中国智能按摩椅行业研究报告

©2021.10 iResearch Inc.

摘要

发展背景：现阶段，中国已成为全球智能按摩椅产业链的中心；消费升级利好大健康发展，智能按摩椅行业迎来发展契机；智能科技在家居产品中被广泛应用，极大提升消费体验，促进相关产品创新；人口老龄化及中青年群体亚健康问题拉升智能按摩椅消费需求；关键技术在智能家居场景中的应用促进智能按摩椅创新研发

竞争格局：中国按摩器具市场中智能按摩椅占比最高，市场规模约82.8亿；中国大陆智能按摩椅市场渗透率仅为1%，未来市场空间广阔；傲胜/奥佳华/荣泰三大品牌领跑中国智能按摩椅行业市场；智能技术供应商成为上游玩家，为产品打造带来更多想象空间

消费需求：高线城市中，高知、高收入的中青年人群是主要消费者，他们拥有健康消费理念，注重品质，对知名品牌情有独钟；由于长期久坐，缺乏运动带来亚健康问题，消费者颈肩背部按摩需求强烈，也有很多消费者希望通过使用按摩椅放松舒缓身心，改善睡眠；消费者在购买智能按摩椅时，更愿意购买那些专业研发按摩椅、口碑好、知名度高的品牌产品，此外，高端及豪华消费者更喜欢智能科技感强的按摩椅产品

趋势展望：

趋势一：消费需求升级，技术创新的专业按摩椅品牌更受青睐
趋势二：围绕人体五大感官，升级按摩体验，全面舒缓身心
趋势三：个性化定制按摩，支持下载和更新按摩程序
趋势四：按摩椅设计更精巧，时尚多变，减少占地空间
趋势五：智能按摩追踪健康数据，延伸健康管理场景
趋势六：按摩小电品类功能更细分，与按摩椅功能相得益彰

来源：艾瑞咨询自主研究绘制。

©2021.10 iResearch Inc.

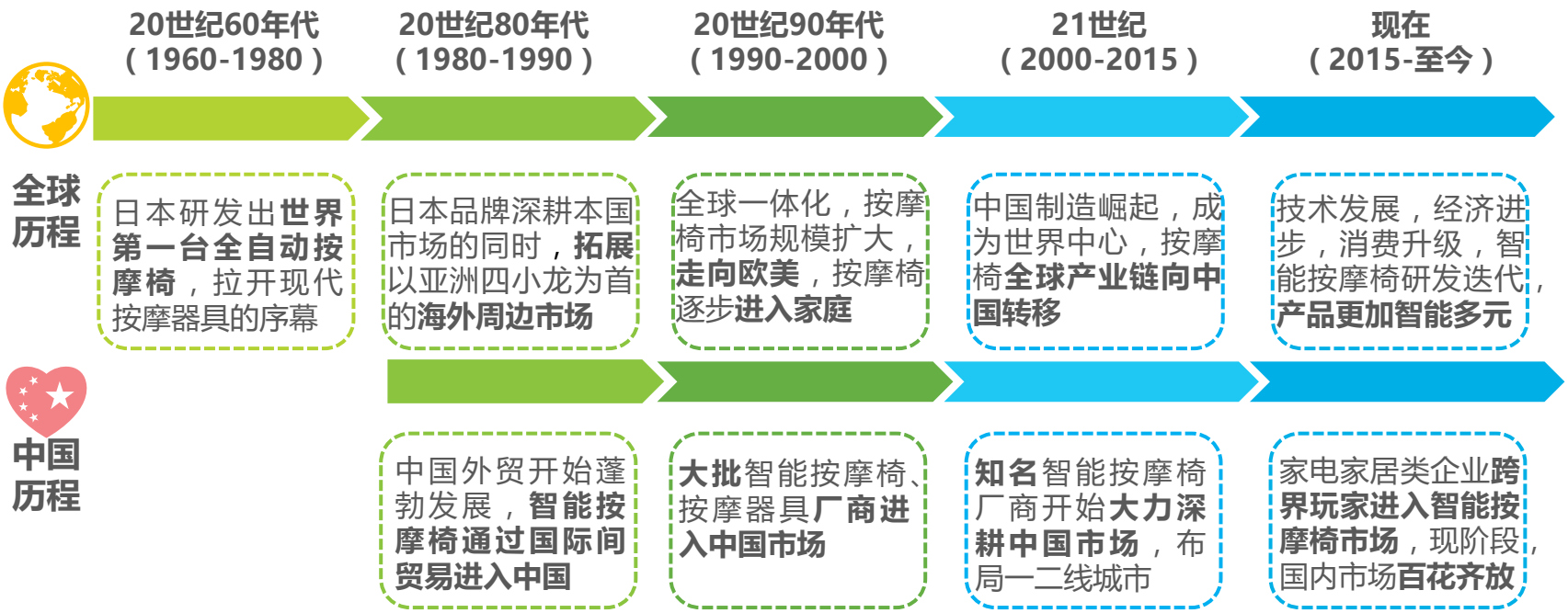
中国智能按摩椅行业发展背景	1
中国智能按摩椅行业竞争格局分析	2
中国智能按摩椅行业消费者需求洞察	3
中国智能按摩椅行业发展趋势展望	4

中国智能按摩椅行业发展历程

现阶段，中国已成为全球智能按摩椅产业链的中心

20世纪60年代，日本研发出世界第一台智能按摩椅，拉开了现代按摩器具发展的序幕。20世纪80年代，以松下、大东为代表的日本传统电器厂商也开始研发按摩器具，产品品类逐渐丰富。同时随着全球一体化进程的发展，国际间贸易往来活跃，智能按摩椅进入中国市场。截止到20世纪90年代，已有大批厂商布局中国市场。21世纪初，知名智能按摩椅厂商开始大力深耕中国市场，布局一二线城市，同时全球产业链也向中国转移。现阶段，得益于技术发展、经济进步以及消费升级，家电家居等原主营产品并非智能按摩椅的玩家，开始跨界涌入智能按摩椅市场，国内市场百花齐放。

2021年中国智能按摩椅行业发展历程



来源：财富证券、中信建投证券、公开资料整理、艾瑞咨询自主研究绘制。

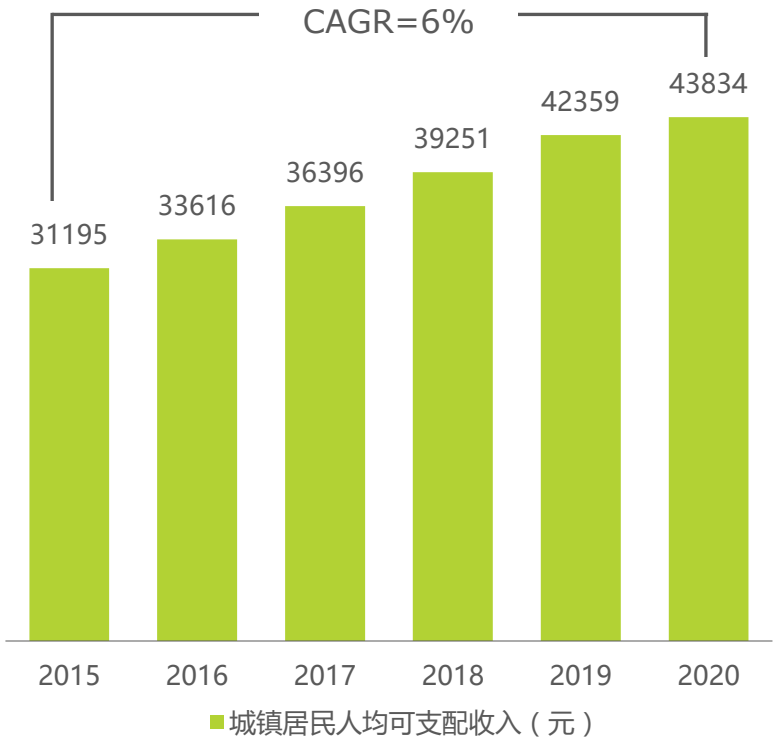
©2021.10 iResearch Inc.

中国智能按摩椅行业发展：经济环境

消费升级利好大健康发展，智能按摩椅行业迎来发展契机

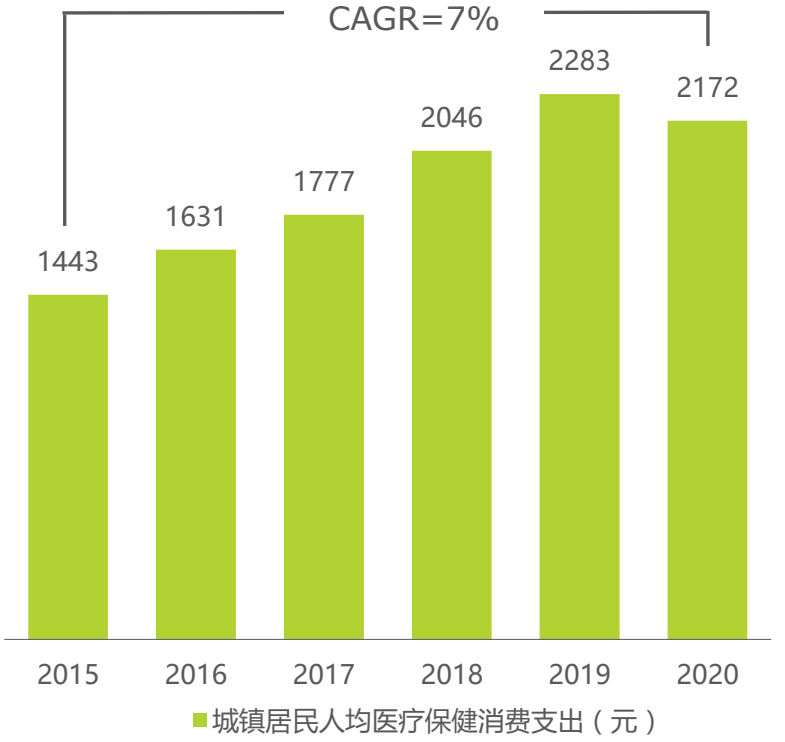
2015年-2020年，中国城镇居民人均可支配收入由31195元增长到43834元，复合增长率为6%。随着我国居民生活水平逐年提升，居民的消费水平也不断提高、所持有的消费理念也逐渐升级。居民的消费观从单纯的需求满足性消费转向高品质的精致消费；同时，居民健康意识不断提升，城镇居民人均医疗保健消费支出由2015年的1443元增长到2020年的2172元，复合增长率高达7%。消费升级利好大健康产业，智能按摩椅行业发展迎来契机。

2015-2020年中国城镇居民人均可支配收入



来源：国家统计局、艾瑞咨询自主研究绘制。

2015-2020年中国城镇居民人均医疗保健消费支出



来源：国家统计局、艾瑞咨询自主研究绘制。

中国智能按摩椅行业发展：政策环境

政策鼓励智能家居产品在健康领域创新应用，提升消费体验

人工智能、云计算、大数据等信息技术的飞跃发展改变了人们的生活，智能家电家居是主要的受益场景之一。近几年，我国出台各类政策鼓励重点研发适应消费升级的智慧家庭产品，提升智能家居在照明、监控、娱乐、健康、教育、资讯、安防等领域的用户体验，这就为智能化、多功能化的智能按摩椅产品研发和创新提供了政策土壤。

2017-2021年中国智慧家电家居行业相关政策部分列举

时间	政策名称	政策相关内容
2017年7月	《新一代人工智能发展规划》	加强人工智能技术与家居建筑系统的融合应用，提升建筑设备及家居产品智能化水平，研发适用不同场景的家庭互通互联标准，**提升智能家电、耐用品等家居产品的感知和联通能力，支持智能家居企业服务模式创新。**
2020年4月	《中共中央政治局常务委员会“新基建政策”》	新基建将加速数字化、智能化、网络化向传统产业渗透。**5G、人工智能、云计算与大数据对智能家居行业有深度的渗透与结合应用。**
2020年8月	《国家新一代人工智能标准体系建设指南》	在智能家居领域，规范家居智能硬件、网联、服务平台、软件等产品、服务和应用，促进智能家居产品有效互通互联，**提升智能家居在家居照明、监控、娱乐、健康、教育、资讯、安防等方面的用户体验。**
2021年4月	《关于加快发展数字家庭提高居住品质的指导意见》	到2022年底，数字家庭相关政策制度和标准基本健全。到2025年底，**构建完备的数字家庭标准体系**，新建全装修住宅和社区配套设施， 全面具备通信连接能力，拥有必要智能产品。
2021年6月	《中国家电工业“十四五”发展指导意见》	“十四五”期间，中国家电工业总体发展目标是，持续提升行业全球竞争力、创新力和影响力，到2025年，**成为全球家电科技创新的引领者。**

来源：公开资料整理、艾瑞咨询自主研究绘制。

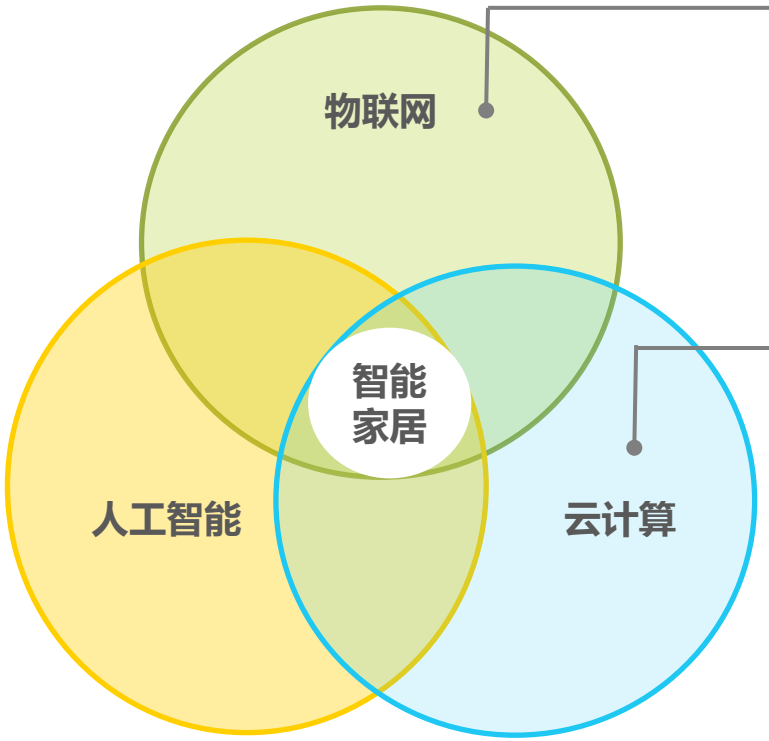
©2021.10 iResearch Inc.

中国智能按摩椅行业发展：技术环境

关键技术在智能家居场景中的应用促进智能按摩椅创新研发

物联网、云计算和人工智能是智能家居领域的三大关键技术。智能家居场景作为三大技术应用落地的载体，智能家居既能从技术应用中获益，同时也带动了场景中各类硬软件终端产品的技术创新。这就为智能按摩椅技术创新提供了良好的环境，推动智能按摩椅产品朝着多功能、智能化、多元化的属性进行升级迭代。

智能家居行业发展技术环境



- 4G网络基本实现城市和县城的连续覆盖，未来网络基础设施的完善和5G商用将促使智能家居外部环境趋于成熟
- 短距离无线通信技术广泛应用，解决早期布线式智能家居系统的延展问题；在电信运营商的积极推动下，NB-IoT开始向前发展和应用

- 语音识别、计算机视觉等AI感知技术飞速发展，智能家居在听觉、视觉、触觉等多个层面具备主动观察感知能力
- AI专用芯片及嵌入式感知系统的成熟开发，以前端智能与后端智能协同的方式加速产业升级

- 云计算低成本、高效率、安全与弹性的特点，有效支撑智能家居设备的联网和数据储存处理；在设备和功能数量明显增多的情况下，满足家庭场景低功耗、实时性和可靠性的复杂需求

来源：《艾瑞：2018年中国智能家居行业研究报告》、艾瑞咨询自主研究绘制。

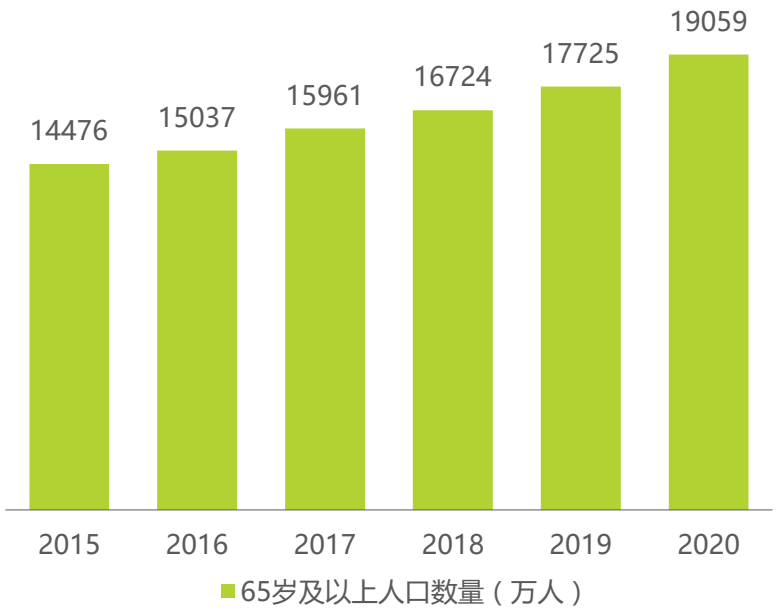
©2021.10 iResearch Inc.

中国智能按摩椅行业发展：社会环境

人口老龄化及中青年亚健康问题拉升智能按摩椅消费需求

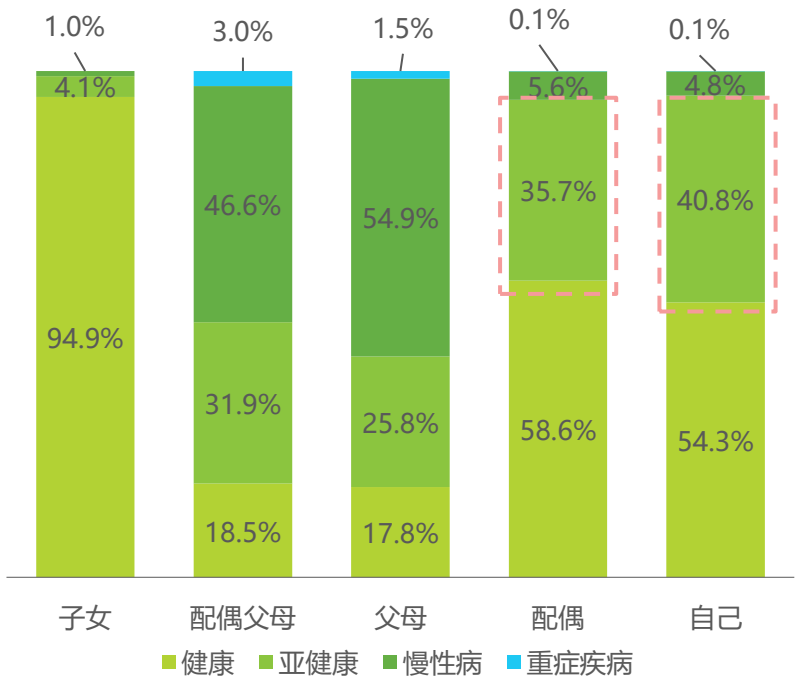
国家统计局数据显示，我国65岁以上的人口逐年攀升，人口老龄化问题开始显现，随着年龄的增长，各类健康问题接踵而至，艾瑞调研数据显示，2020年中国家庭父母辈成员中，患有慢性病的人占比较高；此外随着生活及工作压力的增大，家庭成员里，中青年群体亚健康问题也越来越多，“一老一中青”拉升智能按摩椅消费需求。

2015-2020年中国65岁及以上人口数量



来源：国家统计局、艾瑞咨询自主研究绘制。

2020年中国家庭成员健康状态



来源：《艾瑞：2020年中国家庭医疗健康服务消费白皮书》、艾瑞咨询自主研究绘制。

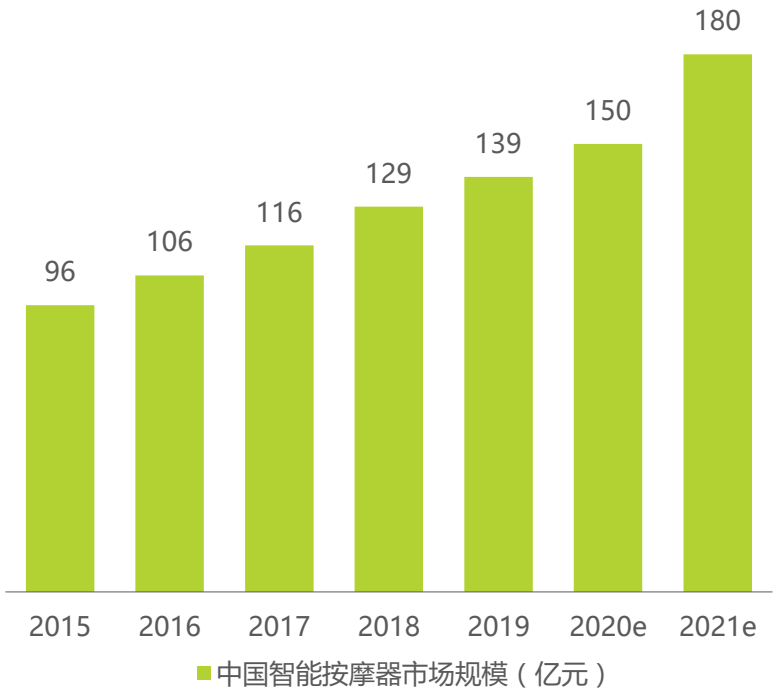
中国智能按摩椅行业发展背景	1
中国智能按摩椅行业竞争格局分析	2
中国智能按摩椅行业消费者需求洞察	3
中国智能按摩椅行业发展趋势展望	4

中国智能按摩椅市场规模

中国按摩器具市场中智能按摩椅占比最高，规模约82.8亿

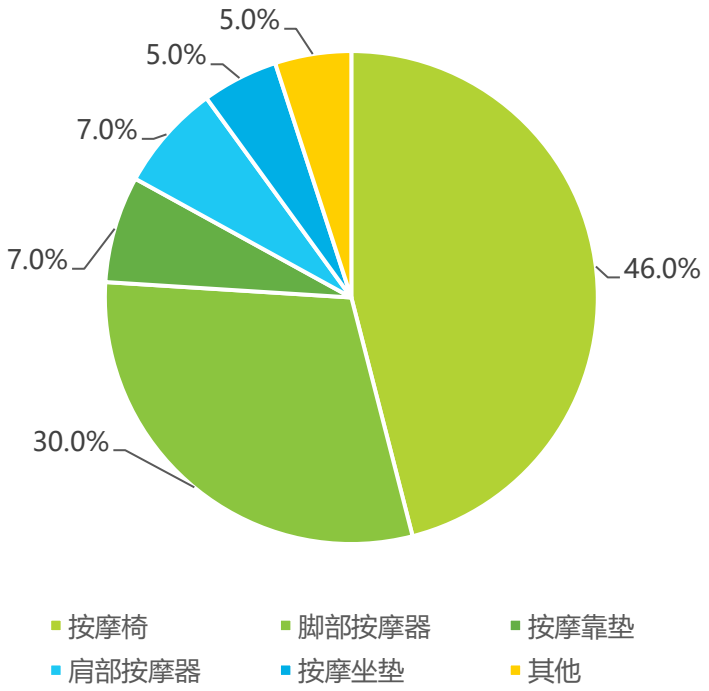
随着国民健康意识的增强，我国智能按摩器具（智能按摩椅+智能按摩小电）市场规模逐年扩大，2020年市场规模已达150亿元；细分品类来看，国内智能按摩器具市场中，智能按摩椅市场份额占比最高，2020年已达46%，据此推算，2020年国内智能按摩椅市场规模接近69亿元，2021年则约为82.8亿元。

2015-2020年中国智能按摩器市场规模（智能按摩椅+智能按摩小电）



来源：中泰证券研究所、企业专家访谈、艾瑞咨询自主研究绘制。

2020年中国智能按摩器市场细分品类占比



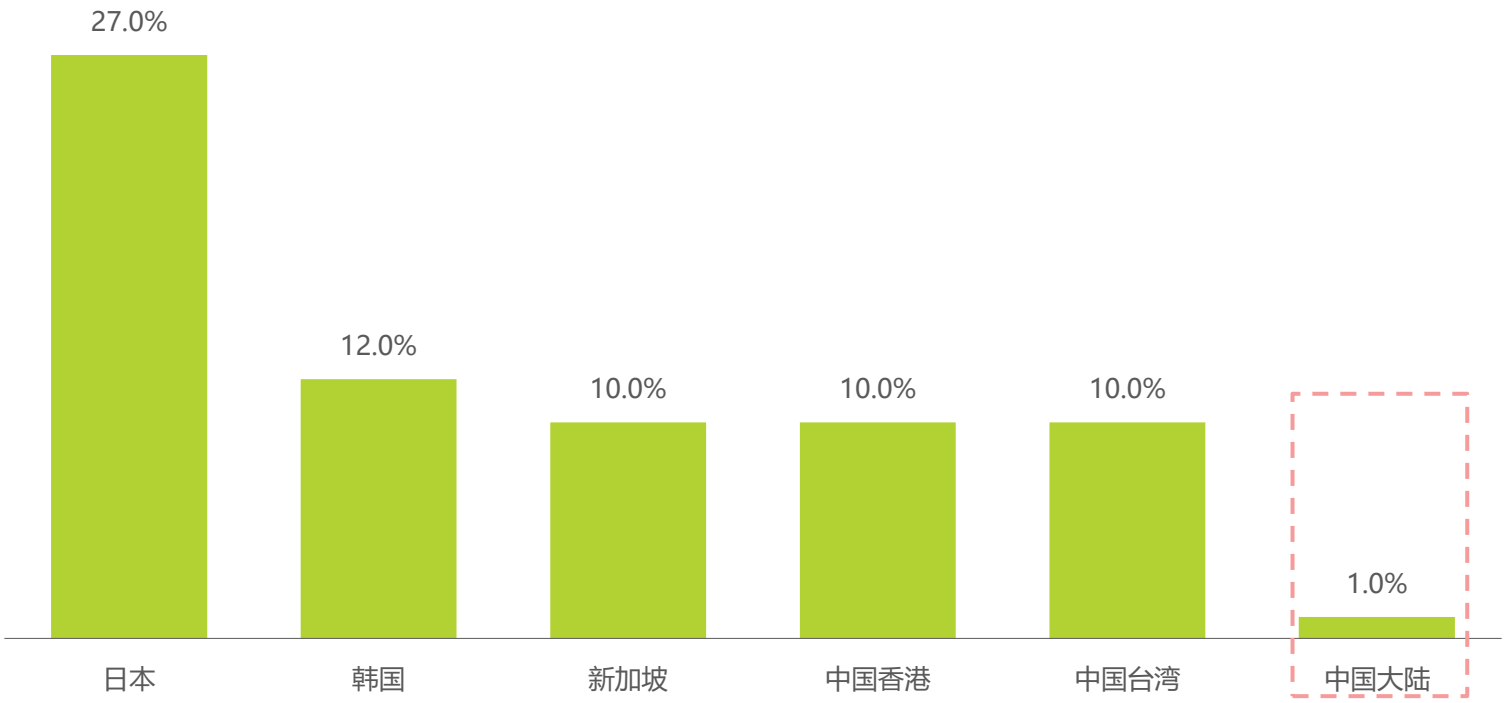
来源：华泰证券、企业专家访谈、艾瑞咨询自主研究绘制。

中国智能按摩椅市场渗透率

中国大陆智能按摩椅市场渗透率仅为1%，未来市场空间广阔

日本作为智能按摩椅发展起步最早的国家，其市场成熟度较高，按摩椅保有率已达27%。日本通过国际区域贸易率先打开东亚及东南亚国家和地区市场，而后拓展到欧美等国家，因此纵观全球，智能按摩椅主要消费人群集中在日本、韩国、新加坡、中国香港、中国台湾等地区，各个市场渗透率均在10%及以上，对比而言，中国大陆智能按摩椅市场渗透率仅为1%，未来市场空间广阔。

2020年世界&中国智能按摩椅市场渗透率对比



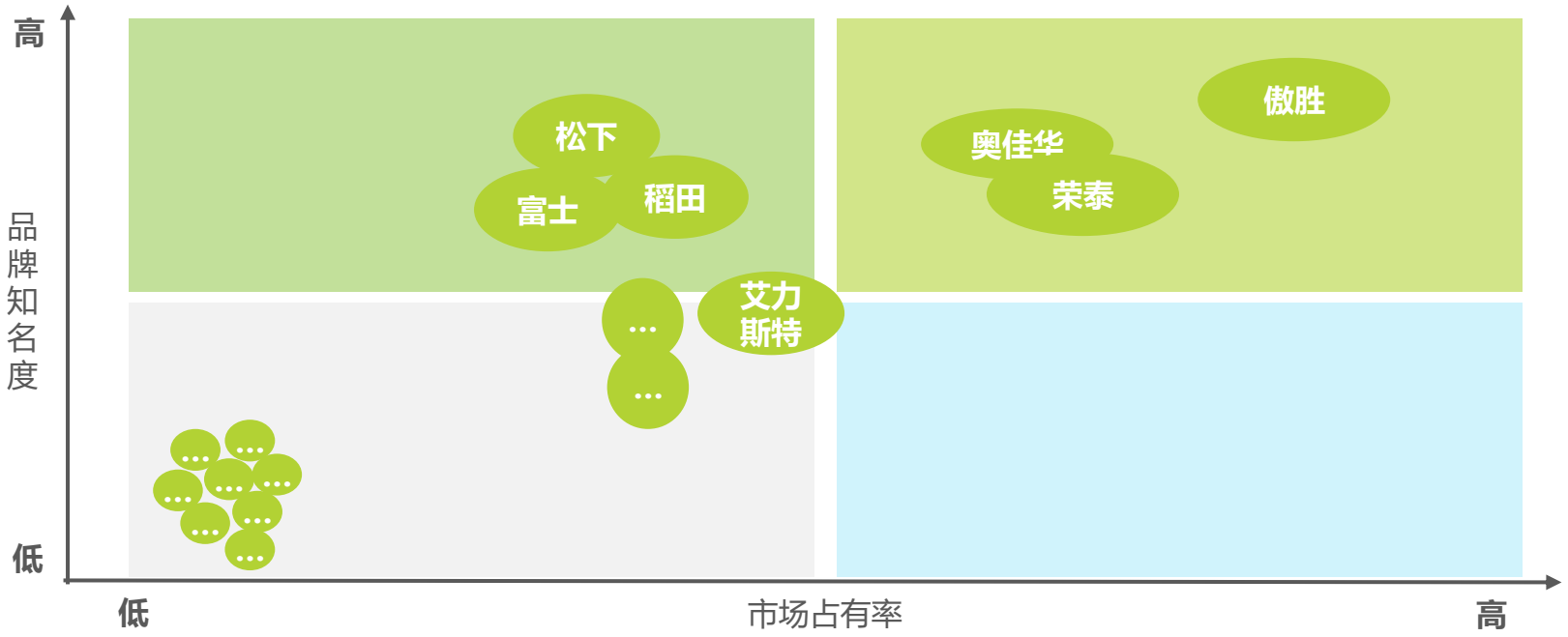
来源：华创证券、艾瑞咨询自主研究绘制。

中国智能按摩椅市场竞争格局

傲胜/奥佳华/荣泰三大品牌领跑中国智能按摩椅行业市场

我国智能按摩椅行业市场头部知名品牌主要集中在线下，诸如傲胜、奥佳华、荣泰等，这三大品牌市场知名度高，产品品类丰富，功能多元，各自的市场占有率也较高，其中傲胜以线下直营为主，奥佳华和荣泰则以经销商加盟为主。同时随着互联网购物的发展，各大品牌也逐步开始布局线上渠道。

2021年中国智能按摩椅市场竞争格局



来源：中国按摩协会、中泰证券研究所、艾瑞咨询自主研究绘制。

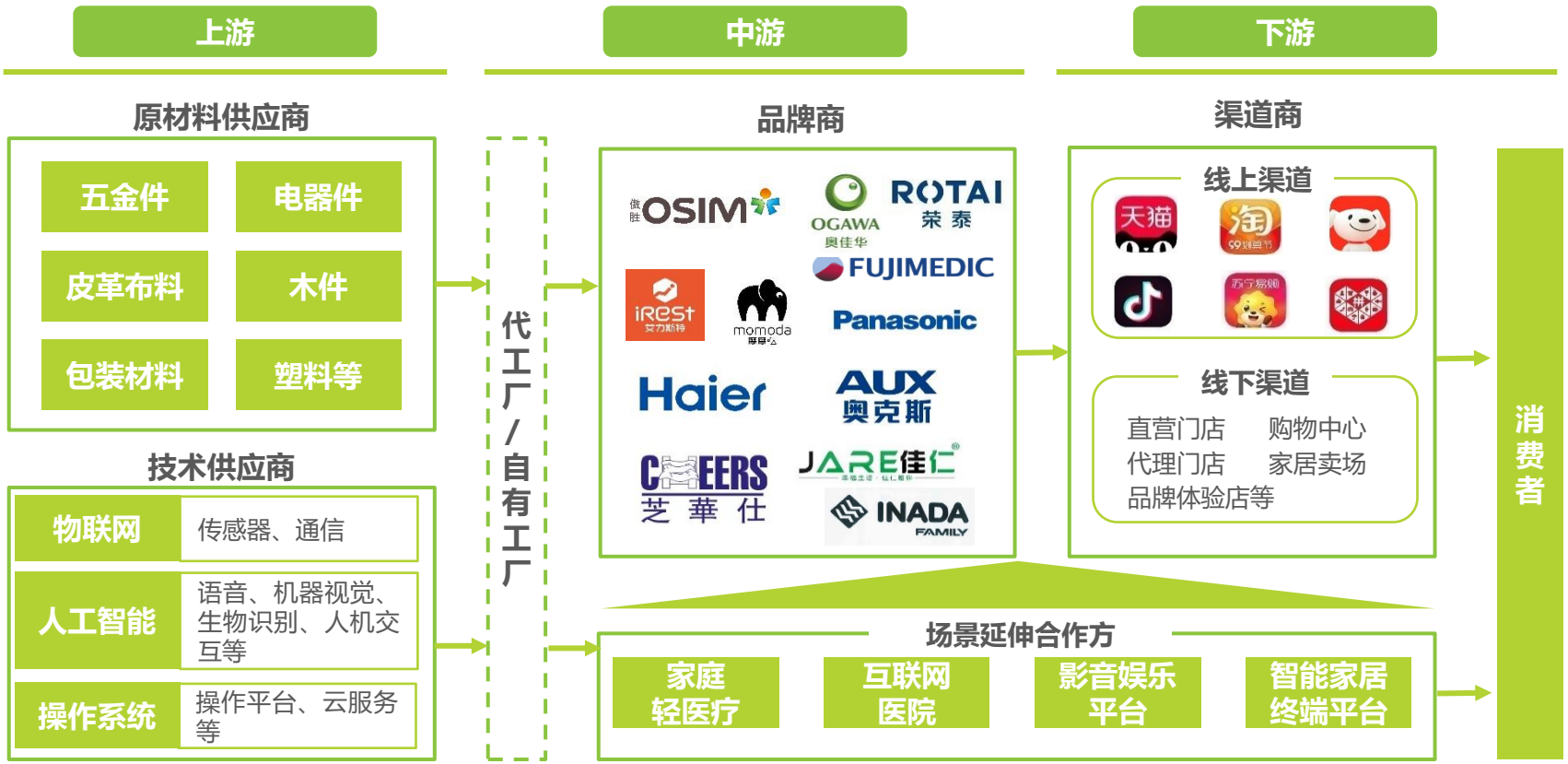
©2021.10 iResearch Inc.

中国智能按摩椅产业链图谱

智能技术供应商为上游玩家，为产品打造带来更多想象空间

随着智能科技在家居场景的应用和落地，物联网、人工智能、操作系统平台等技术供应商成为智能按摩椅产业链上游玩家，一方面为智能按摩椅功能打造带来很多想象空间；另一方面延伸了智能按摩椅应用的场景，给消费者带来更好的按摩体验。

2021年中国智能按摩椅产业链图谱



来源：公开资料整理、企业专家访谈、艾瑞咨询自主研究绘制。

©2021.10 iResearch Inc.

中国智能按摩椅行业发展背景 1

中国智能按摩椅行业竞争格局分析 2

中国智能按摩椅行业消费者需求洞察 3

中国智能按摩椅行业发展趋势展望 4

智能按摩椅消费者基础属性

高线城市中，高知、高收入的中青年人群是主要消费者

按摩器具已经突破“老年人专享”的标签，随着生活节奏的加快、工作压力的提升，亚健康问题层出不穷，按摩器具已经开始向职场中的中青年群体渗透；调研数据显示，中国智能按摩椅主要消费群体来自于一线、新一线等高线城市职场白领和政府/机关/事业单位工作人群，本科学历占比高达85%，个人月收入15000元以上占比高达44.3%，家庭结构多为两代居有孩家庭，且男性占比略高于女性。

2021年中国智能按摩椅消费者基础属性

城市等级

更多集中在**高线城市**

一线、新一线**占比63%**

性别

男性占比58%

略多于女性

年龄

以**中青年**为主

23-44岁占比**84%**

收入

个人月收入

15000元以上占比**44.3%**



学历

教育**水平高**

大学本科及以上**占比85%**

职业

主要为**企业白领**和**政府/机关/事业单位工作人员，**占比**69%**

婚姻状况

以**已婚人群**为主

占比**90%**

居住情况

多为**两代居**（夫妻+孩子）

家庭结构占比达**53%**

样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

©2021.10 iResearch Inc.

智能按摩椅消费者兴趣爱好

追影综，听音乐，注重健康，热爱运动，喜欢数码科技

智能按摩椅消费者爱好多元，涉猎广泛，其中超过50%的消费者喜欢追影视剧、综艺；喜欢听音乐，通过音乐的旋律放松心情，调节身心；同时，热爱运动，具有很强的健康意识，注重保健和养生；追求文艺生活，享受美食，喜欢旅行，剁手买买买的同时也注重理财；此外，喜欢智能科技类产品，数码科技爱好者占比接近一半。

2021年中国智能按摩椅消费者兴趣爱好



样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

©2021.10 iResearch Inc.

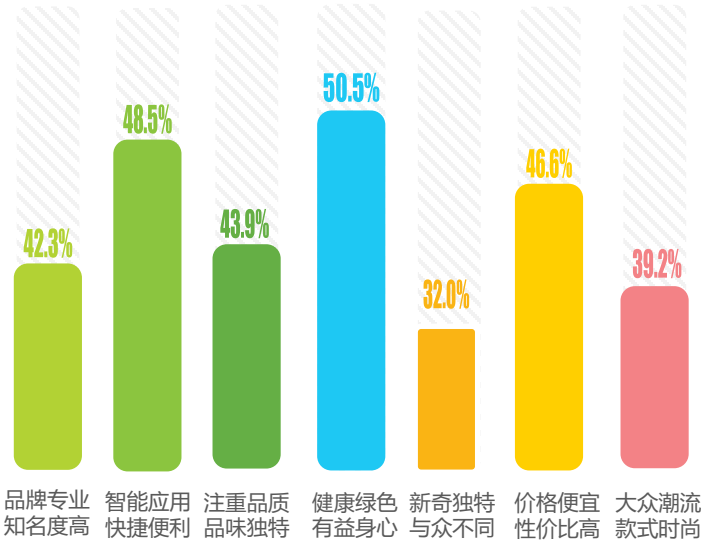
智能按摩椅消费者消费理念

拥有健康消费理念，注重品质，对知名品牌情有独钟

从整体来看：智能按摩椅消费者健康意识强烈，有50.5%的消费者在购物时秉持健康绿色的消费理念，会优选健康、绿色的消费品牌或者产品；同时消费过程中追求高效，偏好智能化、使用便利的产品；消费品味独特，青睐高品质、专业的知名品牌。

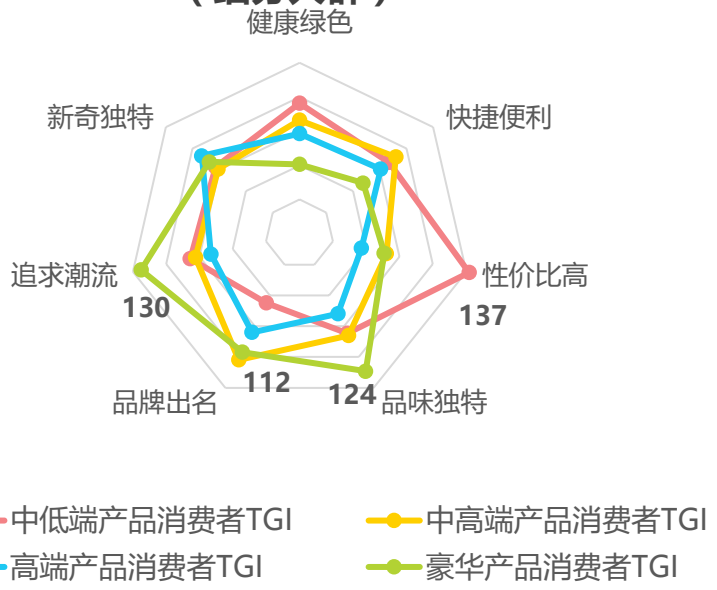
细分人群来看：对比而言，智能按摩椅豪华产品消费者在购物时更加追求潮流消费，智能按摩椅中低端产品消费者在购物时更讲究性价比，会优选性价比高的产品。

2021年中国智能按摩椅消费者消费理念（整体人群）



样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

2021年中国智能按摩椅消费者消费理念（细分人群）



注释：TGI表示目标群体指数，它是反映目标群体在特定研究范围内的强势或者弱势指数。数值越大，表示目标群体在特定领域内越强势。

样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

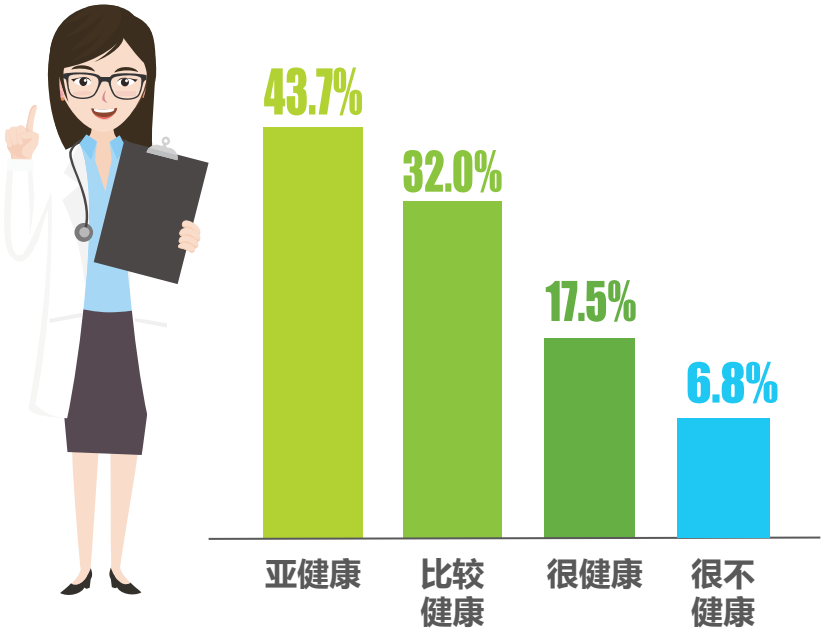
©2021.10 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

智能按摩椅消费者按摩需求

长期久坐缺乏运动带来亚健康问题，颈肩背部按摩需求强烈

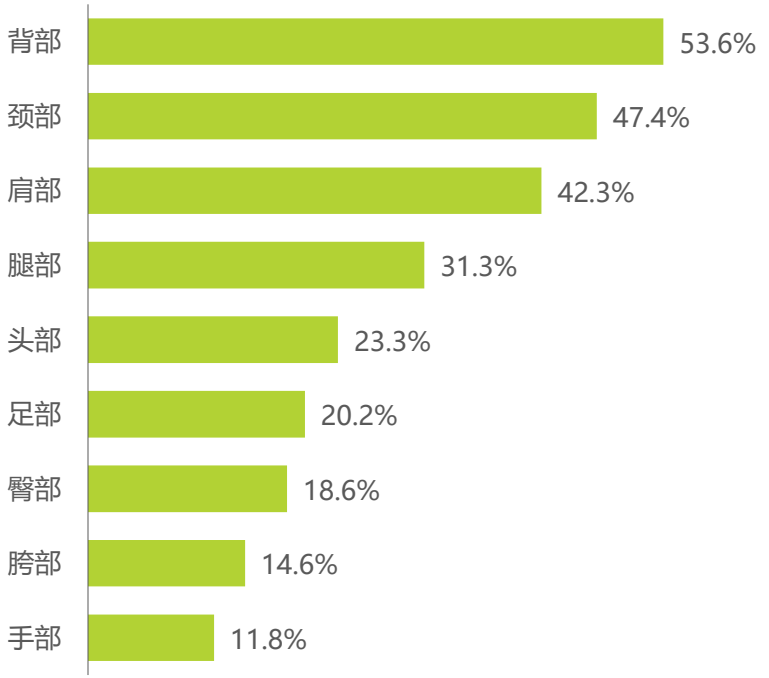
随着工作生活节奏的加快，亚健康问题影响着人们的身心健康。调研数据显示，智能按摩椅消费者中有43.7%的人存在亚健康问题，诸如腰酸背痛、颈椎病、易疲劳等。这可能是工作中长期久坐，坐姿不正确，日常缺乏运动，饮食不规律，同时工作及生活压力大等多重因素导致的。基于此，颈肩背部按摩成为智能按摩椅消费者首要的需求。

2021年中国智能按摩椅消费者健康状况



样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

2021年中国智能按摩椅消费者身体按摩部位需求



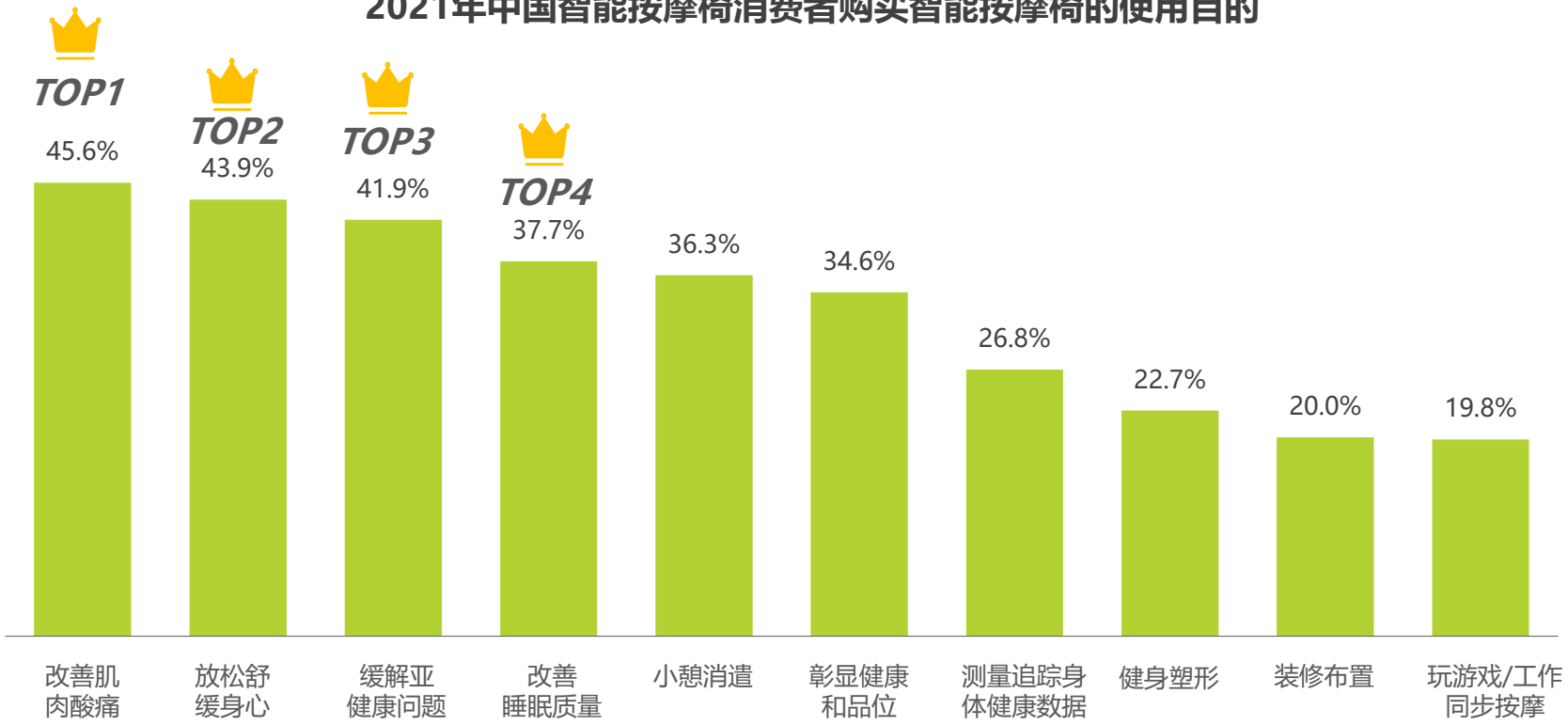
样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

智能按摩椅消费者按摩需求

放松舒缓身心、改善睡眠成为消费者使用按摩椅的重要目的

除了改善肌肉酸痛之外，放松舒缓身心、缓解亚健康问题、改善睡眠质量也成为消费者购买和使用智能按摩椅的主要目的；消费者希望通过使用智能按摩椅来调节身体，充沛精神，唤醒更好的身心状态；此外，消费者还希望在繁忙的工作生活中，通过使用智能按摩椅，满足日常小憩消遣需求，也可以监测和追踪身体健康数据，健身塑形，彰显健康的生活理念和独特的消费品位等。

2021年中国智能按摩椅消费者购买智能按摩椅的使用目的



样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

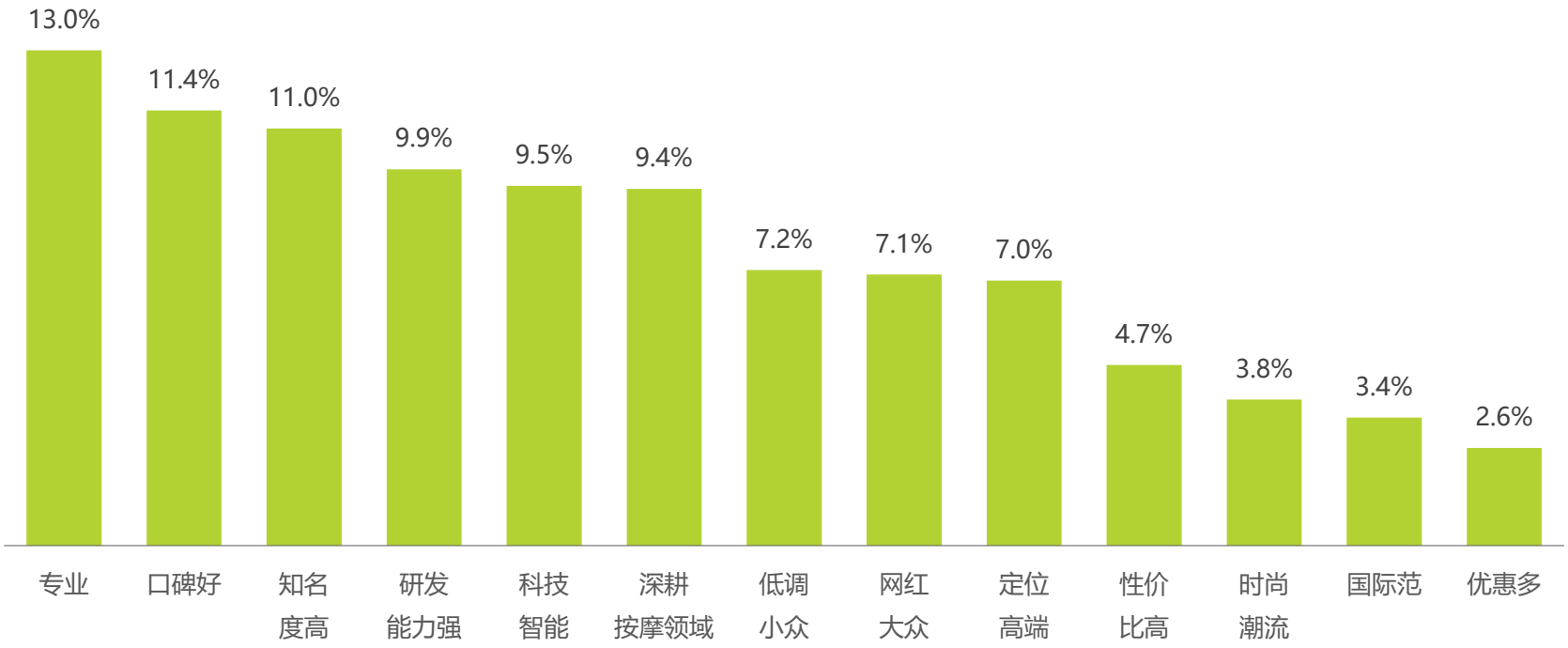
©2021.10 iResearch Inc.

智能按摩椅消费者品牌选择考虑因素

专业研发按摩椅、口碑好、知名度高的品牌最受消费者青睐

在智能按摩椅品牌选择中，消费者更偏好专业研发按摩椅、产品口碑好、知名度高的品牌。专业的品牌，能为消费者提供更好的按摩产品、使用体验以及安全保障；良好的口碑、更高的知名度，体现消费者对品牌的认可和信赖。

2021年中国智能按摩椅消费者品牌选择考虑因素



样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

©2021.10 iResearch Inc.

智能按摩椅消费者品牌认知

不同品牌形象在消费者心智中各有千秋

根据最新的调研数据显示，在智能按摩椅消费者心智中，来自新加坡的傲胜，品牌知名，深耕按摩领域，消费者口碑好，产品设计突出，品类丰富，是国际化的专业研发智能按摩椅的品牌；奥佳华作为中国本土知名智能按摩椅品牌研发能力强、是一个年轻化的上市品牌；荣泰品牌则更加大众，广为人知，同时产品科技智能属性强。

2021年中国智能按摩椅消费者主要品牌形象认知



注释：（1）绿色的点代表各品牌形象；（2）绿色的圆圈代表傲胜品牌形象认知，蓝色的圆圈代表奥佳华品牌形象认知，黄色的圆圈代表荣泰品牌形象认知。

样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

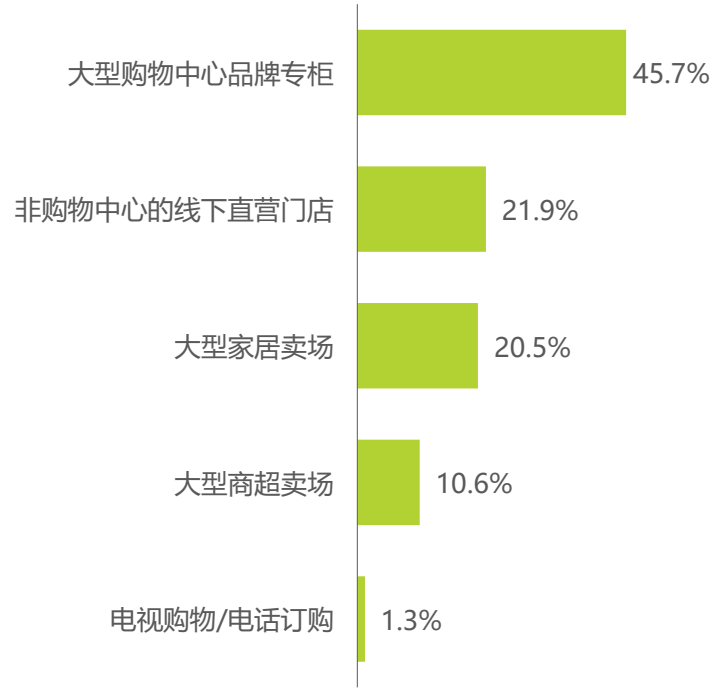
©2021.10 iResearch Inc.

智能按摩椅消费者购买渠道-线下

大型购物中心品牌专柜是最主要线下购买渠道

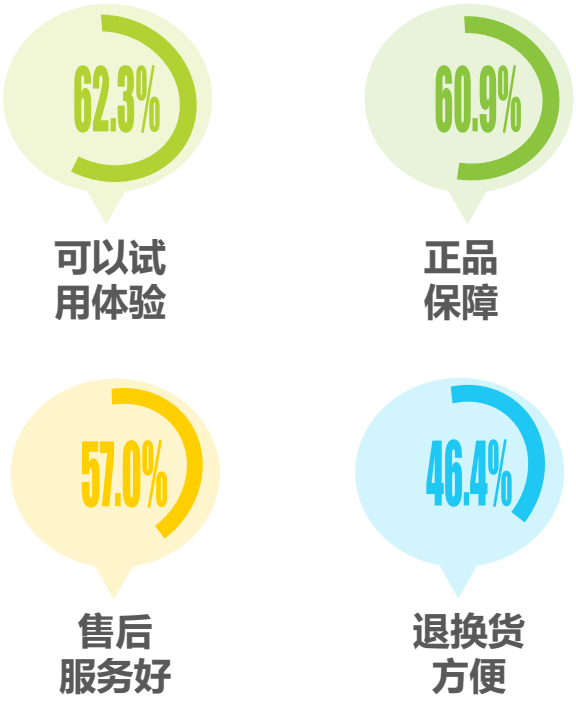
智能按摩椅消费者线下购买渠道较为多元，购物中心品牌专柜、非购物中心的线下直营门店是两大常见渠道，占比高达67.6%；线下实体店铺为消费者提供更丰富的体验与试用机会、品牌专柜和直营店铺的正品保障、良好的售后服务等，都是吸引消费者线下购买的重要因素。

2021年中国智能按摩椅消费者购买线下渠道选择



样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

2021年中国智能按摩椅消费者选择线下渠道的原因



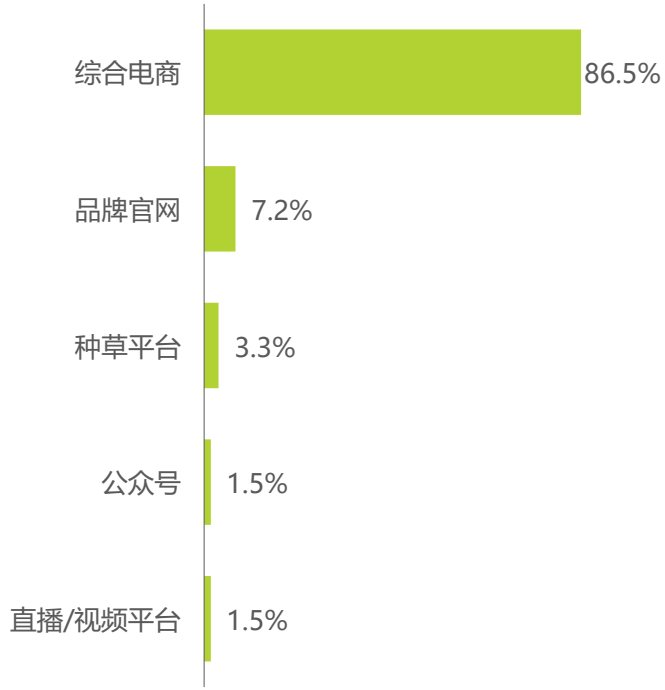
样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

智能按摩椅消费者购买渠道-线上

综合电商是最主要的线上购买渠道

智能按摩椅消费者线上购买渠道较为集中，高达86.5%的消费者都通过综合电商平台选购按摩椅；综合电商平台、品牌官网等完善的售后服务、较多的促销活动、更齐全的品牌选择、购买方便等都是促进消费者进行线上选购按摩椅的主要原因。

2021年中国智能按摩椅消费者购买线上渠道选择



2021年中国智能按摩椅消费者选择线上渠道的原因



样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

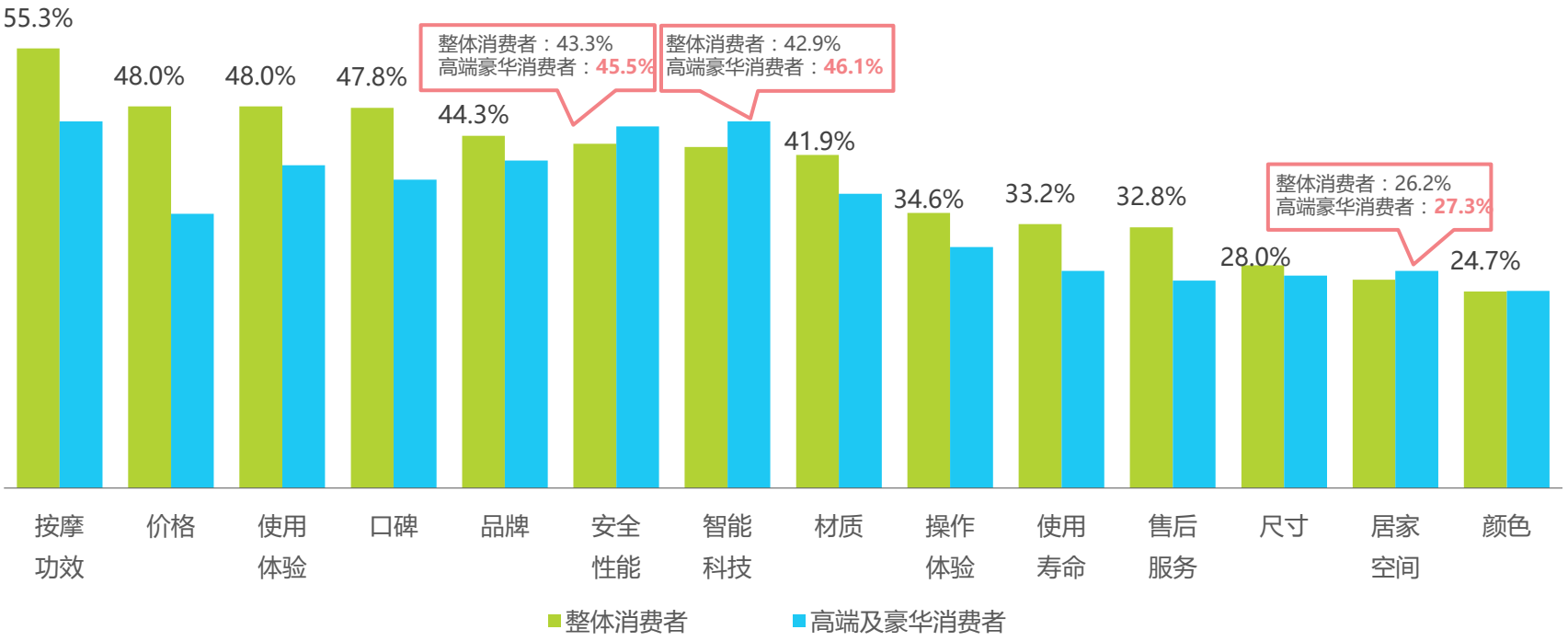
智能按摩椅消费者购买时考虑因素

按摩功效是首要因素，高端豪华消费者更关注产品智能属性

从整体来看：消费者在购买按摩椅时最关注按摩功效，占比高达55.3%。产品的使用体验和价格也是主要考虑因素，占比均达48%；

细分人群看：高端及豪华消费者具有较高的消费品味，除了关注产品的基础按摩功能外，对产品附加功能也提出更高要求。46.1%的高端及豪华消费者在购买时重点关注按摩椅的智能科技应用，该比例与按摩功效关注度持平。此外，高端及豪华也相对更关注智能按摩椅的安全性能，居家空间摆放情况以及颜色适配等因素。

2021年中国智能按摩椅消费者购买时考虑因素



样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

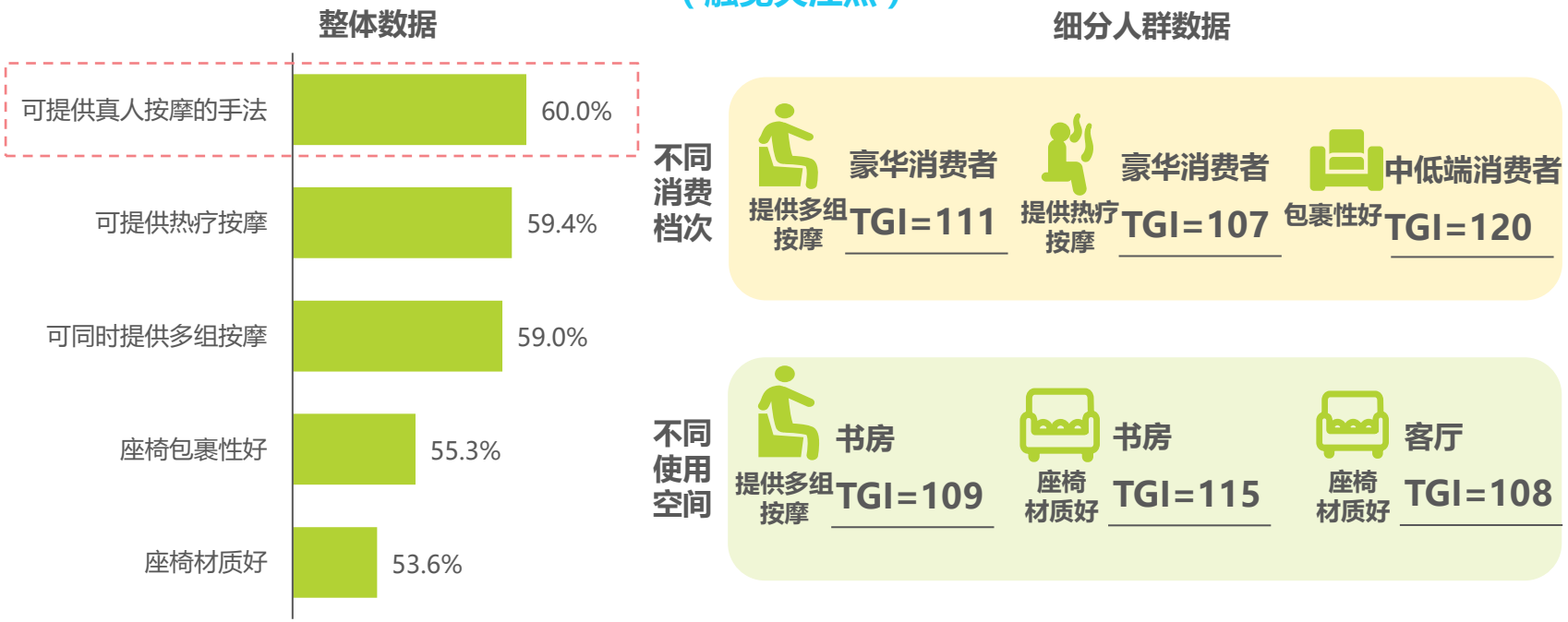
©2021.10 iResearch Inc.

智能按摩椅消费者产品使用体验关注点

60%的消费者期望按摩椅可以提供真人按摩手法

从整体来看：智能按摩椅可提供真人按摩手法，热疗按摩以及同时提供多组按摩，是消费者触觉方面使用体验主要关注点；
不同消费档次来看：豪华产品消费者更多的关注多组按摩功能以及热疗按摩功能的使用体验，中低端产品消费者更多的关注座椅包裹性使用体验；
不同使用空间来看：在书房空间场景下，消费者更关注智能按摩椅多组按摩功能的使用体验；座椅材质触摸体验在客厅空间场景和书房空间场景关注度较高。

2021年中国智能按摩椅消费者购买时产品使用体验关注点
（触觉关注点）



样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

©2021.10 iResearch Inc.

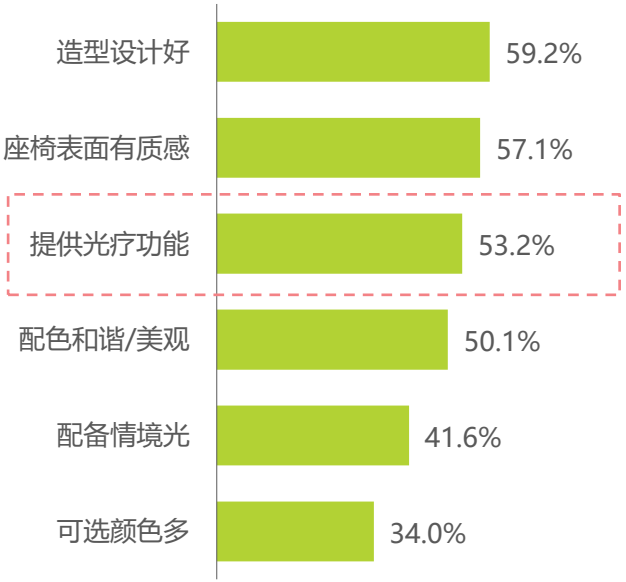
智能按摩椅消费者产品使用体验关注点

超过一半的消费者期望按摩椅提供光疗功能

从整体来看：造型设计好、座椅表面有质感、可提供光疗功能，是消费者视觉方面使用体验主要关注点；
不同消费档次来看：豪华产品消费者更多期望智能按摩椅产品颜色多样可选，同时可以提供光疗功能，诸如，在需要舒缓身心的时候，提供更柔和的局部灯光，在精神亢奋的时候，提供更放松的局部灯光；
不同使用空间来看：在书房空间场景下，消费者更关注智能按摩椅配色和谐美观；在卧室空间场景下，消费者更期望智能按摩椅配备情景光，调节卧室氛围；在客厅空间场景下，消费者更关注产品造型设计，适配装修风格。

2021年中国智能按摩椅消费者购买时产品使用体验关注点
（视觉关注点）

整体数据



细分人群数据

不同消费档次

- 可选颜色多：豪华消费者 TGI=144
- 提供光疗功能：豪华消费者 TGI=106
- 表面有质感：中高端消费者 TGI=104

不同使用空间

- 配色和谐美观：书房 TGI=123
- 配备情景光：卧室 TGI=111
- 造型设计好：客厅 TGI=109

样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

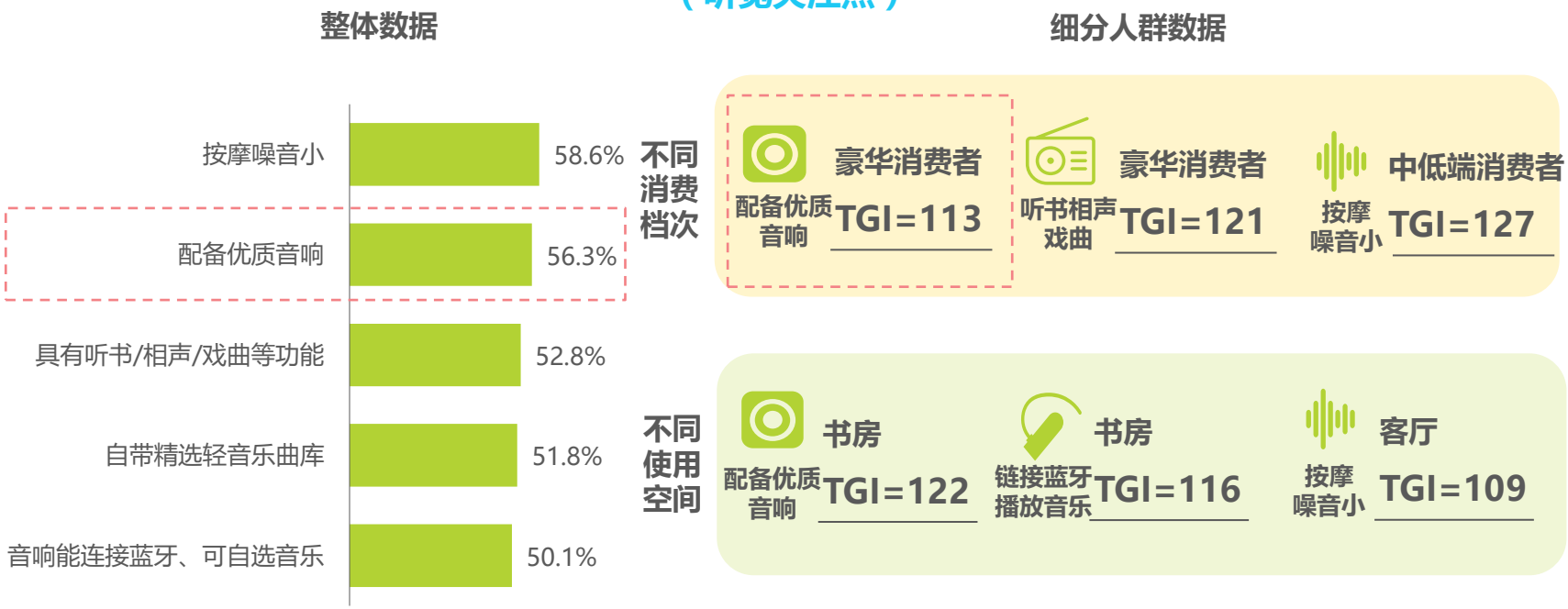
©2021.10 iResearch Inc.

智能按摩椅消费者产品使用体验关注点

近6成消费者期望按摩椅配备优质音响，尤其豪华消费者

从整体来看：按摩噪音小，配备优质音响、可以听书/相声/戏曲，是消费者听觉方面使用体验主要关注点；
不同消费档次来看：豪华产品消费者更多期望智能按摩椅产品配备优质音响，同时可以听书/相声/戏曲，具备影音娱乐功能；中低端产品消费者更多的关注产品使用噪音小；
不同使用空间来看：在书房空间场景下，消费者更关注智能按摩椅配备优质音响，同时可以连接蓝牙，自动播放音乐；在客厅空间场景下，消费者更关注智能按摩椅产品按摩噪音小。

2021年中国智能按摩椅消费者购买时产品使用体验关注点
（听觉关注点）



样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

©2021.10 iResearch Inc.

智能按摩椅消费者产品使用体验关注点

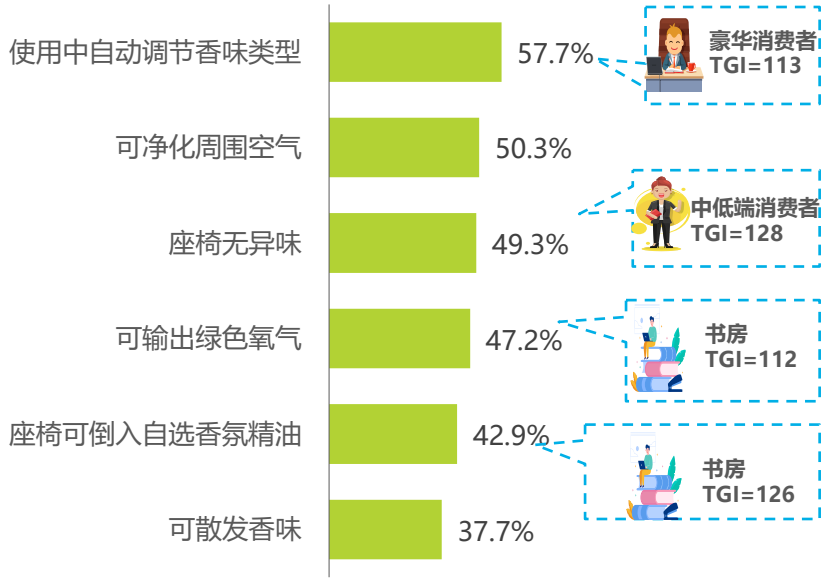
大多消费者希望按摩椅能自动调节香氛，并配置休闲边桌

从整体来看：智能按摩椅能根据身体状态调节香味类型、配备方便存放食品的小桌板，是消费者在嗅觉、味觉方面的主要关注点；

不同消费档次来看：中低端产品消费者更关注座椅是否有异味这一基本要求，而豪华产品消费者更关注座椅可以智能调香、内置健康小食，以获得更好的使用体验；

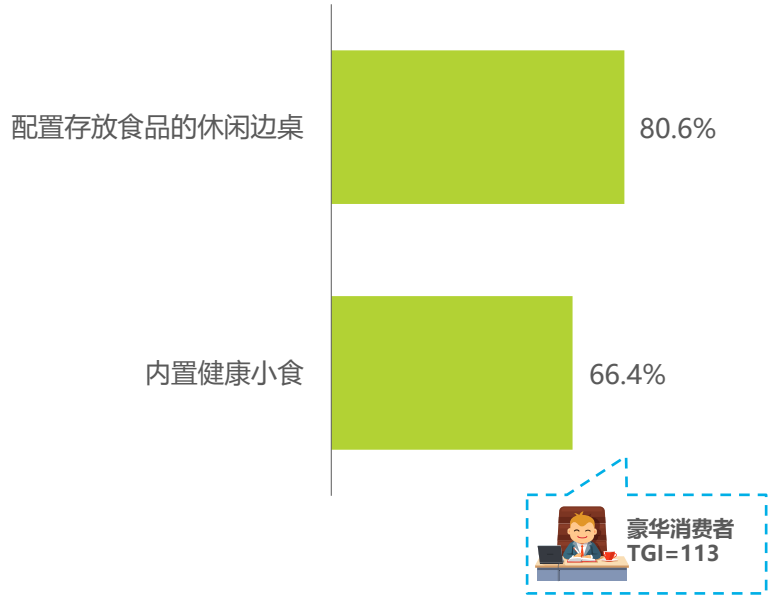
不同使用空间来看：在书房的场景下，消费者更关注按摩椅能否输出绿色氧气、倒入自选香氛，以便打造更好的休息环境。

2021年中国智能按摩椅消费者购买时产品使用体验关注点
（嗅觉关注点）



样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

2021年中国智能按摩椅消费者购买时产品使用体验关注点
（味觉关注点）



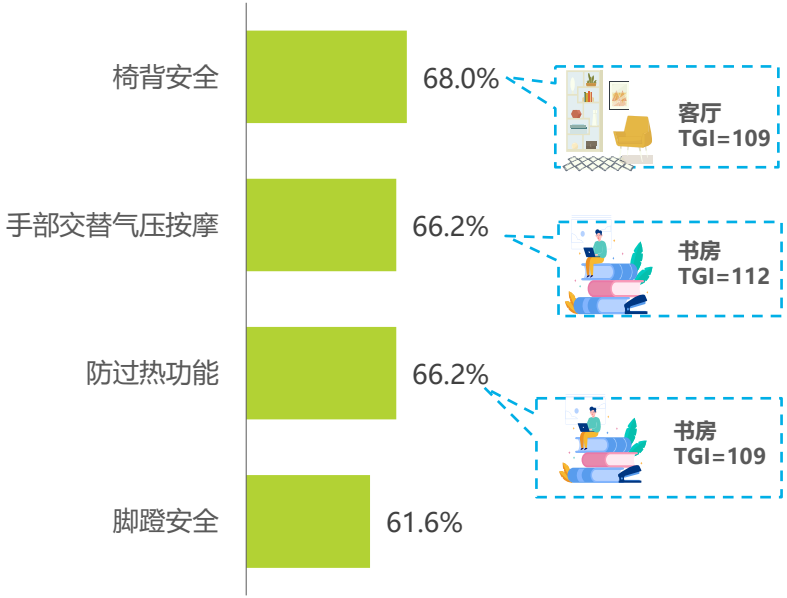
样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

智能按摩椅消费者产品使用体验关注点

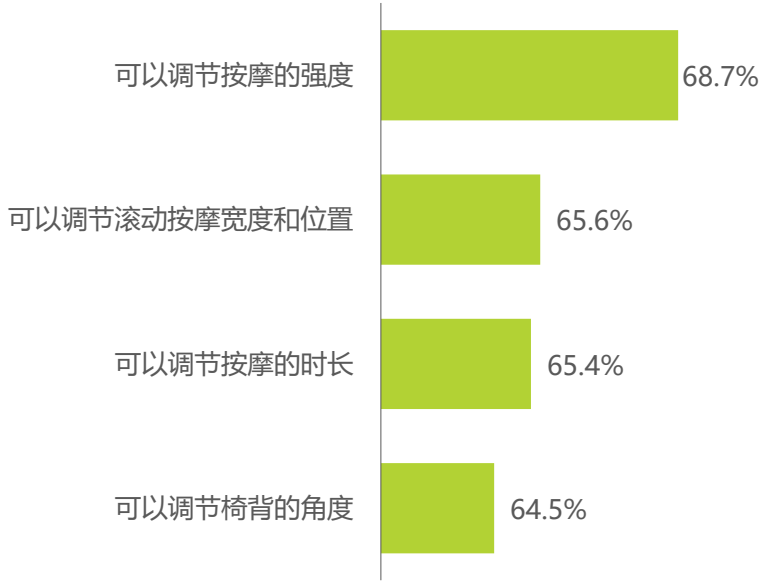
近7成的消费者关注按摩椅的椅背安全，希望按摩强度可调节

从整体来看：对大多消费者来说，椅背安全是最重要的安全性能。而按摩强度可调节是消费者在操作方面的主要关注点；**不同使用空间来看：**在客厅空间场景下，由于可能有家人、宠物等在按摩椅附近活动，椅背下落时避免触碰他人被消费者重点关注；而在书房这个具有单人、私密属性的空间场景下，手部交替按摩、防过热的功能就更为重要，能够保证消费者独处时的使用安全。

2021年中国智能按摩椅消费者购买时产品使用体验关注点（安全性能）



2021年中国智能按摩椅消费者购买时产品使用体验关注点（操作体验）



样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

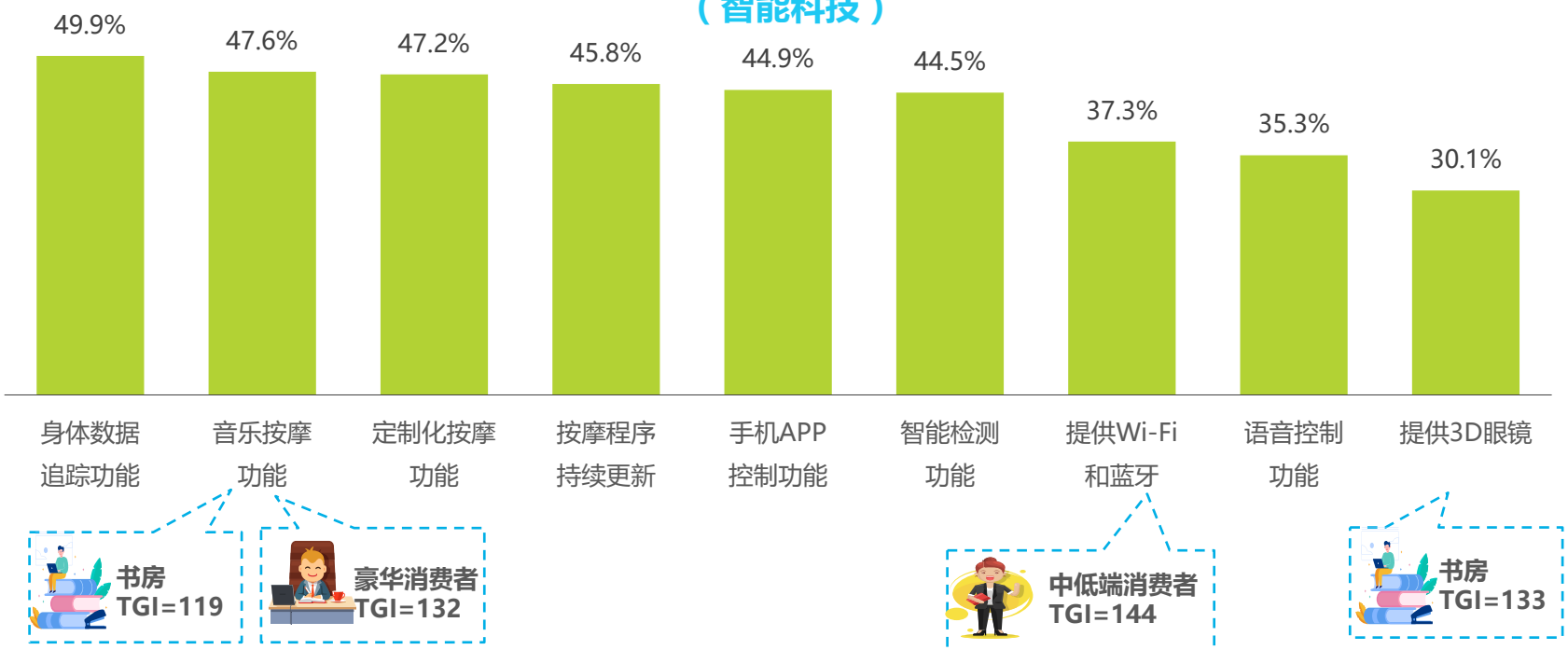
©2021.10 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

智能按摩椅消费者产品使用体验关注点

健康数据可追踪，音乐按摩更有趣，智能科技带来全新体验

从整体来看：近5成的消费者希望按摩椅能追踪健康数据、根据音乐节奏按摩、针对个人身体问题提供定制化的按摩方案；
不同消费档次来看：中低端产品消费者更关注按摩椅是否自带Wi-Fi和蓝牙；而豪华产品消费者更期待音乐按摩功能，在聆听曼妙音乐的同时，获得一场有趣而又高效的按摩体验；
不同使用空间来看：在书房的空间场景下，消费者更希望通过音乐按摩、3D眼镜浏览自己的按摩过程，通过智能科技解锁更有趣的按摩体验，更深层次地放松紧张的情绪。

2021年中国智能按摩椅消费者购买时产品使用体验关注点
（智能科技）



样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

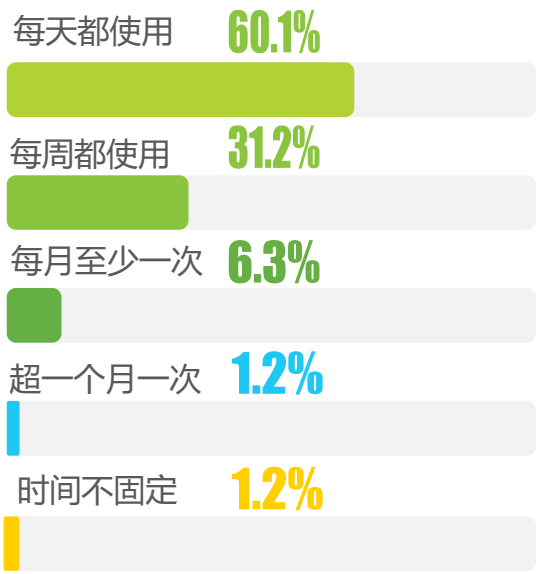
智能按摩椅消费者使用体验

近60%的消费者每天使用智能按摩椅，多数时长为0.5-1小时

60.1%的消费者表示每天都使用智能按摩椅；接近一半的消费者表示，每次使用智能按摩椅的时长多为0.5-1小时，还有30%的消费者表示，单次使用智能按摩椅的时长在1-2小时之间。

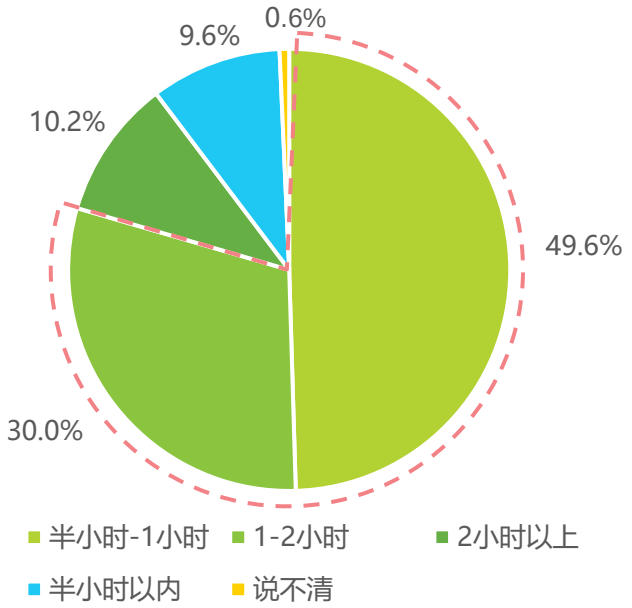
2021年中国智能按摩椅消费者使用频次





样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

2021年中国智能按摩椅消费者单次使用时长



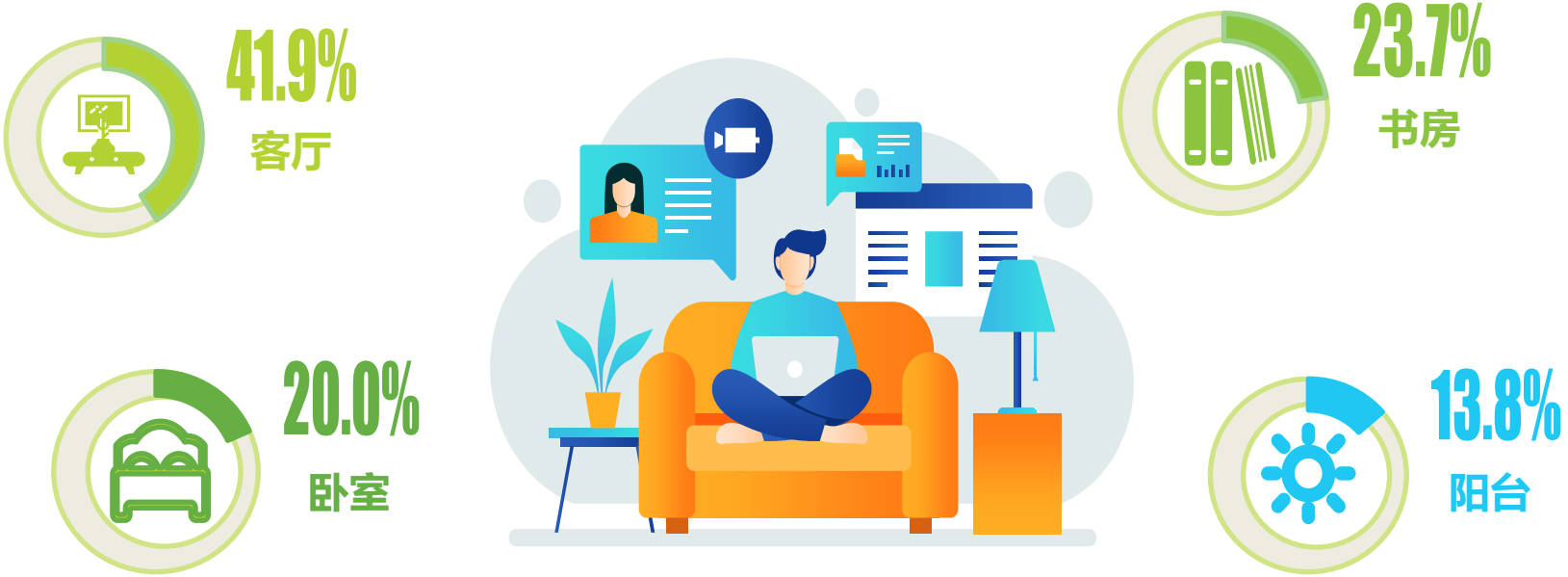
样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

智能按摩椅消费者使用体验

客厅和书房是消费者居家使用按摩椅的主要空间场景

客厅和书房是消费者居家使用智能按摩椅的主要空间场景。其中，41.9%消费者在客厅摆放按摩椅，空闲时可随时使用以放松、小憩；23.7%的消费者在书房放置按摩椅，在学习、工作之余可以方便按摩舒缓，缓解肌肉酸痛与疲劳情绪。

2021年中国智能按摩椅消费者智能按摩椅居家摆放及使用空间场景



样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

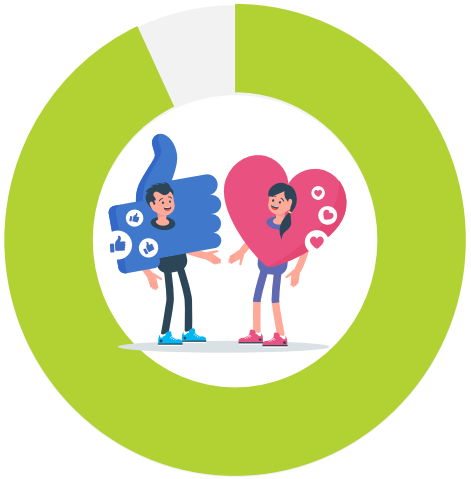
©2021.10 iResearch Inc.

智能按摩椅消费者使用推荐意愿

高达94%的智能按摩椅消费者表示愿意推荐产品给其他人

94%的智能按摩椅消费者愿意将产品推荐给他人；其中豪华按摩椅能为消费者提供更好的按摩效果、更完善的使用体验，豪华产品消费者推荐意愿明显更强；座椅触感好、按摩范围广、按摩力度可调节等是消费者愿意推荐的主要原因。

2021年中国智能按摩椅消费者使用推荐意愿

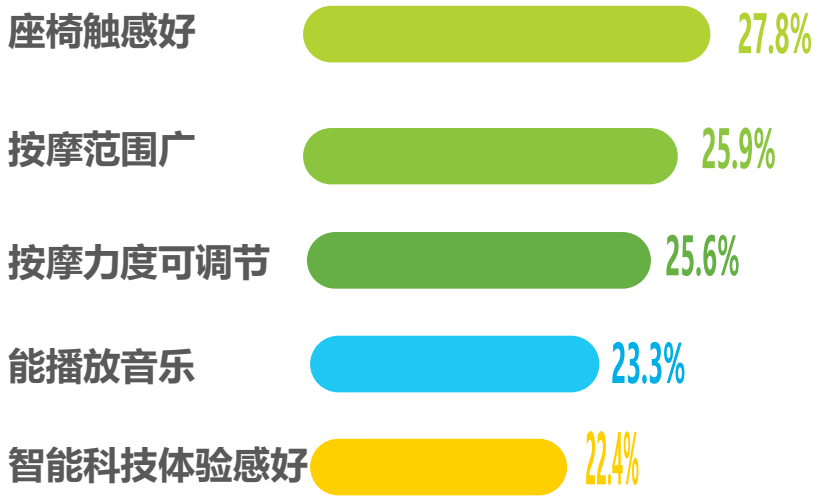


94.0%

愿意推荐
智能按摩椅的占比

非常愿意推荐
豪华产品消费者
TGI=123

2021年中国智能按摩椅消费者使用推荐原因TOP5



样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

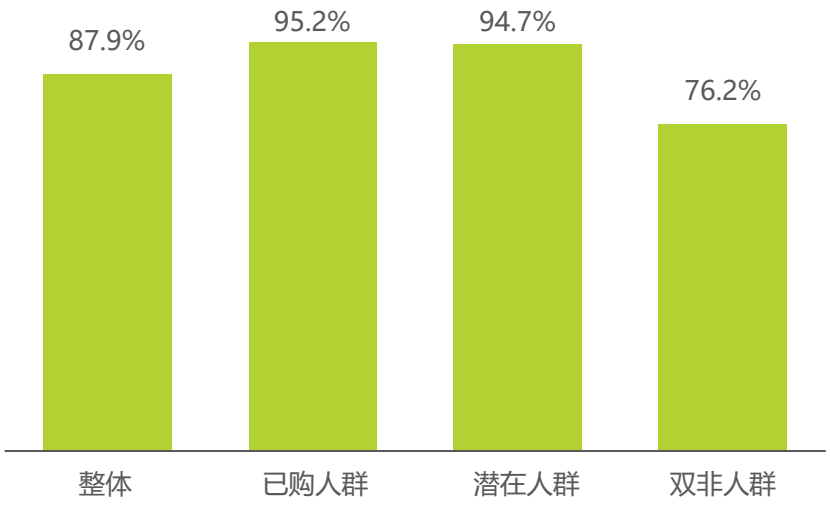
样本：中国智能按摩椅消费调研，N=485；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

智能按摩椅消费者按摩小电购买意愿

87.9%的消费者表示愿意购买按摩小电

随着消费者健康意识的提升，带来的是健康领域消费的升级。调研显示，87.9%的消费者愿意购买按摩小电，其中已购智能按摩椅的消费者中有95.2%的人表示愿意购买按摩小电，潜在智能按摩椅消费者中有94.7%的人表示愿意购买按摩小电，智能按摩椅非目标消费者中有76.2%的人表示愿意购买按摩小电。在按摩小电产品类别中，颈部按摩仪、眼部按摩仪以及头部按摩仪最受欢迎。

2021年中国智能按摩椅消费者对按摩小电的购买意愿



2021年中国智能按摩椅消费者按摩小电的购买意愿类型TOP3



注释：根据受访者是否有过按摩椅的购买经历、是否未来有按摩椅的购买意愿，将整体划分为三类人群：（1）双非人群：过去既无按摩椅的购买经历，未来也无按摩椅的购买意愿；（2）潜在人群：过去无按摩椅的购买经历，但未来有按摩椅的购买意愿；（3）已购人群：过去曾经购买过智能按摩椅。

样本：中国智能按摩椅消费调研，N=779；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

样本：中国智能按摩椅消费调研，N=779；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

©2021.10 iResearch Inc. www.iresearch.com.cn

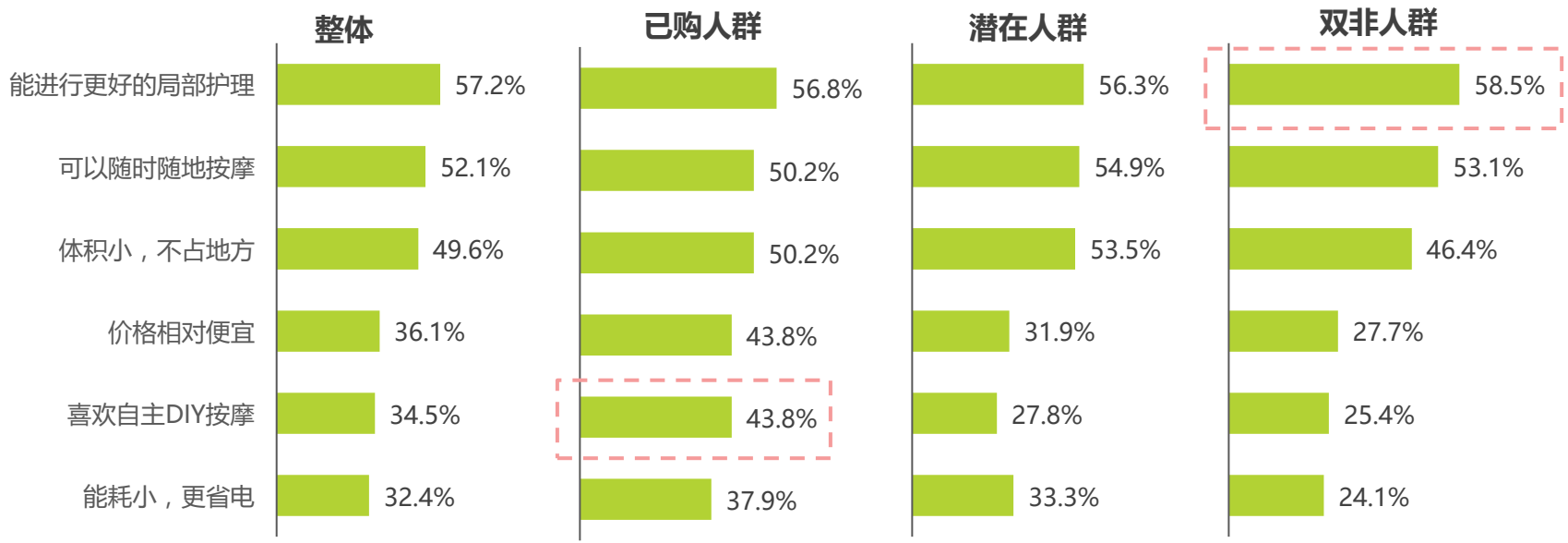
智能按摩椅消费者按摩小电购买原因

可更好局部护理，随时随地按摩是购买按摩小电的主要原因

从整体来看：智能按摩椅消费者购买按摩小电的主要原因有可以更好的进行局部护理、满足随时随地按摩需求，同时体积小，不占空间；

细分人群来看：智能按摩椅非目标消费者之所以愿意购买按摩小电，最主要的原因是期望获得更好的局部按摩护理，更精准；而智能按摩椅已购人群中有更多人之所以仍愿意购买按摩小电的原因是，希望体验自主DIY按摩的乐趣。

2021年中国智能按摩椅消费者购买按摩小电的原因



注释：根据受访者是否有过按摩仪的购买经历、是否未来有按摩椅的购买意愿，将整体划分为三类人群：（1）双非人群：过去既无按摩椅的购买经历，未来也无按摩椅的购买意愿；（2）潜在人群：过去无按摩椅的购买经历，但未来有按摩椅的购买意愿；（3）已购人群：过去曾经购买过智能按摩椅。

样本：中国智能按摩椅消费调研，N=779；于2021年8月使用艾瑞调研社区数据获得。

©2021.10 iResearch Inc.

中国智能按摩椅行业发展背景 1

中国智能按摩椅行业竞争格局分析 2

中国智能按摩椅行业消费者需求洞察 3

中国智能按摩椅行业发展趋势展望 4

中国智能按摩椅行业未来发展趋势

趋势一：消费需求升级，技术创新专业按摩椅品牌更受青睐

随着国民健康意识的提升，亚健康问题会进一步受到各年龄层的消费者关注，因此按摩椅未来的消费人群覆盖会更加广泛，产品使用的渗透率也会同时提升。与此同时，智能科技在家居场景的应用落地，按摩椅产品在功能打造方面也有更多的想象空间，给消费者带来升级的按摩体验，消费者会更加追求品质，注重品牌，因此高端及豪华按摩椅需求增多。未来，注重产品研发和技术创新应用的专业的按摩椅品牌会进一步占领消费者心智，市场份额进一步提升、产品备受消费者青睐。

消费需求升级，技术创新的专业按摩椅品牌更受青睐



来源：艾瑞咨询自主研究绘制。

©2021.10 iResearch Inc.

中国智能按摩椅行业未来发展趋势

趋势二：围绕人体五大感官，升级按摩体验，全面舒缓身心

随着人工智能技术的进步与应用，未来智能按摩椅不再是简单的按摩器具，技术的革新给产品的更新打造带来很多的升级空间，同时结合消费者期望通过按摩实现舒缓身心的诉求。未来按摩椅功能打造会紧紧围绕着人体5大感官，视、听、触、味、嗅，展开创新，给消费者提供多功能、全方位、立体感官的按摩体验，从内到外帮助消费者全面舒缓身心。

革新健康科技，围绕五感，打造多功能创新按摩椅



触觉

- **人性化按摩触感：**提供仿真的抓捏与揉捏动作、按摩滚轮紧沿身体曲线滚动；
- **多组按摩：**多组滚轮灵活移动，同时按摩上、下半身，高效直击身体痛点；
- **热疗功能：**应用传统中医理论，祛风散寒、通络止疼；
- **完善的包裹性**：尺寸与身型适配，能够按摩全身、打造摇篮般的温馨体验。

视觉

- **智能的情境光：**根据身心需求，利用配对APP调整情境光，自主打造理想的房间气氛；
- **专业的光疗技术：**从北极光和色彩疗法中汲取灵感，根据身体压力值自动调整光线；
- **丰富的颜色选择：**为不同年龄层、性别的消费者提供多样的色彩选择，彰显独特品味。

听觉

- **优质的音响效果**：内置向内倾斜45度的扬声器，营造3D环绕包覆式的音响效果；
- **精选的音乐曲库：**联手世界知名音乐大师撰写舒缓音乐，自动播放、帮助深层放松；
- **更小的按摩噪音：**按摩技术不断迭代，打造安静的按摩环境。

嗅觉

- **精选的香氛选择：**内置薰衣草/白茶等香氛胶囊，运用芳香疗法帮助缓解焦虑；
- **自动净化周围空气：**内置空气净化器和加湿器，输出绿色氧气；
- **座椅无异味：**座椅用料材质高级，打造更好的使用体验。

味觉

- **精选的健康小食：**品尝厂家赠送的黑巧克力，其内含高抗氧化剂，在激活味蕾的同时，帮助改善情绪；
- **便利的食品存放边桌：**座椅手把配备小桌板，可摆放饮品小食，打造全面的按摩体验。

来源：艾瑞咨询自主研究绘制。

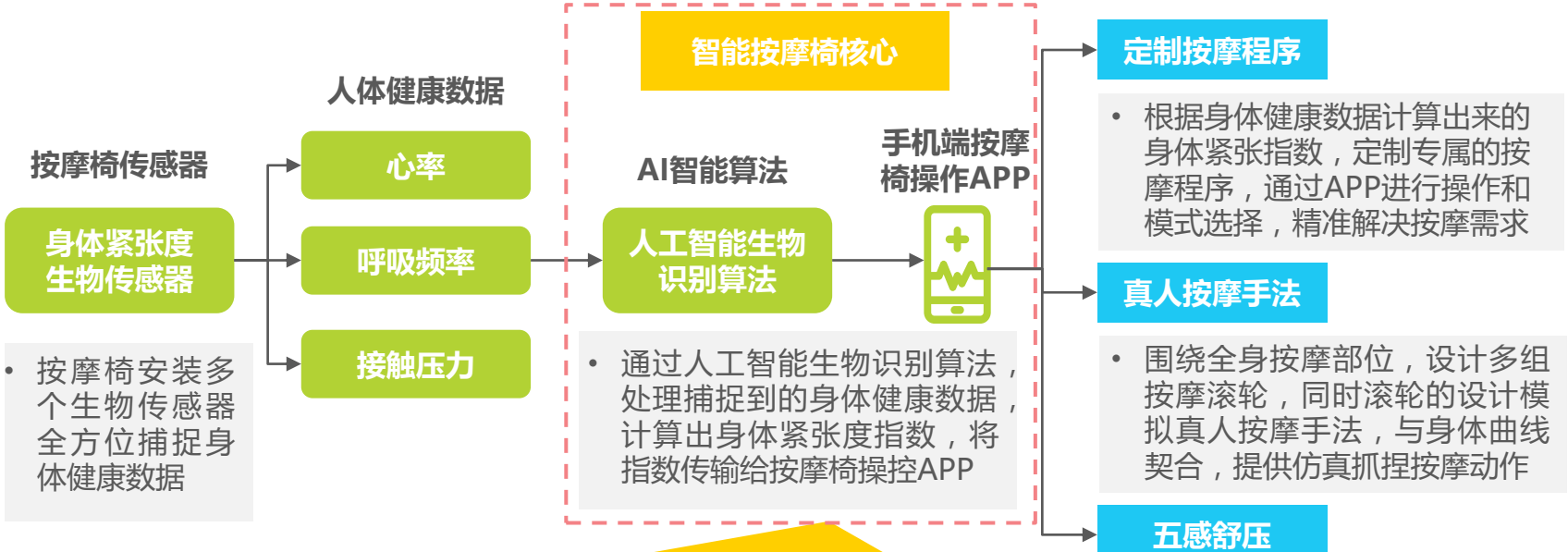
©2021.10 iResearch Inc.

中国智能按摩椅行业未来发展趋势

趋势三：个性化定制按摩，支持下载和更新按摩程序

在按摩椅硬件中安装生物传感器，全方位捕捉身体健康数据，并借助AI智能生物识别算法，计算身体紧张度指数，全面科学的反馈身体健康数据，然后传送到手机端按摩椅操作APP，定制专属的私人按摩程序，精准解决按摩需求，诸如傲胜独家具备按摩椅手机端应用APP研发专利，适配该品牌各类按摩产品；此外，设计多组按摩滚轮，与身体曲线契合，提供仿真抓捏及按摩动作，优化按摩体验；围绕身体五大感官，打造多个功能，在按摩过程中全方位唤醒身心。

定制化放松舒压方式，模拟真人按摩



来源：艾瑞咨询自主研究绘制。

©2021.10 iResearch Inc.

中国智能按摩椅行业未来发展趋势

趋势四：按摩椅设计更精巧，时尚多变，减少占地空间

由于房价的攀升以及家庭结构的变化，如何充分利用好有限的居住空间，是每个家庭在户型选择、装修布局时重要考虑因素。未来，随着消费者健康意识的不断提升，具有健康养生属性的智能按摩椅会走进更多的家庭。为了满足消费者对居住空间的要求，未来按摩椅在设计时会更精巧轻便，结构灵活多变，伸缩自如，满足不同空间使用需求，同时减少占地面积

细分不同居住空间，消费者按摩产品需求部分列举
（以傲胜品牌按摩产品为例）

智能五感养身椅



- **户型：**135㎡大户型
- **特点：**充分调动，视听触味嗅，5大感官，同步放松舒压

V手天王椅



- **户型：**80㎡户型
- **特点：**傲胜V手按摩科技及私人定制按摩程序，放松身心，舒适进入梦乡

八变小天后智能沙发



- **户型：**65㎡户型
- **特点：**具有8种灵活的结构变换模式，融入生活和居家空间的智能沙发

电竞天王椅



- **户型：**书房、办公
- **特点：**人体工学及傲胜V手按摩科技相结合，3个自动按摩程序，精准缓解游戏过程中的身体酸痛

智能DIY按摩椅



- **户型：**任何户型
- **特点：**傲胜按摩小电，智能背乐乐+智能腿乐乐，组合成按摩椅，定点按摩，DIY属于自己的舒适圈

来源：艾瑞咨询自主研究绘制。

©2021.10 iResearch Inc.

中国智能按摩椅行业未来发展趋势

趋势五：智能按摩追踪健康数据，延伸健康管理场景

智能检测技术的发展，使个人身体状况得以量化与可视化。健康数据多场景的应用，全方位、深层次地打造智慧的健康管理生态。在未来，作为智慧家居的载体，智能按摩椅会联合健康数据管理、智慧医疗、智能家居，共同为消费者提供高效的个性化服务、拓宽健康管理的生态边界，延伸按摩椅在大健康、影音娱乐等行业的应用场景。

监测追踪健康数据，营造健康管理新生态



个人健康数据管理

- 充分测量重要生理指标，如血压、血糖、体重等
- 跨行业合作、推送个性化广告，以生理数据为基础，通过物联网推送血压仪、减肥套餐、体重器等广告



智慧医疗联动

- 智能按摩椅检测并记录生理数据，生成个性化健康报告
- 个性化推荐养生方案，智能算法根据健康指标拟定饮食/运动计划
- 就医时，方便医生全面掌握身体状况，对亚健康状态进行判别、设计最佳诊疗方案



智能家居联动

- 智能语音控制，摆脱键盘、遥控器、操作屏的限制，语音开启按摩、调速等
- 通过蓝牙、WiFi连接家中其他智能设备，实现全屋智能联动，打造绿色智慧生活

来源：艾瑞咨询自主研究绘制。

©2021.10 iResearch Inc.

中国智能按摩椅行业未来发展趋势

趋势六：按摩小电品类功能更细分，与按摩椅功能相得益彰

由于需求升级，消费者希望通过按摩小电更好的进行局部护理。未来按摩小电的品类会更加丰富，同时功能也会更加细分，专注于某一个细节领域需求的按摩小电会越来越受消费者欢迎。与此同时，按摩小电体积小、携带方便，可以随时随地自主DIY体验按摩，按摩小电与按摩椅搭配使用，功能相得益彰，给消费者带来全面、精细的按摩体验。

按摩小电品类及功能更加细分

智能腿部按摩器	智能头部按摩器	智能背部按摩器	智能按摩枕
			
智能颈部按摩器	**智能护眼器**	**劲速筋膜枪**	**刮痧按摩仪**
			

来源：艾瑞咨询自主研究绘制。

艾瑞定制化解决方案

iResearch 艾瑞咨询



品类拓展

多种方式帮助企业圈定未来业务中可拓展的高潜能产品品类，挖掘产品机会点，触达目标人群，实现品类拓展和业绩增长。



产品创新

为企业在产品机会点挖掘和产品创新可行性验证上提供数据分析，并通过可行性验证为企业新产品创新。



品牌定位与追踪

助力企业建立全新子品牌或品牌升级/再定位，并以品牌为抓手实现业务增长。并对企业品牌进行长期监测，提出品牌建设与运营建议。



TMIC isv服务

依托TMIC阿里天猫创新中心的isv认证以其数据资源和艾瑞的专家资源，为品牌的新品创新全流程提供服务。包括寻找新品机会方向、产品创意、新品概念测试优化与上市市场模拟。



人群洞察

为企业提供360度全景用户画像，亦可通过定制化研究分析用户的购买动机、场景、需求等U&A和人群细分研究，助力企业理解用户。



CEM-客户体验

顾客体验管理系统开发与洞察。通过多元数据（大小数据结合）为企业定制顾客体验管理体系与系统开发，定期监测顾客体验的变化并提供顾客体验优化洞察。



社群洞察运营

依托大数据源（如TMIC等）搭建真实的品牌目标人群社群。持续运营公有社群为特定品牌提供快速真实的调研洞察服务，也可为品牌提供私有社群搭建和持续运营洞察服务。



营销策略及效果

覆盖广告投放前中后全链路，为企业提供投前策略分析、投中KPI监测及投后效果分析。为企业持续提高广告投放ROI、降低获客成本及提升品牌资产提供数据依据。

关于艾瑞

艾瑞咨询是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

联系我们 Contact Us

400 - 026 - 2099

ask@iresearch.com.cn

企 业 微 信

微信公众号

法律声明

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

为商业决策赋能

EMPOWER BUSINESS DECISIONS

iResearch

艾 瑞 咨 询