



2027春夏床上用品行业洞察

2027 HOME FURNISHINGS INDUSTRY INSIGHTS

POP-FASHION年度趋势指导文件，助力企业、品牌和设计师未来发展和规划



2027春夏床上用品行业洞察

概述：

在全球经济进入深度调整期与健康意识全面觉醒的交汇点，家用纺织品行业正经历着从“生活必需品”向“健康管理工具”的范式转移。随着“睡眠经济”在全球范围内的蓬勃兴起，家纺产品不再仅仅是卧室的装饰或基础覆盖物，而是演变为缓解焦虑、调节生理节律及提升生命质量的核心载体。

2027春夏的市场展望显示，这一趋势不仅在材料科学层面取得了突破，更在社会心理与数字化生产领域催生了深层次的变革。随着零售渠道的转型以及时尚行业对功能性产品的预期需求增长，家用纺织品作为一个独立且高速增长的分领域，其表现尤为亮眼。

从区域动态来看，亚太地区已成为全球家纺行业的增长引擎。中国、印度等国不仅是全球主要的供应基地，其内部不断扩大的消费群体也正在重塑需求结构。特别是在新兴市场，城市化进程的加速和居住环境改善的投入增长，也为家纺市场注入了持续的动力。





CONTENTS 目录



宏观概况



消费者痛点分析



趋势洞察



总结展望



1

宏观概况

2027春夏家用纺织品市场正经历从“装饰性”向“功能性健康管理”的战略范式转移。在全球范围内，家纺行业展现出极强的韧性，尤其是亚太地区作为核心增长引擎，正通过零售渠道转型与产品功能化升级重塑需求结构。中国市场已进入存量优化阶段，竞争重点正从传统的成本导向转向技术溢价，被芯与枕芯等具备强助眠功能的单品成为品牌突围的战略核心。在技术环境方面，全行业正通过数实融合实现现代化提升，智能温控、动态压力分布及生物监测等黑科技的深度集成，使家纺产品从覆盖物进化为精密的健康监测终端。同时，绿色低碳已成为全球供应链的刚性约束，驱动生物基纤维与循环工艺成为未来行业的主流底色。

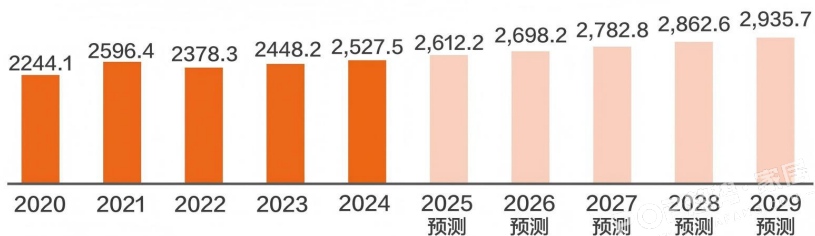
1.1 市场规模：稳健增长+集中度提升，睡眠经济带来新需求

容量大、韧性强，未来集中度有望逐步提升

中国家用纺织品市场规模

亿元;2020-2029预测

年复合增长率	2020-2024	2024-2029预测
家用纺织品市场规模	3.0%	3.0%



来源：弗若斯特沙利文。

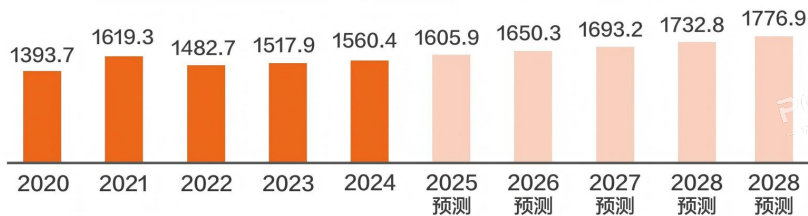
从产业属性来看，中国家纺行业属于典型的大容量、弱周期、相对稳定的消费赛道之一。根据中家纺、中国睡眠研究会和水星家纺联合发布的《2025中国被芯白皮书》数据，2020年-2024年中国家用纺织品市场规模保持温和增长态势，虽然在2020年至2022年间由于疫情等短期因素冲击下出现一定波动，但从2023年起家纺市场出现明显复苏，并自2024年起恢复稳定增长，预计在未来五年保持3%左右的复合增速。

集中度较低，行业相对分散

中国床上用纺织品市场规模

亿元;2020-2029预测

年复合增长率	2020-2024	2024-2029预测
家用纺织品市场规模	2.9%	2.6%



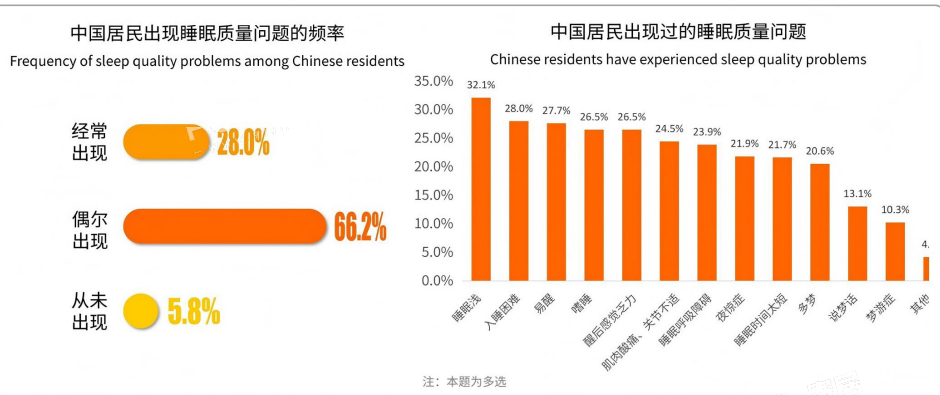
来源：弗若斯特沙利文。

目前的驱动力更多来自于日常替换、气候季节性更替、功能性升级等更可持续的消费基础，因此行业整体呈现出较强的弱周期属性，即使在房地产下行周期中仍能保持低个位数的稳健增长。相较运动服饰、护肤彩妆等消费子行业，家纺行业的集中相对较低，我们认为与行业进入壁垒较低、品牌同质化、产品创新缓慢等有较大关系。大量地方型、品类型和加工型品牌长期占据下沉市场。

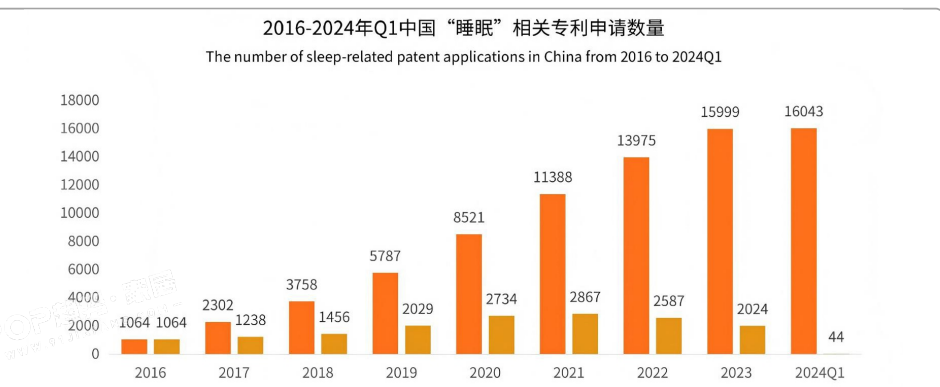
数据来源：《2025中国被芯白皮书》，东方证券研究所

1.2 行业趋势：与健康睡眠市场打通 科技功能性成为主流需求

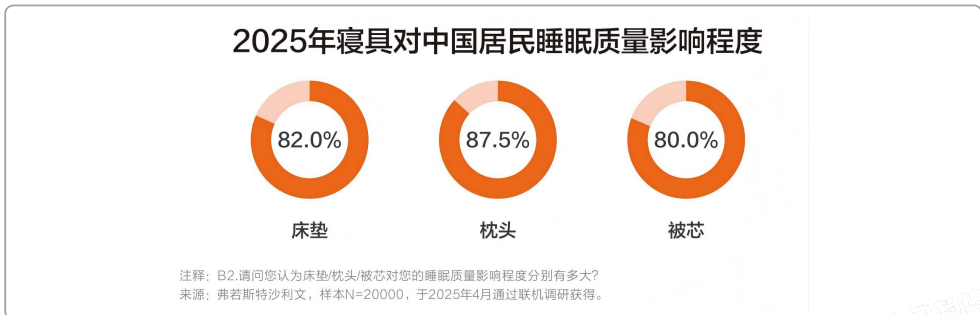
睡眠问题成为社会普遍痛点



功能性材料渗透率提升



家纺类在助眠产品购买决策中占比最高



中国消费者会考虑购买的助眠产品类型



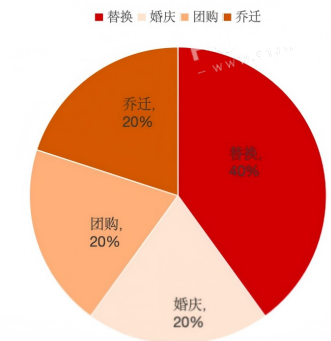
在睡眠产品消费偏好方面，56.8%的中国消费者会选择购买家居家纺类产品，消费内容、消费观念呈现升级趋势，与睡眠直接相关的家纺成为刚性需求的承接端。由此催生出庞大的睡眠经济，根据艾媒咨询估算，2026年中国睡眠经济规模约6,167.4亿元，并预计未来几年继续快速扩张，预计到2027年接近或超过6,500亿元，睡眠问题的普遍性与睡眠消费付费意愿是功能性家纺溢价空间的根本来源。

数据来源：《2025中国被芯白皮书》，艾媒咨询，东方证券研究所

1.3 竞争格局分析：需求重塑 线上深化且集中度相对更高

床上用品最主要的消费需求是日常替换

家用纺织品消费需求占比情况



2025年中国消费者更换被芯的原因



注释：1.D1.请问您通常会因为什么原因更换和购买新的被芯？2.多选题目，存在各选项加总超过100%的情况
来源：弗若斯特沙利文，样本N=20000，于2025年4月通过联机调研获得

从需求端看，近年来家纺行业的需求增长逻辑正经历深刻重塑，行业驱动力已从传统的婚庆、乔迁等低频事件向高频的日常替换与功能性升级。根据中研普华产业研究院发布的《2022-2027年中国家纺行业深度调研及投资前景预测研究报告》，家纺产品的日常替换作为一种刚性需求，已经成为家用纺织品最主要的消费需求，约占整体的40%。家纺产品中季节性与日常替换类目——尤其像枕头、夏被、毛巾等小件高频产品——作为家庭生活的必需品和升级产品，在整体疲弱的环境下依旧能够保持稳定向好的态势。

消费者了解和购买渠道主要是综合电商平台

从供给端看，顺应消费链路的线上化迁移，家纺作为一个相对更标品的行业，其供给重心正加速向电商倾斜。艾媒咨询调研数据显示，中国消费者了解及购买家纺助眠产品的主要渠道已高度集中于综合电商、短视频及内容分享平台，其中通过综合电商和社交电商购买的占比分别高达47.3%和39.0%。

中国消费者了解助眠产品信息的主要渠道

Main channels for Chinese consumers to learn about sleep aid products



中国消费者购买助眠类产品的主要渠道

Main channels for Chinese consumers to buy sleep aid products



数据来源：中研普华产业研究院，艾媒咨询，东方证券研究所

1.3 竞争格局分析：需求重塑 线上深化且集中度相对更高

家纺龙头企业长期霸榜双十一销售前十榜单



从线上端看：虽然淘宝、抖音等平台仍活跃着大量主打“极简纯色”、“功能材料”的新品牌，试图以轻资产模式和直播间低价策略切入年轻群体，但这些品牌普遍存在重营销、轻研发、无根基的通病。它们更多是在低价格带进行内卷，缺乏持续的产品迭代能力与线下服务承接，难以对行业中高端市场形成实质性冲击。唯有如罗莱生活、水星家纺、富安娜等头部企业，以及亚朵等具备独特场景优势和模式创新的品牌，才能凭借多年积累的品牌资产+供应链体系+线下网络构建起稳固的用户心智壁垒。在中小品牌缓慢出清的背景下，流量与利润进一步向这些头部企业集中。

小红书热门话题：居住趋势



↑ 小红书相关热门话题浏览量：

#家居薯 15.8亿

#我最爱的床品 15.5亿

#护脊床垫 1.9亿

#床品柔软舒适 7563.2w

#水星家纺 8736.3w

#家居好物测评 939.3w

数据统计自3.30号来源灰豚

数据来源：天猫官网，东方证券研究所

社会文化及生活方式驱动



国家卫生健康委发布《老年人认知障碍预防干预技术标准》，针对老年人面临的健康问题，提供了一套科学、具体的技术指导方案。

政策环境



慕思携手华为鸿蒙实现智能睡眠技术与生态双重突破；喜临门3月20日举办首场智能睡眠发布会；顾家整家定制5大放心发布会”

技术环境

新消费思潮影响



以一体化设计构建人宠共生空间，在满足人居需求的同时，诠释人与自然、生命与生命的和谐共处。

居住环境



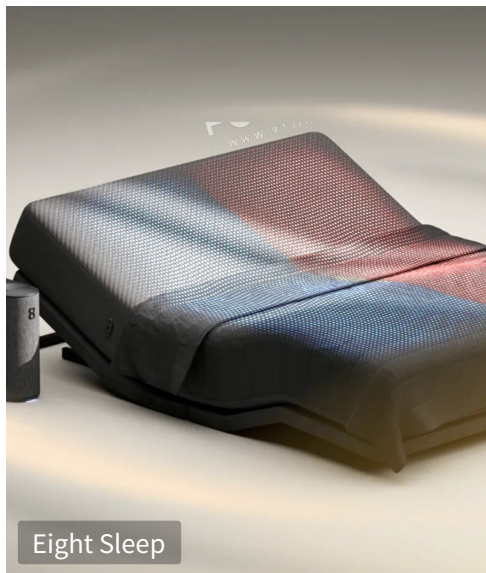
小红书发起“小家DIY大赛”，鼓励用户进行“最小单位改造”。官方将优秀作品在“小家博物馆”线下展览。

消费环境

社会文化对睡眠的定义正在发生深刻改变。随着健康生活理念的普及，国民对睡眠的关注点已从“基本休息”提升到“深度修复”。在这种文化氛围下，卧室被视为都市生活中的最后一块净土，这种心理防御性的需求催生了对具有包裹感和感官愈合功能产品的高度追求。此外，受电子产品过度使用及快节奏生活的影响，助眠家纺产品被赋予了更多情绪价值和心理安慰的功能。

1.5 技术环境分析：功能性材料渗透率提升，用户决策逻辑转向“体验为王”

AI 驱动睡眠系统



睡眠数据监测 | 温度控制 | 健康检测

由睡眠科技公司 Eight Sleep 推出的AI驱动睡眠系统，内置了调节床垫配件温度、高度和硬度的代理。对于消费者来说，AI代理承诺提供更主动、个性化的睡眠环境，每晚都会调整，减少干扰，引导更健康的作息。向自动化、数据驱动的卧室系统的转变反映了更广泛的健康导向家庭自动化和临床导向睡眠技术的趋势。

智能睡衣



智能睡衣 | 布料传感器 | 呼吸监测

剑桥大学 2025 年公开的smart pyjamas，能够准确且非侵入式地检测睡眠障碍。嵌入在智能睡衣中的传感器采用了“轻量级”AI 算法训练，能够以 98.6% 的准确率识别六种不同的睡眠状态，同时忽略翻身等常规睡眠动作。节能传感器只需少数几个睡眠模式示例，就能成功区分规律睡眠与紊乱睡眠。

1.5 技术环境分析：功能性材料渗透率提升，用户决策逻辑转向“体验为王”

有机设计



Chen Xu



Chen Xu

自然造型 | 可压缩结构 | 人体工学

Camp Napper 是一款营地枕头，旨在结合人体工学支持与受森林和户外自然形态启发的视觉语言。该枕头具有有机轮廓和质感表面，视觉上呼应木纹和植物结构，同时在压力分布和舒适度上发挥功能性作用，为寻求便携性、颈部支撑和在不同睡眠条件下保持稳定舒适度的露营者设计。

薄型泡沫技术



Levitex



Levitex

薄型泡沫 | 便携式支撑 | 人体工学

Levitex Slice 枕头采用品牌专利的Levitex泡沫技术制成，高2.5厘米，长60厘米，宽40厘米。枕头顶垫设计为放置在现有枕头上，提供额外的支撑和舒适，非常适合侧睡者或想在睡觉时更好地对齐的人。Levitex Slice 枕头也可以放在腿下、膝盖或臀部之间，以缓解紧张或肌肉拉伤。

1.5 技术环境分析：功能性材料渗透率提升，用户决策逻辑转向“体验为王”

竹纤维面料



ettitude

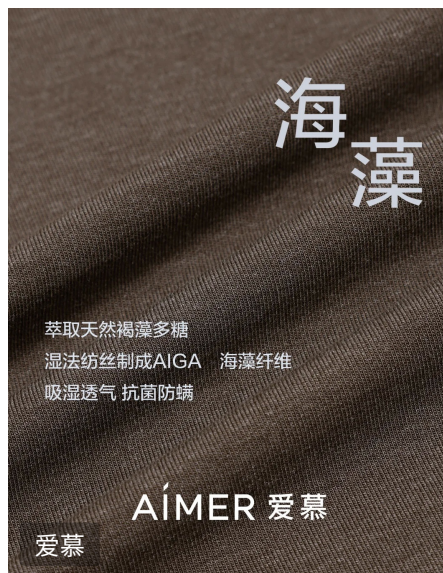


ettitude

竹生物炭 | 透气柔软 | 光滑

ettitude的“奢华竹床单套装”采用品牌专有的PLNTsilk面料制成，旨在带来精致的美感和提升的舒适度。这种材质呈现出丝绸般的外观，表面光滑光泽，同时保持透气柔软，堪比高级棉质床上用品。该材料还具备抗菌、防臭和抗真菌特性，提供13种配色，满足不同室内设计风格的需求。

海藻纤维面料



萃取天然褐藻多糖
湿法纺丝制成AIGA 海藻纤维
吸湿透气 抗菌防螨

AÍMER 爱慕

爱慕

环保再生 | 抗菌防螨 | 环境友好

提取自海洋中的可再生资源——藻类植物，天然海藻原料的使用可减少对土地和水的过度使用，对大肠杆菌、金黄色葡萄球菌的抑菌率均大于90%贴肤舒适洁净，久穿不刺痒，海藻纤维全生命周期碳排放比棉纤维低40%，且降解阶段无有害物质释放。



爱慕



2

消费者痛点分析

在2027春夏的市场语境下，床上产品的研发重心已从单纯的物理遮蔽转向对深层生理与心理痛点的精准转译。当代消费者的睡眠困扰不再是单一的“时间缺失”，而是外部环境压力、心理防御机制与生理机能衰退交织而成的综合产物。首先，精神高度戒备导致的“入睡前反刍思维”成为年轻群体的核心痛点，迫切需要通过超触觉材质提供的感官安抚来诱发睡意。其次，银发族受生理机能衰退影响，面临频繁起夜的安全危机与换洗被褥的家务障碍，催生了对“无障碍操作”与“物理支撑补偿”的刚性需求。

2.1 痛点一：不同群体睡眠差异 RESSION

睡眠困扰在代际与性别间呈现显著的特征化差异，要求产品必须从全人群通用转向分众化适配。

伴侣间睡眠导致的“主权冲突”：

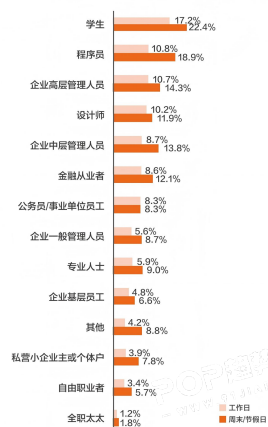
在传统的床品下，双方往往被迫在不适的温度、质感、倾斜角度中折中，双方因睡眠习惯、噪音、温度差异等无法完全放松进入深睡。这种痛点催生了对分区智能控制寝具的需求，以消除差异引发的睡眠中断。

银发族的生理机能衰退阻碍：

老年群体的睡眠呈现出显著的“破碎化”特征，夜间易醒、早醒以及由于生理脆弱性导致的睡眠总量缩短成为普遍痛点。随着机能衰退，长辈对寝具的支撑力、安全性以及换洗的便利程度表现出极高的刚性依赖。传统的厚重被褥或难以定位的枕头往往加剧了他们的睡眠负担和安全焦虑。



2025年中国不同职业群体睡眠时间不规律情况



注释：A1 请问您一般晚上几点睡觉？
来源：弗若斯特沙利文，样本N(学生)=520，N(程序员)=370，N(专业人士)=3,000，N(全职太太)=170，N(私营小企业主)=1500，N(自由职业者)=1700，N(金融从业者)=560，N(设计师)=500，N(企业中高层管理人员)=200，N(企业中层管理人员)=1380，N(企业一般管理人员)=3560，N(企业基层员工)=4560，N(公务员/事业单位员工)=1560，N(其他)=80，于2025年4月通过联机调研获得。

2025年中国不同年龄段群体睡眠时长

	19-30岁	31-40岁	41-50岁	51-60岁	60岁及以上
工作日	7小时6分钟	7小时6分钟	7小时12分钟	6小时53分钟	6小时44分钟
周末/节假日	8小时9分钟	7小时58分钟	8小时2分钟	7小时36分钟	7小时1分钟

注释：A4 请问最近六个月，您一般的睡眠时长会持续多久？

来源：弗若斯特沙利文，样本：N(19-30岁)=8990，N(31-40岁)=8000，N(41-50岁)=2020，N(51-60岁)=660，N(60岁以上)=340，于2025年4月通过联机调研获得。

2025年中国居民总体及不同性别群体熬夜情况及入睡时间

	熬夜情况			入睡时间
	总体 (%)	男性 (%)	女性 (%)	总体 (分)
工作日	20.0%	27.1%	16.9%	22:31
周末/节假日	54.8%	61.1%	52.1%	23:10

注释：1. “熬夜”为在23:00后入睡的现象。2.A1 请问您一般晚上几点睡觉？
来源：弗若斯特沙利文，样本N=20000，于2025年4月通过联机调研获得。

数据来源：《2025 中国被芯白皮书》

2.2 痛点二：床品无法满足多种微环境调节

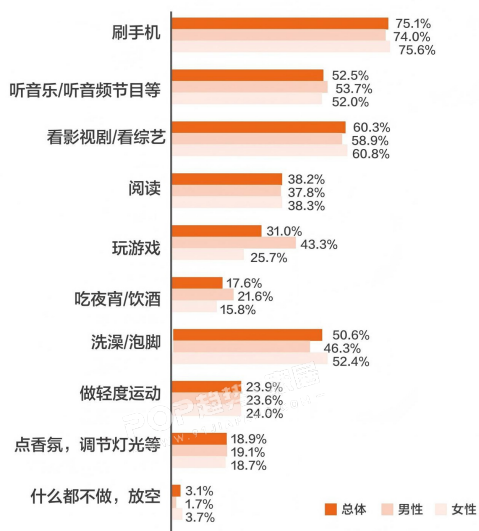
传统材质难以实时响应人体在夜间的动态温湿度变化，导致消费者因环境调节失效而频繁发生睡眠中断。



特定人群对微环境调节有极端敏感的需求。传统纤维在面对突发性的体表热波动时往往响应过慢，无法及时疏导湿度，造成体感黏腻。这种痛点驱动了对具有天然瞬时凉感及高效导湿结构材质的迫切升级需求，以解决个性化的热舒适盲区。

人体进入深度睡眠时核心温度会下降，但许多常规床品由于透气排湿效能不足，易在局部产生“温室效应”，导致消费者在下半夜因潮热闷汗而易醒。市场急需能够实现双向热量调节的材料，例如能够在吸热与放热间转换的相变纤维，以维持理想的“恒温微环境”，从而延长深度睡眠的连续性。

2025年中国不同性别群体睡前行为



注释：1.A2.请问您睡前1小时内会有以下哪些行为？2.多选题目，存在各选项加总超过100%的情况
来源：弗若斯特沙利文，样本N=20000，于2025年4月通过联机调研获得。



2.3 痛点三：家居氛围关联性 PRESSION

卧室氛围已由视觉美学转向情绪治愈，床品作为核心媒介，若不能与整体环境协同创造安全感，则难以辅助消费者建立深度的心理放松。

消费者痛点在于缺乏一种能提供“被环抱感”的情绪慰藉，这要求通过超触觉柔软材质与低饱和度色彩的协同，构建出一个“心理保护屏障”。单一的床品升级已无法满足消费者对“全场景睡眠闭环”的期待，消费者希望床品能达成全方位的深度放松体验。

色彩与色调



铺陈方式



#家居美学# 94.4亿

#提升幸福感的家居好物 25.6亿

#治愈系家居 2.0亿

#家居氛围感 6305.8w

#卧室色彩搭配 3923.2w

#床品搭配 268.4w

#中古卧室搭配 62.2w

数据统计来源灰豚



#尺寸比例



Delano宽屏床



宏观概况

消费趋势分析

趋势洞察

总结展望



3

趋势洞察

2027春夏助眠家纺趋势以前瞻性科技、包容性设计与深度感官定制为核心，全方位构建了“以人为本”的深睡场域。智能安睡标志着卧室从静态休息空间向动态管理场的进化，乐龄设计则深耕银发经济，通过无障碍更换结构与生理支撑系统，赋予高龄群体更具尊严且安全的睡眠体验。个性化与定制化趋势主张感官主权的回归，为高焦虑及感官敏感人群打造定制化的“心理避风港”。人宠共居则通过纺织黑科技破解了跨物种共享空间下的清洁痛点。这些趋势共同推动家纺产品从标准化覆盖物转型为精密的情绪调节器与健康干预终端，引领行业迈向多维协同、动态适配的新纪元。

3.1 趋势一：智能安睡 EXPRESSION



智能安睡

趋势理念：

数字化正在将卧室从静态休息空间转变为动态的“睡眠管理场”。通过非侵入式感应技术，寝具能够实时感知用户生理节律的变化，将人类从对睡眠质量的焦虑中解放出来，实现从“记录睡眠”向“自动优化睡眠”的质变。

产品表现：

无干扰自适应支撑系统：床垫实时捕捉呼吸及心率，床头自动微升改善呼吸；翻身时确保护脊曲线始终处于中立位，达成“身体消失”般的无感体验。

双区精密气候控制系统：支持左右侧独立温，根据深睡阶段的体温下降规律进行阶梯式降温，解决同床不同温的冲突。

消费人群：

极客精英群体

高压职场专业人士

伴侣同睡者

无干扰睡眠--产品案例 EXPRESSION

静音抗扰

AI 温控
智能深眠系统

POP

Eight Sleep

(Z型立体承托)

全方位立体承托 全身心无压舒睡

SPRING

Serta舒达

深海级(静音弹簧)

不打结的弹簧设计
同床共眠美梦不扰

Serta舒达

Nitronic止鼾枕
Nitronic

Sealy

DeRUCCI 慕思

鸿蒙智选

左右分区共享好眠

软硬偏好不同 也无需互相迁就

不论是动态跟随的翻身随调, 还是BMI智能调节和自主高精度调节
均支持左右分区、独立调节

Sealy

左右分区

BEDGEAR双舒适模块化设计

nectorsleep

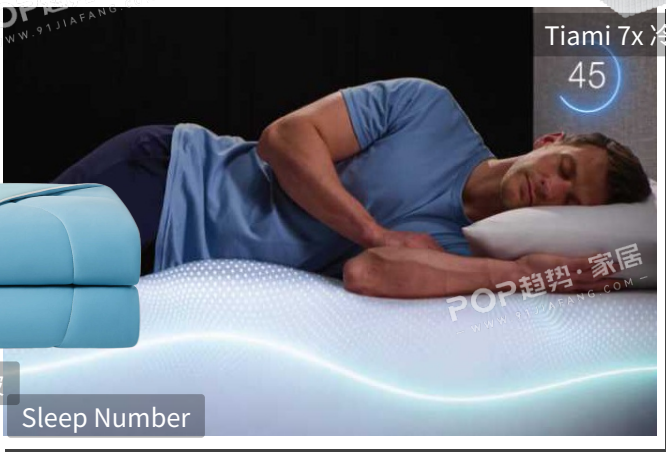
硬

软

慕思DeRUCCI

自适应睡眠--产品案例 EXPRESSION

#智能控温



3.2 趋势二：乐龄设计 EXPRESSION



乐龄设计

趋势理念：

消除老年人因机能衰退带来的家务障碍与安全焦虑，将医疗级的功能隐藏在温馨质朴的居家质感之下。它倡导通过更细腻的人性化细节，助力高龄群体重新掌控睡眠生活。

产品表现：

无障碍高效结构：床品套件可快速拆换，彻底解决重力塞被的痛苦，并确保可升降床架在频繁调节下床单永不移位。

多维安全防护与康养集成：床垫边缘采用加固结构以防起夜跌倒；协同分区动态支撑精准缓解颈椎压力，同时利用特殊面料解决老年人常见的憋闷感。

消费人群：

悦己银发族

术后康复群体

居家养老家庭

乐龄设计--产品案例 EXPRESSION



#轻盈排汗面料



DOZ夏季降温被

Tablin AI护理侧桌机器人

THE BENEFITS OF BAMBOO

- Super soft and breathable
- Thermoregulating
- Hypoallergenic
- Incredibly Durable

Ethical Bedding排汗床品



#电动助起

梦百合



Brooklinen



Brooklinen



这个“拐杖”很智能

慕思DeRUCCI

Castle Home有机棉床单套装

3.3 趋势三：个性化与定制化 PERSONALIZATION



个性化与定制化

趋势理念：

个性化定制正从“尺寸定制”进化为“感官与生物特征匹配”。该趋势倡导身体尊严的回归，认为舒适是不应被平均的个人权利，旨在终结“迁就床品”的历史，开启“床品追随身体”的新纪元。

产品表现：

环保型面料：利用植物基染料与印染工艺，对敏感肌具有极高的友好度，并能散发出淡淡的天然草本气息，辅助消费者建立深层心理连接。

高摩擦感与重力感官系统：针对体感特定人群，推出高摩擦感的颗粒状织物或粗粝质感的面料。利用深层压力触摸机制，为焦虑群体提供如被环抱的安全感。

消费人群：

感官敏感者

生活美学追求者

高焦虑睡眠人群

个性化与定制化--产品案例 PRESSION

#天然染色



#高摩擦



3.4 趋势四：人宠共居 EXPRESSION



人宠共居

趋势理念：

聚焦于“跨物种共享空间的洁净与疗愈”。理念核心旨在消除因掉毛、抓挠和异味带来的睡眠噪音，通过纺织科技构建无需妥协的共享环境。宠物不再是睡眠的“干扰源”，而是提升主人心理安全感的温情伙伴。

产品表现：

高密度抗沾毛物理防御织物：采用高支数纤维经紧密缎纹织造，使表面极滑且自带物理抗静电属性，让宠毛难以嵌入缝隙，轻抖即可去除。

长效抗菌防抓挠自洁系统：面料经过仿生抗味涂层处理，分解异味并提升耐抓挠韧性。结合生物基防螨技术，为过敏体质者筑起健康屏障。

消费人群：

多宠家庭

寄托型独居青年

敏感养宠人群

人宠共居--产品案例 EXPRESSION

#宠物友好型床品



SUNRIU Design Studio

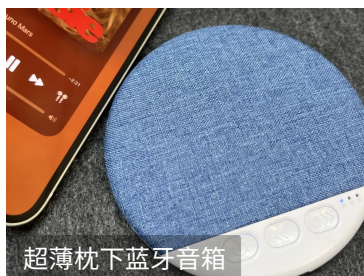
Knead Cats揉合矫形猫床



#舒敏面料



其他相关推荐 ON EXPRESSION





4

总结展望

2027春夏床上用品行业正站在从“纺织制造”向“生命质量管理”跨越的关键节点。在睡眠经济卷起的全球浪潮下，床品已不再是静态的覆盖物，而是进化为深度集成材料科学、生物监测与情绪疗愈的复杂生态系统。未来的竞争核心将不再聚焦于单一材质的堆砌，而在于品牌如何通过技术转译，精准回应不同个体在共同睡眠、生理机能衰退及精神高压下的微细需求。行业正从“标准化的舒适”走向“分众化的愈合”，致力于构建一个追随身体节律、包容多元生活方式的深睡场域。

SUMMARY AND OUTLOOK
总结展望

趋势要点

主动智感与生理节律的深度对齐：智能化正从数据记录转向算法驱动的主动干预，实现物理环境对生理需求的动态追随，将卧室转化为自动优化的睡眠管理场。

感官主权下的分众化包容设计：行业已突破单一舒适标准，转向对非主流人群及特殊体感的深度适配。

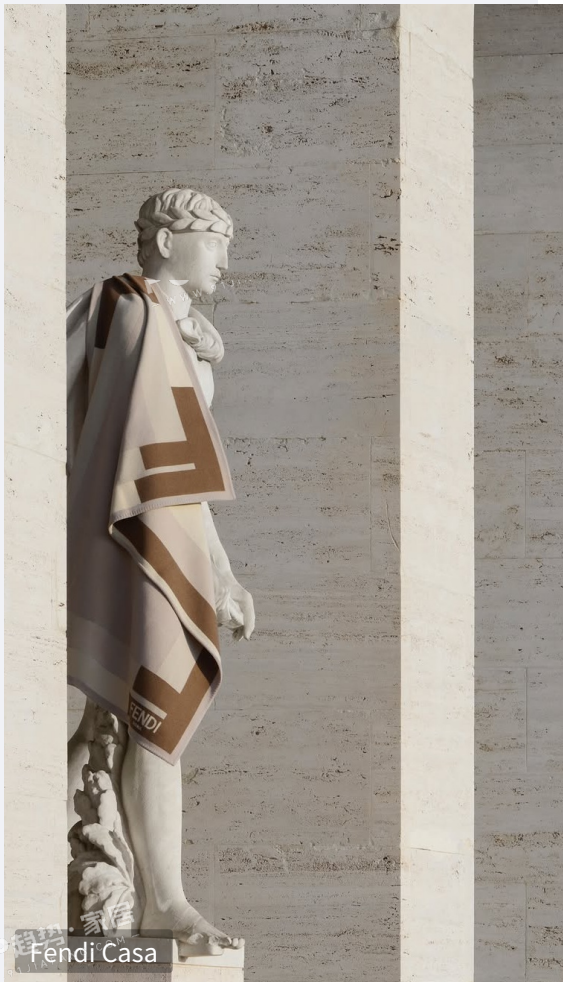
主要挑战

高敏生理数据的隐私边界与信任瓶颈：随着床品演变为精密的生理监测终端，如何在通过非侵入式感测捕捉心率、呼吸数据的同时，确保信息的绝对安全并跨越用户的信任鸿沟，是智能化技术能否大规模进入家庭场景的首要难题。

可持续合规性下的供应链柔性重构：全球环保监管的趋严要求品牌必须实现全生命周期的透明溯源。

总结

床上用品行业已跨入“全场景深度修复”的新纪元。成功的品牌将是那些能够深刻理解织物与皮肤接触瞬间的“情感温差”与“支撑渴望”的先行者。行业正在终结“被迫适应床品”的旧时代。未来的卧室将是一个能够自动识别焦虑、实时对冲干扰并辅助身体自我修复的“智慧茧屋”。谁能通过材料创新精准投喂现代人的情绪与生理渴望，谁就能在这场万亿级规模的睡眠博弈中赢得长效的生命力。



Fendi Casa

