

Justchill 躺岛



2025秋冬

情绪疗愈

标杆品牌

BENCHMARK BRAND

justchill 躺岛

品牌分析洞察

躺岛创立于2020年，是中高端睡眠品牌，以“科技融合自然”为核心理念，致力于打造“隔绝焦虑、随时躺倒的神奇岛屿”，把睡眠场景升级为都市年轻人的精神疗愈空间。通过材料创新、人体工学与情绪赋能三位一体的产品逻辑，精准击中都市人群的情绪痛点，构建完整的“睡眠环境”生态。作为睡眠赛道的新锐代表，躺岛布局线上线下双渠道，以科学的产品力与治愈系表达，成为都市新中产营造松弛生活仪式感的优选，也是中国本土睡眠品牌向中高端升级的标杆之一。

本报告通过对justchill 躺岛品牌的品牌发展路线、消费者画像及产品分析等维度，深度解析其在家居市场中的差异化竞争力与未来增长潜力。

“科技融合自然”



justchill 躺岛



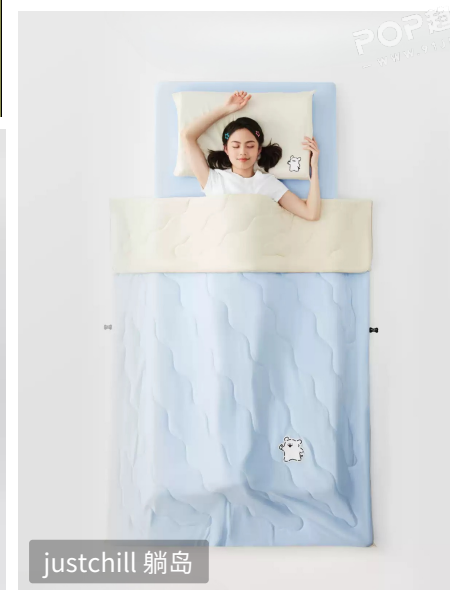
justchill 躺岛



justchill 躺岛



justchill 躺岛



justchill 躺岛

品牌策略--品牌发展路线

2020年春天于北京创立，以“睡眠环境品牌”为定位，从年轻人睡眠焦虑的痛点切入，奠定“科技+自然+情绪价值”的基底。

2020年
初创期



从单品爆款走向品类深耕，构建完整睡眠生态，巩固中高端定位。拓展床垫、眼罩、智能助眠灯等全睡眠产品线，持续迭代自研材料技术，提升产品技术壁垒。

2024-2025年
生态深化期



2021-2023年
爆品驱动期



以爆品为核心，快速扩大市场声量，成为睡眠赛道的新锐代表。2021年双11登顶天猫枕头类目TOP1，线上销量持续爆发，同时入驻线下高端家居卖场，完成线上线下渠道初步布局。



2025年至今
扩张期

深化社群互动与会员体系，通过睡眠内容与服务增强用户粘性，打造“躺岛式”生活方式。发力跨境电商，拓展海外市场；探索睡眠空间定制等业务，从产品品牌向生活方式品牌升级。

资料来源：品牌官网；baidu

品牌策略--品牌信息屋

justchill 躺岛品牌核心：以“科技融合自然”为底层支撑，以“情绪疗愈”为核心抓手，通过材料创新、人体工学与情绪赋能的三位一体逻辑，打造一个能让都市年轻人“隔绝焦虑、随时躺倒”的睡眠环境品牌。



justchill 躺岛

品牌主张	“隔绝焦虑、随时躺倒的神奇岛屿”		
品牌风格	软萌温暖的治愈系，科技感与自然感的融合，沉浸式的岛屿感		
Slogan	躺下就要有自己的岛		
核心受众	注重睡眠质量的20-35岁都市年轻人	目标受众	有睡眠焦虑、追求情绪价值与生活品质的新中产 人群特征
关键卖点	自研材料与技术	舒适睡眠体验	情绪壁垒 萌趣命名 + 治愈设计
利益点	功能利益 极致的睡眠与触感体验/多场景设计/经久耐用	情感利益 生活品味/情绪价值/睡眠疗愈	
RTB	论据支撑（销售数据）	论据支撑（用户评价）	
REASON TO BELIEVE	2020年上线半年即获双11枕头类目销量Top1，连续两年卫冕。2023年全渠道销售额超2亿元，天猫占比近60%，平均客单价500元。	连续多年获得包括天猫枕头类目TOP1、天猫金妆奖年度睡眠品牌、站酷奖年度商业视觉设计奖在内的行业权威荣誉。	
产品线	<ol style="list-style-type: none"> 核心爆品线（营收占比约60%）：以猫肚皮枕为代表，单款累计销量超100万件，客单价200-600元 凉感床品线（营收占比约30%）：瓜瓜凉被/凉席系列，采用Chillcream机能面料，客单价300-600元 全场景睡眠周边（营收占比约10%）：眼罩、耳塞、午休枕等便携产品，客单价50-200元 		

消费者策略--典型用户画像

核心用户：注重睡眠质量的20-35岁都市年轻人

justchill 躺岛的核心消费者呈现出高度的“情绪敏感”与“体验驱动”特征。20-35岁的都市年轻人占比约70%，构成品牌的主力客群。他们将睡眠空间视为重要的“情绪疗愈场”，而躺岛的萌趣治愈设计与松弛感品牌沟通，正是连接他们的关键纽带。

治愈焦虑派（核心灵魂受众）

1-2线城市

- 人群画像** 20-30岁，高压下渴望情绪出口的都市白领、互联网从业者。
- 职业标签** 新媒体运营 | 设计师 | 内容创作者
- 消费偏好** 为“松弛感”买单，喜欢萌趣治愈的设计，看重产品的情绪价值
- 人群占比** 35%

生活方式理念

奉行“躺平即正义”，把睡眠当作对抗焦虑的“精神疗愈仪式”，追求不用努力也能好好生活的松弛状态。

产品需求场景

独居卧室睡眠升级 / 办公室午休补觉 / 情绪疗愈礼物

品质睡眠派（核心消费人群）

1线、新一线城市

- 人群画像** 25-35岁，关注健康与生活品质的精致女性、新婚夫妇、年轻妈妈。
- 职业标签** 资深职场管理者 | 资深家居买手 | 宝妈
- 消费偏好** 极度注重“支撑感+舒适度”，信任科技与材质
- 人群占比** 45%

生活方式理念

重视睡眠对健康的影响，把“好好睡觉”视为提升幸福感的核心，追求“科技+自然”的高品质体验。

产品需求场景

卧室床品升级 | 产后睡眠修复 | 品质生活类礼物

潮流尝鲜派（品质进阶群体）

1-3线核心城区 / 新一线高端社区

- 人群画像** 18-30岁，热衷潮流生活方式的学生、新锐白领、小红书活跃用户。
- 职业标签** 潮流博主 | 大学生 | 时尚买手
- 消费偏好** 容易被种草，喜欢高颜值、有话题性的产品，乐于分享好物。
- 人群占比** 20%

生活方式理念

相信“颜值即正义”，把睡眠产品当作生活方式的表达，通过晒单、打卡获得社交认同。

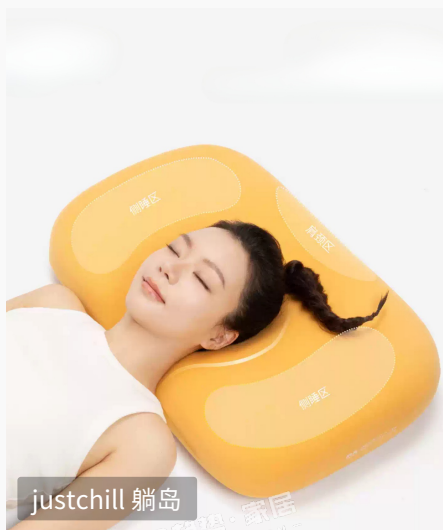
产品需求场景

租房/宿舍睡眠升级 | 社交平台晒单 | 节日礼物

爆品系列介绍

猫肚皮枕系列

猫肚皮枕系列是品牌核心爆款，主打“猫肚皮般柔软+强支撑”的人体工学睡眠枕，传递“登岛躺倒”的松弛感，适配多种睡姿。以“软而不塌、支撑到位”的核心体验匹配“松弛治愈”风格，通过软萌触感与治愈设计建立情感连接，弱化都市紧绷感，精准满足年轻人缓解颈肩压力、追求情绪舒缓的睡眠需求。



瓜瓜凉感床品系列

瓜瓜凉感床品系列是躺岛夏季核心爆款，主打物理凉感与全场景适配，延续品牌“松弛治愈”风格。系列涵盖凉被、凉席等单品，创新双面凉感设计可根据温度自由切换；添加西瓜提取物瓜氨酸实现天然抑菌，并搭配机能凉感面料，打造凉而不冰的亲肤体验。精准满足年轻人夏季居家、空调房的清凉睡眠需求，传递自然松弛的“登岛躺倒”体验。

品牌分析--关键风格

[关键词] 萌趣可爱 | 马卡龙色系 | 治愈松弛感



justchill 躺岛



justchill 躺岛



justchill 躺岛

治愈萌趣卡通风

以软萌的卡通形象（兔子、小狗、云朵等）为核心视觉符号，搭配柔和的马卡龙色系，营造出温暖治愈的氛围。眼罩、抱枕等产品上的图案线条圆润、表情松弛，传递“不用努力”的松弛感。



justchill 躺岛



justchill 躺岛



justchill 躺岛



justchill 躺岛



justchill 躺岛

松弛实用现代风

以几何为主，色调为淡黄、米白等低饱和度色系，辅以浅绿、淡蓝作为点缀，既保持视觉上的柔和舒适，又通过撞色设计增加年轻活力感。

品牌分析--关键图案

[关键词] 卡通可爱 | 几何拼接 | 治愈色彩 | 手绘线条



justchill 躺岛



justchill 躺岛



justchill 躺岛

几何条纹

以“拼接几何条纹”为核心，采用低饱和度的浅绿、淡蓝等清新色系，通过手绘水波纹、渐变线条模拟自然肌理，呈现出“流动的自然感”。

卡通动物

以线条小狗、软萌兔子等圆润卡通形象为核心，搭配米白、暖黄等柔和底色，图案简洁可爱。这种设计通过萌趣形象与用户建立情感连接，精准满足年轻人“治愈焦虑”的情绪需求，强化陪伴属性，成为他们的情绪出口。



justchill 躺岛



justchill 躺岛



justchill 躺岛



justchill 躺岛



justchill 躺岛

品牌分析--关键色彩

[关键词] 低饱和清新系 | 治愈暖黄 | 哑光光泽



清凉活力色系

以低饱和度的清新色系为主，作为视觉亮点和功能区分，既与核心产品凉感床品系列的“物理凉感”功能高度契合，又为品牌注入年轻活力。



治愈松弛色系

品牌色彩体系是其“松弛治愈”风格的核心视觉语言。通过柔和的色调搭配，传递柔软、安全、放松的视觉感受，弱化都市生活的紧绷感，让用户一眼就能感受到“登岛躺倒”的松弛氛围。



25秋冬新品系列介绍

新年限定系列

以马年为灵感，设计成双小马造型，蓬松柔软的触感与“抓马”谐音梗结合，将节日祝福转化为可触摸的陪伴，成为年轻人传递好运、化解情绪的治愈载体。整个系列用温暖的红、米色调传递新年氛围，延续品牌“功能+情绪”的产品逻辑，让新年好物既是氛围感家居单品，也是承载情绪价值的陪伴好物。



justchill 躺岛



justchill 躺岛



justchill 躺岛



justchill 躺岛



justchill 躺岛



justchill 躺岛

熊抱系列

熊抱系列延续“松弛治愈”的核心，以“轻盈、温暖、自由”为设计灵感，将“熊抱”般的安全感融入保暖床品与穿戴毯中。系列以可穿戴毯、保暖被为核心单品，采用“场景灵活适配”设计，蓬松柔软的包裹感搭配温暖治愈的棕色调，精准满足年轻人在秋冬季节对“松弛安全感”的需求，成为兼具实用功能与情绪陪伴的秋冬刚需单品。

25秋冬新品系列介绍

线条小狗系列

本系列延续了经典款线条小狗的圆润软萌造型，保留标志性的简笔画线条与松弛表情，维持用户熟悉的情感连接，精准满足年轻人“治愈焦虑”的情绪需求。色彩上继续采用米白、暖黄等柔和底色，搭配低饱和点缀色，统一于品牌“松弛治愈”的视觉语言，营造温暖松弛的居家氛围。同时新增 MOTION 流动线条设计，让静态小狗拥有动感韵律，为秋冬家居注入鲜活气息。



justchill 躺岛



justchill 躺岛



justchill 躺岛



justchill 躺岛



justchill 躺岛



justchill 躺岛

熊抱抱枕系列

熊抱抱枕系列以“安全感拥抱”为核心，将抱枕升级为睡姿辅助工具。采用“长条抱枕+分区支撑”结构，能精准贴合身体曲线，可作为侧睡夹腿枕、靠枕或趴睡枕使用，有效解决年轻人睡姿支撑需求，适配多场景。系列延续温暖治愈的棕色调，蓬松柔软的毛绒面料搭配圆润造型，模拟“熊抱”般的包裹感，让实用功能与情绪陪伴感完美融合。

品牌总结



品牌策略

聚焦年轻消费群体，通过差异化定位、情绪价值塑造与全链路运营，以“70% 功能 + 30% 情绪”为产品公式，在解决睡眠痛点的同时传递“登岛躺倒”的松弛感，构建“睡眠疗愈”的品牌心智。品牌发展路径从单品差异化突围，逐步迈向品牌差异化占领睡眠家居赛道，最终实现渠道与供应链的规模化降本增效。



市场变化

中高端市场主要体现在需求升级、竞争加剧与趋势红利三个方面。需求侧呈现明显的情绪消费崛起，年轻人追求躺平与治愈，凉感产品与松弛感成为消费热点“抱冷经济”持续升温；同时功能需求不断细化，场景也日益多元化，居家睡眠、办公室午休、空调房使用等需求增长，推动凉感床品、便携枕等品类快速扩张。



产品设计

以“材料创新 + 人体工学 + 情绪赋能”为核心，实现实用功能与治愈体验的深度融合。在功能层面，通过科技材料与非对称曲面等人体工学设计，精准贴合颈椎生理曲度，提供软而不塌的支撑感，适配多种睡姿以缓解颈部压力。同时，以萌趣造型与谐音梗增强情绪价值与社交感，强化“治愈系家居”的品牌心智。



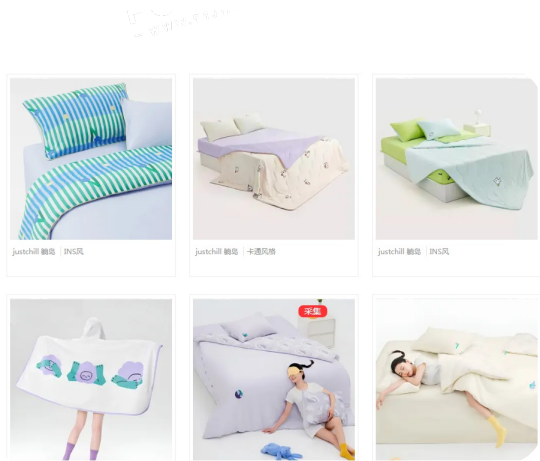
潜力单品

品牌单品围绕材料创新、人体工学、情绪赋能三大核心逻辑打造，覆盖睡眠核心、四季家居、潮流联名三大维度。潜力单品既需夯实护颈助眠等刚需功能，又要贴合四季场景与年轻群体的情绪消费、社交传播需求，兼具市场增长性与品牌心智强化属性。

相关报告推荐

Recommended related reports

下方为justchill 躺岛品牌相关延伸内容推荐，望为企业在设计研发及市场方向提供有价值的洞见。



justchill 躺岛品牌新款预览 [🔗](#)



26/27秋冬被芯&枕芯趋势预测--暖愈安眠 [🔗](#)



2027春夏床品色彩趋势预测--柔雾栖境 [🔗](#)

