

2021年中国小型按摩器行业分析报告- 产业格局现状与发展动向前瞻

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年中国小型按摩器行业分析报告-产业格局现状与发展动向前瞻》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/yiqiyibiao/556188556188.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

一、行业现状

小型按摩器产品主要包括功能相对特定的眼、颈、头、肩、腰、背、足部等按摩器，在我国按摩器市场中，小型按摩器规模逐渐超过大型按摩器，目前的市场份额约54%。

我国按摩器市场结构数据来源：公开资料整理

根据2021年1-5月累计的销量来看，颈椎/腰椎按摩器、眼部按摩器最受欢迎，其中，颈椎/腰椎按摩仪的销量占比约为25%，按摩捶/棒的占比达到19%。

2021年1-5月线上小型按摩仪器销量占比（%）数据来源：淘数据

（一）供给端

1、海外家电巨头率先涉足小型按摩器，行业参与者百花齐放

根据观研报告网发布的《2021年中国小型按摩器行业分析报告-产业格局现状与发展动向前瞻》显示。按摩器具发展最早可追溯至20世纪60年代，随着传统家电巨头如松下等品牌涉足小型按摩器具行业，行业呈现出生产厂商增加、产品种类功能和功能丰富的发展态势。21世纪，小型按摩器具的生产及销售由日本、韩国等发达国家转向东亚、东南亚周边，倍轻松率先发觉行业先机并抢占市场，随后SKG等新兴品牌及奥斯玛、奥佳华等老牌按摩椅厂商也进军小型按摩器具市场，行业呈现百花齐放的态势。

2、受技术推动影响显著，产品从手动到自动、从能用到好用

80年代之后得益于新材料和电子技术的进步，按摩器具开始从早期笨重的大型按摩椅演化为针对不同部位的小型按摩器具，在用户体验、便携程度大幅提高之后，按摩器具开始被广大家庭所接受。此后，随着科技不断进步按摩器具逐步细分为针对眼部、颈部、腰部等子领域。早期受限于研发能力，市场按摩产品多为手动，按摩头为简单圆弧状设计，功能单一且体积庞大造成用户体验感不佳。随着新材料和科技进步，电动式和电磁式按摩器出现，通过小型化的按摩装置和精确控制改善用户体验，但技术壁垒仍不高。随着产品及技术的更新迭代，小型按摩器技术升级至仿人手指压按摩，实现按摩功能自动化及专业化，进一步提高用户体验，解决需求痛点。

小型按摩器技术变化进程

类型

普通按摩器

电动按摩器

电磁按摩器

仿人手按摩器

产品形态

技术原理

手持按压肌肉部位

弹簧轴带动偏心轮高速转动，偏心轮使按摩头产生高频振动

固定铁芯片上线圈通交流电产生交变磁场，在磁场力和振动弹簧片的作用下，按摩头反复振动

结合中医疗法进行仿人手指压按摩，旋转位移、平移推拿、定点揉捏

技术壁垒

低

较低

较低

较高

材质

普通塑料

普通塑料、硅胶

普通塑料、硅胶

棉纶布料等亲肤透气材质资料来源：公开资料整理

（二）需求端

1、经济因素

居民可支配收入就保健意识的提升，奠定小型按摩器材市场良好的消费基础。从数据可以看出，中国城镇居民人均可支配收入大幅提高，从2013年的26955元升至2020年的43834元，同时，2020年我国居民人均医疗保健品消费支出增至2228元，随着人民生活水平不断提高，其保健意识逐步增强，居民对于小型按摩器材类产品的消费意愿有望进一步提升。

2013-2020年我国城镇居民人均可支配收入数据来源：国家统计局

2013-2020年中国居民人均医疗保健品消费支出数据来源：国家统计局

2、社会因素

其一，在老龄化的背景下，有保健需求的老年人必然是按摩器潜在的消费群体之一。根据第七次人口普查结果显示，我国2020年65岁以上人口超1.9亿，在总人口中的占比达12%。随着健康意识的增长，具有良好按摩保健功能且具便携性的小型按摩器具也逐渐被老年人接受。

2010-2020年我国65岁人口比例数据来源：国家统计局

其二，亚健康人群中青年人及白领占比远超半数，市场存在潜在高消费群体；颈部和眼部疾病人群，对应细分市场成长潜力突出。根据相关数据显示，在70前、70后、80后，90后这四个年龄段的人群里，有76.7%的人处于亚健康。其中，31-35岁人群比例最高，为29%，从职业分布来看，互联网、企业高管等白领占比最高，合计占比近68%。白领和年轻人群具有较强的消费能力及消费意愿，而小型按摩器可实现自助式日常按摩，可以有效缓解对应人群的亚健康状态，解决这类消费者痛点，具有庞大的潜在扩张空间。

2020年中国亚健康人群年龄分布数据来源：公开资料整理

2020年中国亚健康人群职业分布数据来源：公开资料整理

此外，在亚健康人群面临的健康疾病中，颈椎病和眼部疾病为两大问题。目前，我国的颈椎病患者人数高达2亿人，并且颈椎病低龄化趋势凸显。同时，随着电子产品更新迭代加速，电子产品使用带来的眼部问题也日趋严重，2020年我国干眼症患者规模高达2.19亿人，较2015年增加0.24亿人。这两大疾病问题的不断加重，也预示则细分市场中颈部、眼部按摩器的高需求潜力。

1980-2020年我国颈椎病高发年龄变化数据来源：公开资料整理

2015-2020年我国干眼症患者人数规模数据来源：公开资料整理

其三，健康期望和健康自评间存在差异，健康经济应运而生。2020年国民对自己的健康状态打分平均为6.2分，68%的自评分值集中在5-7分，而人们对于健康的期待平均分为8.8分，约一半希望自己完全健康，而理想与现实存在的差距，提升人们对健康产品消费的欲望，契合人们健康需求的小型按摩器的市场有望被进一步打开。

2020年国民健康期望值和自评分情况

健康期望值

比例

健康自评分

比例

0-6分

9%

0-4分

11%

7分

7%

5分

23%

8分

20%

6分

21%

9分

15%

7分

24%

10分

49%

8分

16%

/

/

9-10分

5%

备注：健康期望值平均分8.8，健康自评分平均分6.2数据来源：公开资料整理

3、对标海外

根据观研报告网发布的资料显示，目前我国大陆按摩器具渗透率仅为1.5%，对标日本、韩国等海外发达国家接近20%的普及率，仍有很大的渗透空间。近年来，中国经济快速发展，预计未来5年按摩器具渗透率将于较大幅度提升，预计到2025年，中国的按摩器具市场规模渗透率将有望提升至4.72%。

中国及周边地区按摩器渗透率对比数据来源：观研天下数据中心整理

二、竞争格局

千余品牌竞争，行业战况激烈。小型按摩器品牌繁多，竞争格局分散，以淘系平台数据来看，2021年6月有1400+小型按摩器具品牌，店铺门店数量约3500个。细分到各个品牌来看，2021年1-6月，小型按摩器龙头品牌为 skg 和倍轻松，共占据25%的市场份额，而其余品牌市场占比均在较低的个位数水平，行业CR6为38.5%。

2021年1-6月小型按摩器淘系平台竞争格局（按销售额）数据来源：淘数据

（一）以倍轻松公司为例分析

小型按摩器公司普遍扎根线上，线下布局较为空白，倍轻松虽然在线上的市占屈居第二，但其线下渠道布局却为领先。倍轻松是一家创立于2000年的专注于健康产品创新研发的高新技术企业，主要从事智能便携按摩器的设计、原发、生产、销售及服务。近年来，倍轻松一直专注于“小而美”的便携式按摩器市场，具有丰富的产品研发和市场开拓经验，其产品逐渐在消费者中树立起了较好的品牌效应。

1、产品、价格及研发投入分析

产品方面：首先，倍轻松产品专注眼部、颈部、头部按摩业务，深挖客户需求。与市面上多数按摩仪器公司通过产品广撒网、多SKU和长尾品类扩大销售规模不同，倍轻松产品规划方向明确，深度专注于眼部、颈部、头部和头皮按摩仪的研发制造。

倍轻松按摩器具品牌类型覆盖范围

倍轻松

SKG

奥佳华

乐范

眼部

颈部

头部

肌肉

腿部

足部

腰部

其他

无

无

暖宫宝

手持按摩棒、人体工学可调整背靠等资料来源：观研天下整理

其次，倍轻松公司以中医按摩为产品提供差异化卖点，将传统理论融于现代科技。公司产品的按摩技术由中医理论发展支撑，为消费者提供了差异化的产品功能，例如：公司的眼部按摩器结合砭针灸等中医理论，明星产品 iSee 系列可以按压睛明穴、丝竹空穴、太阳穴等八大穴位日常保养，还原真人手指按摩手法，从根本上加强使用体验。

第三，倍轻松产品持续推陈出新，按摩技术由敲击捶打演化为仿人手按摩。从倍轻松自身的迭代路径来看，自2001年推出首款眼部按摩器 ISee-100（旧款）以来，产品更新换代迅速。技术路径方面，从第一代到第三代按摩器，按摩手法从普通敲击捶打演变成微电脑芯片控制实现智能气压、穴位揉压等理疗功效，在此基础上结合中医经络学与现代科学，研发出仿真按摩触头及仿人手按摩技术，精准触及眼部各大穴位。同时，产品附加功能也逐步完善，目前眼部按摩器具备热敷、智能温控、立体声音乐、美眼等实用功能。产品智能化程度也不断提升，目前可实现APP 蓝牙操控，可在手机端调整按摩模式，提升用户体验。

倍轻松产品技术更迭简况

型号

ISee-100（旧款）

ISee-330

ISee-360

ISee4J

EYE1

ISeeK

推出时间

2001年

2006年

2007年

2013年

2017年

2020年

按摩手法

点对点按摩、敲击捶打

揉压穴位、智能气压按摩

智能气压、独立太阳穴按摩、多频振动
6个气囊区域挤压穴位、双引擎多频振动
20个按摩头机械按摩、360°旋转按摩
可视化点震按摩、间歇性按摩

附加功能

-

放松音乐、热敷
静心引导、热敷
静心引导、热敷
温控、音乐、热敷
立体声音乐、美眼

供电方式

干电池2支

干电池4支

干电池4支

锂电池

锂电池

锂电池

操作方式

按键控制

手柄按键控制

手柄按键控制

APP操控

一键式按键

APP蓝牙操控资料来源：公开资料整理

2001-2021年倍轻松公司产品更新资料来源：观研天下整理

价格方面：产品定价区间更宽，主要锁定中高端。相比于SKG和乐范，倍轻松产品定价区间更宽，且占据中高端市场。在统计的天猫旗舰店销量前十的产品中，倍轻松、SKG 和乐范的最高单价分别为 1980 元、799 元和 899 元。

2020年倍轻松、SKG和乐范在天猫旗舰店销量前十产品中的价格区间对比（元）数据来源：观研天下数据中心整理

2021年6月倍轻松公司产品在淘系平台均价领先数据来源：淘数据

研发方面：首先，专利数量达到576项核心技术形成领先优势。截至2020年底，倍轻松公司及子公司拥有的境内外专利合计576项，其中境内发明专利54项、境外发明专利90项；拥有的著作权合计115项，其中计算机软件著作权104项。同时公司在国际重要赛事上均有

获得国奖项，例如：德国红点设计奖2项、德国iF设计奖4项等。

公司产品多次获得国内外奖项资料来源：倍轻松公司官网

其次，作为国家级高新技术企业，倍轻松在长期发展中始终保持着对研发的高度投入。研发人员规模方面，倍轻松公司的技术研发人员数量从2016年的51人增至2020年的98人。同时，倍轻松公司的研发费用及费用率维持在较为稳定的状态。2021年上半年，公司研发费用2184万元，费用率为4.01%。

2016-2020年倍轻松公司技术研发人员规模数据来源：倍轻松公司官网

2017-2021年H1倍轻松公司研发费及费用率数据来源：倍轻松公司官网

2、销售渠道分析

从销售渠道来看，倍轻松采取线上、线下多渠道多元化融合发展方式。2018年和2019年，倍轻松以线下销售渠道为主，线下销售金额分别为2.90亿元和3.74亿元，占比分别为57.22%和54.03%。2020年度，受新冠肺炎疫情的影响，倍轻松线下渠道收入为3.48亿元，占比为42.23%，出现下降。但倍轻松线上渠道销售收入上升明显，金额为4.31亿元，占比提升至52.27%。

细分来看，从收入占比和增速中可看出，线下直销和线上B2C是倍轻松公司的两个核心销售渠道。2018-2020年，公司线上B2C销售占比从15.2%增至33%，线下直销则基本维持在30%左右。

2018-2020年倍轻松公司产品销售渠道拆分数据来源：倍轻松公司官网

倍轻松公司线下直销渠道收入来源多元化，直营门店数量持续扩张。2020年，公司2.2亿元线下直销收入中，直营门店、促销活动与展会、团购和社群营销分别占比74.7%、7.4%、8.2%和9.8%。

2018-2020年倍轻松公司直销渠道结构数据来源：倍轻松公司官网

此外，从倍轻松公司直营门店数量分布来看，机场是其销售重地，2020年公司的机场直营店数量达50家。

2017-2020年倍轻松公司直营门店数量数据来源：倍轻松公司官网

3、财务分析

随着智能便携按摩器行业的快速发展和公司竞争力的不断增强，倍轻松营业收入、归母净利润、毛利率等经营业绩指标保持快速增长的态势，盈利能力不断提高。

(1) 收入端

2017-2020年，倍轻松公司实现营业收入从3.575亿元增至8.265亿元，复合增长率为32.23%。2021年上半年，公司实现营业收入为5.437亿元，同比增幅高达64.94%。

2017-2021年H1倍轻松公司营业收入数据来源：倍轻松公司官网

从产品结构来看，眼部、颈部、头皮以及头部智能便携按摩器是倍轻松主要的收入来源，2020年以上四大类按摩小件合计实现收入6.59亿元，占营业收入比重近80%。其中，眼部和颈部智能便携按摩器贡献主要收入，2020年销售收入为25089万元、20655万元，占

营收比重为 30.36%、24.99%。

2018-2020年倍轻松公司产品收入结构（%）数据来源：倍轻松公司官网

2018-2020年倍轻松公司四大产品收入情况（万元）数据来源：倍轻松公司官网

从全球销售区域来看，公司以内销为主。截至2020年末，公司实现内销、外销收入为5.89亿元、2.35亿元，占主营业务收入比重为90.31%、9.51%。

2018-2020年倍轻松公司境内外业务收入结构数据来源：倍轻松公司官网

（2）利润端

2017-2020年，倍轻松公司实现归母净利润从2092万元增至7071万元，复合增长率高达50.07%。2021年上半年，公司实现归母净利润4136万元，同比增幅高达248.78%。

2017-2021年H1倍轻松公司归母净利润收入数据来源：倍轻松公司官网

2015-2019年，公司整体毛利率从49.56%稳步上升至60.93%，领先行业；2020年疫情期间线下门店受到影响，但公司毛利率仍然维持在58.36%的高水平。公司的净利率从2015年的0.52%增至2020年的8.53%。值得注意的是，虽然公司整体毛利率水平高，但是高销售费用投放导致毛净差高。

2015-2020年倍轻松公司毛利率和净利率数据来源：倍轻松公司官网

直营模式下，倍轻松公司经营性现金流情况良好。2018-2021年H1，公司经营性现金流净额分别为3809万元、3896万元、6825万元、8589万元，同比增速分别为93.25%、2.28%、75.18%、584.81%，盈利质量较为良好。

2017-2021年H1倍轻松公司经营性现金流净额

数据来源：倍轻松公司官网（TC）

观研报告网发布的《2021年中国小型按摩器行业分析报告-产业格局现状与发展动向前瞻》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年中国小型按摩器行业发展概述

第一节 小型按摩器行业发展情况概述

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

第二节 中国小型按摩器行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、小型按摩器行业产业链条分析
- 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、中国小型按摩器行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国小型按摩器行业生命周期分析

- 一、小型按摩器行业生命周期理论概述
- 二、小型按摩器行业所属的生命周期分析

第四节 小型按摩器行业经济指标分析

- 一、小型按摩器行业的赢利性分析
- 二、小型按摩器行业的经济周期分析

三、小型按摩器行业附加值的提升空间分析

第五节 中国小型按摩器行业进入壁垒分析

- 一、小型按摩器行业资金壁垒分析
- 二、小型按摩器行业技术壁垒分析
- 三、小型按摩器行业人才壁垒分析
- 四、小型按摩器行业品牌壁垒分析
- 五、小型按摩器行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球小型按摩器行业市场发展现状分析

第一节 全球小型按摩器行业发展历程回顾

第二节 全球小型按摩器行业市场区域分布情况

第三节 亚洲小型按摩器行业地区市场分析

- 一、亚洲小型按摩器行业市场现状分析
- 二、亚洲小型按摩器行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲小型按摩器行业市场前景分析

第四节 北美小型按摩器行业地区市场分析

- 一、北美小型按摩器行业市场现状分析
- 二、北美小型按摩器行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美小型按摩器行业市场前景分析

第五节 欧洲小型按摩器行业地区市场分析

- 一、欧洲小型按摩器行业市场现状分析
- 二、欧洲小型按摩器行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲小型按摩器行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界小型按摩器行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球小型按摩器行业市场规模预测

第三章 中国小型按摩器产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额
- 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 中国小型按摩器行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国小型按摩器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 中国小型按摩器行业运行情况

第一节 中国小型按摩器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 中国小型按摩器行业市场规模分析

第三节 中国小型按摩器行业供应情况分析

第四节 中国小型按摩器行业需求情况分析

第五节 我国小型按摩器行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国小型按摩器行业供需平衡分析

第七节 中国小型按摩器行业发展趋势分析

第五章 中国小型按摩器所属行业运行数据监测

第一节 中国小型按摩器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 中国小型按摩器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 中国小型按摩器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年中国小型按摩器市场格局分析

第一节 中国小型按摩器行业竞争现状分析

一、中国小型按摩器行业竞争情况分析

二、中国小型按摩器行业主要品牌分析

第二节 中国小型按摩器行业集中度分析

一、中国小型按摩器行业市场集中度影响因素分析

二、中国小型按摩器行业市场集中度分析

第三节 中国小型按摩器行业存在的问题

第四节 中国小型按摩器行业解决问题的策略分析

第五节 中国小型按摩器行业钻石模型分析

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年中国小型按摩器行业需求特点与动态分析

第一节 中国小型按摩器行业消费市场动态情况

第二节 中国小型按摩器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 小型按摩器行业成本结构分析

第四节 小型按摩器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 中国小型按摩器行业价格现状分析

第六节 中国小型按摩器行业平均价格走势预测

一、中国小型按摩器行业价格影响因素

二、中国小型按摩器行业平均价格走势预测

三、中国小型按摩器行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国小型按摩器行业区域市场现状分析

第一节 中国小型按摩器行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区小型按摩器市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区小型按摩器市场规模分析

四、华东地区小型按摩器市场规模预测

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、华中地区小型按摩器市场规模分析

四、华中地区小型按摩器市场规模预测

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、华南地区小型按摩器市场规模分析

四、华南地区小型按摩器市场规模预测

第九章 2017-2021年中国小型按摩器行业竞争情况

第一节 中国小型按摩器行业竞争结构分析（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 中国小型按摩器行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国小型按摩器行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 小型按摩器行业企业分析（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年中国小型按摩器行业发展前景分析与预测

第一节 中国小型按摩器行业未来发展前景分析

- 一、小型按摩器行业国内投资环境分析
- 二、中国小型按摩器行业市场机会分析
- 三、中国小型按摩器行业投资增速预测

第二节 中国小型按摩器行业未来发展趋势预测

第三节 中国小型按摩器行业市场发展预测

- 一、中国小型按摩器行业市场规模预测
- 二、中国小型按摩器行业市场规模增速预测
- 三、中国小型按摩器行业产值规模预测
- 四、中国小型按摩器行业产值增速预测
- 五、中国小型按摩器行业供需情况预测

第四节 中国小型按摩器行业盈利走势预测

- 一、中国小型按摩器行业毛利润同比增速预测
- 二、中国小型按摩器行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国小型按摩器行业投资风险与营销分析

第一节 小型按摩器行业投资风险分析

- 一、小型按摩器行业政策风险分析
- 二、小型按摩器行业技术风险分析
- 三、小型按摩器行业竞争风险
- 四、小型按摩器行业其他风险分析

第二节 小型按摩器行业应对策略

- 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年中国小型按摩器行业发展战略及规划建议

第一节 中国小型按摩器行业品牌战略分析

- 一、小型按摩器企业品牌的重要性
- 二、小型按摩器企业实施品牌战略的意义
- 三、小型按摩器企业品牌的现状分析
- 四、小型按摩器企业的品牌战略
- 五、小型按摩器品牌战略管理的策略

第二节 中国小型按摩器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 中国小型按摩器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年中国小型按摩器行业发展策略及投资建议

第一节 中国小型按摩器行业产品策略分析

- 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 中国小型按摩器行业营销渠道策略

- 一、小型按摩器行业渠道选择策略
- 二、小型按摩器行业营销策略

第三节 中国小型按摩器行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国小型按摩器行业重点投资区域分析
- 二、中国小型按摩器行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiqiyibiao/556188556188.html>