

2014



中国企业家 睡眠指数白皮书

China Entrepreneur Sleeping Health Report

福布斯生活 2014 年 3 月

ForbesLife
福布斯生活

福布斯
Forbes

de RUCCI
慕思寝具



ForbesLife
福布斯生活

福布斯集团是全球著名的出版及媒体集团，成立于1917年。《福布斯》杂志作为全球财经媒体巨头，拥有450万名读者，集团同时出版《福布斯生活》、《福布斯女性》等多本杂志。凭借自身独到的视角和强大的影响力，《福布斯》被称为“资本利器”。而财富的目的在于创造幸福生活，《福布斯生活》中文版作为福布斯中文版的生活杂志，致力于高端生活方式报道，以高端、前沿的时尚风标和高度沉淀的文化艺术意识为主导，在中文财经媒体中独树一帜，创立了高端生活报道的新范式。

《福布斯生活》中文版旗下的“福布斯顶级消费品研究中心”，长年关注中国高端消费市场 and 奢侈品市场的发展，集深度调研和一线品牌访谈于一身，形成对于中国顶级消费品的独家观察体系。尤其是拥有企业家以及商务高端人士消费与生活范式的强大数据库，拥有全面市场数据的累积，建立起和大量品牌的即时信息互动，同时拥有业内罕见的全品牌访谈记录，并以此为基石，形成系列研究报告。为高端消费市场提供理解维度与前瞻指引，同时在高端产业升级、品牌塑造与影响力延伸方面，已能提供一揽子解决方案。



慕思寝具

慕思寝具用品有限公司成立于2004年，定位为全球健康睡眠资源整合者，专业致力于人体健康睡眠研究，从事整套健康睡眠系统的研发、生产及营销。慕思设计理念源自欧洲，公司聘请法国知名设计师Moris作为首席设计师，将人体工程学和睡眠环境学融入寝具的设计中。慕思是全球健康睡眠系统的首创者，是中国发展速度最快的品牌，目前在全球已经拥有1,700多家专卖店。

慕思确立了“整合全球资源，成为全球最受尊重的健康睡眠品牌引领者”愿景，以“让人们睡得更好”为使命，践行“客户满意、整合创新、合作共赢”的核心价值观，竭力为消费者创造完美的健康睡眠福利，创造了软床行业一系列优秀的国际化品牌，旗下现拥有慕思·歌蒂娅、慕思·凯奇、慕思·0769、慕思·3D、慕思·V6、慕思·爱迪奇、慕思·苏菲娜七大自有品牌。

如今的慕思已成为消费者所熟知的健康睡眠理念的倡导者，已经连续多年成功举办了全球健康睡眠文化之旅活动，旨在向国人普及健康睡眠理念。2012年3月，慕思携手卫生部举行了“全球健康睡眠高峰论坛”并发布了第三代慕思健康睡眠系统，2012年8月，慕思发布了全球首张睡眠音乐碟以及睡眠音乐枕，标志着慕思在健康睡眠研究领域进入了一个全新的时代。2014年世界睡眠日，慕思第四代健康睡眠系统发布，再次引领健康睡眠产业的发展方向！



02-05 第一章、概述与发现

- 02 中国企业家睡眠调查四大维度
- 中国企业家睡眠特征十大发现

06-13 第二章、中国企业家睡商研究

- 07 一、中国企业家平均睡眠时长为7小时05分钟
- 08 二、处于盛年的中国企业家睡眠状态相对较好
- 09 三、中国企业家睡眠习惯良好
- 10 四、近半数的中国企业家有午睡和小憩的习惯
- 11 五、年龄对于中国企业家睡眠质量的影响
- 12 六、性别、地域对于中国企业家睡眠质量的影响
- 13 七、千人调查，十二组数字揭示中国企业家睡眠实况

14-21 第三章、中国企业家睡眠状况与企业经营的相关性研究

- 15 一、企业经营状况直接影响中国企业家睡眠
- 16 二、中国企业家所属行业对睡眠影响较大
- 17 三、企业发展阶段不同，中国企业家呈现出不同的睡眠状态
- 18 四、中国企业家工作模式与睡眠的相关性：事必躬亲的中国企业家睡眠质量偏低
- 19 五、工作方式中，采取抓大放小态度的中国企业家睡眠质量较高
- 20 六、83%的中国企业家拥有忠诚的团队，其睡眠时长和质量超过没有忠诚稳定团队的中国企业家
- 21 七、实现既定战略目标能有效提升企业家睡眠质量

22-43 第四章、睡眠与企业家生活领域的相关性研究

- 23 一、身心健康状况与睡眠
- 27 二、个人生活习惯与睡眠
- 38 三、居住环境与睡眠
- 42 四、企业家的自我认识及对睡眠的认知

44-49 第五章、中国企业家睡眠障碍

- 45 一、间歇性失眠是中国企业家面临的主要睡眠障碍
- 46 二、工作压力是中国企业家间歇性失眠的主因
- 47 三、缺乏“黄金睡眠”
- 48 四、50.5%的中国企业家认为失眠影响决策判断，进而影响企业运营
- 49 五、拒绝安眠药：中国企业家解决失眠后问题采用理性措施，但缺乏专业指引

50-55 第六章、中国企业家睡眠改善路径

- 51 一、对睡眠环境的改善：强调第二居所
- 52 二、对睡眠的投资：68.9%的中国企业家重视对睡眠的投资
- 53 三、对睡眠的投资：为整套寝具投资的额度
- 54 四、使用专业睡眠设备提升睡眠质量
- 55 五、改善睡眠与精神陶冶：个人心态的转变

56 调查方法

1

概述与发现

睡眠、健康、生活范式以及财富增长

中国企业家睡眠调查四大维度

- 社会调查（工作效率、生活质量、幸福感）
- 睡眠日志管理
- 生命体征调查
- 生活方式记录

中国企业家睡眠特征十大发现

- 中国企业家睡眠剥夺并不严重
- 普遍缺乏“黄金睡眠”
- 超半数中国企业家认识到睡眠影响自己的决策和企业经营状况
- 中国企业家在改善自我睡眠方面尽量回避采用消极方式，如服用安眠药物
- 在改善睡眠方面中国企业家普遍欠缺专业指引
- 董事长比 CEO 睡眠质量更高
- 居所越高级，睡眠质量越高
- 中国企业家缺乏日照及运动导致睡眠质量下降
- 拥有家庭及兴趣爱好对睡眠有积极意义
- 经常出差出国是中国企业家睡眠的重要妨碍因素

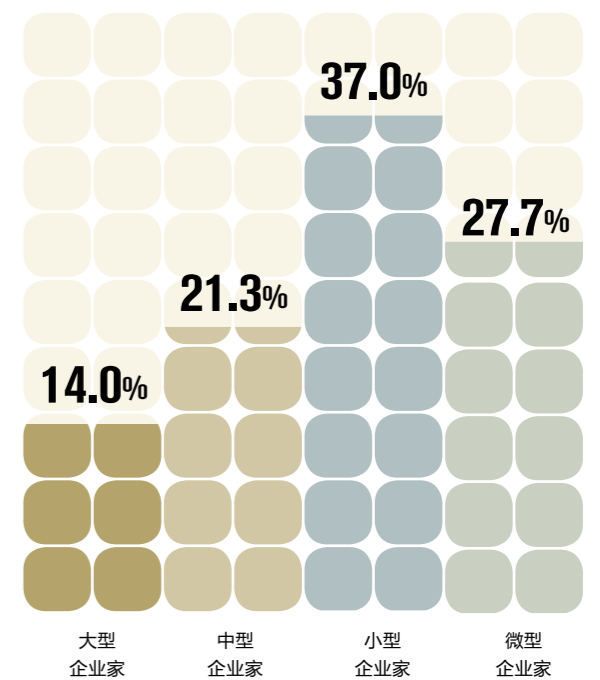
关于睡眠的调查多数停留在专业医学或产业研究领域，以社会调查的方式，关注某个特定群体的睡眠问题，尤其是聚焦于企业家这一特殊群体的调查，并无先例。本次研究旨在填补这一空白。

睡眠问题如同一面镜子反映出现代人群所面临的身心问题，如何对待“人生三分之一的沉默时间”，既是健康观念的折射，也是哲学和美学观点的映射，同时随着人类社会形态的变迁，睡眠状态发生了本质变化。观察人们的睡眠状态，能够反应出社会形态尤其是经济形态的变化，可以说“三分之一的沉默时间”，不仅是另外三分之一清醒时间的休憩与候补，同时它本身构成了一个全面的观察维度。

企业家作为现代人群压力和成就感最为聚焦的一个群体，尤其能集中反应出睡眠问题在现代人群中的状态、症结以及解决路径。《福布斯生活》一直关注企业家生活方式和生活态度，积累大量关于生活态度、作息习惯、生活范式方面的访谈资料。同时在此基础上，展开了专业深度的问卷调查，试图在这样一个特殊群体中，了解睡眠与其他生活领域的联系，与企业经营和财富累积之间的关系，尤其是获致财富之后的幸福感之间的关系。这次研究涵盖 28 个省份，微型企业家占本次调查的 27.7%，小型企业家 37%，中型企业家占据 21.3%，而顶级富豪和重量级企业家大约占样本量 14%。本次调查发现，中国企业家的睡眠平均时长并不短，从表面数据看，中国企业家的睡眠剥夺并未如人们想象中那样严重，但是他们普遍缺乏黄金睡眠，超半数认识到睡眠影响自己的决策能力和企业经营状况，而研究显示，企业家在改善自己睡眠方面，非常回避采用消极的方式如服用安眠药物解决问题，企业家寻求解决问题的天性使得他们在选择解决问题时会采取理性态度，但他们采取的很多方式表明，在改善睡眠方面，企业家普遍欠缺专业指引，绝大部分企业家不懂得通过专业方式解决睡眠问题。

在这次调查中，我们构建了《福布斯中国企业家睡眠质量指数量表》，首次量化评估了中国企业家的睡眠质量和睡眠认知，这一调查体系是在参考《匹兹堡睡眠质量指数量表》的基础上，《福布斯生活》中文版引入社会调查、生活方式记录、生命体征调查、睡眠日志管理四个维度，集中调查企业家睡眠状况和生活领域相关性研究，进行企业家睡眠状况与工作状态、经营状况的相关性研究。

调研样本涉及了管理不同规模企业的企业家，其中大型企业家占比约 14%，中型企业家占比约 21.3%，小型企业家占比约 37%，微型企业家占比约 27.7%。



中国企业家平均睡眠时长为 7 小时 05 分钟，但部分中国企业家精力过人，睡眠时长少于平均水平。格力空调董事长董明珠每天只睡 5 个小时，却保持着相当充沛的精力与清醒的决策能力。

在《福布斯中国企业家睡眠质量指数量表》的调查中，企业家睡商成了一个可以量化的概念。睡商是一个反映睡眠质量高低的指标，它记录了个人的睡眠状况以及对睡眠知识的了解程度，自我心理认识的过程，以及与他人、环境、社会的关系和适应程度。直接影响到情商和智商，是影响人生成功持续度的重要因素。在本次调查之前，企业家的睡商水平并未被量化评估。

关于企业家生活方式与行为模式的研究，近年来被提上日程。无论是对于企业家幸福指数的探讨，还是对于他们日常行为模式尤其是生活习惯的研究，有助于人们发现“洋面下巨大的冰山”，摆脱简单的财务行为即能获得财富的表面认知，探讨更为理想的生活态度、观念。

关于企业家睡眠状况的调查，看似只是针对睡眠这一生理问题，而实际上对于睡眠时间的研究，如同深邃的明镜，映照出了相关的生活问题以及整体的行为模式，而值得引起重视的是，正是在这“三分之一的沉默时间”里，我们能够较好修复白日的创伤和焦虑。对于自然赐给人类最好的礼物，人们领受得充分吗？他们是否被睡眠抛弃了？现代性的焦虑和睡眠问题有多大关系？这些都是我们要去探究的问题。

而实际上，这有助于我们认真了解过去几十年，在我们身边发生的深刻的人类社会改变。我们一贯用宏大的治经济观念去理解社会的巨大变迁，却经常忽略了个人生活和生活模式，同样经历着数千年未有之大变局。这些大变局主要表现在我们昼伏夜出，反式脂肪，久坐而少步行，疏于人际交往，这些生活风格的极大变化，

导致了现代医学观察到的某些疾病的直线上升，值得指出的是，被伤害的同样还有睡眠。

被伤害的睡眠体现在哪些方面？睡眠科学领域的人们已经做了深入的研究。和医学调查不同，社会调查强调这一生理问题的社会相关性。我们可以根据一个人的行为模式，推导出他在睡眠方面的习惯和症结。我们可以通过体型、日照时间、小睡习惯等等分辨出人们的睡眠质量，也能由睡眠质量推导出他的情绪控制力、表现欲、实际工作能力、社交表现、工作状况等等。这三分之一的沉默时间和另三分之一的清醒时间，可谓是互相印发。

在本章结尾，我们再度强调研究初衷——为何会专注于企业家的睡眠状况？为何选择这样一个群体来进行研究？一方面，作为研究的主要承担者，《福布斯生活》拥有多年对企业家生活方式报道的经验，拥有大量企业家对于生活作息的态度、行为模式的观察数据。而另一方面，我们有理由认为，企业家这个群体，特别能够聚焦睡眠问题在当代所凸显的问题。企业家在当代，是压力和焦虑最大的一个群体，同时也是睡眠剥夺相对严重的一个群体，与此同时，他们追求生活质量，崇尚理性路径，在他们身上既浓缩了当代睡眠症结，与此同时也呈现出探讨解决路径的可能性。

“睡眠是自然赐予人类最珍贵的礼物”，在现代性的焦虑下，人们未必能够恰如其分地领受这一礼物，因此在不遗余力追求财富、事业、成功与幸福感的同时，请将更多的目光投射到这“三分之一的沉默时间”。

研究表明，企业处于困难时期，企业家的睡眠质量会遇到问题，但如果有效地进行睡眠管理，则能顺利地应对挑战。在深圳创业年间，万科董事局主席王石虽然压力很大，但睡眠一直很好，甚至越是困难时期，越是睡得好。

《福布斯中国企业家睡眠质量指数量表》显示：中国企业家平均睡商指数为 61.33 分

在本次调查中，参与调查的中国企业家均对自己的睡眠状况做了自评，综合平均得分为 60.8 分。这种自评更多反映自我睡眠认知和心理感受，为本次调查的一个重要参考。值得指出的是，这种自我认知将会造成心理暗示进而影响到睡眠质量。

本次调查最终得出的中国企业家睡商指数显示，中国企业家的实际睡眠质量略高于自我评估，平均睡商指数为 61.33 分。这一指数是在《福布斯中国企业家睡眠质量指数量表》的调查体系中得出的。《福布斯中国企业家睡眠质量指数量表》是《福布斯生活》中文版在参考《匹兹堡睡眠质量指数量表》的基础上，引入社会调查、生活方式记录、生命体征调查、睡眠日志管理四个维度，由 16 个条目组成的 4 个大项得出，并经加权得分，计算出中国企业家平均睡商指数。这是第一次对中国企业家这个群体做出的睡眠质量量化评分。

由右侧表格可见，影响中国企业家睡眠的诸多要素中，得分偏低的在于其生活习惯，低于及格线。其身体素质和精力评估方面得分最高，社会调差显示中国企业家的成就感和幸福感提升了他们的睡眠质量。而理性的人生态度和务实的行为模式使得他们在自我睡眠管理方面也跨越了及格线。

经指数量表体系加权处理，中国企业家睡眠平均得分为

61.33 分



66.07 分
生命体征调查
一般生命体征
医疗状况
精力评估
心理状况

60.58 分
社会调查
经济能力
工作效率
幸福感
社会关系

60.25 分
睡眠日志管理
睡眠常识累积
障碍改变意识
睡眠管理能力
睡眠投资

60 分

55.09 分
生活方式记录
生态环境
运动习惯
膳食习惯
兴趣爱好

注 匹兹堡睡眠质量指数量表 (Pittsburgh Sleep Quality Index, PSQI) 是由美国匹兹堡大学医学中心精神科睡眠和生物节律研究中心睡眠专家 Buysse Dj 等人于 1993 年编制，用于评定被试者最近一个月的主观睡眠质量。被测验者自己填写，完成此量表需 5-10 分钟。此表已在国内由刘贤臣等进行信度和效度检验，认为适合国内患者应用。国内已有应用此表评定失眠患者和甲状腺机能亢进症患者睡眠质量的研究报告。由表及里 9 个自评和 5 个他评条目组成，而其中 18 个条目组成 7 个因子，每个因子按 0-3 分等级计分，累积各因子成份得分为匹兹堡睡眠质量指数量表的总分，总分范围为 0-21，得分越高，表示睡眠质量越差。

2

中国企业家 睡商研究

- 中国企业家平均睡眠时长为 7 小时 05 分钟
- 处于盛年的中国企业家睡眠状态相对较好
- 中国企业家睡眠习惯良好
- 近半数的中国企业家有午睡和小憩的习惯
- 年龄、性别、地域对于中国企业家睡眠质量的影响

在这次调查中，我们引入睡商（SQ）这一概念，睡商是一个反映睡眠质量高低的指标，它记录了个人的睡眠状况和睡眠知识的了解程度，自我心理认识的过程，以及与他人、环境、社会的关系和适应程度。睡商则直接影响到情商和智商，是影响人生成功持续度的重要因素。

在这一概念的基础上，我们形成了福布斯中国企业家睡眠指数体系，与通常睡眠评估系统不同在于，这一体系侧重于企业家的特殊社会属性，其中，睡眠状况与企业经营、工作模式之间的关系为我们高度重视。调查显示，中国企业家的睡商水平与其企业经营状况、发展阶段、经营规模、团队忠诚度之间的关系密不可分，与其所属行业也有一定关联。

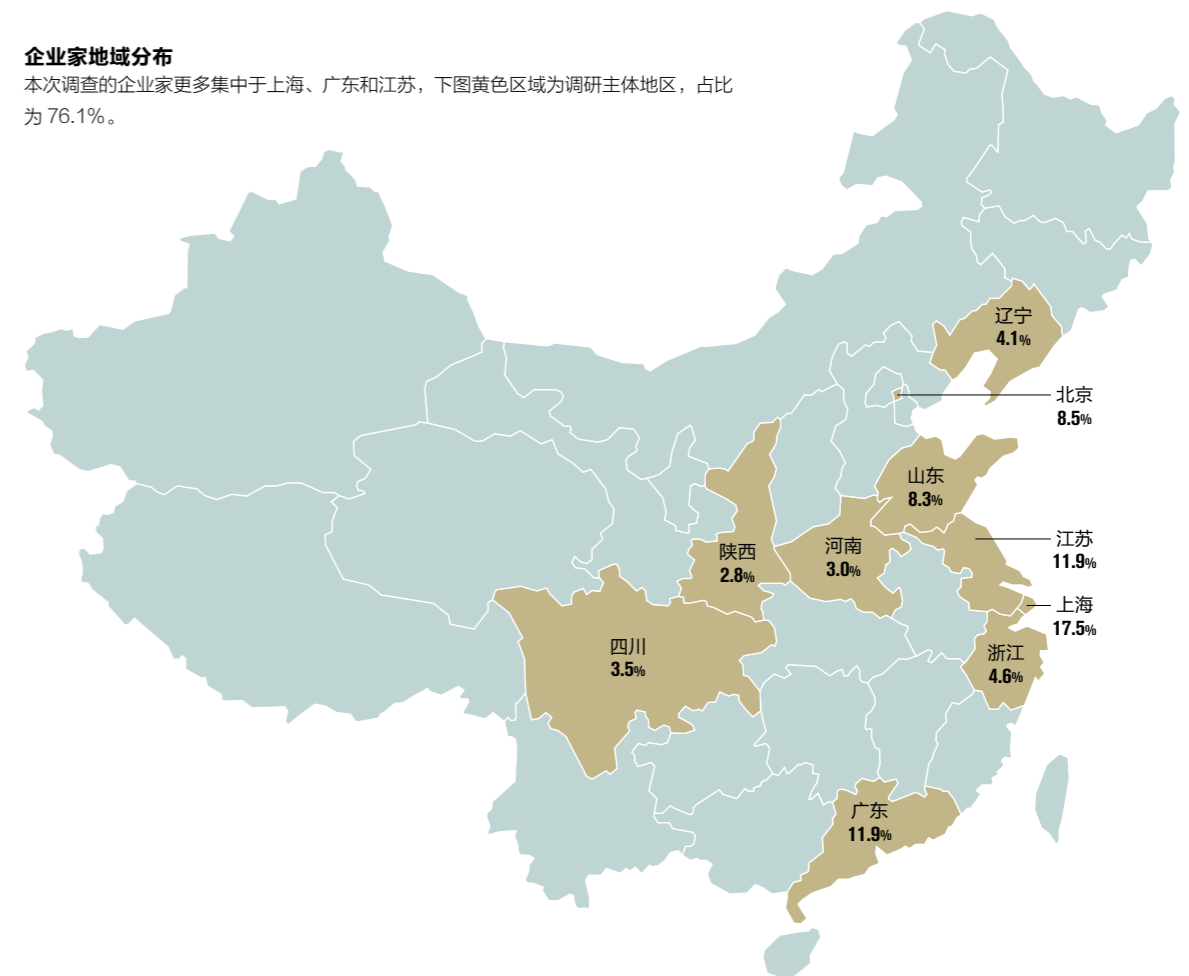
结合中国企业家睡眠状况的总体评估，我们发现，理性的人生态度、务实的行为模式，使得中国企业家在睡眠问题上也有相当不错的控制力和自觉意识。但值得指出的是，在专业睡眠知识的积累上，企业家仍有较大欠缺，这影响他们在面临睡眠障碍时更科学地解决问题。

中国企业家平均睡眠时长为 7 小时 05 分钟

我们此次调查的企业家更多集中于上海、广东和江苏、北京，一线发达城市企业家约占 26% 左右，企业家年龄段集中于 30-59 岁，其中 30-49 岁人群占 76.6%，超过九成企业家已婚。在企业家构成中，董事长占 39.6%，CEO 占 19.2%，企业高管占 41.2%，多数企业家在 0 点前入睡，7 点前起床，有健康的作息。仅有 3.5% 的企业家在 22 点以前入睡，大部分企业家集中在 23:00-23:59 入睡，熬夜人群较少。企业家平均睡眠时间为 7 小时 05 分钟。

企业家地域分布

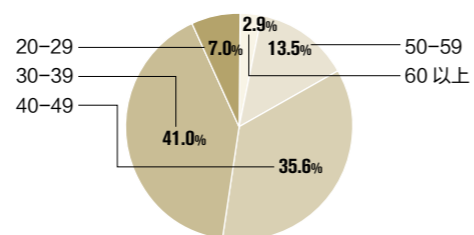
本次调查的企业家更多集中于上海、广东和江苏，下图黄色区域为调研主体地区，占比为 76.1%。



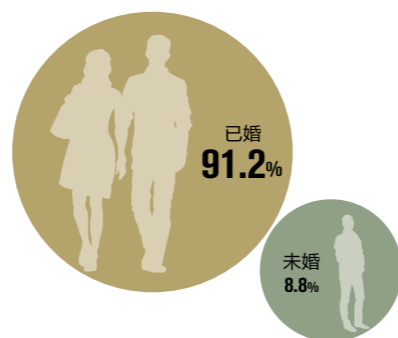
处于盛年的中国企业家睡眠状态相对较好

在此次调查中，企业家年龄段集中于30-59岁。超过九成企业家已婚，事实证明稳定的家庭有助于企业家的睡眠。有趣的是，同为企业管理的最高层级，董事长的睡眠状况远胜于CEO，说明直接承担经营压力的人群睡眠质量相对较差。

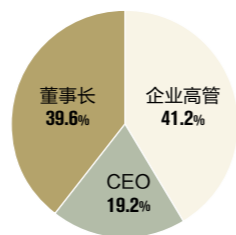
企业家年龄分布



企业家婚姻情况



企业家构成



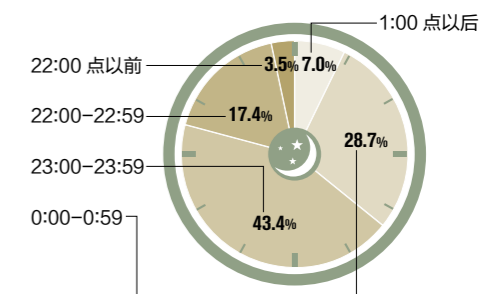
研究表明，40岁后人体内褪黑素的分泌开始下降，因此睡眠质量也开始面临问题。但本次调查发现，处于盛年的中国企业家，尤其是集中于40-49岁阶段的企业家对其睡眠状况满意度较高。结合其他调查，有理由认为这个阶段家庭稳定，事业处于盛年，行为模式趋于成熟，心态稳定，使其对自己的睡眠状态也有相当不错的掌控。

中国企业家睡眠习惯良好

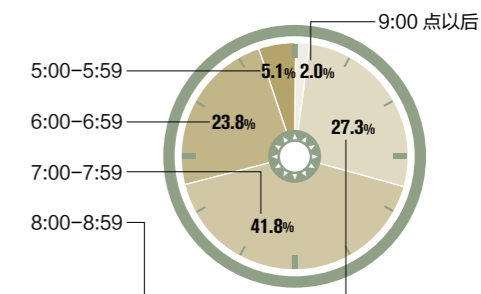
1、熬夜的企业家不占多数

更多的企业家在零点前入睡，7点前起床，有健康的作息。在22点以前入睡的企业家非常少，仅占调查比例的3.5%。而大部分企业家，选择在23:00-23:59入睡，占调查比例的43.4%。选择熬夜的企业家并不多，在凌晨1点入睡的企业家仅占7.0%。

就寝时间



起床时间

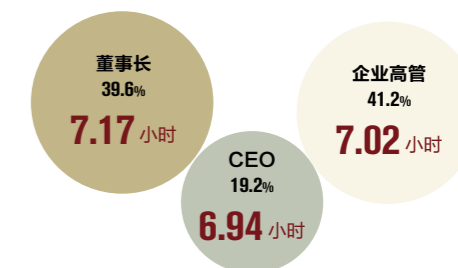


2、中国企业家平均睡眠时长合理

企业家平均睡眠时间为7小时05分钟。其中，董事长睡眠更长，CEO睡眠时间较短，而企业高管的平均睡眠时长介乎其中。

这一睡眠时长和通常人们想像中企业家有较多的睡眠剥夺不同，也从一个侧面反映出企业家群体虽然事务繁忙，但普遍重视可持续性的生活节律。

中国企业家平均睡眠时长

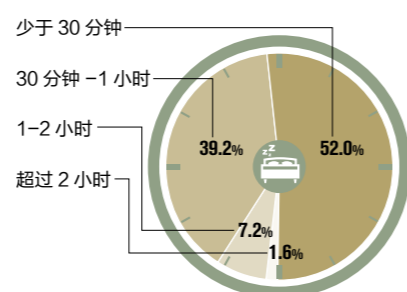


近半数中国企业家有午睡和小憩的习惯

1、中国企业家平均入睡速度

超过九成的企业家在1小时内能入睡。有52.0%的中国企业家能够在半小时内入睡。超过2小时才能入睡的中国企业家仅占1.6%。

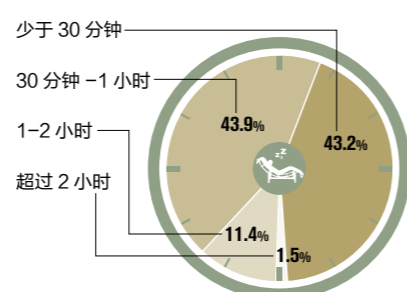
企业家上床至入睡时长



2、有午睡及小憩习惯的企业家占比

46.7%企业家表示有午睡或小憩习惯。近九成表示小憩或午睡会控制在1小时内。

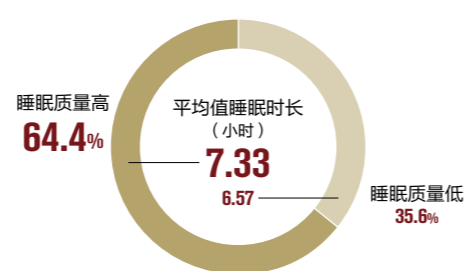
午睡时长



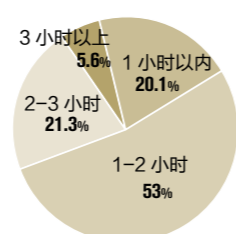
3、近三分之二的企业家对睡眠时长的自我认知良好

近三分之二的企业家认为自己睡眠足够，平均睡眠7小时20分钟，另有约36%的企业家睡眠不足，平均睡眠时间小于7小时。

企业家对睡眠质量的自我评价



周末补觉时长

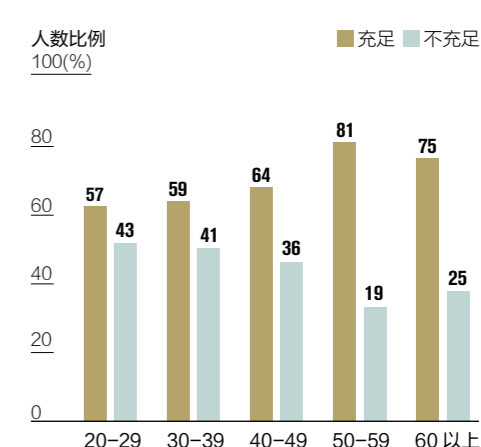


年龄对于中国企业家睡眠质量的影响

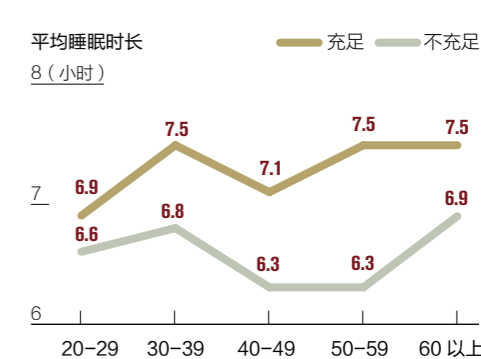
企业家的成熟度影响睡眠时间分配

事实表明，随着企业家年龄的增长，睡眠剥夺的现象在降低，尤其是处于40-49岁年龄段的企业家更重视自己的睡眠时间是否足够。这显示出随着企业家成熟度的增长，他们对于工作与生活的平衡问题开始更为重视，将更多的时间分配于个人生活与睡眠。

不同年龄段企业家的睡眠状况



不同年龄段企业家的睡眠时长



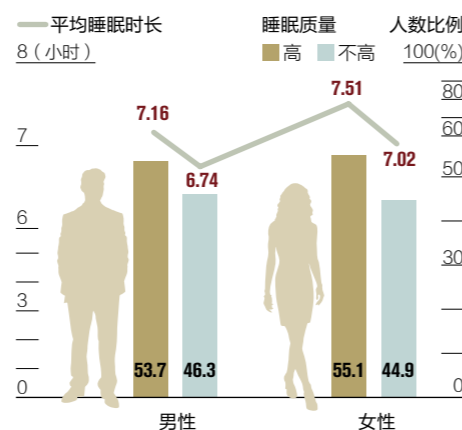
忙碌的工作日过后，52.5%的企业家会选择在周末补充睡眠，剩余47.5%的企业家则选择继续按照日常作息起床就寝。企业家的“补觉”时长大多控制在2小时以内，比平日多睡1-2小时的企业家超过半数。

性别、地域对于中国企业家睡眠质量的影响

1、女企业家更易受睡眠质量不高的困扰，对于睡眠较男企业家更为重视，睡眠时长也更多

调查显示女性的平均睡眠时长与睡眠质量高于男性。女性对于睡眠较男性更为重视，中国女企业家普遍认为睡眠状况影响自己的经营能力和决策能力，一旦遭遇失眠或睡眠质量不高的困扰，女企业家会更为焦虑，并且更积极主动地寻求解决路径。

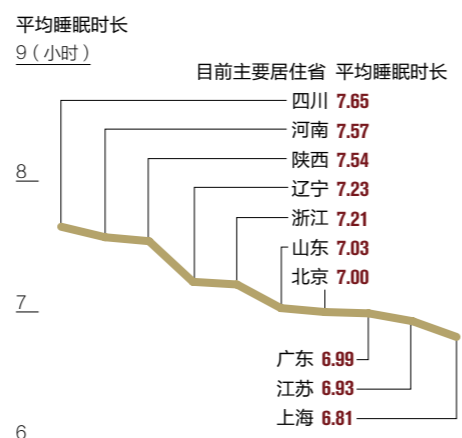
不同性别企业家的睡眠状况



2、不同地域的睡眠状况显示，处于一线城市的中国企业家睡眠时长偏低，处于生态城市的中国企业家普遍拥有较多的睡眠时长

企业家睡眠时长最短的城市是上海，而时长最长的为四川省。这一点和两地企业家所面临的竞争压力、城市环境，以及地域文化生活习性均密切相关。

不同地域企业家的睡眠状况



千人调查，十二组数字揭示中国企业家睡眠实况

07:00

中国企业家起床时间集中在7点，占总数的34%

23:00

中国企业家就寝时间集中在23点，占总数的38%

7小时05分钟

中国企业家平均睡眠时长为7小时05分钟

48%

48%的中国企业家入睡时间需要30分钟以上

47%

中国企业家47%有午睡或小睡习惯，但基本会控制在30分钟内

94.5%

94.5%的中国企业家会因工作推迟或缩短睡眠

52.5%

52.5%的中国企业家会在周末补觉，补觉时长大多为1-2小时

75.4%

75.4%的中国企业家被失眠困扰

78.5%

78.5%的中国企业家认为压力已经影响到了睡眠

36.3%

36.3%的中国企业家第二天睡醒后仍感疲惫

46%

46%的中国企业家认为自己睡眠质量不高

68.9%

68.9%的中国企业家重视对睡眠的投资

3

中国企业家睡眠状况与企业经营的相关性研究

- 企业经营状况直接影响中国企业家睡眠
- 中国企业家所属行业对睡眠影响较大
- 企业发展阶段、规模不同，企业家睡眠质量有差异
- 中国企业家工作模式与睡眠的相关性：事必躬亲的中国企业家睡眠质量偏低
- 工作方式中，采取抓大放小态度的中国企业家睡眠质量较高
- 83%的中国企业家拥有忠诚的团队，而他们的睡眠时长和质量超过没有忠诚稳定团队的中国企业家
- 实现既定战略目标能有效提升企业家睡眠质量

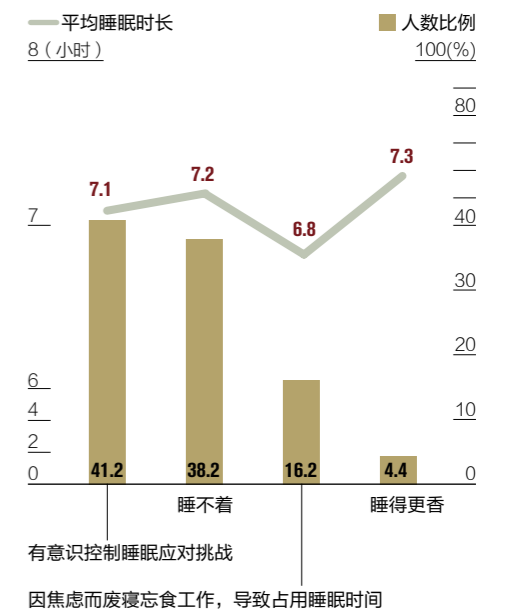
关于企业家生活方式与行为模式的研究，近年来开始被提上日程。无论是对于企业家幸福指数的探讨，还是对于他们日常行为模式尤其是生活习惯的研究，有助于人们发现“洋面下巨大的冰山”，摆脱简单地财务行为获得财富的表面认知，探讨更为理想的生活态度、观念对于生活幸福的促进，以及对于财富积累的帮助。调查显示，在企业家的不同发展阶段，他们的睡眠质量呈现出一定的差异，而所处行业对其睡眠也有影响，商业零售与房地产业的中国企业家睡眠时长超过外贸与餐饮业。企业家对于企业所面临外部环境的满意度也直接影响其心理安全和睡眠质量。崇尚事必躬亲、天道酬勤的中国企业家，普遍睡眠质量不如崇尚抓大放小工作模式的中国企业家。

企业经营状况直接影响中国企业家睡眠

1、经营困难时，大多数企业家会经历睡眠障碍，并且有意识控制睡眠应对挑战

只有4.4%的中国企业家在应对严 挑战时，还能保持良好的睡眠状况，而一部分企业家会进行睡眠 夺以应对挑战，在调查中占16.2%。74%的中国企业家采取理性应对的措施，有意识地控制自己的睡眠，以谋求可持续性的发展。

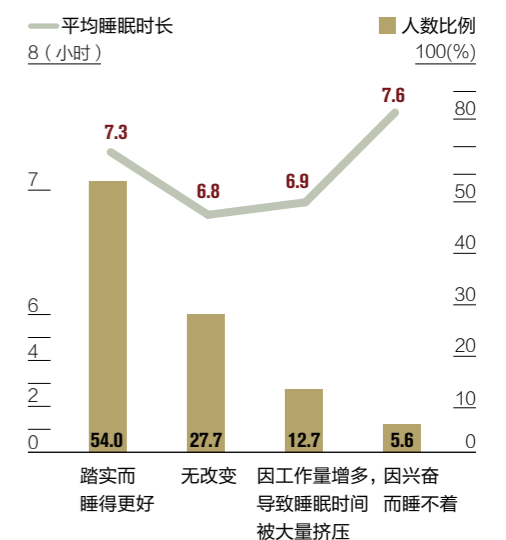
公司处于困难阶段，企业家的睡眠状况



2、经营状况理想时，更多的中国企业家会因踏实而获得较高质量的睡眠，即使出现睡眠剥夺的状况，但不影响总体的睡眠质量

调查证明，有12.7%的中国企业家因工作量增多，导致睡眠时间被大量挤压。而54%的中国企业家会因踏实而睡得更好。也有5.6%的中国企业家因为经营状况理想，企业高速发展而进入亢奋期，出现失眠状况。没有任何改变的中国企业家占27.7%。

公司盈利状态非常理想时，企业家的睡眠状况

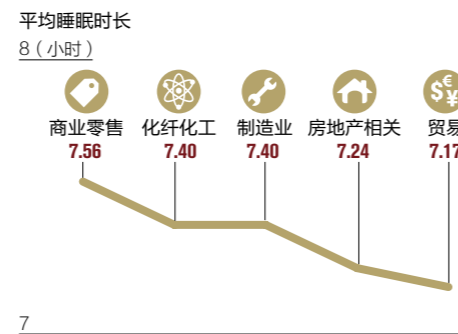


中国企业家所属行业对睡眠影响较大

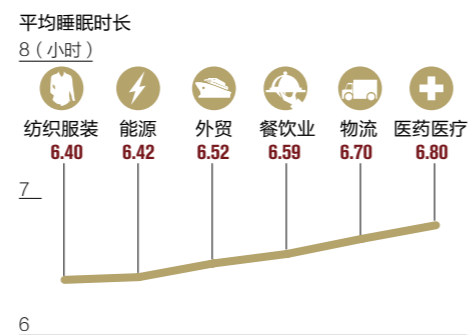
1、调查显示商业零售与房地产业的中国企业家睡眠时长超过外贸与餐饮业

中国企业家平均睡眠时长所处的行业集中在商业零售、化纤化工、制造业、房地产相关、贸易。而睡眠时间最短的集中在纺织服装、能源、外贸、餐饮业、物流、医药医疗。

企业家睡眠时间较长的行业



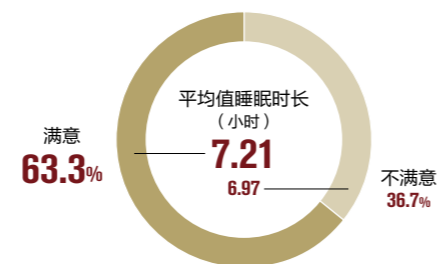
企业家睡眠时间较短的行业



2、超过三成企业家认为企业经营环境不令人满意，他们的睡眠时长也较短

企业经营环境直接影响中国企业家的睡眠时长与质量。有 63.3% 的中国企业家对经营环境感到满意，他们的睡眠时长达到 7.21 小时；而 36.7% 的中国企业家对经营环境感到失望和悲观，这部分的中国企业家的睡眠时间为 6.97 小时。调查显示，企业经营环境对于中国企业家造成了心理重压，进而影响到他们的睡眠时长。

企业经营环境是否令企业家满意

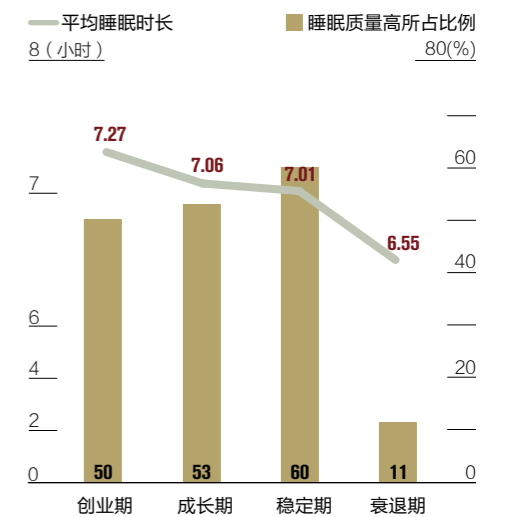


企业发展阶段不同，中国企业家呈现出不同的睡眠状态

1、稳定期的公司企业家睡眠质量最佳。衰退期的企业家睡眠质量最差，睡眠时长最短

调查显示，处于创业期的中国企业家平均睡眠时长为 7.27 小时，创业期企业家对自己的睡眠质量评估感到满意仅占半数，而稳定期的公司企业家睡眠质量最佳。处于衰退期的企业家仅有 11% 对自己的睡眠质量感到满意。

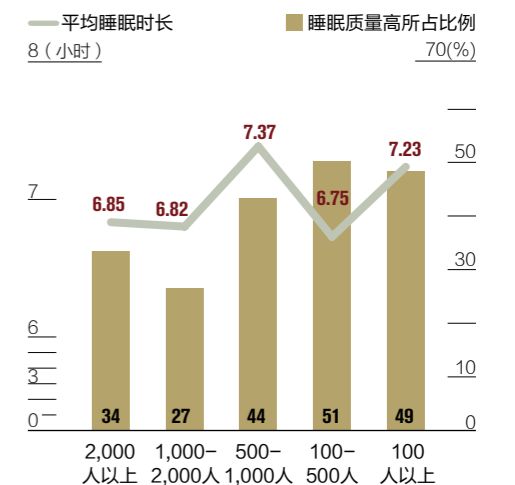
企业发展阶段与企业家睡眠



2、中型规模的企业家综合睡眠指数最高

掌管大型企业的中国企业家平均睡眠时间不超过 6.85 小时，对睡眠质量的满意程度亦不高。与之相反，500-1,000 人中型企业的企业家睡眠时间最长，而 100 人以下微型企业的企业家则对自我睡眠质量的满意程度较高。100-500 人小型企业的企业家虽然睡眠质量的满意程度在 50% 以上，睡眠时间却最短。

企业规模与企业家睡眠

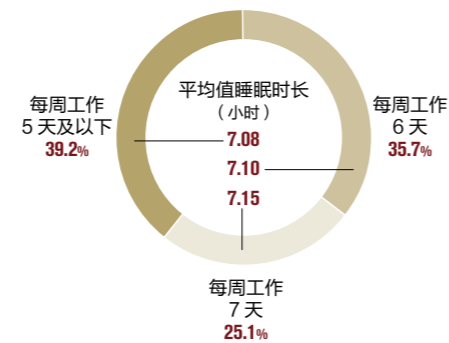


中国企业家工作模式与睡眠的相关性：事必躬亲的中国企业家睡眠质量偏低

1、每周工作的时间越长，睡眠质量越差

调查显示，每周工作5天及5天以下的中国企业家平均睡眠时长为7.08小时。工作时间在7天也就是全年无休的企业家，平均睡眠时长为7.15小时。这说明工作造成的疲惫要求更多的睡眠时长，然而虽然睡眠时长在增长，这部分的中国企业家睡眠质量却偏低。因此，张弛有度的生活工作节奏决定了睡眠质量。

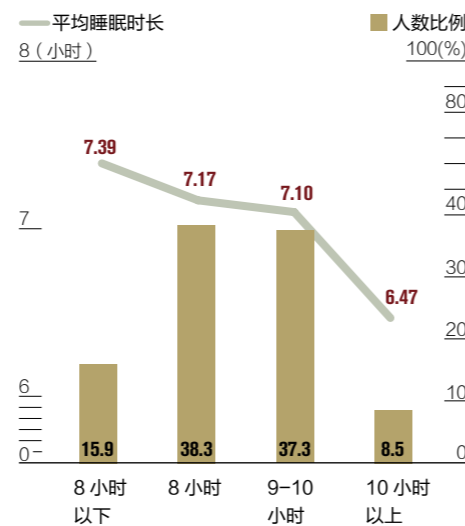
每周工作时长与睡眠



2、每天的工作时间与睡眠时间成反比

每天工作8小时以下的中国企业家平均睡眠时长为7.39小时，而工作10小时以上的中国企业家平均睡眠时长仅为6.47小时。每天过长的的工作时间明显会挤压睡眠时长。值得指出的是，虽然每日工作时长与睡眠时长直接相关，但与睡眠质量的直接相关性不高。每日不同工作时长区间中，对于睡眠质量的满意度接近，大致为42%-43%。

每日工作时长与睡眠时长

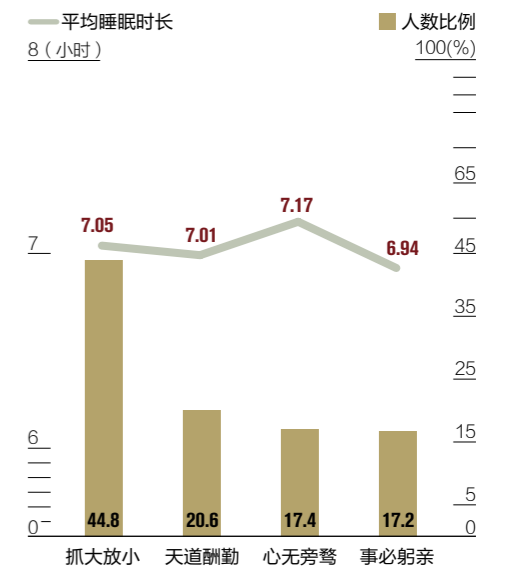


工作方式中，采取抓大放小态度的中国企业家睡眠质量较高

1、事必躬亲者平均睡眠时长最短，天道酬勤使企业家睡眠质量略差

在本次调查中，我们将中国企业家的工作方式区分为抓大放小、事必躬亲、天道酬勤、心无旁骛四种类型，其中心无旁骛这一类型对于自己的睡眠质量满意高达65%。而抓大放小的类型紧随其后。事必躬亲与天道酬勤的中国企业家由于千头万绪，直接影响其睡眠质量。

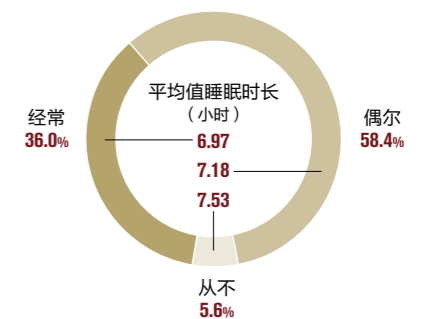
工作方式与睡眠



2、绝大多数企业家会因工作而主动推迟或缩短睡眠时间

36.0%的中国企业家经常因工作而主动推迟或缩短睡眠时间，他们的睡眠质量相应较差。调查中占5.6%的中国企业家从不因工作而主动推迟或缩短睡眠时间，他们对于自己睡眠质量普遍感到满意。

企业家因工作而主动推迟或缩短睡眠时间

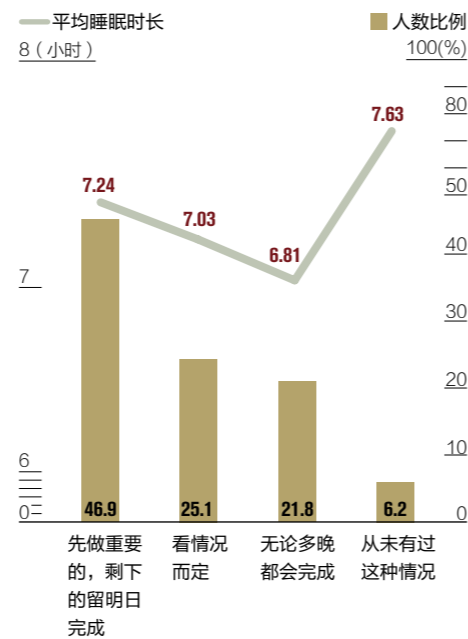


83% 的中国企业家拥有忠诚的团队，而他们的睡眠时长和质量超过没有忠诚稳定团队的中国企业家

1、21.8% 的中国企业家表示，他们将剥夺睡眠以完成当日任务

46.9% 的中国企业家表示睡眠时间来临，若当日工作还未完成，会先做重要的，剩下的留明日完成。有 21.8% 的中国企业家表示，他们将剥夺睡眠以完成当日任务。

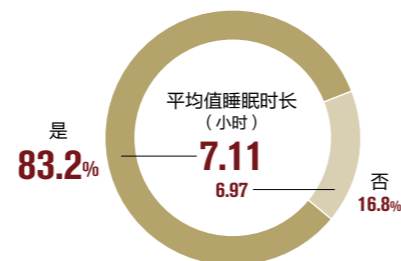
是否剥夺睡眠以完成当日任务



2、83% 的企业家有忠诚的团队，而他们的睡眠时长和质量也比没有忠诚稳定团队的企业家来的更高

事实证明，拥有忠诚的团队，享受良好的团队氛围带来的满足感，不仅能够给予企业家心理安全，同时直接作用到他们晚间的睡眠。

团队是否忠诚稳定与睡眠时长



华东医药董事长李邦良：

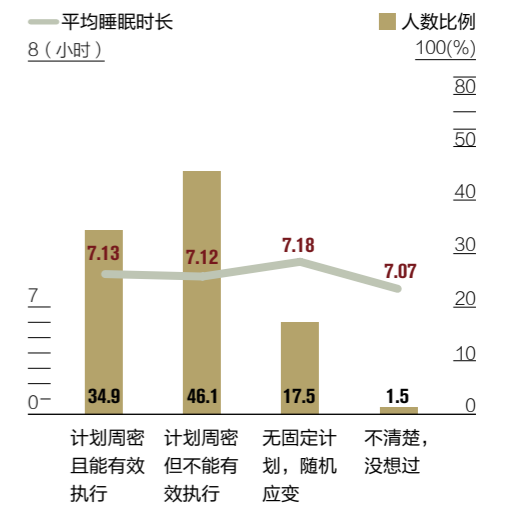
“我每天都奉行‘今日事，今日毕’的原则，即便要看大量文件，也要保证 12 点半准时睡觉，7 点钟按点起床，即使公司面临再重大的决策和再难克服的挫折也从不失眠，而且天天睡眠质量都很高。”

实现既定战略目标能有效提升企业家睡眠质量

1、46% 的企业家表示，计划周密但执行不足，他们的睡眠质量也略差

调查显示，计划周密并且得到有效地执行和睡眠质量密切相关。计划周密且能有效执行的中国企业家在调查中占 34.9%，其中 63% 对自己的睡眠质量感到满意。计划周密但执行不足的中国企业家占 46.1%，其中只有 54% 对自己的睡眠质量感到满意。因此，对自己的工作感到极强的掌控力，有助于睡眠质量。

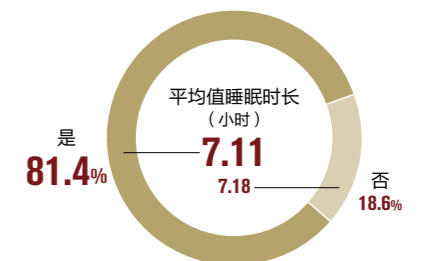
工作效率与睡眠



2、能实现既定经营目标的中国企业家的睡眠时长虽短，但质量较好

受访中国企业家普遍具备极高的自我期许，无论是在个人事业、社会形象、家庭生活都有极强的目标感，绝大部分企业家将实现经营目标作为个人事业的核心，如果能够实现既定经营目标，即便因此不得不压缩睡眠时间，但多数对其睡眠质量感到满意。因此可控性对于企业家的心理安全非常重要，进而直接影响到晚间的睡眠。

能否实现既定经营目标与睡眠时长



4

睡眠与企业家生活领域的相关性研究

- 身心健康状况与睡眠
- 个人生活习惯与睡眠
- 居住环境与睡眠
- 企业家的自我认识及对睡眠的认知

决定中国企业家群体睡商高低的因素是多方面的，这其中不仅有来自外在的影响，还包括企业家自身的原因。

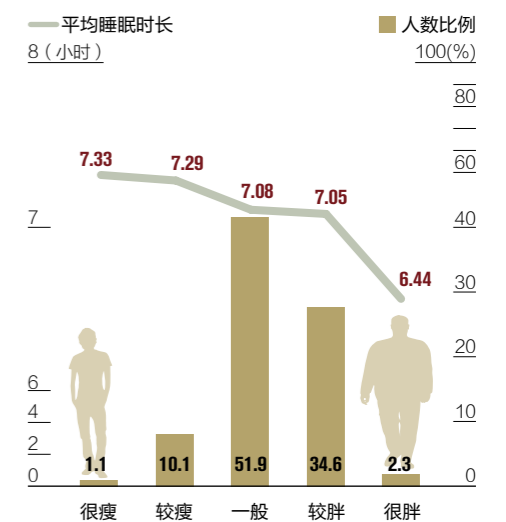
本章从生活领域的四个方面考察了影响中国企业家睡眠的相关因素。首先，身心健康是关系企业家睡眠质量的生理基础。我们发现，肥胖、药物依赖、亚健康导致的精力不充沛以及超负荷的心理压力都可能是企业家的睡眠杀手。其次，个人生活习惯对企业家睡眠影响巨大。适当的运动，保证一定时长的日光照射以及规律的饮食，对于工作繁忙的企业家来说虽然较难实现，但对改善睡眠意义重大。此外，美满的家庭、兴趣爱好、有节制的社交活动都是促进睡眠的良方，而频繁的出差或出国则会扰乱正常的睡眠。再次，睡眠环境的选择与睡眠体验密不可分。居住地、卧室、寝具甚至床头的地理位置都会成为能否安然入眠的缘由。最后，企业家的自我认知和对睡眠重要性的了解也会对潜移默化地改变生活习惯，进而对睡眠产生影响。

身心健康状况与睡眠 体态与睡眠间的关系

1、体态越胖越妨碍睡眠

调查显示，睡眠与体态有直接关联。样本中一半以上的企业家体态适中或偏瘦，但也有三分之一的企业家偏胖，这影响了他们的睡眠。很瘦的企业家平均睡眠时间为7.33小时；较瘦的企业家平均睡眠时间为7.29小时；体态一般的企业家最接近整体平均睡眠时长，为7.08小时；较胖的企业家平均睡眠时长进一步缩短；而很胖的企业家的平均睡眠时长远远短于整体水平，只有6.44小时。体态与睡眠时长呈反比关系。

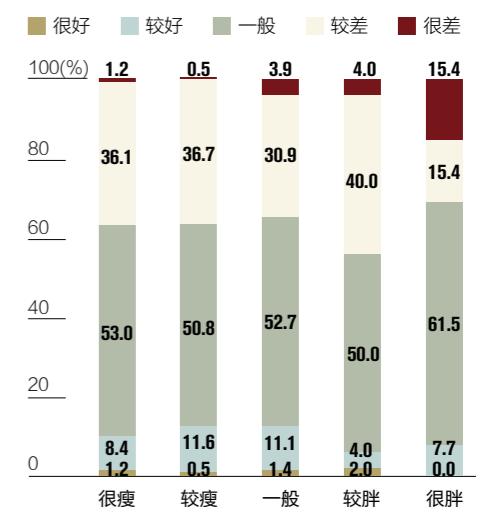
企业家体态与睡眠时长



2、体态偏胖的企业家，睡眠质量明显下滑

体态偏胖的企业家睡眠质量也不如体型较瘦或适中的企业家。很胖的企业家睡眠质量“很差”的比率为15.4%，而较瘦的企业家睡眠质量“很差”的比率不超过1.2%。由此可见，远离肥胖体型是良好睡眠的关键要素之一。

企业家体态与睡眠质量

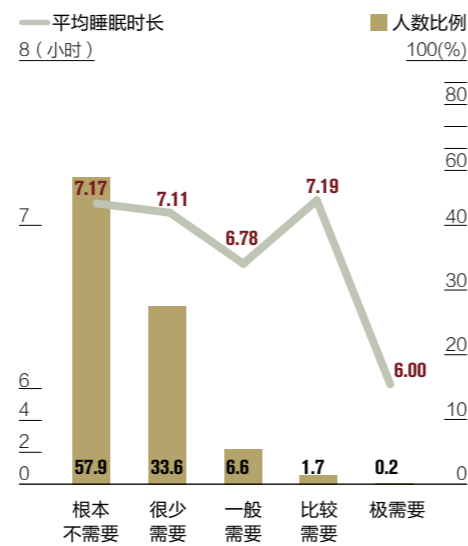


身心健康状况与睡眠 药物作用与睡眠间的关系

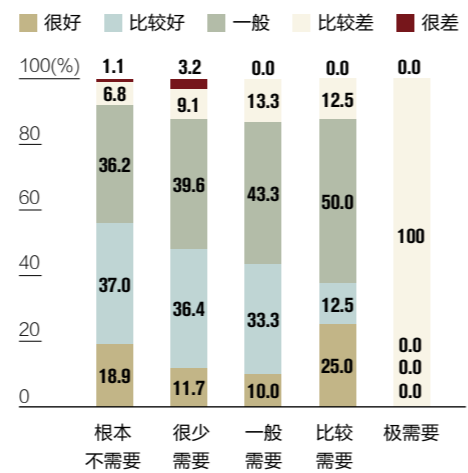
医疗药物依赖对睡眠具有双向作用

作为中国经济发展的主力军，大部分企业家在日常生活中都不需要或很少需要医疗药物的帮助，他们的平均睡眠时长较为接近平均值，睡眠质量良好的所占比率较高。但对医疗药物有依赖的企业家并非全部都睡得不好。需要少量医疗药物的企业家或因药物作用导致平均睡眠时长被拉长，睡眠质量也得到一定提升。但极需要医疗药物的企业家严重缺乏睡眠，不仅平均睡眠时长只有6小时，睡眠质量也相对最差。

是否药物依赖与睡眠时长



是否药物依赖与睡眠质量



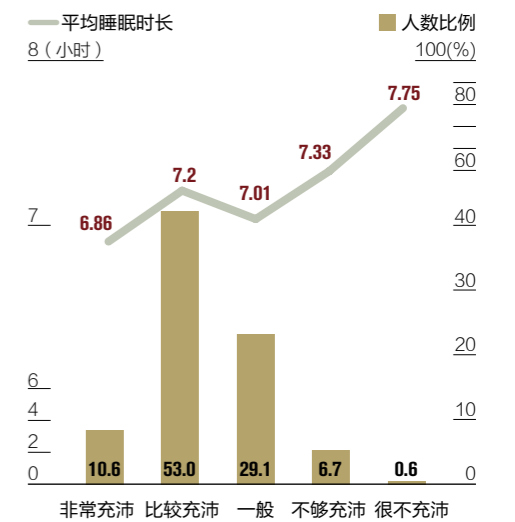
研究表明，大部分中国企业家尚未意识到药物对于自己睡眠整体状况的改变，他们会陈述服用药物期间产生嗜睡或失眠等即时性反应，但较少意识到药物对其长期睡眠习惯有所改变。

身心健康状况与睡眠 精力与睡眠间的关系

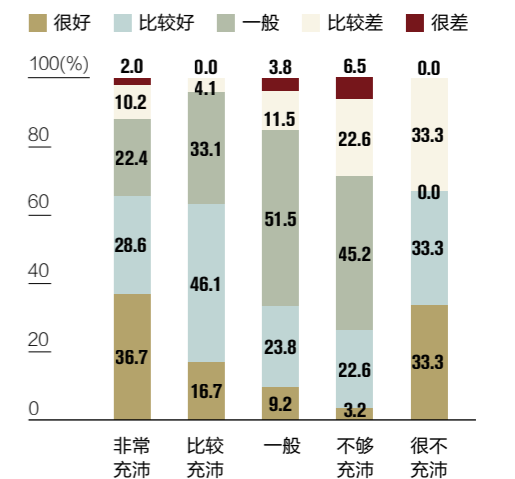
精力充沛的企业家睡眠效率最高

充沛的精力与良好睡眠是相辅相成的。精力充沛的企业家，平均睡眠时长最短，只有6.86小时，但其睡眠质量却是最高。精力非常不充沛的企业家虽然平均睡眠时长最长（7.75小时），睡眠效率却不能保证，有三分之一精力不充沛的企业家都表明睡眠质量比较差。

是否精力充沛与睡眠时长



是否精力充沛与睡眠质量



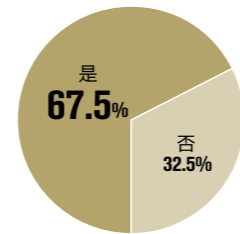
超过三分之二的研究样本显示，中国企业家对于精力状况与睡眠之间的关系认知清晰，大部分企业家承认睡眠状况影响其工作效率甚至决策判断。

身心健康状况与睡眠 精神压力状况和睡眠间的关系

1、压力影响企业家睡眠

睡眠与精神压力的关系密不可分。作为承压较重的群体之一，接近 80% 的企业家都表明压力影响到了他们的睡眠，18.5% 的企业家认为压力对睡眠影响巨大。

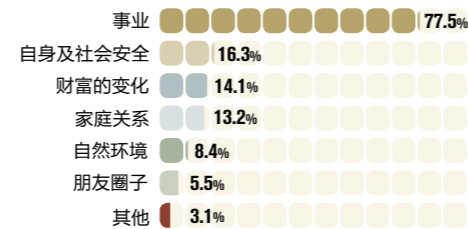
企业家是否感到压力



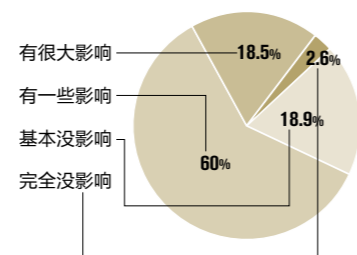
2、事业是企业家压力的首要来源

企业家的压力来源主要是事业，超过 70% 的企业家都认为事业是压力的第一来源。对自身及社会安全的关注，对财富变化的关注以及对家庭关系的处理，也是企业家感到心里有负担的几个方面。其他的压力来源还包括对健康状况的担忧、人生新目标未确定带来的迷茫感和危机意识等等。

企业家的压力来源



压力对睡眠的影响

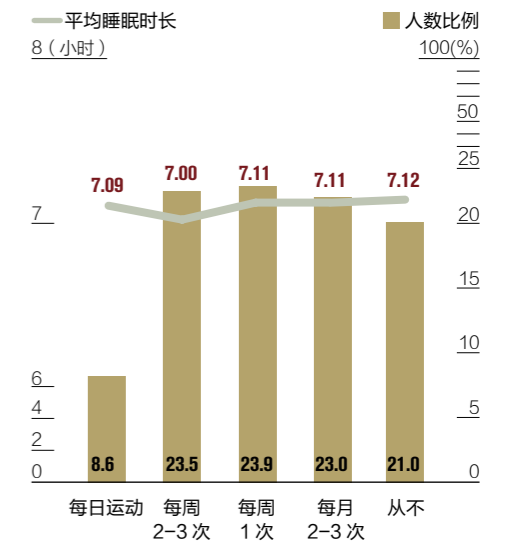


个人生活习惯与睡眠 运动与睡眠间的关系

1、运动频率低的企业家平均睡眠时间稍长

在中国，从不运动的企业家比率很高，超过五分之一。半数企业家一周只运动 1-5 小时，三分之一企业家一周 1 小时的运动量都达不到，状况非常不容乐观。从平均睡眠时间上看，运动频率快与否，睡眠时间基本相差不大，不运动的企业家平均睡眠时间最长，为 7.12 小时。

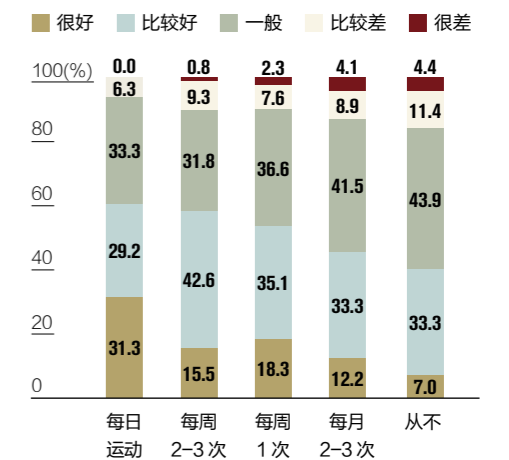
运动频率与睡眠时长



2、不运动的企业家睡眠质量差

虽然睡眠时间稍长，但从不运动的企业家睡眠质量却最差，只有 7% 的企业家认为自己睡得“很好”，睡得比较差的企业家比例达 11.4%，睡得“很差”的企业家也有 4.4%。相反，每日运动的企业家中，31.3% 的人每日都睡得很好，只有 6.3% 的人睡得“较差”，没有人认为自己睡的“很差”。

运动频率与睡眠质量

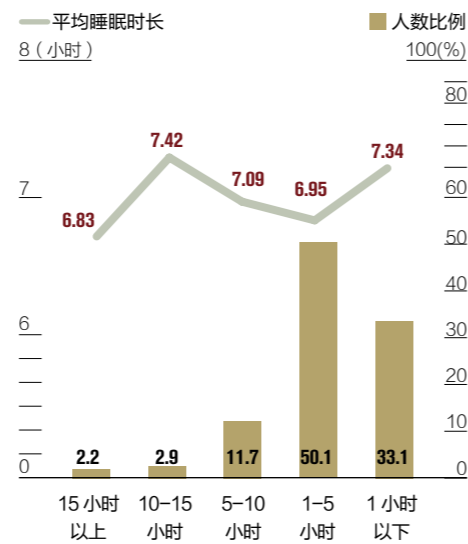


个人生活习惯与睡眠 运动与睡眠间的关系

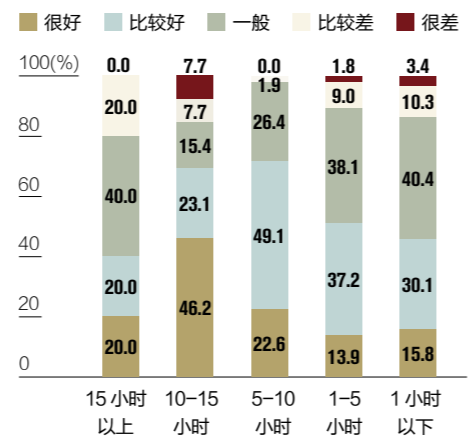
3、运动适度，保证每周 10-15 小时运动时长对睡眠最有利

每周运动时长在 15 小时以上的企业家，平均睡眠时长为 6.83 小时，40% 的人都认为睡眠质量“很好”或“比较好”。每周运动时长在 10-15 小时之间的企业家，46.2% 的人表明睡眠质量“很好”，23.1% 的人表明睡眠质量“比较好”，是几类样本中睡眠质量最好的。因此，并非运动越多睡眠质量就越好，运动时长应适中才会对睡眠有帮助。

运动时长与睡眠时长



运动时长与睡眠质量



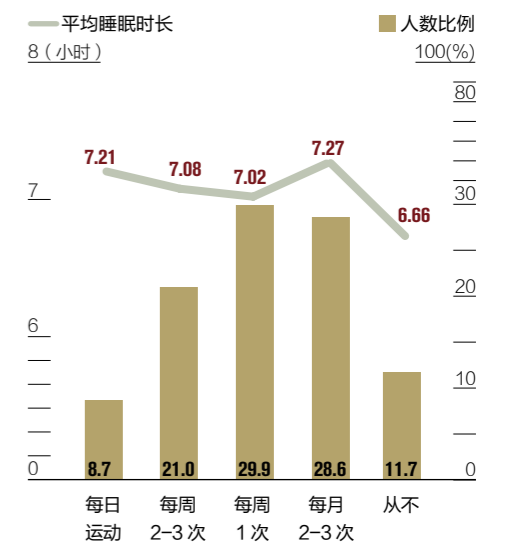
中坤投资集团董事长黄怒波每周运动 2-3 次，热爱登山等户外运动。2013 年，他又一次攀登珠穆朗玛峰，并开始了遍访世界文化遗产的“脸谱”行动，他认为在新境界的拓展期，自己的睡眠状态最为理想。

个人生活习惯与睡眠 接受太阳照射与睡眠的关系

1、中国企业家多集中在室内工作生活，普遍缺乏日照

在快节奏的工作生活促使下，40% 左右的中国企业家从不接受日光照射或很少接受日光照射。每周接受日照时长在 1-5 小时的企业家最多，占 48.3%，33.4% 的企业家每周接受日照的时长甚至在 1 小时以下，严重偏少。

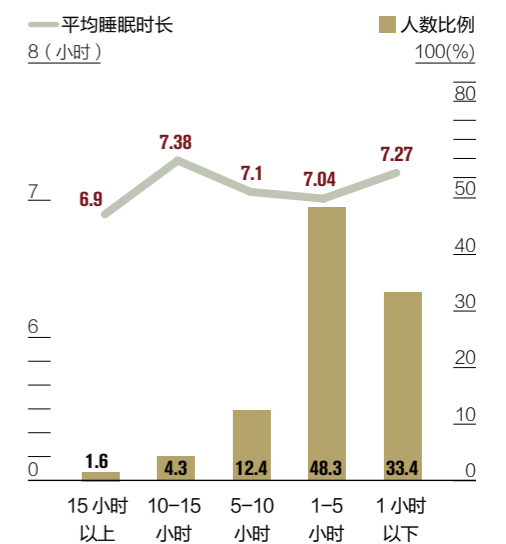
日光照射频率与睡眠时长



2、从不或很少接受日照的人，平均睡眠时长最短且睡眠质量明显变差

70% 从不接受日光照射的中国企业家均对自己的睡眠状况不够满意。接受日照频率在每周 2-3 次左右的企业家睡眠状况最好，他们中 65% 以上的人睡眠质量均为“很好”或“较好”，认为自己的睡眠质量“较差”或“很差”的人只有 5% 左右。

日光照射时长与睡眠时长

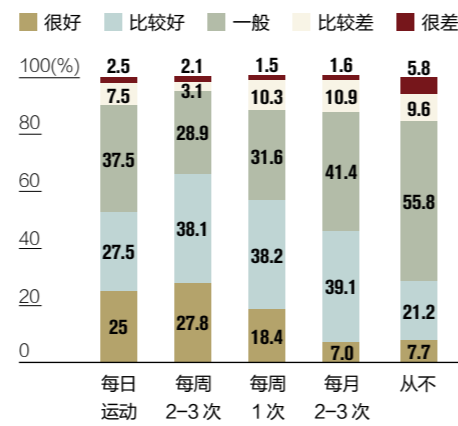


个人生活习惯与睡眠 接受太阳照射与睡眠的关系

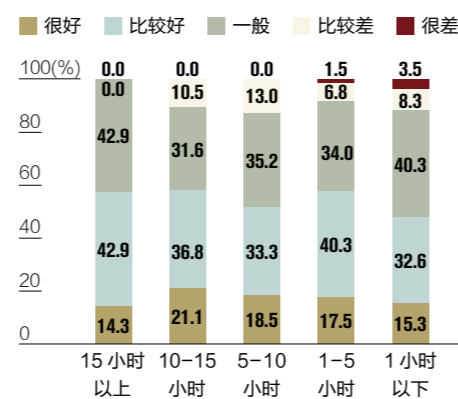
3、接受日光照射时长与睡眠质量成正比

从接受日光照射时长上来看，保证每周 15 小时日照时间的企业家睡眠质量最为稳定、令人满意，几乎没有人表明睡眠质量“较差”或“很差”。每周接受日光照射时长在 1-5 小时之内或 1 小时以下的企业家，睡眠质量“较差”或“很差”的人数比率则明显增高。

日光照射频率与睡眠质量



日光照射时长与睡眠质量



绝大部分中国企业家没有意识到日照与睡眠之间的关系，也较少参加各类户外活动以接受更多的日照。

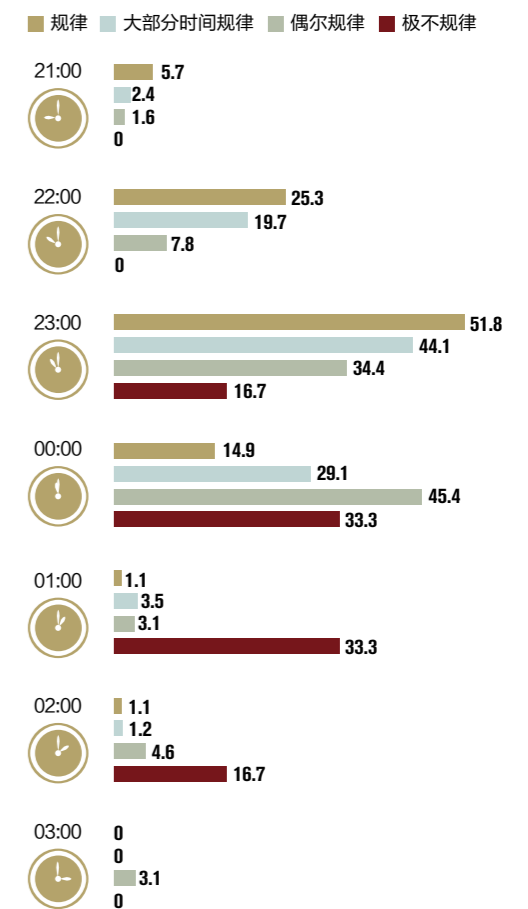
个人生活习惯与睡眠 饮食习惯与睡眠间的关系

1、健康的生活方式相辅相成，饮食规律是企业家良好睡眠的基础

吃饭与睡觉作为人体基本生理需求，两者的相互作用极为明显。

很多企业家因工作及应酬较多，经常导致饮食上的不规律，这潜移默化地影响了睡眠习惯及睡眠质量。饮食规律的企业家，超过 90% 的人都能保持一日三餐。饮食极不规律的企业家，只有 6.7% 的人能保证这个就餐频率，大部分人每日都没有固定就餐次数。同样，他们的睡眠指数也不容乐观。

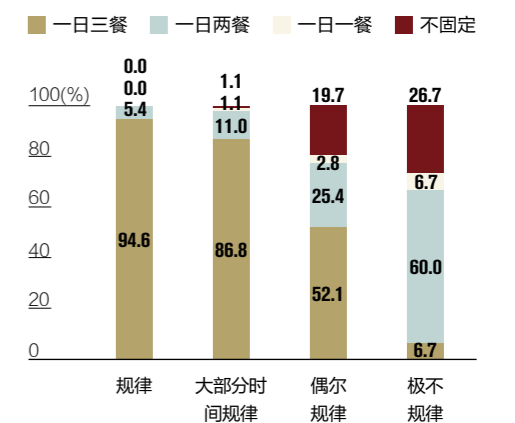
企业家饮食情况 (%)



2、饮食规律与否对就寝时间影响较大，拥有规律的饮食习惯的企业家偏于早睡

饮食规律的企业家在 22 点至 23 点时间段上床睡觉的人数比率达 75.9%；饮食偶尔不规律的企业家在该时间段睡觉的人数比率达 62%；这个比率，在饮食经常不规律的企业家中下降到 42.2%；而饮食极不规律的企业家中，只有 16.7% 的人能在睡眠的黄金时段里上床休息。相反，饮食不规律的企业家们，83.3% 的人都会选择在 0 点过后才进入梦乡，凌晨 1 点睡觉的人最多，高达 33.3%。

饮食习惯与就寝时间

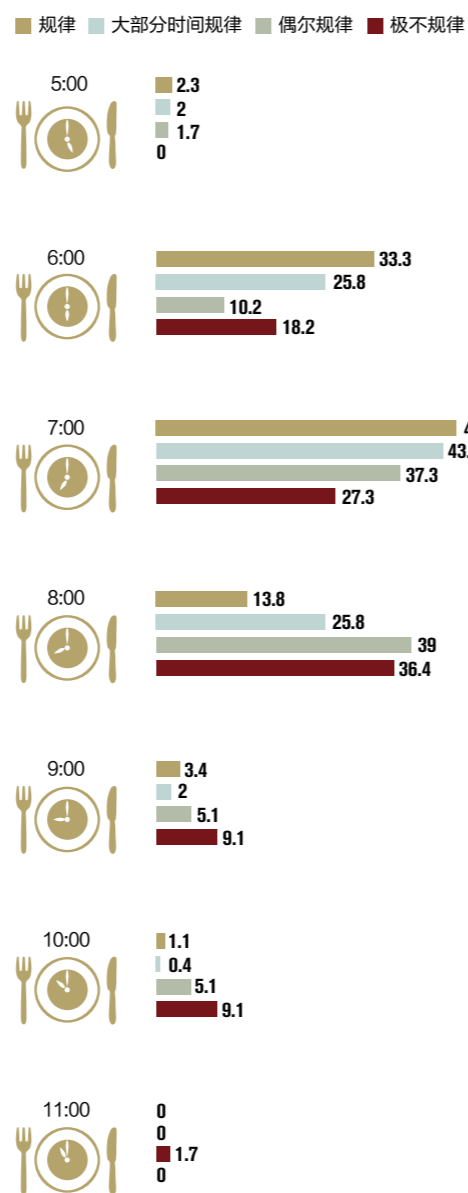


个人生活习惯与睡眠 饮食习惯与睡眠间的关系

3、饮食是否规律也与企业家的起床时间关系密切

饮食规律的企业家在早上6-7点起床的人数比率达77%，远高于其他几类样本。饮食极不规律的企业家起床时间大多较晚，饮食不规律的企业家一半以上都在早上8点起床，而这又进一步妨碍到他们正常的作息，使后一天的睡眠时间继续后延。

饮食习惯与起床时间 (%)



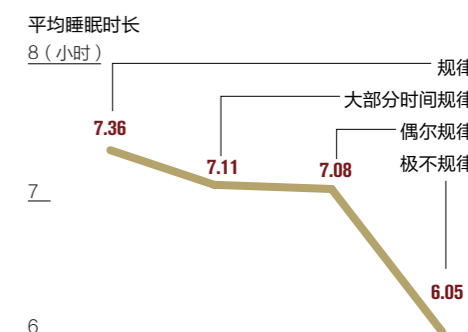
“食疗”或“食补”是中国企业家比较重视的养生之道，但他们普遍较少从安眠的角度去考虑饮食问题。

个人生活习惯与睡眠 饮食习惯与睡眠间的关系

4、饮食极不规律的企业家，睡眠时长远低于平均水平

饮食规律与否和睡眠时长基本呈正比关系，饮食规律的企业家平均睡眠时长为7.36小时，但饮食极不规律的企业家，平均睡眠时长只有6.05小时，处于“缺觉”的状态。

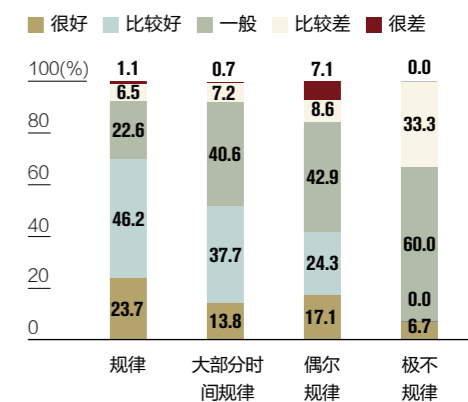
饮食习惯与睡眠时长



5、饮食极不规律的企业家大多不能从睡眠中得到体力的恢复

睡眠质量方面，从饮食规律到极不规律呈逐级递减趋势。饮食越不规律，睡的越不好。在饮食规律的企业家中，三分之一的人都表示第二天起床后精力充沛，这个比率远高于样本中其他企业家。而许多饮食不规律的企业家起床后则仍感疲惫，三分之一的人都表示自己的睡眠质量比较差。

饮食习惯与睡眠质量

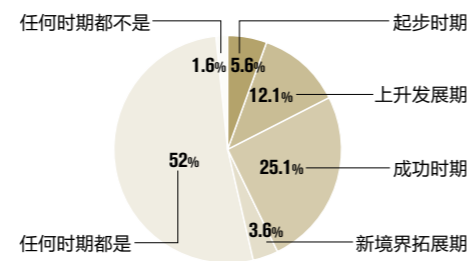


个人生活习惯与睡眠 家庭生活与睡眠的关系

1、拥有家庭对睡眠具有积极意义

家庭在每个人的人生中扮演了不可取代的角色，对于企业家来说尤其如此。在本次调查中，有超过一半的受访企业家认为无论在人生的任何阶段，家庭都是生活的重心。另有25.1%的企业家认为，越是在成功时期，家庭越是在生活中占据主导地位。而比起单独居住，八成以上的企业家也更喜欢与家庭成员一同生活。

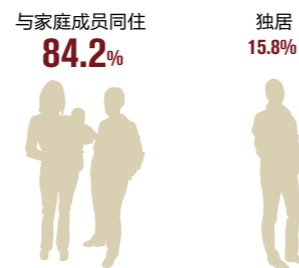
家庭作为生活重心的阶段



2、家庭所带来的温馨和安全感对人的情绪有明显的安抚作用，促使睡眠质量提高，这一点也在数据上获得了印证

在家庭是否会对睡眠带来正面影响一项，企业家们的选择表现出了惊人的一致：有超过80%的企业家表示家庭生活对睡眠质量的提高有帮助，其中一半以上的人认为家庭生活对睡眠质量的改善是“非常有帮助”的。

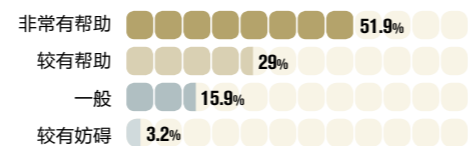
居住情况



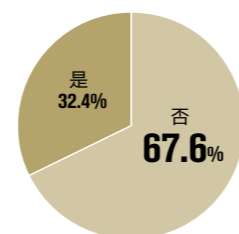
3、某些企业家因家庭导致睡眠状况不理想，一些人甚至感觉家庭的存在阻碍了他们的睡眠

造成这种情况的一个重要的影响因素便是与伴侣同睡时，由于体型、需求等不同，出现因床垫倾斜、寝具不适等状况，进而妨碍了睡眠，并且三分之一的企业家家庭都出现过该现象。

家庭对睡眠质量的影响



与伴侣同睡，是否会出现床垫倾斜等寝具不适的状况

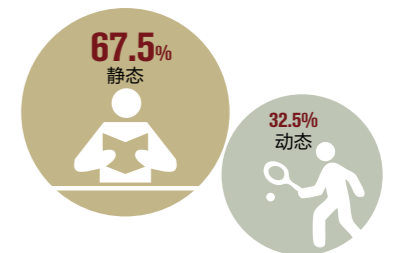


个人生活习惯与睡眠 个人兴趣爱好与睡眠的关系

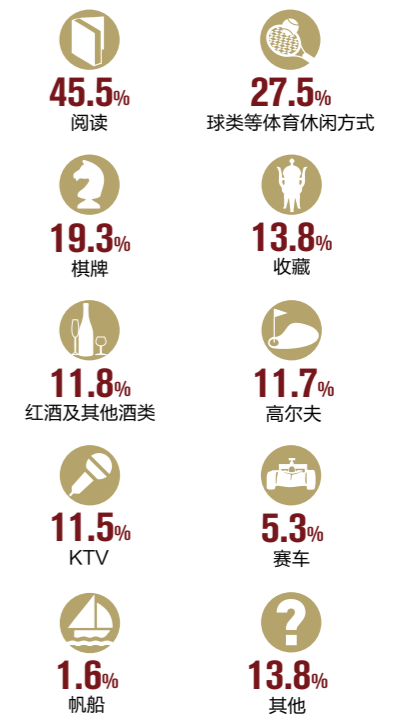
1、中国企业家多喜爱静态兴趣爱好

除了繁忙的日常工作，兴趣爱好在企业家的生活中也占有一席之地。中国企业家中三分之一的人，业余爱好都偏于静态，其中以读书为首，45.5%的企业家在工作之余都将读书作为主要的爱好。其次为艺术收藏，在提高文化修养和陶冶情操方面达到了修身养性的效果。KTV也成为一些企业家释放压力、增强人际交往的选择。其余三分之一的企业家则对增强体质的体育类项目情有独钟，高尔夫等体育运动，以及棋牌等都较受欢迎，而赛车、帆船等市场愈广。

企业家个人兴趣爱好情况



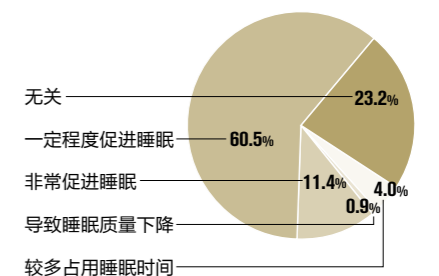
中国企业家主要的兴趣爱好



2、无论是修身养性还是强健体魄，健康的兴趣爱好对良好的睡眠都具有积极意义

七成企业家对兴趣爱好改善睡眠持肯定态度，其中一部分企业家还认为这种作用是巨大的。另有一些企业家却认为，因为有了这些兴趣爱好，工作以外的业余时间被挤占，睡眠时长随之缩短。

兴趣爱好对睡眠的影响



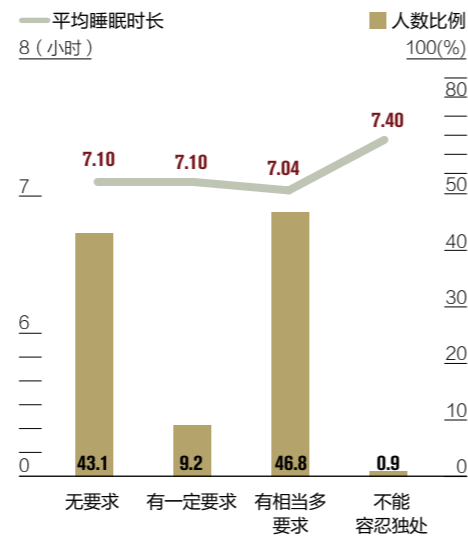
个人生活习惯与睡眠 社交与睡眠间的潜在联系

1、社交与睡眠具有潜在的联系，良好的人际关系可以改善睡眠

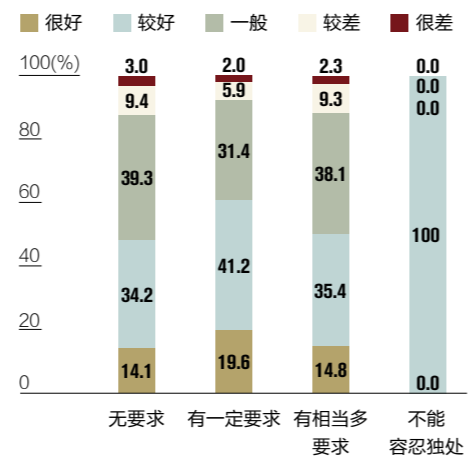
为了寻找企业家社交与睡眠之间潜在的联系，本次调研主要考察了独处时间、商业应酬对睡眠的影响。

虽然 43.1% 的企业家对独处时间无要求，但是 46.8% 的企业家也表示对独处时间有相当多的要求。者的平均睡眠时长相差不多，分别为 7.10 小时和 7.04 小时，睡眠质量的差距也不显著。但乐于社交、完全不能容忍独处的企业家平均睡眠时长则在 7.4 小时左右，高于平均睡眠时长，睡眠质量也普遍较好。

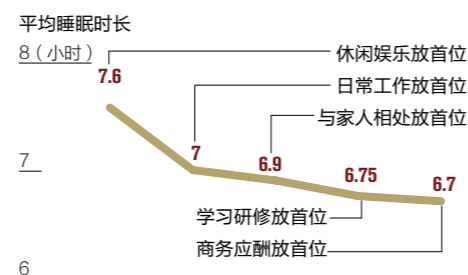
独处需求与睡眠时长



独处需求与睡眠质量



时间管理与睡眠时长



2、大量的商务应酬挤占了企业家的睡眠时间

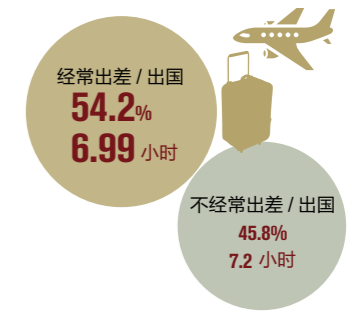
企业家的商务活动较常人更多。在日常生活中，把商务应酬放首位的企业家平均睡眠时长远低于将休闲娱乐及日常工作放首位的企业家，仅有 6.7 小时。

个人生活习惯与睡眠 地点转移与睡眠

1、中国企业家出差 / 出国比例较高

因企业经营发展需要，一半以上的企业家需要经常出差甚至出国，长途奔波、适应陌生水土及倒时差等因素对睡眠也造成了一定影响。

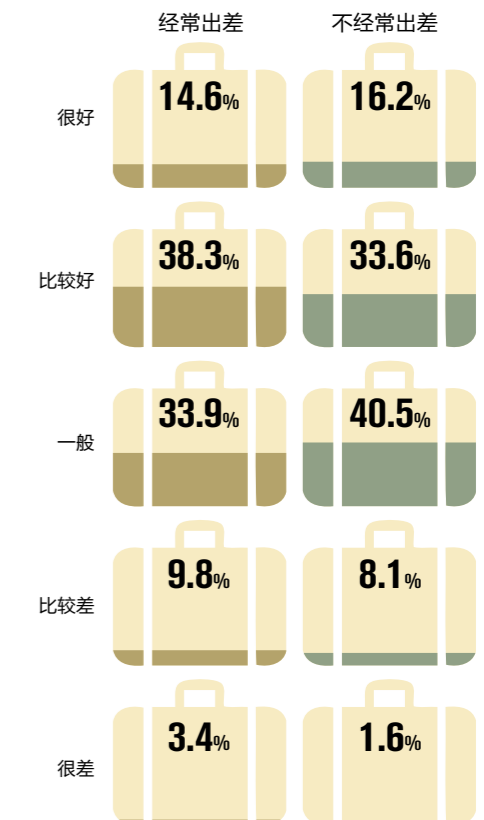
企业家经常出差 / 出国的人数比例与睡眠时长



2、经常出差 / 出国不利于睡眠

经常出差 / 出国的企业家的平均睡眠时长不足 7 小时，明显比不经常出差 / 出国的企业家睡得少。而在睡眠质量“较差”和“很差”的人当中，经常出差 / 出国的企业家占比为 9.8% 和 3.4%，也高于不经常出差 / 出国的企业家。

是否经常出差 / 出国与睡眠质量

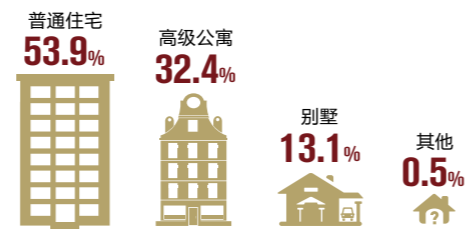


居住环境与睡眠 居住地宜居程度与睡眠

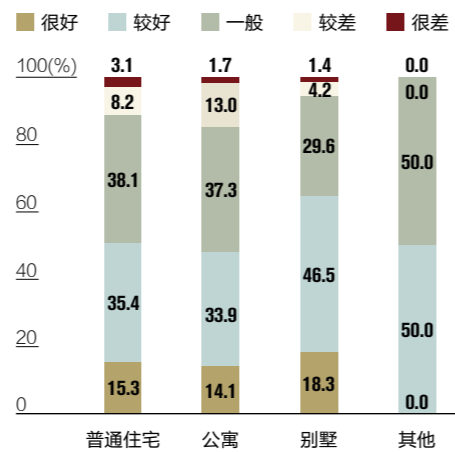
住宅高级程度与睡眠质量成正比，别墅最有利于睡眠

本次调查我们还考察了居住地的宜居程度与睡眠质量的关系。在普通住宅居住的企业家，睡眠质量“很差”的所占比率为3.1%，居住在高级公寓的企业家睡眠质量“很差”的所占比率为1.7%。居住在别墅的企业家这个比率则为1.4%。住宅越高级，睡眠质量就会相应得到提高。高级公寓对于睡眠的帮助优于普通住宅，而别墅又优于高级公寓。

企业家的住宅类型



住宅类型与睡眠质量



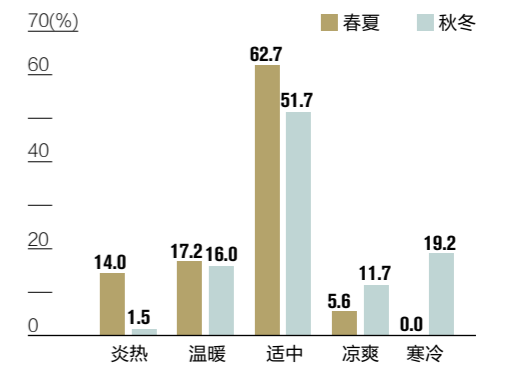
女企业家更为重视家居环境对于睡眠的影响，通常亲力亲为，而受访的男企业家表示较少直接参与家居布置。

居住环境与睡眠 房间的舒适度与睡眠

1、适中的温度、湿度可创造良好的睡眠条件

卧室的舒适程度直接影响到睡眠体验。超过半数的企业家都认为他们的卧室一年四季温度适中，但有14%的企业家认为卧室在春夏季节过于炎热，也有19.2%的企业家认为卧室在秋冬季节十分寒冷，不适宜睡眠。在湿度方面，六成企业家春夏季节对卧室湿度比较满意，但到了秋冬季节，约四成企业家感觉卧室较为干燥，成为睡眠质量下降的重要因素。

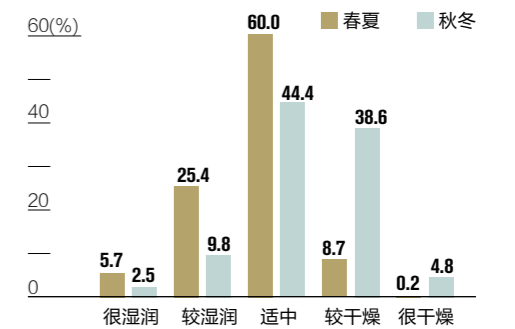
企业家的卧室温度



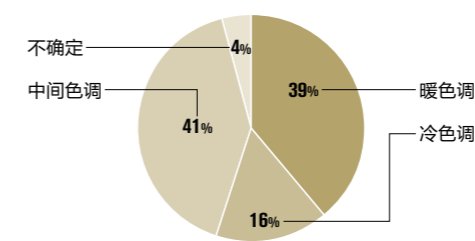
2、暖色调的卧室是睡眠的最佳选择

卧室的整体色调上，选用暖色调和中间色调的企业家各占40%左右，只有16%的企业家选用了偏冷的颜色作为卧室的主色调。在对睡眠质量的帮助上，暖色调卧室的优势较为明显，将睡眠质量“较差”和“很差”的人数比率控制在7%以内，低于冷色调的14.2%和中间色调的13.8%。同时，卧室色调偏暖的企业家睡眠质量“很好”和“较好”的人数比率达到了55.2%，也高于冷色调和中间色调。由此可见，温暖的颜色更有利于睡眠。

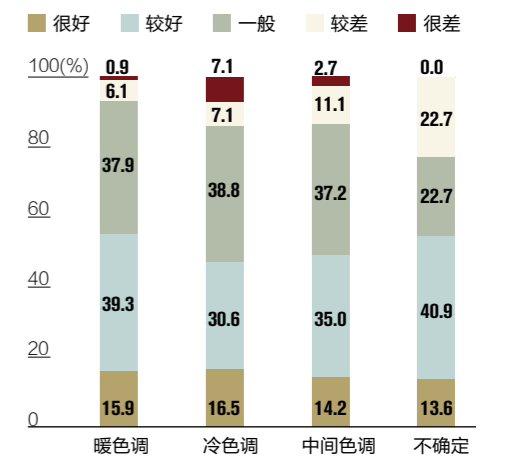
企业家的卧室湿度



企业家的卧室色调



卧室色调与睡眠质量

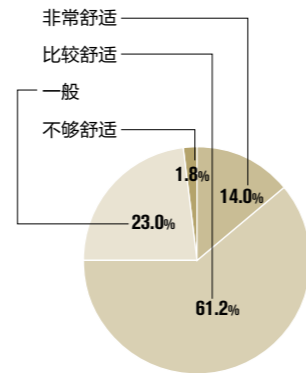


居住环境与睡眠 寝具舒适度与睡眠

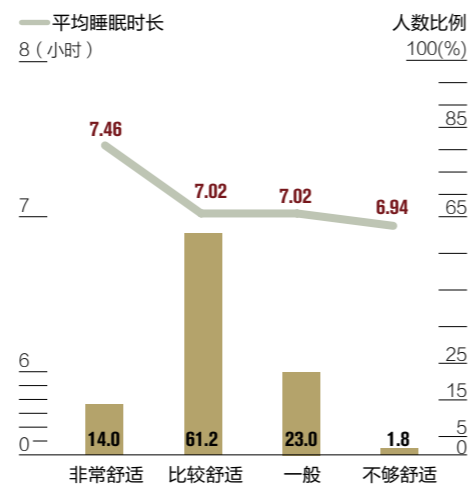
寝具舒适度与睡眠关系密切，品质优良、感觉舒适的寝具是良好睡眠的前提

寝具对睡眠的重要性不言而喻，大多企业家都比较重视寝室的舒适度，75% 以上的企业家都为自己挑选了舒适的寝具。但仍有约四分之一的企业家认为他们的寝具（包括床和枕头等）舒适度一般或不够舒适，而这部分企业家的平均睡眠时长和睡眠质量较感觉舒适的企业家表现略低。

企业家对使用寝具的舒适度评价



寝具舒适程度与睡眠



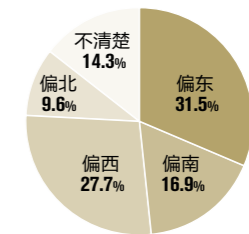
四分之三的受访中国企业家表示对于寝具相对重视，会参与对寝具的购置。

居住环境与睡眠 床头的地理位置与睡眠

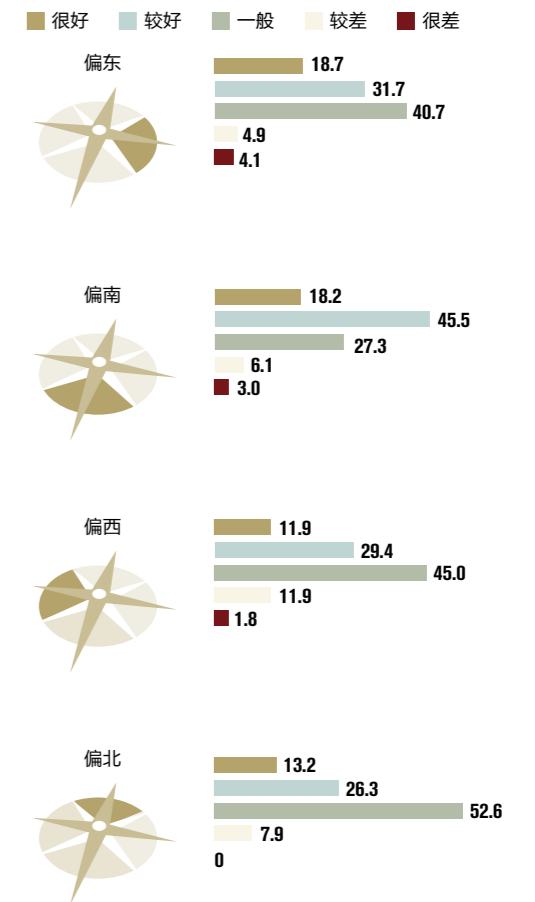
床头地理位置偏南是睡眠的最佳位置

地球磁场亦对企业家睡眠产生影响。床头地理位置偏南的企业家，睡眠质量较床头处于其他位置的企业家更好，他们中超过 60% 的人都认为自己的睡眠质量较高。其次是床头位置偏东的企业家，逾有 50% 的人认可自己的睡眠质量，而床头位置偏北的企业家们，只有不到 40% 的人对自己的睡眠质量表示满意。

企业家的床头地理位置



床头地理位置与睡眠质量 (%)

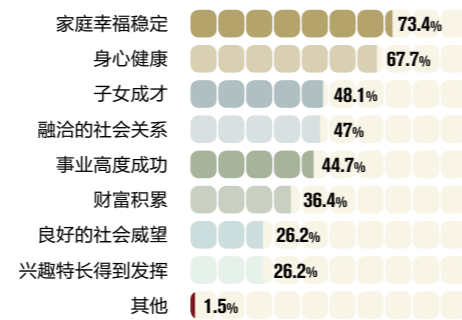


企业家的自我认识及对睡眠的认知

1、中国企业家的幸福感来源多样化，家庭与健康占首位，事业及财富其次

对于中国企业家而言，家庭的幸福美满、身心健康及子女成才在幸福感来源中占据前三位。企业家越来越享受除财富与事业之外精彩的人生体验，对自身健康也前所未有地关注。而良好的社会关系和个人兴趣爱好得以充分发挥也逐渐成为企业家的幸福感来源。

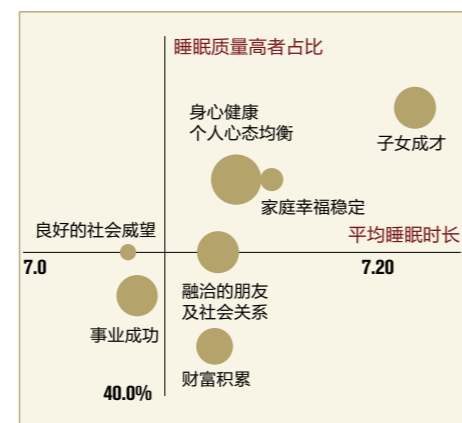
企业家的幸福感来源



2、以家庭和健康为主要幸福感来源的企业家更容易获得平和宽容的心态和稳定的睡眠

虽然投身创造财富的事业，但子女成才、身心健康、家庭幸福、友情及社会关系，才是睡眠质量和量都较高的企业家们共同的幸福感来源。相反，将事业成功作为主要的幸福感来源的企业家，因为事业牺牲了过多宝贵的睡眠，无论睡眠时长还是睡眠质量都不容乐观。以财富积累为主要幸福来源的企业家，虽然睡眠时长高于平均水平，但睡眠质量却远低于以其他为主要幸福感来源的企业家。

幸福感来源与睡眠

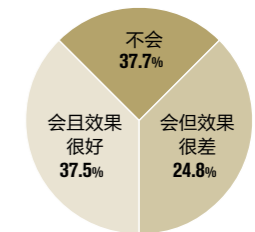


企业家的自我认识及对睡眠的认知

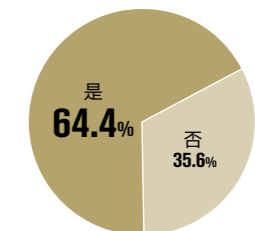
3、大多数中国企业家习惯主动控制睡眠

作为一个特殊的群体，企业家常常面临着更为重大的决策和更多的日常事务，这使他们牺牲睡眠来完成工作的可能性增加。只有37.7%的企业家不会主动控制睡眠，六成以上的企业家都将主动控制睡眠看做工作生活的需要，并将其视为必然。有近三分之一的企业家都认为自己的睡眠时间已经足够。关于理想中的睡眠时长，一半的企业家认为是8小时，还有四分之一的企业家认为7小时，还有8%的企业家，出于对事业、工作等方面的考虑，认为理想的睡眠时长有3-6个小时就够了。

企业家是否会有意识控制睡眠



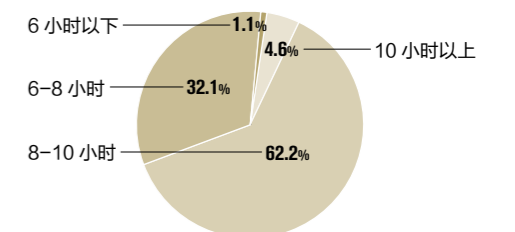
企业家认为平日睡眠时表是否足够



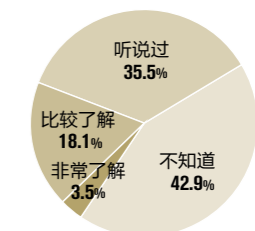
4、大多数企业家缺乏睡眠专业知识

大部分中国企业家对专业睡眠知识不够熟悉。例如，对睡眠医学中的著名概念——“睡眠剥夺”，“非常了解”和“比较了解”的企业家只占3.5%和18.1%，还有35.5%的企业家听说过这个名词。对这个概念一无所知的企业家最多，占总数的42.9%，这说明大多数企业家对专业睡眠知识还不够熟悉，并且对睡眠健康没有给予足够重视。

企业家心中理想的睡眠时长



企业家对“睡眠剥夺”概念的了解程度



5

中国企业家睡眠障碍

缺乏黄金睡眠 亟须专业指引

- 间歇性失眠是企业家面临的主要睡眠障碍
- 工作压力是间歇性失眠的主因
- 缺乏“黄金睡眠”
- 50.5%的企业家认为失眠影响决策判断
- 拒绝安眠药

每个人都知道失眠是什么，但不是每个人都能找到自己失眠的原因，以及清楚失眠所带来的负面影响。调查发现，企业家群体尽管拥有相对较强的睡眠管理能力，但其中大部分人还是遭受不同程度的失眠困扰。

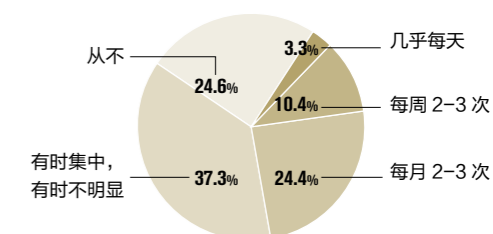
中国企业家的睡眠究竟出了什么问题？是什么原因导致中国企业家们集体失眠？失眠后他们又习惯性地采取何种措施？这些都是我们研究的话题。快节奏的工作状态，一个个等待被实现的数字和目标，企业家们每天在追逐效益的道路上奔忙，承受高于常人的压力。压力不光是导致失眠的主因，也影响入睡之后的睡眠质量，多数中国企业家缺乏黄金睡眠，从而很难达到通过休息恢复体力和精神的效果，尽管目前还没有直接数据表明企业家的睡眠质量将如何影响企业的运作和效益，但是，不佳的睡眠质量确实将直接影响第二天的工作状态。调查的另一个重要发现是中国企业家虽然在失眠之后试图采取理性措施，但缺乏专业指引，无法有效解决问题。

间歇性失眠是中国企业家面临的主要睡眠障碍

针对中国企业家失眠频率的调查喜忧参半。一方面，几乎每天备受失眠困扰的企业家只占少数；另一方面，接近四分之三的企业家正疲于应付不同程度的失眠问题，其中，间歇性失眠是企业家最大的烦恼，即多数企业家的失眠经常集中在某一段时间。

受访中，接近四分之一（24.6%）的受访者表示自己从来没有失眠的经历，其他中国企业家均存在不同程度的失眠问题。有3.3%的企业家几乎每天都处于失眠状态，10.4%每周失眠两至三天，而每月失眠两至三天的企业家更达到24.4%，另有37.3%存在间歇性失眠问题，有时集中出现，有时则不明显。

中国企业家失眠频率



巨人网络公司董事会主席史玉柱很少因为公司而失眠，原因是他不管公司具体事务，烦恼也少。这从侧面反映了繁重的公司事务是企业家失眠的诱因之一，管得越多，压力越大，烦恼越多，失眠的频率也就随着增加。

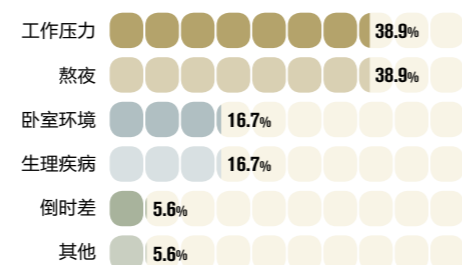
工作压力是中国企业家间歇性失眠的主因

为什么会有如此多的中国企业家经常集中在某一段时间失眠？根据延伸性调查，这与工作压力存在直接关系。企业家心理负担比较重，白天工作压力太大，导致心情压抑，晚上容易思虑过度，内心焦躁，导致失眠。数据显示，无论是频繁失眠，还是间歇性失眠的人，工作压力均是最主要的影响因素。此外，也有相当一部分人开始意识到卧室环境对睡眠质量的影响，在无法缩短工作时间或有效减少压力的情况下，改变卧室环境能在一定程度上改善睡眠。

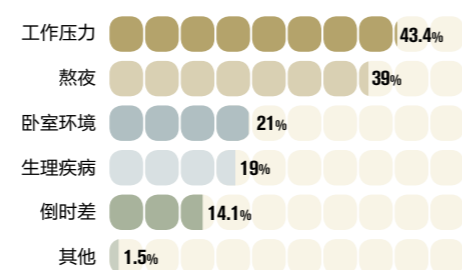
频繁失眠的受访者中，有 38.9% 的人表示工作压力是影响失眠的因素，另有 38.9% 表示自己频繁失眠是因熬夜所致，认为卧室环境或生理疾病影响睡眠的分别有 16.7%，而经常长途出差而引发的时差问题也是失眠原因之一，占据 5.6%。

间歇性失眠的受访者也将工作压力和熬夜列为导致失眠的两大主因。其中有 43.4% 表示是工作压力导致了失眠，这也说明，在某一段时间内，企业家或面临重要抉择，或迫于经营压力，或忙于突破自我，这些因素引起的压力直接影响了睡眠质量。另有 39% 的人认为是熬夜影响了睡眠。这恰恰说明，企业家迫于工作压力或既定目标，以牺牲睡眠为代价延长工作时间，最终的结果是影响睡眠质量。间歇性失眠的受访者中，有 21% 认为卧室环境影响睡眠，另有 19% 的人因生理疾病而时常失眠，14.1% 的人将之归咎于倒时差。

企业家频繁失眠的影响因素



企业家间歇性失眠的影响因素



缺乏“黄金睡眠”

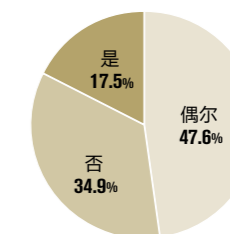
对于那些能顺利入睡的企业家，整个睡眠过程也不容乐观。多数人都无法达到深度睡眠，即人们常说的“黄金睡眠”，不利于精神和体力的恢复。

不能进入深度睡眠的一个重要特征是多梦。有 34.9% 的受访者表示自己不经常做梦，也就是说，有六成以上企业家因为多梦而总是徘徊于深度睡眠的门外，其中 17.5% 的受访者经常多梦，47.6% 偶尔多梦。

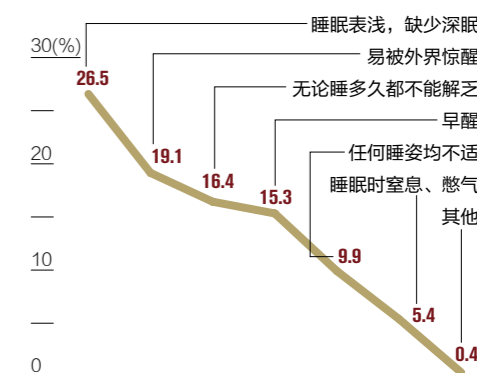
除了做梦，企业家缺乏“黄金睡眠”还有多重原因。最主要的表现是睡眠表浅、缺少深眠，有 26.5% 受访者有此困扰，有 19.1% 的人表示易被外界惊醒，有 16.4% 的人无论睡多久都不能解乏，15.3% 的人经常早醒，9.9% 的受访者在睡眠中尝试过多种睡姿均无法达到舒适入睡的状态，5.4% 的受访者在睡眠时窒息、憋气。

这些原因导致的最直接结果是高达 37.9% 的受访者经常半夜无故醒来，另有 41.5% 的人时不时也有这样的烦恼，只有 20.7% 的受访者表示自己没有这种现象。

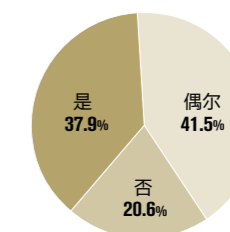
多梦的企业家占比



企业家的其他睡眠问题



半夜易惊醒的企业家占比



50.5% 的中国企业家认为失眠影响决策判断，进而影响企业运营

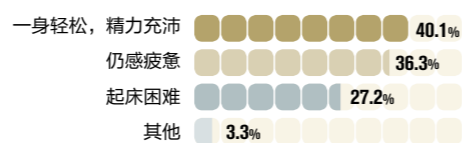
由于缺少深度睡眠，在精神和体力的恢复上事倍功半，正常的睡眠亦无法帮助企业家重拾完美的精神状况。

调查中，睡醒后仍感疲惫（36.3%）和起床困难（27.2%）的企业家不在少数，还有一些人两种症状兼有，只有40.1%的受访者表示第二天睡醒后能一身轻松、精力充沛。

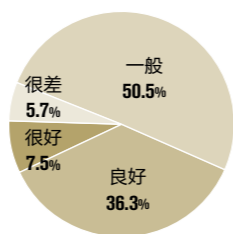
更有一半以上（50.5%）的企业家都认为自己的睡眠质量一般，给自己的睡眠质量打了很差分数的有5.7%，另有36.3%的人感觉睡眠良好，而认为自己的睡眠达到理想状况的企业家不到十分之一（7.5%），可见，企业家也意识到自身的睡眠问题。

对于企业家而言，尽管没有直接的数据反映失眠如何影响企业的经济效益，但根据调查显示，夜晚失眠对企业家白天的活动有非常深远的影响。半数以上的受访者（50.7%）表示失眠后注意力难集中、易出差错，42%的人记忆力下降，40.1%的人感觉心情烦躁，另有35.6%白天出现瞌睡，14.4%的人认为失眠导致了内分泌失调，并使3.5%人旧疾复发，只有1.7%感觉失眠对第一天的工作没有影响。这说明，失眠严重拖垮了企业家的工作精力，使他们难以以百分百的良好状态去应对工作，作为一个公司的领导者、决策者，这些负面的影响必将间接地牵动这企业的经济效益。

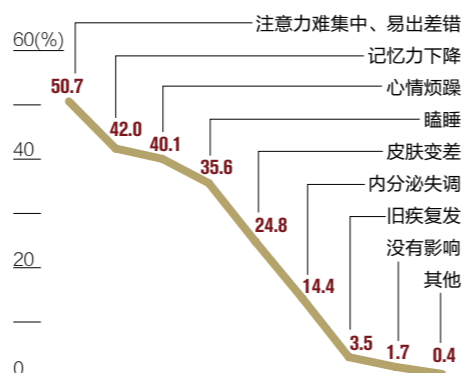
企业家第二天睡醒后状况



企业家睡眠自我评分



失眠对企业家白天生活的影



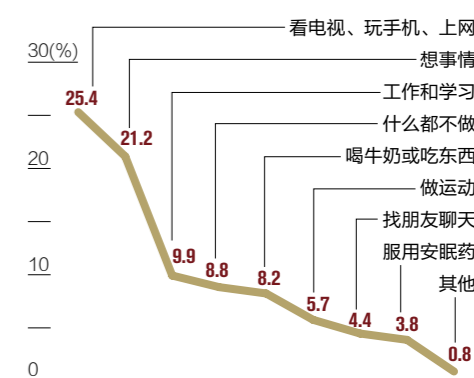
拒绝安眠药：中国企业家解决失眠后问题采用理性措施，但缺乏专业指引

中国企业家失眠后更倾向于娱乐放松项目（25.4%），思考事情紧随其后（21.2%），而真正在失眠后起来工作或学习的人并不多（9.9%）。其他失眠之后的措施还包括看书、听音乐、听相声等。

事实上，这反映了在备受失眠困扰之后，企业家极其渴望快速进入睡眠状态。看电视、玩手机、上网，以及看书、听音乐、听相声等正是许多人认为的有助于睡眠的做法，采取这些措施的企业家并非想用通过它们更快速地熬过失眠时间，而是期待能让身体大脑放松（也可能是更疲惫）以增加睡意。而选择想事情实际上类似于数羊，以期待催眠大脑的作用。

中国企业家相对理性，只有少数的人选择服用安眠药（3.8%），他们倾向于认为，在所有改善睡眠的措施中，服用安眠药最不可取，只会增加身体对药物的依赖性。

企业家失眠后采取的措施



河南中陆物流配送有限公司董事长王超斌以前每天最多只睡5个小时，现在他开始慢慢增加到6小时、7小时。他认为企业家睡眠质量的好坏对管理公司起到至关重要的影响：“一个企业家只有管理好自己的睡眠质量，才能更好地管理公司，更好地回报社会。”他呼吁企业家要多睡觉，不要以牺牲睡眠时间换取企业效益。

6

中国企业家 睡眠改善路径

- 对睡眠环境的改善：强调第二居所
- 对睡眠的投资：68.9%的中国企业家重视对睡眠的投资
- 对睡眠的投资：为整套寝具投资的额度
- 使用专业睡眠设备提升睡眠质量
- 改善睡眠与精神陶冶：个人心态的转变

由于企业家群体特质鲜明，崇尚以理性和科学的态度去解决面临的问题，因此企业家如果面临睡眠质量问题通常会从内外部环境、个人身体素质提升、个人心灵安顿几个方面寻求解决路径，实际上，这种理性的态度加以专业睡眠科学的指引，能够形成有针对性的解决方案。

根据中国企业的经济能力、消费习惯、文化偏好、生活态度，征询专业意见，在报告最末一章，我们从五个方面提出企业家睡眠改善的五大路径，分别是居所的改善、使用专业设备、加强精神陶冶、加强运动与日照时间、加强睡眠投资。改善睡眠是一个综合性的身心工程，对于企业家来说也不例外，当企业家懂得用自己奋斗所获致的财富去获取健康，懂得在各类消费中重视睡眠投资，他们将拥有更为精明的头脑以及更为均衡快乐的人生。

对睡眠环境的改善：强调第二居所

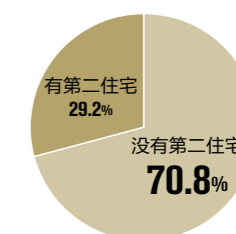
近三成企业家在环境优良的度假地区有第二住所，57%的中国企业家会在度假房每年住上1-5周

中国企业家对于第二居所所在省的选择集中在江苏、广东、山东、海南、四川，其中江苏占比12.6%，而人们熟知的冬季度假胜地位列第四占9.9%。

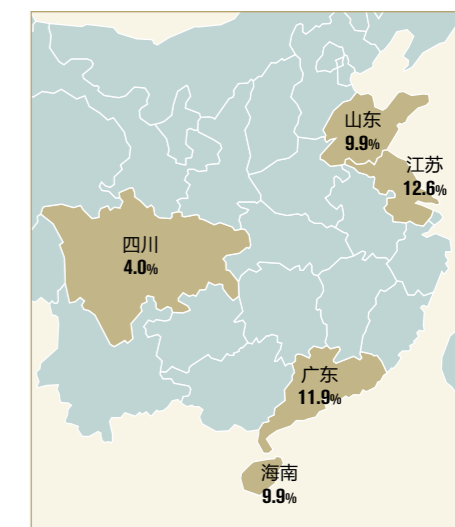
第二居所能使中国企业家远避尘嚣，企业家普遍在经济上拥有一定的置产能力，因此拥有第二居所成为他们休憩、度假、放松身心的重要路径。相关研究表明，由于第二居所多数处于风景秀丽、负离子含量较高的区域，在第二居所居住期间，中国企业家的睡眠状况普遍有所提升，也有助于睡眠质量的整体改善。

调查显示57%的中国企业家会在度假房每年住上1-5周，而居住10周以上的仅占15%。

拥有度假性质第二住宅的企业家占比



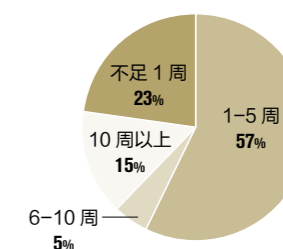
第二住宅所在省份



花竹幽窗午梦长
此中与世暂相忘
华山处士如容见
不觅仙方觅睡方
——陆游

在风景幽胜之处，达成诗意栖居，历来是中国人首选的养生之道。对于睡眠改善来说，如果经济上能够承担，第二居所无疑可以平衡都市生活的喧嚣与压力。

企业家每年在第二住宅的居住时长



对睡眠的投资：68.9%的中国企业家重视对睡眠的投资

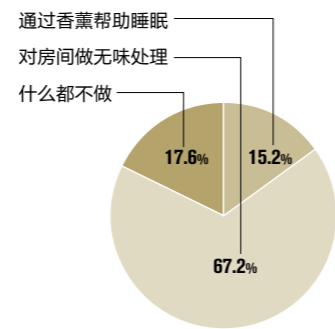
大多数中国企业家重视对睡眠的投资，仅有 31.1% 的中国企业家表示完全不对睡眠进行常规以外的投资。

我们可以通过中国企业家在准备入寝时，如果房间内有气味，是否会选择对房间做无味处理这一行为，来观察他们对于睡眠投资的态度。

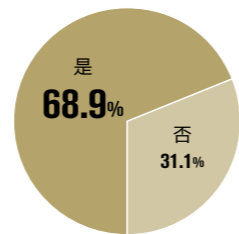
准备入寝时，如果房间内有气味，15.2% 的中国企业家通过香薰帮助睡眠，67.2% 的中国企业家对房间做无味处理，什么都不做的中国企业家占 17.6%。

对房间是否做无味处理，反映了中国企业家对改善睡眠的意图是否强烈。采用香薰帮助睡眠的中国企业家体现了强烈的改善睡眠意识。这部分中国企业家是属于对于睡眠投资相当热衷的人群。

就寝前对气味的处理



重视对睡眠投资的企业家占比



睡眠是生命筵席上的滋补品
——莎士比亚

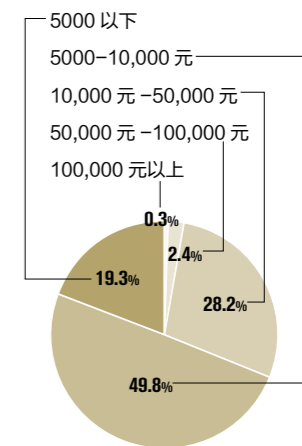
如果重视人生中“三分之一的沉默时间”，加强对于睡眠的各类投入，对于企业家而言，无疑是一笔永不会失败的投资。

对睡眠的投资：为整套寝具投资的额度

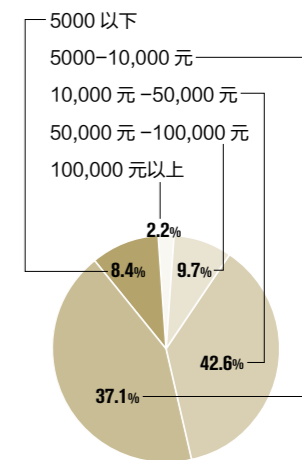
尽管大部分中国企业家在中国社会属于相对富裕人群，但是他们对于寝具的投资额度却没有达到与在其他领域相同的消费水平。调查显示，接近一半的中国企业家会为床垫投资 5,000-10,000 元，为整套寝具投资万元左右的人也占多数。这一标准和一线城市白领的选择处于同一消费等级。这反映出中国企业家虽然意识到寝具舒适度与睡眠质量之间关系密切，也注重对寝具的投资，但投资额度在其总经济支出中所占比例仍然偏少。

调查显示，仅有 2.7% 中国企业家愿意为床垫投资 50,000 元以上，而投资 5,000 元以下的中国企业家占比 19.3%。为整套寝具投资 10,000-50,000 元的人群最多，占 42.6%。

企业家为床垫投资额度



企业家为整套寝具的投资额度



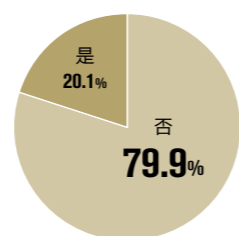
使用专业睡眠设备提升睡眠质量

只有少数企业家表示使用特殊的睡眠设备，这一比例仅占 20.1%。遮光眼罩、防噪音耳塞、专业的人体工程枕是他们最多的选择。其中防噪音耳塞和专业的人体工程枕成为最普遍使用的专业睡眠设备，防噪音耳塞的普遍使用说明部分中国企业家的睡眠障碍和睡眠环境相关。

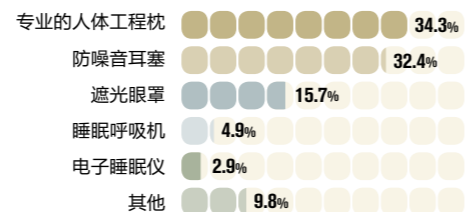
中国企业家由于文化和生活习惯的影响，在遭遇到睡眠障碍的时候通常采取食疗、中药等治疗方法，较少借助专业睡眠设备，尤其是睡眠呼吸机和电子睡眠仪，往往会使中国企业家感到使用上的心理障碍，仅有 4.9% 和 2.9% 的人群会使用上述两种专业设备。

从这个意义上说，中国企业家虽然了解良好睡眠的重要性，但是对于相关产品的了解程度依然较低。

使用特殊睡眠设备的企业家占比



企业家常用睡眠设备

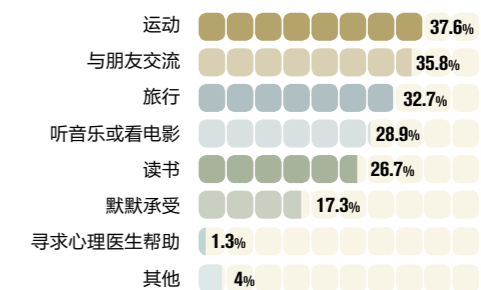


改善睡眠与精神陶冶：个人心态的转变

睡眠问题是综合的身心问题。参与调查的中国企业家普遍认同个人心态的转变有助于睡眠质量的提高。超过三分之二的中国企业家经常感到有压力和焦虑感。近八成表示，压力和焦虑影响到了他们的睡眠。中国企业家的减压方式呈多样化，运动、与朋友交流及、旅行、看电影或听音乐都是他们常用的方式。不过值得注意的是，仍有相当一部分企业家在压力面前选择默默承受，而极少有企业家会寻求专业心理咨询的帮助。

通过种种方式，缓解压力与焦虑，达成个人心态的转变，成为中国企业家提升睡眠状态的必由路径，而这不仅是单纯依靠心理暗示和自我反省能够达成。加强睡眠管理意识，增强对于睡眠的投资，适度地使用现代科技产品帮助睡眠，膳食合理，经常进行运动，将有效地促进个人心态的转变，达成内外部的均衡发展。

企业家释放压力的方式



睡眠是人生的第一道美餐
——丘吉尔

要获致幸福必要有强健的灵魂，要真正领受“大自然赐予人类最宝贵的礼物——睡眠”，而不是被它所抛弃，必须达成个人心态的转变，有效地缓释压力，在攀登顶峰的同时，体味生之美好。

调查方法

报告方法:

目前针对中国企业家睡眠的深入调研尚无先例,探寻中国企业家睡眠的真实情况不仅意义重大,且具有相当的挑战性。本白皮书以专业的睡眠医学理论为指导,从“社会调查”、“睡眠日志管理”、“生命体征调查”和“生活方式记录”四个方面出发,结合中国企业家群体特性,将睡眠与企业家的自我认知、身心状况、生活模式、工作方式、企业经营发展及居住环境等进行了有机全面地结合,有的放矢地考察中国企业家的睡眠质量。

本次报告以问卷调查为主,辅以企业家深度访谈,并参阅大量学术书籍及论文,参考睡眠专家意见,将定量研究与定性研究相结合。接受调研的企业家中,男性占比约68.4%,女性占比约31.6%。调研样本涉及了管理不同规模企业的企业家,其中大型企业占比约14%,中型企业家占比约21.3%,小型企业家占比约37%,微型企业家占比约27.7%。本次调研范围覆盖全国28个省(直辖市、自治区),对东部、中部和西部的企业家睡眠状况都有较为详细的考察,其中一线城市样本量占比为37.9%,二线城市占比32.4%,三线城市占比29.7%。从涉及行业来看,接受调研的企业家来自制造业、商业零售、房地产、外贸、能源、餐饮、法律、冶金、金融、纺织服装、化纤化工、钢铁、物流运输、服务及咨询、医药医疗、互联网、农林牧渔、食品加工、印刷、汽车、传媒、建材等共计22个行业。从年龄段来看,接受调研的企业家从21岁至70岁不等,跨幅较大,调查范围涵盖老中青三代中国企业家,力求调研的全面客观准确。

问卷调查:

中国企业家睡眠指数白皮书调查项目于2013年12月启动,至2014年3月完成,调查的目的旨在系统了解中国企业家群体睡眠的现状,深入分析影响中国企业家睡眠质量的各种原因并提出解决睡眠问题的方法及建议。根据项目研究的需要,我们制订了针对性极强的结构性问卷,并以福布斯高端读者、福布斯优选理财师的高端客户资源为样本对象。调研问卷的发放、收集及整理的具体事宜由《福布斯生活》中文版主要负责,慕思寝具及众多企业家、高净值人群在本项目中提供了大力支持。问卷填写由受访及自填两种方式完成,通过电子邮件、传真、快递等方式,最终共回收了1,130份有效问卷。

ForbesLife
福布斯生活

版权声明

《中国企业家睡眠指数白皮书》所有的文字及数据图表的版权归《福布斯生活》中文版与慕思寝具共同所有。在未获得《福布斯生活》中文版与慕思寝具的联合书面许可之下,任何组织和个人不得将本白皮书的全部或部分用于商业目的。如需转载,请注明出处。本白皮书所使用的数据来自于公开资料及自身调研。本白皮书的观点及结论基于以上事实进行推演分析,旨在为读者提供相对准确的信息。读者基于此信息而做出的投资行为和结果,《福布斯生活》中文版及慕思寝具不承担任何法律责任。

制作团队

《福布斯生活》

主编: 谢珂

调研: 李粟

特约数据分析: 李虹

调研协助: 王晓琳

采编: 陈树哲、木林

美术设计: 隋文婧、麦欣欣

调研小组: 严泽皓、邬玉洁、彭依凡

鸣谢: 



福布斯生活



慕思寝具