

2022年 中国便携式按摩器品牌洞察短报告

2022 China Portable Massage Device Brand Insight Report



目录

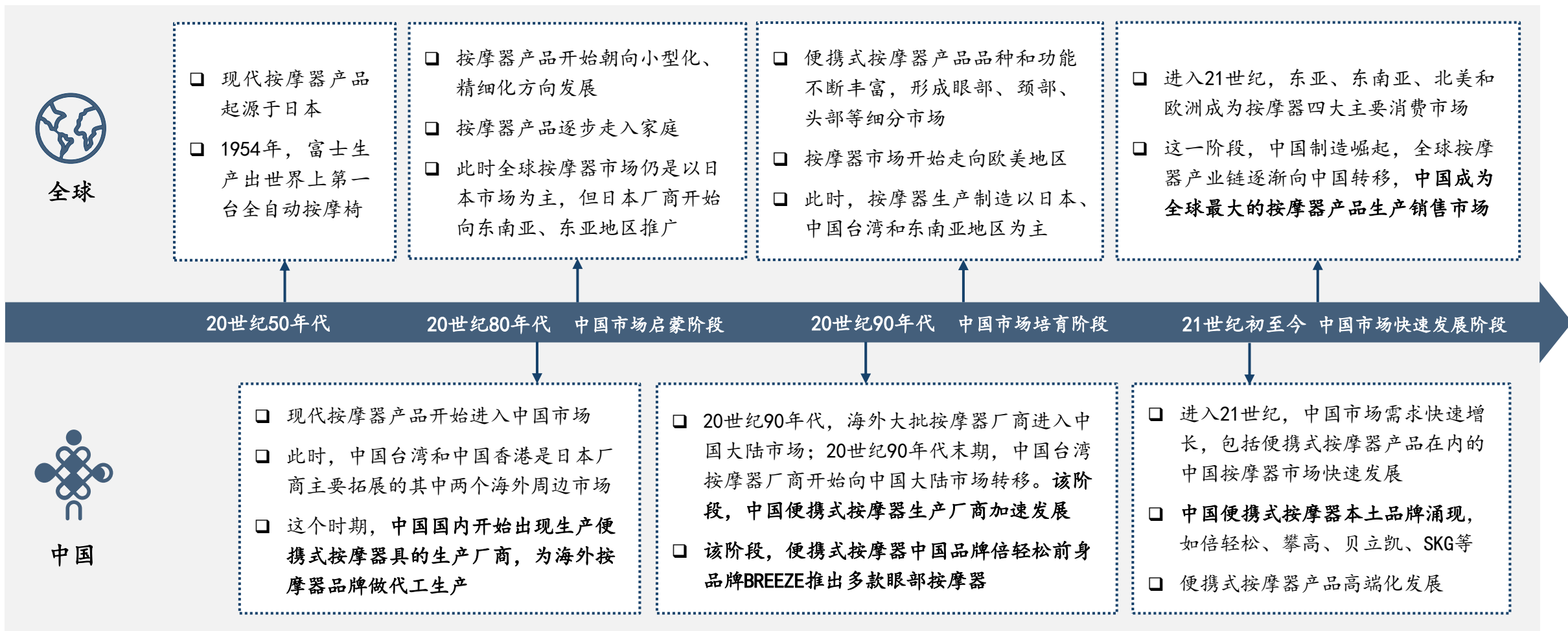
- 1 中国便携式按摩器行业发展历程回顾
- 2 中国便携式按摩器行业品牌发展历程回顾
- 3 中国便携式按摩器行业品牌竞争格局
- 4 中国便携式按摩器行业品牌发展概况
- 5 中国便携式按摩器行业品牌发展趋势
- 6 中国便携式按摩器行业品牌案例：倍轻松



中国便携式按摩器行业发展历程回顾

经历近70年发展，全球按摩器产业链从日本、东南亚逐渐转移至中国；进入21世纪，伴随着中国制造的崛起，中国已经成为全球最大的按摩器产品（大型按摩器和小型便携式按摩器）生产销售市场

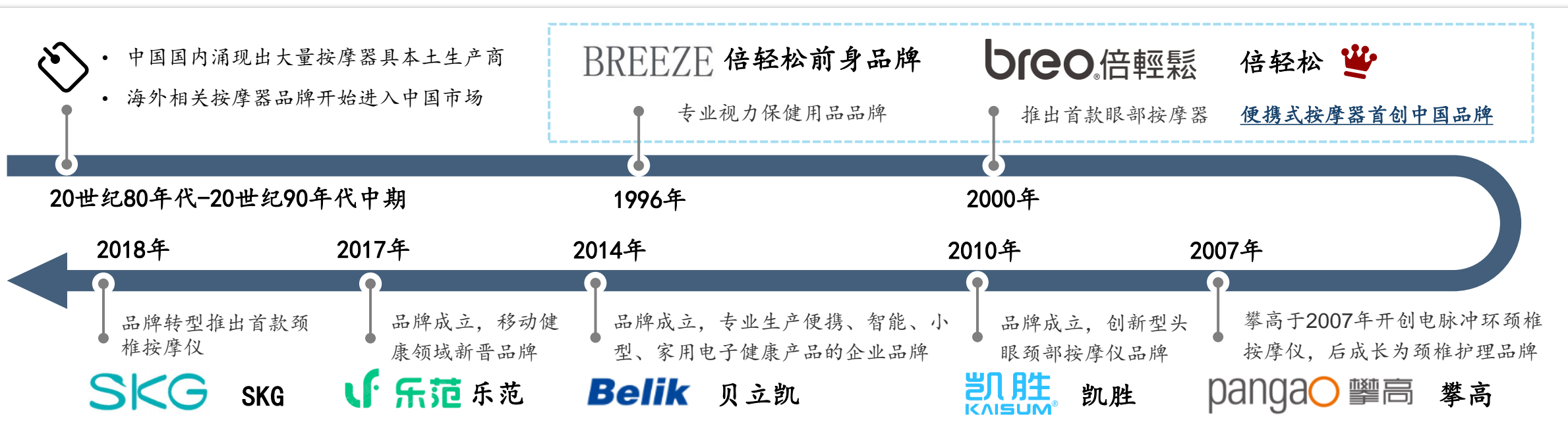
全球和中国便携式按摩器行业发展历程总览



中国便携式按摩器行业品牌发展历程回顾

20世纪90年代中期，中国便携式按摩器市场开始出现本土品牌的身影，倍轻松品牌的出现标志着中国便携式按摩器行业正式迈入中国本土品牌化发展道路

中国便携式按摩器相关本土品牌发展历程总览（以品牌涉足便携式按摩器重要事件为时间线）



- 20世纪80年代至20世纪90年代中期，这一时期中国国内涌现出了较多生产按摩器具的本土生产商，且生产地集中在福建厦门、深圳东莞等地区，但是该时期专注于便携式按摩器的中国本土品牌暂未出现，仅有部分海外相关按摩器品牌进入中国市场并涉及推出便携式按摩器产品，例如新加坡品牌OSIM。
- 1996年，中国便携式按摩器市场开始出现本土品牌的身影，倍轻松前身品牌BREEZE诞生，推出触头式健眼按摩器；2000年，breo倍轻松品牌正式成立。倍轻松品牌的出现标志着中国便携式按摩器行业正式迈入中国本土品牌化发展道路。
- 进入21世纪，中国便携式按摩器行业品牌化发展趋势越来越明显，除了诞生出倍轻松、攀高、凯胜、贝立凯、乐范、SKG等主要专注于便携式按摩器产品的中国本土品牌以外，也出现了一些知名的国内外按摩椅品牌、家电品牌在中国市场上涉及推出相关便携式按摩器产品，例如有奥佳华、荣泰、奥克斯、松下等。

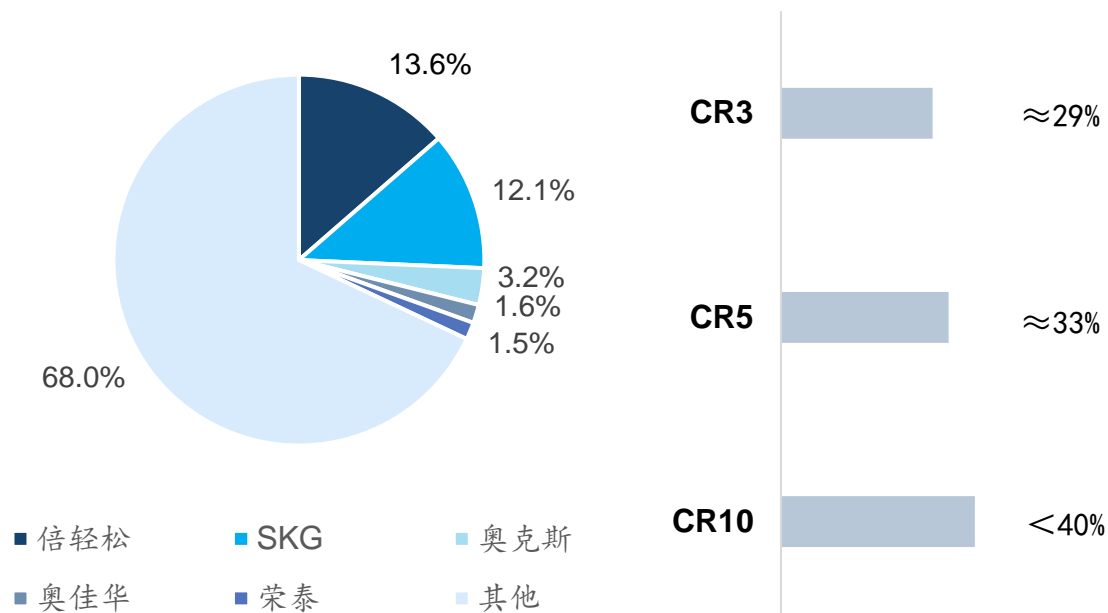
中国便携式按摩器行业品牌竞争格局

目前，中国便携式按摩器行业市场集中度较低，本土品牌化趋势明显；倍轻松及SKG领先优势显著，其中，2021年，倍轻松品牌市场份额达到13.6%，当年位列第一

2021年中国便携式按摩器行业品牌竞争梯队

代表品牌	成立时间	国家	竞争梯队
• 倍轻松	2000年	中国	第一梯队 (市场份额>10%)
• SKG	2007年	中国	
• 奥克斯	2001年	中国	第二梯队 (市场份额约为1%-10%)
• 荣泰	2002年	中国	
• 奥佳华	1996年	马来西亚	
• 松下	1918年	日本	
• 其他品牌	-	-	第三梯队 (市场份额<1%)

2021年中国便携式按摩器主要品牌市场份额



- 从品牌竞争格局来看，由于便携式按摩器品类和产品形态多样，加之小型按摩器产品技术壁垒较低，因此吸引了大量市场参与者入局。从整体看，2021年行业市场集中度较低，市场较为分散，CR3约为29%，CR5约为33%，CR10小于40%。
- 从品牌竞争梯队来看，目前中国便携式按摩器行业本土品牌化发展趋势明显，第一梯队和第二梯队主要为中国本土品牌，引领中国便携式按摩器市场。
- 倍轻松和SKG是市占率较高的便携式按摩器品牌，领先优势显著，位列市场第一梯队。其中，倍轻松品牌定位于高端市场，产品均价在500元以上，且在产品研发和产品创新实力上优势明显，品牌竞争力强，凭借其深厚的历史积淀和过硬的产品研发技术，2021年，倍轻松品牌市场份额达到13.6%，当年位列第一。

中国便携式按摩器行业品牌发展概况 (1/2)

中国便携式按摩器市场参与品牌可以分为四类，其中便携式按摩器品牌有倍轻松、乐范和SKG等，按摩椅品牌包括荣泰、奥佳华等，互联网品牌有网易严选、小米等，家电品牌包括松下、奥克斯等

中国便携式按摩器品牌发展概况

品牌类型	品牌举例	国家	推出便携式按摩器产品时间	主要便携式按摩器产品	市场占有率
便携式按摩器品牌	倍轻松	中国	2000年	眼部、头部、颈部、头皮按摩器，及艾灸盒、筋膜枪和其他按摩器产品	13.6%
	乐范	中国	2017年	肩颈、腿部、眼部按摩器，及按摩贴、按摩椅、按摩垫等产品	-
	SKG	中国	2018年	肩颈、眼部、腰部、头部、腿膝按摩器，及筋膜枪、健康监测手表等产品	12.1%
按摩椅品牌	荣泰	中国	2002年	足部、眼部、肩部、腿部按摩器，及筋膜枪、按摩枕等产品	1.5%
	奥佳华	马来西亚	1996年	颈部、足部、眼部、腹部、腰部按摩器，及筋膜枪、按摩垫等产品	1.6%
互联网品牌	网易严选	中国	2006年之后	肩颈、腿部、腰部、头部、足部按摩器，及筋膜枪等产品	-
	小米	中国	2010年之后	足部按摩器、筋膜枪等产品	-
家电品牌	松下	日本	20世纪80年代	肩颈、腿部、足部、腰部按摩器等产品	-
	奥克斯	中国	2001年之后	肩颈、腹部、腰部、手部、眼部按摩器，及按摩垫等产品	3.2%

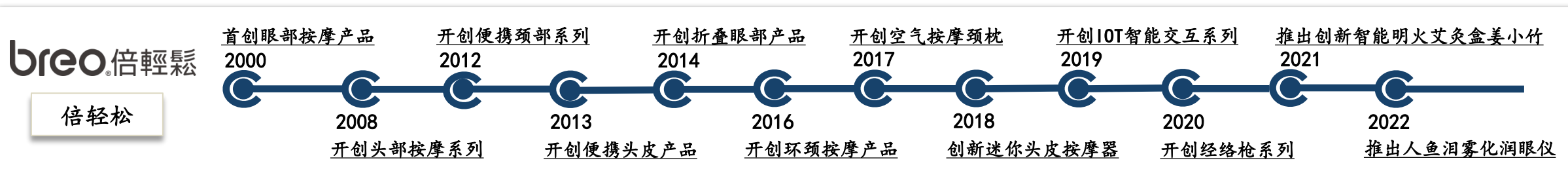
注：数据统计截止至2021年

- 中国便携式按摩器的品牌可以分为四类，分别是便携式按摩器品牌、按摩椅品牌、互联网品牌和家电品牌，其中便携式按摩器品牌有倍轻松、乐范和SKG等；按摩椅品牌包括荣泰、奥佳华等；互联网品牌有网易严选、小米等；家电品牌包括松下、奥克斯等。便携式按摩器品牌的产品品类更加丰富，而按摩椅品牌一般则主要以按摩椅产品为主，这类品牌生产的便携式按摩器产品品类较少。随着中国便携式按摩器市场的逐步发展，互联网品牌和家电品牌纷纷入局市场，这两类品牌分别凭借其互联网传播运营优势和电子技术研发优势，吸引到一定的消费群体，抢占部分市场份额。

中国便携式按摩器行业品牌发展概况 (2/2)

倍轻松与SKG作为中国便携式按摩器行业领先品牌，产品品类丰富，倍轻松以“真揉捏”技术、SKG以脉冲电技术赋予其产品差异化特色，满足了不同消费者的便携式按摩器消费需求

中国便携式按摩器主要本土品牌发展对比 (以头部企业倍轻松和SKG为例)



品牌	倍轻松	SKG
核心技术	“真揉捏”技术	秘经通技术 (脉冲电技术上的研发升级)
主营产品分布	<ul style="list-style-type: none"> 头部按摩器: 10.32% 颈部按摩器: 35.15% 眼部按摩器: 33.93% 头皮按摩器: 13.78% 艾灸类产品: 6.83% 	<ul style="list-style-type: none"> 颈椎按摩器: 70.32% 眼部按摩器: 15.91% 腰部按摩器: 8.22% 便携式健康产品: 5.51% 其他产品: 0.04%

来源: 公开资料、沙利文研究、头豹研究院

中国便携式按摩器行业品牌发展趋势洞察——技术发展趋势

在中国便携式按摩器消费需求更加多样化和具体化的背景下，便携式按摩器所采用的技术趋于智能化发展，产品所能提供给消费者的按摩体验也正在得到不断优化

中国便携式按摩器向“智能化”方向发展

消费者需求	中国便携式按摩器市场产品供给		
	老款按摩器存在问题	新技术解决方案	产品举例
<ul style="list-style-type: none"> 肌肉放松，舒缓酸痛 	<ul style="list-style-type: none"> 按摩手法欠佳，肌肉舒缓放松效果较弱 	<ul style="list-style-type: none"> “真揉捏”技术，依靠B-Tech仿生按摩手技术及精密无刷电机传动系统 	 <ul style="list-style-type: none"> 倍轻松2022年Breco Neck 5
<ul style="list-style-type: none"> 中医理疗功能，体验升级 	<ul style="list-style-type: none"> 和中医的结合度较低，仅停留在简单的中医活血化瘀原理 	<ul style="list-style-type: none"> 和中医理疗研究相结合，例如出现有针灸效果的按摩器、具有雀啄灸艾灸手法的按摩器、针对中医穴位按摩的按摩器等 	 <ul style="list-style-type: none"> 倍轻松2022年姜小竹A2 旗舰版
<ul style="list-style-type: none"> 按摩器控制简单、便捷 	<ul style="list-style-type: none"> 控制和切换模式需要依靠按摩器上的按键或者远程遥控器 	<ul style="list-style-type: none"> AI技术提升按摩器智能化语音识别系统，实现快速切换按摩器功能 	 <ul style="list-style-type: none"> 倍轻松Dream 6 头、眼、颈三合一按摩器
<ul style="list-style-type: none"> 多重按摩模式可选择 	<ul style="list-style-type: none"> 模式切换仅停留在按摩频率、按摩头运动模式、按摩器温度等维度上，模式功能差异不大 	<ul style="list-style-type: none"> 模式更多样，针对不同需求，丰富更多样的功能和模式，例如利用光和音乐，提升消费者按摩体验 	 <ul style="list-style-type: none"> OSIM Ugalaxy 亮眼护眼眼部按摩器
<ul style="list-style-type: none"> 可以调整温度，温热按摩 	<ul style="list-style-type: none"> 采用线圈加热原理，需要手动调整温度设置 	<ul style="list-style-type: none"> 红外线热敷技术，搭载智能温感芯片，自动控制加热温度 	 <ul style="list-style-type: none"> 攀高电脉冲热敷肩颈按摩器
<ul style="list-style-type: none"> 精确按摩位置 	<ul style="list-style-type: none"> 按摩头体积较大，难以实现精确定位 按摩力度难以调控，按摩运转模式较为单一 	<ul style="list-style-type: none"> 按摩头体积变小，精准定位按摩位置 根据人体生物学构造原理，依照人体不同部位推出更具针对性的按摩器 	 <ul style="list-style-type: none"> SKG头部按摩仪BC3

中国便携式按摩器行业品牌发展趋势洞察——产品发展趋势

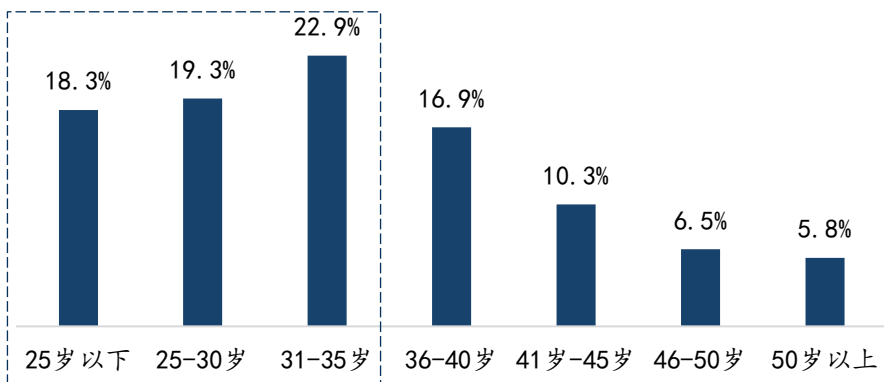
中国便携式按摩器的消费者年龄群体集中在“90后”和Z世代，消费者“年轻化”趋势愈发明显，便携式按摩器产品也正在加快迭代创新的速度以迎合年轻化消费市场

中国便携式按摩器向“创新、年轻化”方向发展

随着社会快速发展，更多年轻人处在快节奏的工作生活之中，处于亚健康状态下的年轻人群越来越多，年轻消费者对健康的意识也在不断提升。根据京东线上便携式按摩器消费人群统计数据，目前消费者年龄群体集中在“90后”和Z世代，消费者“年轻化”趋势明显，与此同时，便携式按摩器的产品品类数量和技术水平不断提高，按摩器的功能不断满足年轻消费者多样的按摩放松需求，便携式按摩器产品也正在加快迭代创新的速度以迎合年轻市场。

2022年中国便携式按摩器京东线上消费人群占比

单位：[百分比]



创新

产品外观



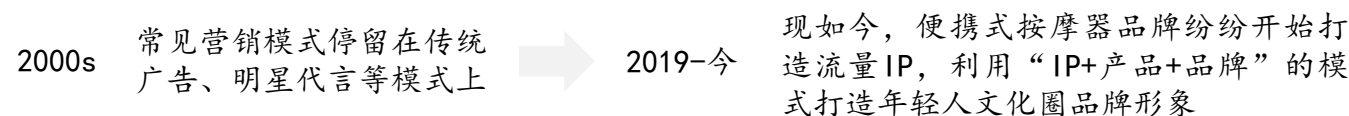
产品功能



产品使用场景



产品营销



中国便携式按摩器行业品牌案例：倍轻松（1/2）

倍轻松成立于2000年，是便携式按摩器首创中国品牌，其将中医按摩理念与现代科技结合，开创了以头部、眼部、颈部、头皮、艾灸等为核心的智能便携式按摩器及相关品类

深圳市倍轻松科技股份有限公司（688793）：健康智能硬件第一股 **breo.倍轻松**

品牌介绍

- 倍轻松成立于2000年，集研发、生产、销售于一体创新型企业。倍轻松专注创新研发，将中医按摩理念与现代科技结合，开创了以头部、眼部、颈部、头皮、艾灸等为核心的智能便携式按摩器及相关品类。倍轻松围绕人手按摩的思路进行产品研发，通过穴位按摩、拿捏、揉压、热敷等手法，为用户带来更便利、更舒适的按摩体验。
- 经过20余年发展，倍轻松在技术研发与产品设计方面引领行业发展，先后获评国家高新技术企业、国家知识产权优势企业、广东省知识产权优势企业、广东省知识产权示范企业、深圳市知识产权优势企业，产品远销世界数十个国家及地区。

核心产品

- 头部按摩器：breo. Dream 6、breo. Dream 5S
- 眼部按摩器：breo. See X2、breo. iSee M、breo. See X2 Pro、breo. See KS、breo. iSee K、breo. See 5R、breo. See 5K
- 颈部按摩器：breo. iNeck 3 Pro、breo. iNeck M2、breo. Neck C2、breo. Neck 5、breo. iNeck Air2
- 头皮按摩器：breo. Scalp mini2、breo. Scalp mini Pro、breo. Scalp mini
- 艾灸系列产品：breo. 姜小竹A1、breo. 姜小竹A2、breo. 姜小竹A1 Pro、breo. 姜小竹H1、breo. Travel+、breo. Travel K1
- 运动系列按摩器：breo. 7号经络枪、breo. M0202

品牌亮点

品牌定位

“真揉捏”智能便携按摩器领导品牌

自主知识产权

703
境内外
专利合计

164
发明专利

308
实用新型
专利合计

231
外观专利

注：专利数量统计截止至2022年6月

渠道布局

- 高端商场、机场高铁站建线下门店，构筑品牌卡位优势：倍轻松共设超200家线下直营门店及加盟店，构筑了以一二线城市中高端商场、机场、高铁站等高势能点位为核心的线下门店渠道，是国内机场开店数量最多的按摩器品牌。目前，倍轻松产品出口到全球数十个国家和地区。
- 线上线下渠道齐发力：除了线下渠道的布局优势，在疫情下公司大力发展线上渠道，线上直销、线上经销、线上平台入仓同比增长分别达到约62%、49%、53%，实现了快速增长。线上经销增长主要是开拓线上新的分销客户，线上平台入仓主要是京东增长，线上直销增长主要是天猫、抖音、亚马逊、京东、拼多多等。



中国便携式按摩器行业品牌案例：倍轻松（2/2）

倍轻松挖掘出现代科技与“砭针灸音”的古法中医理论的有效融合点，以具有东方美学特质的智慧便携按摩产品，传递健康平衡的生活方式与理念

倍轻松品牌价值——中医和现代科技赋能产品，产品铸就品牌价值 **breo.倍轻松**

breo.

品牌使命：做对人类健康有影响力的事
品牌愿景：创东方特色全球品牌，铸轻松正念百年企业

[中医×科技]赋能，倡导平衡智慧



• 倍轻松挖掘出现代科技与“砭针灸音”的古法中医理论的有效融合点，以具有东方美学特质的智慧便携按摩产品，传递健康平衡的生活方式与理念。

• 科技手法
人手按摩思路，按/摩/拿/捏/揉/敷，从力度、角度、手法，创造更舒适的按摩体验



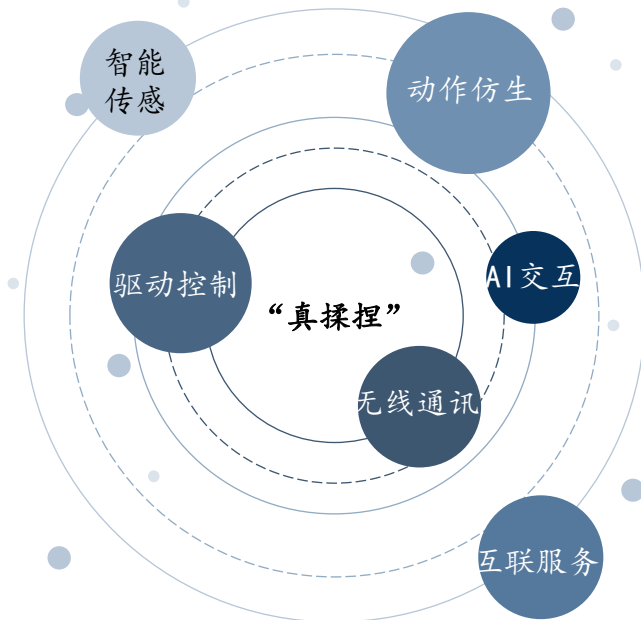
• 穴位
头部、颈部、眼部都有很多重要的穴部位，通过按摩刺激穴位能有效舒缓压力，缓解疲劳



• 经脉
12经脉，运行气血、调控人体功能，经常按摩能调理身体，气血通畅

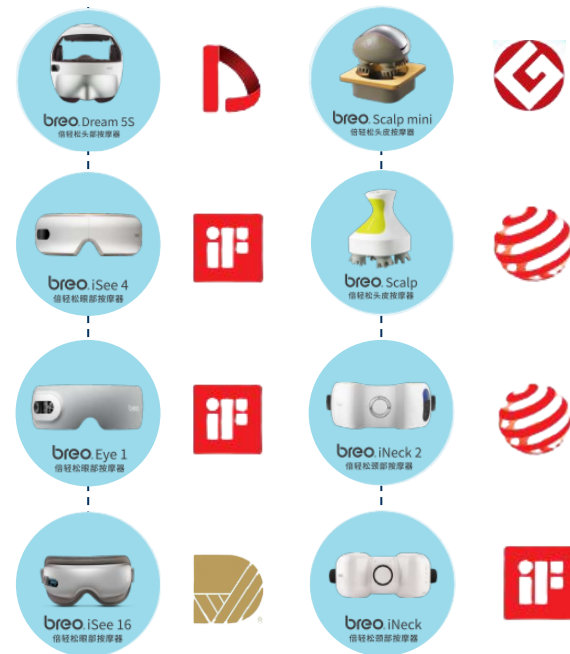


核心技术引领，还原“真揉捏”



• 倍轻松产品拥有精密驱动与指挥控制技术、智能健康传感与人机交互技术、健康物联与大数据健康服务技术，搭载自主研发的各类专业组件，实现动作仿生、驱动控制、智慧传感、无线通信、AI交互、互联服务。

技术赋能，产品精益求精，多次赢得国际大奖



• 倍轻松利用其核心技术“真揉捏”将按摩体验、中医理论和现代科技结合，设计生产出一系列荣获世界设计大奖的便携式按摩器产品，切实将品牌使命落实到实际。