

行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據乃摘自我們委託弗若斯特沙利文編製的弗若斯特沙利文報告、各類政府官方刊物以及其他公開刊物。我們已委託弗若斯特沙利文就[編纂]編製獨立行業報告弗若斯特沙利文報告。政府官方資料並無經過我們、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、彼等各自的董事及顧問、或參與[編纂]的任何其他人士或各方的獨立核實，亦無對其準確性作出任何聲明。

中國大健康市場分析

中國大健康市場概述

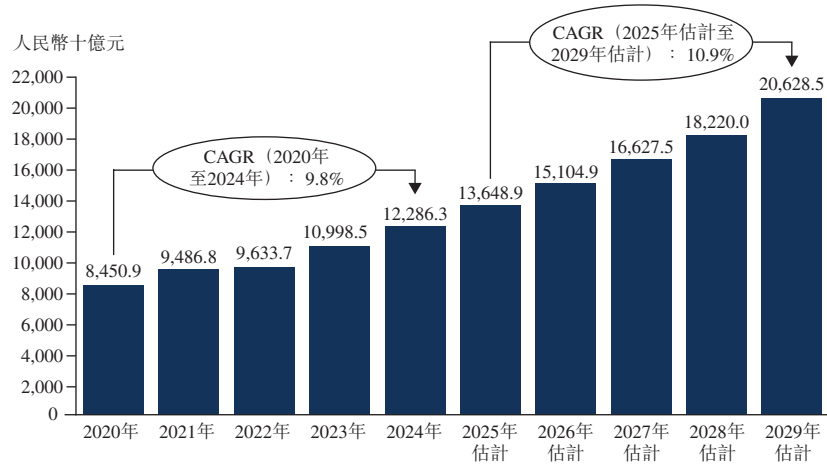
大健康市場是一個以健康為中心，涵蓋健康保健、醫療服務、醫藥、保健品、養老服務、健康保險及其他等多個領域的綜合性行業。隨著人們生活水平的提高和健康意識的增強，大健康市場逐漸成為人們關注的焦點，展現出巨大的市場潛力。在大健康市場中，健康保健是其中一個重要組成部分，尤其是隨著年輕人群中亞健康人數的不斷增加。健康保健領域側重於通過預防、監測和治療來維護和改善個人健康狀況。健康保健領域涵蓋各類旨在提升整體健康、減輕疲勞、促進放鬆的產品和服務，包括體檢、調理康復、健身、按摩等。為了滿足人們追求高質量、可持續的養生需求，健康保健領域能夠提供方便、實惠、有效的健康產品和服務，未來發展前景廣闊。

中國大健康市場規模

中國大健康市場規模從2020年的人民幣84,509億元增長到2024年的人民幣122,863億元，CAGR為9.8%。隨著政策的大力支持、投資力度的不斷加大、健康意識和消費水平的不斷提高，中國大健康市場正進入快速發展的新階段。鑒於需求的增長，創新和智能醫療服務及產品的競爭力將不斷增強，預計到2029年，中國大健康市場規模將達到人民幣206,285億元，CAGR為10.9%。這將推動市場朝著更加標準化、創新和高質量的方向發展。

行業概覽

中國大健康市場的市場規模（按收入計），2020年至2029年估計



資料來源：弗若斯特沙利文、IMF

中國大健康市場驅動因素

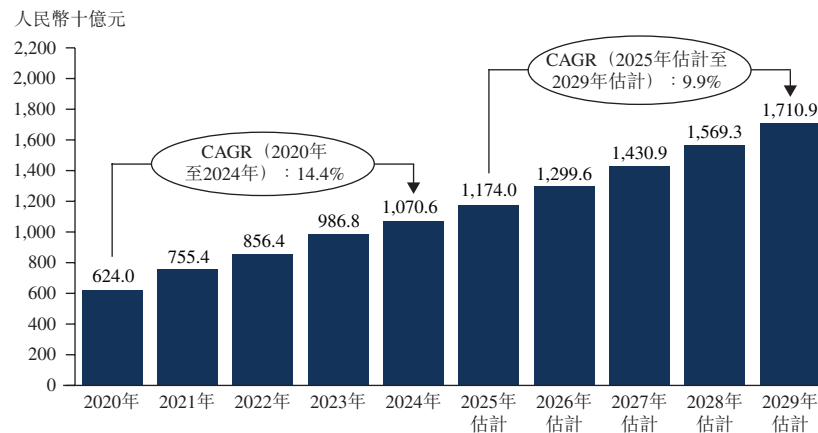
- **健康消費升級。**健康意識的不斷提高，加上收入水平的不斷提高，使得與健康相關的消費大幅增長。越來越多的人把健康放在首位，投資於健康管理、健身、營養補充劑和預防保健。中國人均大健康市場消費支出已從2020年的人民幣2,100元增長到2024年的人民幣3,000元，CAGR為9.3%，預計未來5年將達到人民幣4,800元，CAGR為9.8%。該消費習慣升級的趨勢擴大了健康產品和服務的市場，為大健康市場提供了強勁的發展動力。
- **人口老齡化加速，養老需求增長。**中國65歲以上人口比例已從2020年的13.5%上升到2024年的15.6%，標誌著中國正在向老齡化社會過渡。與此同時，出生率的下降加劇了老年人護理的壓力。由於能夠贍養他們的年輕家庭成員越來越少，老年人越來越將自我保健放在首位，並積極尋求健康和幸福的解決方案。老年人的健康需求已經成為大健康市場增長的一個重要驅動力。

行業概覽

中國大健康市場中健康保健領域市場規模

健康保健是大健康市場中的一個重要細分領域，旨在通過改善整體健康、減少疲勞和促進放鬆的產品和服務，如按摩服務、體檢、康復護理、健身等，從而保持和增進人們的身心健康。從市場規模來看，中國健康保健領域增長的主要動力來自亞健康的普遍存在、定制化保健需求的興起以及社交媒體對健康意識的傳播。該等因素協同作用，為行業發展提供了強勁動力，推動了市場擴張和服務多樣化。中國健康保健領域市場規模從2020年的人民幣6,240億元增長到2024年的人民幣10,706億元，CAGR為14.4%。隨著技術的不斷進步和消費者需求的不斷變化，健康保健領域將迎來持續增長和新的機遇。到2029年，市場規模預計將達到人民幣17,109億元，2025年至2029年的CAGR將達到9.9%。

中國健康保健領域市場規模（按收入計），2020年至2029年估計



資料來源：弗若斯特沙利文、IMF

中國大健康市場健康保健領域驅動因素

- **亞健康狀態的普遍化。**隨著現代生活節奏的加快和工作壓力的增加，越來越多的中國人處於亞健康狀態。2024年，超70%的中國城市人群存在亞健康問題，他們認為這主要是由於久坐、缺乏運動、熬夜、壓力大等因素導致。為了應對亞健康問題，消費者開始尋求更多的健康管理產品和服務解決方案，例如減壓、調理、睡眠改善和飲食營養等。智能健康設備、健康管理APP、體檢服務等產品和服務的需求不斷增加，推動了整個健康保健領域的擴展。

行業概覽

- **定制化需求的興起。**隨著消費者健康意識的提升和生活質量的改善，定制化健康管理逐漸成為增長的市場需求。越來越多的消費者根據自身的身體狀況和生活方式尋求定制化健康方案。例如，定制化營養補充、定制化健身計劃等服務應運而生。消費者對定制化健康方案的需求促進了健康保健、健康監測和智能健康產品等的發展，進一步推動健康保健領域市場的多元化和細分化。

中國按摩市場分析

按摩市場的定義與分類

按摩是指對身體施加壓力、摩擦或振動，以緩解疼痛、減輕壓力、改善血液循環和促進整體健康的治療方法。這種做法已在不同文化中使用了幾個世紀，如今已融入現代健康保健服務中。按摩市場可大致分為兩大塊：按摩產品和按摩服務。按摩產品包括為個人使用而設計的工具和按摩配件，如家用按摩設備、手持按摩器和足部按摩器。這些產品通常旨在為消費者提供居家按摩體驗。按摩服務是指由持證治療師或自動化系統提供的專業按摩服務，可進一步分為兩大類：

- **傳統按摩服務。**傳統按摩服務是指不涉及技術的手工按摩手法，通常由持證治療師使用手、手指、肘部或專業工具進行。
- **機器按摩服務。**相較於傳統的按摩服務，機器按摩服務整合科技來提升按摩體驗。其以智能按摩配件為載體，通過雲服務及IoT技術的應用，提供更智能化、更穩定和定制化的按摩服務。

行業概覽

不同按摩產品及服務的對比

在按摩市場上，按摩產品、傳統按摩服務及機器按摩服務在產品及服務範圍、定價、目標客戶、定制程度、場景覆蓋及市場份額方面均存在不同程度的差異。例如，行業中機器按摩服務設備的平均成本為獨立按摩設備人民幣2,000元至人民幣3,000元。具體情況如下：

不同按摩產品及服務比較分析

	按摩產品			按摩服務		
	產品/服務範圍	按摩椅 頸椎按摩器 足部按摩器	傳統按摩服務 背部按摩 頸部按摩 SPA 足部按摩	機器按摩服務 獨立設備提供的按摩服務 按摩墊提供的按摩服務 聯排設備提供的按摩服務		
定價		按摩產品的價格範圍約為人民幣80元至人民幣30,000元，行業平均價格約為人民幣500元。	傳統按摩服務的價格範圍一般為單項服務人民幣50元至人民幣1,000元（視乎服務類型而定），行業平均價格約為人民幣150元。	機器按摩服務的價格普遍較為平均，單項服務價格約為人民幣10元。		
目標客戶		按摩愛好者	按摩愛好者	目標客戶普遍，主要包括在商業及交通等需要等候的地方的所有人。		
定制化		定制化水平相對較低，僅能根據產品預設的按摩程序進行按摩。	定制水平高，可按具體需要定制按摩服務。	定制水平適中。該機器按摩服務設備可以對不同個體的身體結構進行識別和分析，從而提供相對個性化的按摩服務。		
場景覆蓋		場景覆蓋範圍相對有限，通常僅覆蓋家居等私人場所。	場景覆蓋處於中等水平，通常覆蓋按摩院等場所。	幾乎覆蓋所有需要等候的場所，如商業綜合體、影院、電競館、寫字樓、機場、火車站等。		
市場份額		於2024年，按摩產品分部佔中國整體按摩市場約4.7%。	於2024年，中國傳統按摩公司數目超過10,000家，佔整體按摩行業約94.8%的市場份額。	機器按摩服務作為按摩行業的一個新興板塊，於2024年的佔比僅為0.5%左右，隨著產品技術的進步及更廣闊的場景覆蓋，預計未來機器按摩業務將有較快的增長。		

附註：

- (1) 獨立按摩設備是指帶有獨立按摩倉的按摩設備。該設備一般包含大小尺寸，通常可調節身體位置。
- (2) 按摩墊是指需要加裝在椅子上的小型按摩器具，如影院觀影室的按摩設施。
- (3) 聯排按摩設備是指在商業環境和交通場所等場景中鏈接並固定的按摩設備。通常不少於5台設備連成一排。

資料來源：弗若斯特沙利文

中國總體按摩市場規模

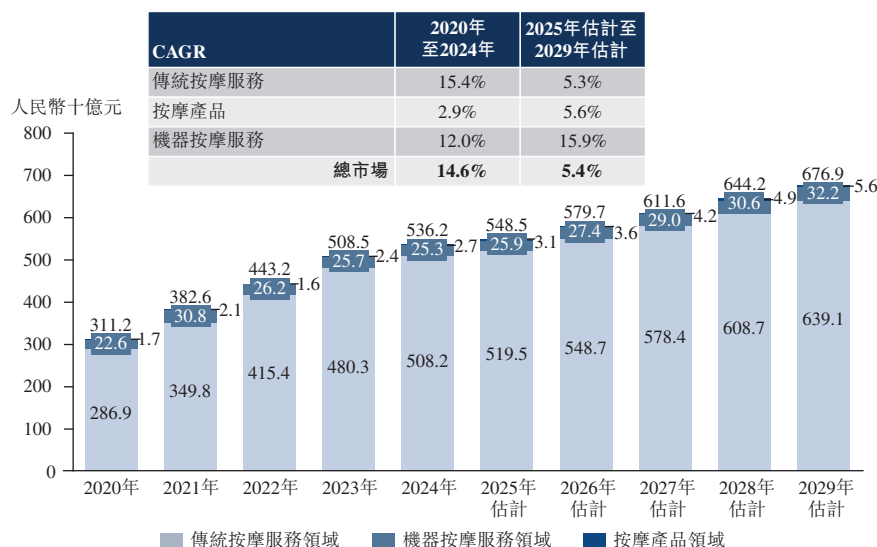
2020年至2024年期間，中國按摩市場的CAGR為14.6%，預計到2029年市場規模將達到人民幣6,769億元。其中，機器按摩服務市場預計將大幅增長，到2029年市場規

行業概覽

模預計將達到人民幣56億元，2025年至2029年的CAGR將達到15.9%。由於傳統按摩服務存在價格高、場景覆蓋有限、服務質量不穩定以及缺乏附加功能等問題，機器按摩服務模式通過技術手段降低人力成本並提高服務效率，在保證高質量服務的同時，提供更低的單次服務費用，讓消費者享受到性價比更高的健康體驗，進一步提升了按摩服務的普及率和便捷性，形成了更靈活的技術驅動型新興市場。

傳統按摩服務提供商及按摩產品銷售商與機器按摩服務提供商無法形成有效的直接競爭，主要原因有三：首先，雖然三者皆以提供按摩服務為宗旨，但其產品及服務卻大不相同。傳統的按摩服務主要依賴人工操作，提供高度定制化和多樣化的服務。按摩產品種類繁多，但定制化水平低，通常根據設計程序提供單一類型的按摩功能。相比之下，機器按摩服務通常配備更先進的設備，可以根據消費者的體型量身定制自動化的全身按摩計劃。第二，存在明顯價格差異。傳統的按摩服務及按摩產品通常價格昂貴，而機器按摩服務的價格相對低廉，在大規模市場中具備可觀的性價比優勢。最後，其目標客戶群不同。機器按摩服務的目標客戶群更為廣泛，主要為居住在商業、交通樞紐或其他需要等候的地方的人士。另一方面，傳統按摩服務及按摩產品主要以按摩愛好者為目標人群，其客戶群並不普遍。因此，三者之間並無直接競爭。中國傳統按摩服務市場的參與者超過10,000家，包括單一地點企業、大型連鎖店及多地點區域企業。

中國按摩市場的市場規模(按交易額計)，
按服務及產品類型拆分，2020年至2029年估計



資料來源：弗若斯特沙利文、IMF

行業概覽

中國機器按摩服務市場分析

機器按摩服務的科技屬性

機器按摩服務與傳統按摩服務的主要區別在於以下兩個關鍵維度，它們使得服務交付的定制化、自動化和效率更高。

- **設備智能。**機器按摩服務中使用的設備集成了傳感器和自動化等新興技術，可預測消費者需求，根據消費者的喜好和身體狀況進行實時動態調整，力求還原專業按摩大師的手法。例如，機器按摩設備可以檢測壓力點、身體姿勢和肌肉緊張程度，自動調整按摩的強度、類型和區域，以提供更加定制化的體驗。此外，智能技術的應用還能夠在按摩的同時為消費者提供健康檢測、媒體互動等附加服務，不斷優化消費者體驗。
- **服務智能。**在機器按摩服務中，整個消費者服務體驗通過技術得到了全面增強。在機器按摩服務提供商層面，根據客戶的消費數據（如壓力水平、身體狀況等）的系統，系統可以推薦適合的按摩類型或放鬆療法，進一步定制化服務，還可以分析並調整按摩服務的內涵和頻率，從而不斷優化產品和服務，提供更加精準和高效的消費者體驗。在消費者層面，消費者可以通過移動應用程序輕鬆預約、跟蹤和評價按摩服務，提升了服務的便利性和消費者體驗。

機器按摩服務應用場景

機器按摩服務通常以掃碼付費的形式提供按摩服務，消費者可以根據自身需求選擇合適的服務程序。這些服務通常在多種消費場景得到廣泛應用，如商業綜合體、影院、交通樞紐場所（包括機場、火車站）等。這些場所因其人流量大、消費者群體多樣，成為機器按摩服務的理想覆蓋地。通過機器按摩設備的普及，消費者可以在等待或休閒時隨時隨地享受便捷、舒適的按摩體驗，提升了按摩服務的可達性和靈活性。

行業概覽

機器按摩服務應用場景

商業環境場所	當前主流	➢ 商業綜合體是人流量密集且具備多功能的場所，消費者經常在此處逗留較長時間。機器按摩服務設備以「按摩空間」形式出現，通常會佈置在休息區、美食廣場、文娛場所附近等往來人流容易觸達的地方，且具備一定獨立性的空間，從而得到最大化利用，為消費者提供方便快捷的放鬆方式。
		➢ 影院通常會在放映廳內外兩處提供機器按摩服務。機器按摩服務為觀影者在等待和觀看電影的同時提供舒適的放鬆選擇。
	未來潛在應用（含例子）	➢ 電子競技場所屬於高能量環境，玩家和觀眾通常會在這裡度過很長時間。人們迫切需要一種快速的方法使他們能夠在比賽間隙或休息期間緩解壓力和身體勞損，以確保觀賽者和粉絲都能夠獲得舒適的比賽體驗。
		➢ 辦公樓是員工長時間坐在工位上辦公的地方。將機器按摩服務設備放置在茶水間、公共區域或電梯附近，能夠讓員工獲得快速放鬆的休息，提升員工身心健康和工作效率。
交通場所	當前主流	➢ 機場是推行機器按摩服務的理想場所，因為此處時有長時間中轉停留、延誤和旅行疲累的情況出現。旅客通常有充裕的候機時間，且在尋求放鬆方面擁有較高的消費能力。
		➢ 火車站人流密集且繁忙，乘客經常會需要長時間候車，而機器按摩服務設備能夠完美緩解旅客的出行疲勞。在候車室或售票處附近放置機器按摩服務設備能夠使其以高使用率吸引在中轉過程中尋求放鬆的乘客。
	未來潛在應用（含例子）	➢ 新能源充電站、高速服務區、交通休息場所等其他交通場所本質上非常適用機器按摩服務。人們通常不可避免地會在這些場所花費時間等待，這創造了一個為旅行者提供放鬆和充電的理想機會。此外，這些場所人流密集、消費者群多樣，能夠提供穩定的潛在消費者流，使其成為擴大機器按摩服務影響力的戰略場所。

資料來源：弗若斯特沙利文

機器按摩服務市場產業鏈

中國機器按摩服務市場的產業鏈涉及多個環節：上游包括供應商和製造商；中游包括機器按摩服務品牌；下游包括商業綜合體、影院、機場、火車站等。中游在整個市場的發展中起著關鍵作用。

機器按摩服務市場可分為三類：獨立按摩椅、按摩墊及聯排按摩椅。獨立按摩椅配備獨立的按摩倉，可調節身體姿勢，而聯排按摩椅則固定排列成行（通常一排不少於5張座椅），專為公共場所如候車區等設計。機器按摩服務提供商通常偏好獨立的按摩設備，因其放置靈活、可單獨控制且易於維護。通常使用聯排按摩椅的實體包括覆蓋火車站領域的重點企業，此類企業優先考慮集中管理及空間效率。

行業概覽

中國機器按摩服務市場產業鏈



資料來源：弗若斯特沙利文

中國機器按摩服務市場經營模式

機器按摩服務市場的收入來源主要包括兩個方面：一是按摩服務收入，即消費者通過二維碼或應用程序按次付費，品牌從中獲取利潤；二是其他增值服務收入，如第三方平台收入，品牌通過與第三方平台合作進行廣告投放、短視頻觀看或其他業務合作獲得潛在收入。

機器按摩服務市場提供三種主要的支付方式：通過掃描二維碼進行移動支付，因其便捷而廣受歡迎，是在中國機器按摩服務市場使用最廣泛的一種支付方式；在服務網點終端使用銀行卡進行安全交易，包括信用卡和借記卡；以及數字錢包等其他替代支付方式，方便客戶快速安全地支付，以及貨到付款，為那些更喜歡傳統支付方式的客戶提供了選擇。這些選項滿足了不同消費者的支付偏好。

機器按摩服務的合作模式主要有兩種：一種是直營模式，即機器按摩服務提供商直接與場地方簽署協議，完全控制設備的部署和利潤；另一種是區域合作模式，即由機器按摩服務提供商提供整體按摩解決方案，由當地運營商尋找點位並負責在指定區域內按照機器按摩服務提供商經營模式進行日常運營，機器按摩服務提供商獲得收入分成（作為服務費）並加速跨區域擴張。

行業概覽

中國機器按摩服務市場的關鍵成功因素

機器按摩服務提供商的成功依賴於三個關鍵因素：精準的場景選擇，高效的運營管理，以及完善的設備管理。

- **場景選擇：高效服務網點覆蓋高流量場所。**機器按摩服務提供商需要優先佈局人流密集、高消費潛力的場所，這些服務網點不僅帶來了穩定的消費者群體，還能通過與場地方的合作，降低租金成本並提高盈利能力。同時，場景選擇需要結合市場特性與消費者習慣。例如，在商業綜合體的休息區設置按摩設備可以為消費者提供便利性，而在機場和高鐵站靠近登機口或候車區的佈局則能充分利用旅客的碎片化時間。通過深耕一線城市及新一線城市並逐步向其他市場下沉，機器按摩服務提供商能夠擴大市場覆蓋範圍，實現全渠道滲透。
- **運營效率：數字化管理。**機器按摩服務行業需要依託數字化管理平台，實現高效運營。通過IoT技術，機器按摩服務提供商可以實時監控設備運行狀態、客戶使用頻率和功能異常情況，及時進行維護和優化。數字化後台系統還能夠分析各服務網點的運營表現，幫助機器按摩服務提供商制定精準的市場擴展和資源配置計劃。此外，機器按摩服務提供商可以通過動態定價模式，根據定制化按摩程序、地理位置、消費場景和成本等調整服務收費，以最大化收益。這種數字化管理不僅減少了人工干預成本，還顯著提高了運營效率，為企業提供了競爭優勢。

中國機器按摩服務市場規模

在大健康產業的快速發展背景下，中國的機器按摩服務市場正進入快速發展階段。目前，機器按摩服務的主要應用場景包括商業綜合體、影院、機場和火車站。受COVID-19疫情的影響，過去五年市場整體增長速度較慢，市場規模從2020年的人民幣1,721.1百萬元增長至2024年的人民幣2,706.9百萬元，CAGR為12.0%。

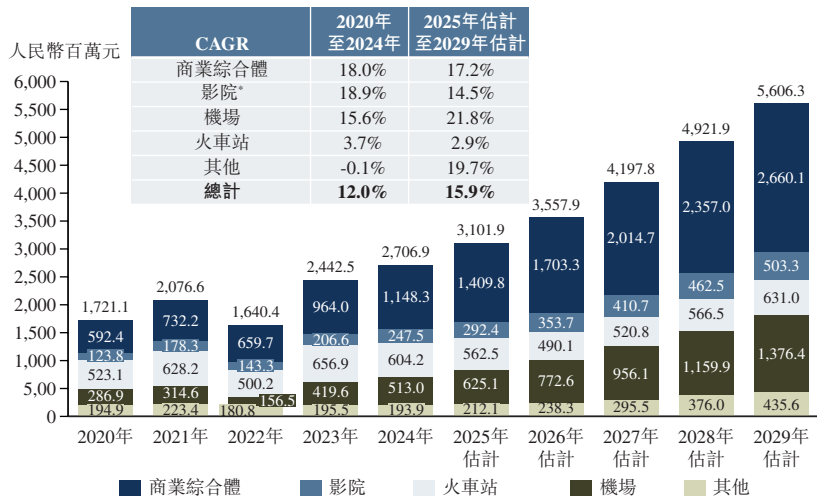
行業概覽

其中，商業綜合體板塊是最大的市場，2024年市場規模達到人民幣1,148.3百萬元，期間CAGR為18.0%。緊隨其後的是影院板塊，2020年至2024年的CAGR為18.9%。COVID-19疫情對機場、火車站等交通場所造成的影響顯著，其中火車站機器按摩設施的規模從2019年的271.1千台減少至2024年的206.4千台，CAGR為-3.7%。與機器按摩服務的政策轉變重疊，此領域的市場規模尚未完全恢復。未來，在可支配收入增加（尤其是白領階層）、加速核心商業樞紐（機器按摩設備於2024年在商場及機場的滲透率分別達75%及40%）的佈局、向高流量垂直領域擴張及標準化租賃模式降低運營成本的推動下，中國機器按摩服務市場規模預計將從2025年的人民幣3,101.9百萬元增長至2029年的人民幣5,606.3百萬元，期間CAGR為15.9%。

於2024年，火車站板塊機器按摩服務的市場規模約為人民幣604.2百萬元，並預期2029年將達到人民幣631.0百萬元，CAGR為2.9%。火車站機器按摩服務增長減速是多種因素的結果。從政策角度來看，監管引導對市場發展有重大影響。雖然目前沒有明確的政策要求全面取締或淘汰機器按摩設備，但政府已出台一系列監管要求：2022年，國家鐵路局對《鐵路旅客車站設計規範》進行局部修訂，提出根據客流和需求合理確定商業設施規模。2023年，國家鐵路局發布多功能候車座椅（如按摩座椅）的整改標準化要求，訂明全國火車站多功能候車座椅數量不得超過全部候車座椅的20%。須定期進行安全檢查、衛生保潔和消殺滅菌。不合規的按摩座椅須限期整改到位。對客流量大且候車面積不足的車站，進一步壓減多功能候車座椅比例和數量。該等政策規定要求機器按摩服務行業更加關注合規運營，加大在設備質量提升、衛生管理及安全保障方面的投入。各公司需要不斷優化產品及服務，以順應政策變化，滿足旅客日益多樣化及高品質的需求。這亦加速了行業整合，淘汰了一些不合規的小企業，推動整個行業向更規範、更健康的方向發展。

行業概覽

中國機器按摩服務市場規模(按交易額計)，按應用場景拆分，2020年至2029年估計



附註：影院板塊的市場規模僅包括放映廳內產生的交易額。

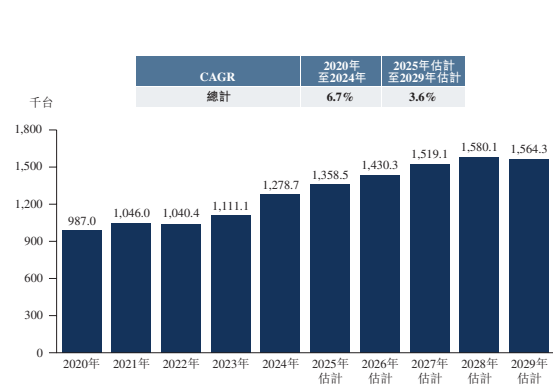
資料來源：弗若斯特沙利文、IMF

從機器按摩服務設備保有量來看，機器按摩服務市場正在經歷第二發展階段。隨著、大數據和IoT等技術的發展，新一代機器按摩服務設備正在快速進入市場。過去五年，受公共衛生事件影響，中國機器按摩服務設備的保有量呈現緩慢增長趨勢，從2020年的987.0千台增長至2024年的1,278.7千台，CAGR為6.7%。未來，隨著機器按摩服務向三四線城市低端市場的進一步滲透，以及電子競技場所、辦公樓、新能源充電站等新興場景的發展，疊加現有主流場景如商業綜合體、影院、交通場所逐步開放機器按摩服務的設備鋪設權限，中國機器按摩服務的機器按摩設備保有量預計將從2025年的1,358.5千台增長至2029年的1,564.3千台，CAGR為3.6%。

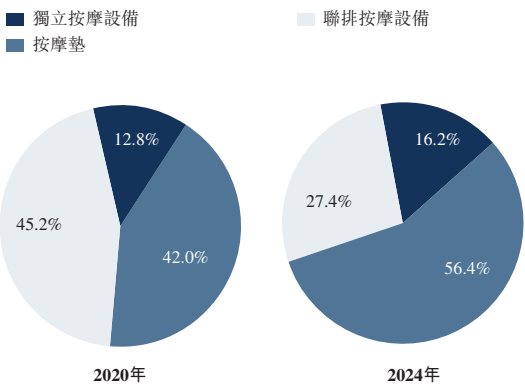
從設備類型來看，聯排按摩設備是在機場和火車站等交通場所的主要鋪設的設備類型，2020年市場保有量佔比為45.2%。其次是按摩墊，由於影院擁有大量座位的先天優勢，按摩墊是在該領域存量最多的設備。2020年，其市場保有量佔比為42.0%。受空間限制，獨立按摩設備數量相對較少，2020年市場保有量佔比僅為12.8%。隨著政府對火車站按摩設備規範政策的發佈，以及消費者對聯排按摩設備頻繁的投訴，聯排按摩設備市場在過去五年中逐漸下滑，2024年市場保有量佔比下降到27.4%，預計未來五年將持續保持下降趨勢。相反，獨立按摩設備和按摩墊因其產品的舒適性和多功能性，以及能適用於不同市場等特點，市場份額不斷增長，在2024年分別達到16.2%和56.4%。

行業概覽

中國機器按摩服務市場規模（按按摩設備數量計），2020年至2029年估計



中國市場結構（按數量計），按設備類型拆分，2020年和2024年



資料來源：弗若斯特沙利文、IMF

機器按摩服務市場驅動因素

- 加大滲透力度與低端市場的開發。**根據交通運輸部等官方來源提供的營運資料及弗若斯特沙利文的初步研究，不同規模城市的機器按摩服務的綜合滲透率差異巨大：於2024年，一二線城市約為60%，三四線城市約為38%。儘管三四線城市的滲透率仍大幅落後於一二線城市，但此類新興市場仍保持可觀的增長潛力。收入水平及市場滲透率的持續增長表明其已過渡至更具活力的發展階段。從應用場景來看，新興領域的增長勢頭尤為強勁：機器按摩設備正迅速拓展至醫院康復治療、電子競技訓練基地等新興應用場景，在為用戶提供精準康復輔助的同時緩解肌肉拉傷和神經疲勞。反之，傳統交通樞紐的複蘇較慢：火車站錄得收入人民幣60億元，期間CAGR為-1.2%。同時，市場增長從根本上受到低線城市消費升級的推動。於2020年至2024年，這些地區的中產階級家庭比例從19%上升至28%，推動健康消費持續增長。
- 通過多元化場景拓展實現市場增長。**通過在新興和傳統商業領域的戰略擴張，機器按摩服務市場正經歷強勁的增長。服務供應商正積極進軍極具潛力的非傳統場所（如電子競技館、辦公綜合體及電動汽車充電站），藉著耐用、節省空間的設備設計及創新的合作夥伴模式，把握消費者在過渡時期對無障礙健康解決方案的需

行業概覽

求。同時，隨著市場接受度的提高，購物商場及機場等人流量大的老牌場所正在加強部署，按摩站也從新奇產品演變為標準設施，按摩站從新穎產品演變為標準設施，推動現有地點內單位密度的增加以及該等類別中的新物業擴張。

機器按摩服務市場發展趨勢

中國機器按摩服務市場未來的發展將呈現出產品運營智能化、品牌整合和市場整合力度加大、國際化增長加速、機器按摩服務需求增加等特點。企業必須在這些方面加大投入，才能保持競爭優勢。

- **運營智能精細化。**隨著技術的不斷進步，機器按摩服務越來越多地利用IoT和大數據來提高運營效率。這些技術的成熟可以實現設備的實時監控、預測性維護和數字化的決策管理，從而提供更多的服務和機會。機器化和精細化運營的轉型，使機器按摩服務提供商能夠優化服務質量、減少停機時間，並更好地匹配供需。此外，先進的數據分析還能幫助定制化消費者體驗，確保服務滿足個人偏好，最大限度地提高消費者滿意度。
- **市場整合推進。**隨著機器按摩服務行業的成熟，市場整合已成為一大趨勢，領先品牌日益集中，推動現有服務場景的整合，提升場景方提供的服務品質，同時向未開發的服務場景擴張。頭部機器按摩服務提供商通過併購、戰略合作、提升品牌形象等方式擴展市場份額，而規模較小、競爭力較弱的機器按摩服務提供商則逐漸被淘汰。這種整合創造了規模經濟，減少了市場競爭，並使得大型品牌能夠優化現有場景的運營、提升服務質量、同時更有效地探索新的應用領域。
- **國際擴展加速。**機器按摩服務行業的領先機器按摩服務提供商正在加快國際擴張步伐，尤其是在東南亞等經濟增長強勁且機器經濟模式廣泛接受的地區。傳統的按摩文化加上較低的勞動力和運營成本，為進入這些市場的機器按摩服務提供商提供了戰略優勢。作為行業領導者，這些品牌處於有利地位，可以利用國際市場日益增長的需求，提供新的利潤增長點，增強其全球競爭力。

行業概覽

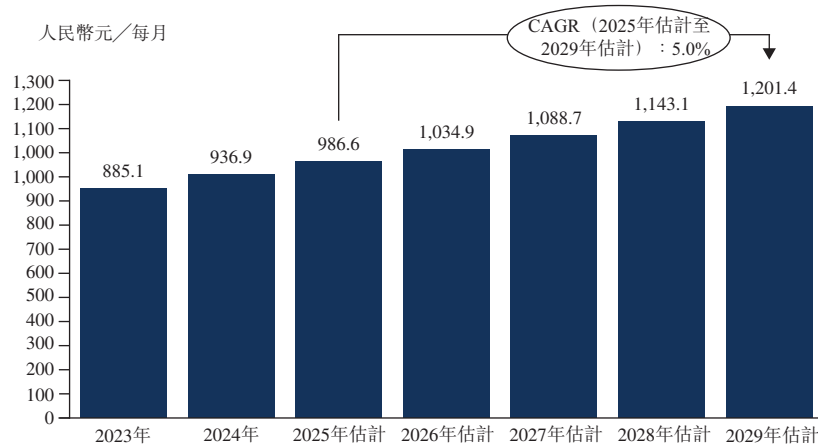
- **機器按摩服務需求增加。**人們對私密性和沉浸式體驗的重視推動市場向更加封閉、寧靜的環境發展，使消費者能夠享受更加專注、不受干擾的體驗。人們尋求的不僅是快速放鬆，還有與追求更健康生活方式相一致的全面健康保健服務，這促使機器按摩服務提供商整合大數據和IoT技術，以提供量身定制的保健體驗。這些趨勢凸顯了消費者對日常生活中以健康為中心的智能服務的期望越來越高，為機器按摩服務行業的下一波創新浪潮奠定了基礎。

服務網點使用費及按摩設備採購成本分析

於2024年，服務網點使用費約為每月人民幣936.9元。預計於2025年及2029年分別增至人民幣986.6元及人民幣1,201.4元，在此期間的CAGR為5.0%。疫情後，服務網點使用費呈現穩定增長，從由復蘇驅動的增長過渡到持續的溫和擴張。然而，費用因不同場景而異，例如機場的收費標準顯著高於電影院。

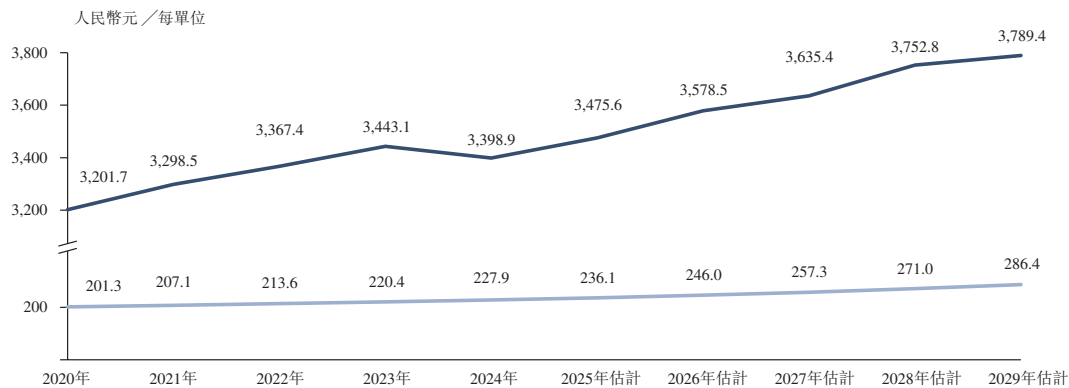
與此同時，2024年按摩設備的價格範圍廣泛，按摩椅的價格約為人民幣3,398.9元，而按摩墊的價格有時可低至人民幣227.9元。隨著按摩設備的持續升級，這些設備的價格一直呈歷史性上漲趨勢，且預計未來將繼續保持這一趨勢。按摩椅的單位採購成本預計到2025年將增加至人民幣3,475.6元，並於2029年進一步增加至人民幣3,789.4元，期間CAGR約為2.2%。同時，主要受持續技術迭代和產品改進推動，按摩墊的單位採購成本預計到2025年將增加至人民幣236.1元並於2029年增加至人民幣286.4元，同期CAGR為4.9%。

中国機器按摩行業服務網點使用費，2023年至2029年估計



行業概覽

中国按摩設備採購成本，2020年至2029年估計



中國機器按摩服務市場競爭格局

競爭格局概述

中國機器按摩服務市場高度集中，少數幾家領先企業佔據了大部分市場份額。這些頭部企業利用其在商業綜合體、影院、機場和火車站等人流密集服務網點的廣泛服務網點，佔領了大量消費者群體。它們的競爭優勢來自規模經濟、卓越的品牌知名度以及對技術創新的關注，如基於應程序的支付和定制化按摩體驗。因此，規模較小的競爭者面臨著巨大的進入壁壘，從而鞏固了這些主要企業在市場中的現行地位。

中國主要機器按摩服務企業排名

中國機器按摩服務市場擁有超過50家參與者，市場競爭格局高度集中，領先企業佔據明顯優勢。頭部品牌通過大規模運營、技術創新和提升消費者體驗佔據市場主導地位。每個主要參與者都具有獨特的市場定位，服務於不同的消費者群體，並提供差異化的服務以區分競爭對手。2020年至2024年，本公司在交易金額方面連續三年排名第一，其中在2024年，本公司以人民幣12億元的交易額佔據了42.9%的市場份額，是市場的佼佼者。此外，同期本公司繼續保持收入排名第一的位置，並於2024年以人民幣8億元的收入領跑市場。

行業概覽

中國主要機器按摩服務提供商排名，2024年

排名	公司名稱	交易額 (人民幣十億元)	市場份額(%)	主要服務品類型
1	本公司	1.2	42.9%	主要以獨立按摩設備和按摩墊提供機器按摩服務
2	公司A	0.5	16.6%	主要以獨立按摩設備和聯排按摩設備提供機器按摩服務
3	公司B	0.3	12.0%	主要以獨立按摩設備、聯排按摩設備和按摩墊提供機器按摩服務
4	公司C	0.2	7.9%	主要以獨立按摩設備和聯排按摩設備提供機器按摩服務
5	公司D	0.2	7.4%	主要以獨立按摩設備和聯排按摩設備提供機器按摩服務

排名	公司	收入 (人民幣十億元)
1	本公司	0.8
2	公司A	0.3
3	公司B	0.3

資料來源：弗若斯特沙利文

附註：

1. 交易額僅包括提供機器按摩服務所產生的交易額；
2. 公司A是一家提供機器按摩體驗服務的品牌，總部位於中國廈門；
3. 獨立按摩設備是指帶有獨立按摩倉的按摩設備。該設備一般包含大小尺寸，通常可調節身體位置以滿足不同的用戶需求和空間要求。一般而言，機器按摩服務供應商均會僱用獨立的按摩設備；
4. 公司B總部位於廣州，始建於1997年，是一家集研發、實驗、生產、行銷和服務為一體的綜合性健康產業企業，國家高新技術企業；
5. 公司C是一家集研發、生產、營銷和服務為一體的綜合性機器按摩設備企業，總部位於中國杭州；
6. 公司D專注於為客戶提供科技養生的整體解決方案，是一個集研發，製造和營銷於一體的按摩設備的供應商和服務提供商，總部位於中國嘉興。

行業概覽

進入壁壘

- **品牌壁壘。**與小型機器按摩服務提供商相比，機器按摩服務市場上的大品牌通常佔據著大量黃金服務網點，如萬達商業綜合體等人流量大的區域，這些點位已經被大型機器按摩服務提供商提前佈局。由於這些高消費者流量的地理位置不僅能吸引大量消費者，還能提高品牌的曝光率和影響力，因此，小型機器按摩服務提供商很難找到相同的市場機會。此外，大品牌通過長期的市場積累，在消費者心智中建立了強大的信任和認知。消費者往往更傾向於選擇知名度較高的品牌或連鎖品牌，因為這些品牌通常代表著更高的服務質量和可靠性。而小型機器按摩服務提供商在品牌知名度和市場影響力方面的缺乏，使得它們在爭奪消費者的信任和忠誠度上處於劣勢。因此，想要在這個由大型機器按摩服務提供商主導的市場中競爭，小型機器按摩服務提供商面臨著巨大的品牌壁壘和進入難度。
- **渠道壁壘。**在機器按摩服務市場，渠道合作夥伴的關係至關重要，尤其是與知名商業綜合體、影院、機場、火車站等核心消費場景的合作。比如，與萬達等大型商業綜合體建立穩固的合作關係，能為企業帶來穩定的人流和高度的品牌曝光度。而這些合作關係並非輕易建立，萬達等大型渠道合作夥伴通常只與已建立強大品牌聲譽和可靠服務的機器按摩服務提供商合作。尋找和建立關鍵渠道需要在市場營銷、建立關係和不斷改進產品方面付出巨大努力，這對希望進入這一競爭激烈市場的機器按摩服務提供商構成了相當大的障礙。
- **技術壁壘。**按摩設備是一種高度技術化的產品，融合了機械與電子技術、現代控制技術、傳感器技術、新材料技術、人體工程學原理以及傳統中醫按摩和經絡穴位療法。新的市場進入者若要實現技術突破，需投入大量的研發資金和時間，並擁有高素質的研發團隊。
- **管理運營壁壘。**機器按摩服務的管理和運營需要高效的物流配送、專業的維護團隊以及成熟的消費者服務體系。新的市場進入者需要在短時間內建立起一整套完整的運營系統，這對其來說是一個巨大的挑戰。

行業概覽

信息來源和可靠性

我們委託獨立第三方市場研究與諮詢公司弗若斯特沙利文對中國機器按摩服務市場進行分析並撰寫報告。弗若斯特沙利文報告由弗若斯特沙利文獨立編製，不受我們的影響。弗若斯特沙利文編製弗若斯特沙利文報告的費用為人民幣0.5百萬元，我們認為這反映了類似服務的市場價格。弗若斯特沙利文成立於1961年，在全球擁有超過45個辦事處，超過3,000名行業顧問、市場研究分析師、技術分析師和經濟學家。我們的董事在作出合理查詢後確認，就他們所知，自弗若斯特沙利文報告發佈之日起至最後實際可行日期，行業內沒有發生可能對本節所載信息產生限定、矛盾或影響的不利變化。

在編製弗若斯特沙利文報告期間，弗若斯特沙利文利用內部分析模型和技術收集、分析、評估和驗證了信息和統計數據。通過與行業參與者和行業專家的討論和訪談進行了初步研究。二級研究包括分析從多個公開數據源獲得的市場統計數據，如研究國家政府發佈的信息、公司報告、獨立研究報告以及弗若斯特沙利文公司自己的內部數據庫。弗若斯特沙利文採用的方法以從多個層面收集的信息和統計數據為基礎，並可對這些信息和統計數據進行交叉對比，以確保準確性。弗若斯特沙利文報告包含一系列市場預測，這些預測基於以下假設，沒有任何限制：(i)在預測期內，中國的社會、經濟和政治狀況將保持穩定；(ii)在預測期內，中國政府對相關市場的政策將保持一致；(iii)中國機器按摩服務市場將受到本報告所述因素的推動。