

2021年中国按摩产品市场分析报告- 行业现状调查与盈利前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国按摩产品市场分析报告-行业现状调查与盈利前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/543553543553.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

2020年度，中国按摩产品线上销售增速约达40%，成为线上健康家电销售增速最高的品类之一，按摩产品市场关注度快速提升。中国按摩产品行业正经历从高单价、低曝光度、消费认知不足的局面，到性价比合理、渠道分布广泛、消费认知快速提升的阶段。对按摩产品保有率较高的日、韩（保有率分别为20%、12%）等国家按摩产品市场进行深入研究，与中国的现状对比分析后，家庭可支配收入增长、品质生活需求、人口老龄化、亚健康年轻化等驱动按摩产品行业爆发的要素在中国已经形成。而此时，众多家电、家居品牌和线上贴牌运营商纷纷跨界入局，与耕耘中国市场多年的专业按摩产品品牌一起开发国内按摩产品消费这片蓝海。

目前，按摩椅已成为我国最主流的按摩产品。数据显示，在我国按摩产品行业产品结构中，按摩椅的占比近半，为46%。

我国按摩产品行业产品结构 资料来源：观研天下整理

在市场竞争方面，目前我国按摩椅行业呈现生产企业数量但行业集中度较低的局面，整体可分为三大竞争梯队。其中，荣泰、奥佳华等企业凭借大量生产经验以及具有规模优势，在中国按摩椅市场处于第一梯队位置。

我国按摩产品行业市场竞争情况 资料来源：观研天下整理

面对中国按摩产品市场需求快速增长的势头，按摩产品公司需要坚定在技术与产品创新、体系建设与改革、品牌与渠道完善、营销创新及产能储备等多方面进行持续性布局，进一步加固并强化按摩产品行业壁垒，迎接按摩产品行业即将到来的重要转折点。

按摩产品公司发展战略建议 资料来源：观研天下整理

1、技术与产品创新

按摩产品公司在围绕按摩产品硬件核心技术进行突破的同时，需要结合AI人工智能、IoT物联网、健康检测等技术进行创新应用，进一步提升拟人能力、分析能力和交互能力；并携手华为消费者业务，打造智慧家庭健康管理系统，合力打通5G时代智能健康生活全场景，进一步提升在技术、产品方面的创新领先能力。

2、体系建设与改革

按摩产品公司一方面需要大力推进按摩产品平台化管理模式，促进资源整合、优化配置、统一战略，构建高协同、高效率、强执行、快速反应的运营体系；另一方面，按摩产品公司需要注重自主品牌零售体系的建设和运营能力的提升，加大零售、运营、品牌及管理人才的引进，强化战略落地和执行能力。

3、品牌与渠道完善

按摩产品公司需要在国内市场实施双品牌战略。双品牌布局线上和线下渠道，构建完整的产品矩阵，满足不同市场层级和细分人群的消费需求。高端产品需要在一、二线城市高端商场、购物中心为主的零售渠道，在此基础上全面升级终端形象，获得市场良好的反馈，

同时加快开拓下沉市场的经销商体系；低端产品需要以集合店的方式通过经销商继续向二、三、四线下沉市场渗透，同时在机场、高铁等人流密集的交通枢纽铺设品牌专柜，结合共享按摩产品探索新零售模式。

4、营销创新

按摩产品公司需要通过优质代言人、联名全球知名IP扩大消费群体触达；与主流电商平台达成深度合作，通过站外全网种草、专业测评以及头部主播薇娅、罗永浩、雪梨等直播带货等新兴营销方式，加大品牌和核心单品曝光，以精准引流提高销售转化。同时，进一步完善CRM系统，打造线上引流、线下体验的全链路营销闭环，以提升线下实体店店效和人效。

5、产能储备

按摩产品公司需要通过引入智能制造模式，实现生产过程的自动化、智能化及信息化，通过大规模的自动流水线生产按摩产品，持续推进精益化生产，从而大幅提高生产效率，降低运营成本。

中国按摩产品行业风口已至，顺势而为紧抓机遇，按摩产品公司需要在行业的快速增长中不断积累势能，争取增量份额的同时，加大力度抢占存量份额，加速推动行业的集中与整合，努力实现中国按摩产品的市场占有。（CJ）

观研报告网发布的《2021年中国按摩产品市场分析报告-行业现状调查与盈利前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深

分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国按摩产品行业发展概述

第一节 按摩产品行业发展情况概述

- 一、按摩产品行业相关定义
- 二、按摩产品行业基本情况介绍
- 三、按摩产品行业发展特点分析
- 四、按摩产品行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、按摩产品行业需求主体分析

第二节 中国按摩产品行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、按摩产品行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国按摩产品行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国按摩产品行业生命周期分析

- 一、按摩产品行业生命周期理论概述
- 二、按摩产品行业所属的生命周期分析

第四节 按摩产品行业经济指标分析

- 一、按摩产品行业的赢利性分析
- 二、按摩产品行业的经济周期分析
- 三、按摩产品行业附加值的提升空间分析

第五节 中国按摩产品行业进入壁垒分析

- 一、按摩产品行业资金壁垒分析
- 二、按摩产品行业技术壁垒分析

- 三、按摩产品行业人才壁垒分析
- 四、按摩产品行业品牌壁垒分析
- 五、按摩产品行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球按摩产品行业市场发展现状分析

- 第一节 全球按摩产品行业发展历程回顾
- 第二节 全球按摩产品行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲按摩产品行业地区市场分析
 - 一、亚洲按摩产品行业市场现状分析
 - 二、亚洲按摩产品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲按摩产品行业市场前景分析
- 第四节 北美按摩产品行业地区市场分析
 - 一、北美按摩产品行业市场现状分析
 - 二、北美按摩产品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美按摩产品行业市场前景分析
- 第五节 欧洲按摩产品行业地区市场分析
 - 一、欧洲按摩产品行业市场现状分析
 - 二、欧洲按摩产品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲按摩产品行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界按摩产品行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球按摩产品行业市场规模预测

第三章 中国按摩产品产业发展环境分析

- 第一节 我国宏观经济环境分析
 - 一、中国GDP增长情况分析
 - 二、工业经济发展形势分析
 - 三、社会固定资产投资分析
 - 四、全社会消费品按摩产品总额
 - 五、城乡居民收入增长分析
 - 六、居民消费价格变化分析
 - 七、对外贸易发展形势分析
- 第二节 中国按摩产品行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国按摩产品产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国按摩产品行业运行情况

第一节 中国按摩产品行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
 - 1、行业技术发展现状
 - 2、行业技术专利情况
 - 3、技术发展趋势分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国按摩产品行业市场规模分析

第三节 中国按摩产品行业供应情况分析

第四节 中国按摩产品行业需求情况分析

第五节 我国按摩产品行业进出口形势分析

- 1、进口形势分析
- 2、出口形势分析
- 3、进出口价格对比分析

第六节、我国按摩产品行业细分市场分析

- 1、细分市场一
- 2、细分市场二
- 3、其它细分市场

第七节 中国按摩产品行业供需平衡分析

第八节 中国按摩产品行业发展趋势分析

第五章 中国按摩产品所属行业运行数据监测

第一节 中国按摩产品所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节 中国按摩产品所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国按摩产品所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国按摩产品市场格局分析

第一节 中国按摩产品行业竞争现状分析

一、中国按摩产品行业竞争情况分析

二、中国按摩产品行业主要品牌分析

第二节 中国按摩产品行业集中度分析

一、中国按摩产品行业市场集中度影响因素分析

二、中国按摩产品行业市场集中度分析

第三节 中国按摩产品行业存在的问题

第四节 中国按摩产品行业解决问题的策略分析

第五节 中国按摩产品行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国按摩产品行业需求特点与动态分析

第一节 中国按摩产品行业消费市场动态情况

第二节 中国按摩产品行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 按摩产品行业成本结构分析

第四节 按摩产品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国按摩产品行业价格现状分析

第六节 中国按摩产品行业平均价格走势预测

一、中国按摩产品行业价格影响因素

二、中国按摩产品行业平均价格走势预测

三、中国按摩产品行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国按摩产品行业区域市场现状分析

第一节 中国按摩产品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区按摩产品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区按摩产品市场规模分析

四、华东地区按摩产品市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区按摩产品市场规模分析

四、华中地区按摩产品市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区按摩产品市场规模分析

四、华南地区按摩产品市场规模预测

第九章 2017-2021年中国按摩产品行业竞争情况

第一节 中国按摩产品行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国按摩产品行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国按摩产品行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 按摩产品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国按摩产品行业发展前景分析与预测

第一节 中国按摩产品行业未来发展前景分析

- 一、按摩产品行业国内投资环境分析
- 二、中国按摩产品行业市场机会分析
- 三、中国按摩产品行业投资增速预测

第二节 中国按摩产品行业未来发展趋势预测

第三节 中国按摩产品行业市场发展预测

- 一、中国按摩产品行业市场规模预测
- 二、中国按摩产品行业市场规模增速预测
- 三、中国按摩产品行业产值规模预测
- 四、中国按摩产品行业产值增速预测
- 五、中国按摩产品行业供需情况预测

第四节 中国按摩产品行业盈利走势预测

- 一、中国按摩产品行业毛利润同比增速预测
- 二、中国按摩产品行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国按摩产品行业投资风险与营销分析

第一节 按摩产品行业投资风险分析

- 一、按摩产品行业政策风险分析
- 二、按摩产品行业技术风险分析
- 三、按摩产品行业竞争风险
- 四、按摩产品行业其他风险分析

第二节 按摩产品行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国按摩产品行业发展战略及规划建议

第一节 中国按摩产品行业品牌战略分析

- 一、按摩产品企业品牌的重要性
- 二、按摩产品企业实施品牌战略的意义
- 三、按摩产品企业品牌的现状分析
- 四、按摩产品企业的品牌战略
- 五、按摩产品品牌战略管理的策略

第二节 中国按摩产品行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国按摩产品行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国按摩产品行业发展策略及投资建议

第一节 中国按摩产品行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国按摩产品行业营销渠道策略

- 一、按摩产品行业渠道选择策略
- 二、按摩产品行业营销策略

第三节 中国按摩产品行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国按摩产品行业重点投资区域分析
- 二、中国按摩产品行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/543553543553.html>