、提供独处时的情感陪伴需求，契合当下悦己消费、情绪消费的偏好。

商业模式上，ASMR依靠打赏、付费专栏、带货等方式变现，模式短期具备可持续性，用户黏性高、付费意愿明确，且内容场景与助眠产品高度适配，商业转化路径清晰。但长期发展的关键，在于避免内容同质化与低俗化，保持专业度与治愈感。一旦内容质量下滑或过度商业化，用户流失风

险将显著上升。

为推动行业健康发展，平台应强化内容审核，明确助眠内容规范，清理低俗劣质内容；监管部门应完善行业标准，打击虚假宣传与价格虚高；创作者和企业应坚持专业导向，结合睡眠科学提升内容与产品质量；同时加强科普教育，提升消费者理性辨别能力，形成平台监管、行业自律、消费者理性选择的良性生态。

### 新消费建议：ASMR助眠效果因人而异，科学调理才是根本

陈金虹（湖南省第二人民医院睡眠障碍科主任医师）

当下，ASMR直播间的听觉放松内容，确实能帮助部分人舒缓情绪、辅助入睡。作为一种温和的助眠方式，它具备一定实用价值，不必全盘否定。但也要清醒认识到，ASMR助眠效果因人而异，有人受用，有人无感，甚至有人会感到不适。更需要警惕的是，长期过度依赖外部声音刺激，可能削弱自主入睡能力，形成心理依赖。

对于市面上各类助眠产品，眼罩、白噪音等物理手段可减少环境干扰；而褪黑素等外源性激素长期自行服用可能干扰自身分泌节律，不建议作为常规手段。任何助眠产品的使用都应建立在对失眠原因明确诊断的基础上——失眠背后可能涉及躯体疾病、精神心理因素或不良睡眠习惯，只有明确病因才能进行针对性干预。

建议广大失眠患者，首

先前往正规医疗机构明确病因，排除器质性病变，其次在医生指导下选择适宜干预方式，物理手段可作为补充但不宜过度依赖，同时培养良好睡眠卫生习惯，建立规律作息。

面对各类助眠产品与服务，我们应保持理性：适合自己再用，不依赖、不盲从、不冲动消费。正视失眠背后的真实原因，坚持科学调理，才是拥有安稳、健康睡眠的长久之道。

### 新消费提醒：理性“买觉”，避开陷阱

“花钱买觉”是快节奏生活中人们以低成本换取情绪放松的理性选择，但也需警惕非理性消费。湖南省消费者权益保护委员会提醒广大消费者：

一、警惕低俗内容，拒绝“擦边”诱惑。消费者应主动抵制低俗的ASMR内容，发现违规主播及时向平台举报，不要为好奇心或所谓的“福利”付费，避免助长不良风气。

二、看清产品资质，勿轻信宣传。购买助眠类产品时，要仔细查看产品

包装上的执行标准、生产许可等信息。保健食品应认准“蓝帽子”专用标志，普通食品不具备疾病预防和治疗功能。对于宣称“助眠”等功效的普通饮料，切勿盲目相信。

三、理性消费，避免过度依赖。ASMR消费本质上是情绪消费，具有冲动性和虚拟化特征。消费者应根据自身经济状况设定消费预算，避免在直播间过度打赏。

四、保留证据，依法维权。如遭遇虚假宣传、内

容低俗等问题，消费者应保留好聊天记录、打赏截图、商品链接等证据，及时向平台投诉。若平台处理不力，可向全国消协智慧315平台或当地消保委（消协）、有关行政部门投诉，拨打12315或12345热线。

五、科学调理，不迷信“外力”。改善睡眠不能完全依赖ASMR或各类助眠产品。若长期存在睡眠困扰，应及时就医，明确失眠原因，在医生指导下进行科学调理。