

Social Research⁺

2025年肩颈按摩仪行业社媒趋势数据分析

向 Social Research 提问 →



扫码前往
Social Research



邀请好友送额度
扫描二维码获取专属的邀请链接

2025年肩颈按摩仪行业社媒趋势深度分析报告

发布机构: Social Agent | 发布日期: 2026-01-21

0. 执行摘要

2025年，中国肩颈按摩仪市场在社交媒体上展现出显著的活跃度与动态变化。本报告旨在通过对全年社媒声量、互动量及用户讨论的深度分析，勾勒出行业整体趋势，剖析头部品牌的营销策略，并揭示消费者在选购过程中的核心考量因素。 [3,16,17]

0.1 2025年肩颈按摩仪行业社媒热度概览

整体社媒数据显示，2025年肩颈按摩仪行业在社交媒体上的声量和互动量呈现出明显的波动性，并在年中达到高峰。特别是**6月**，互动量达到年度峰值，主要受电商大促活动的驱动。此外，**5月**的声量也达到高点，显示出节假日营销和内容营销的集中爆发。这些峰值反映出市场对肩颈按摩仪产品的持续需求以及品牌营销活动对社媒热度的显著驱动作用。 [9,10,16]

0.2 TOP3品牌社媒表现与营销亮点

在品牌竞争格局方面，**SKG**、**飞利浦（Philips）**和**倍轻松（Breo）**在2025年社媒热度榜单中位居前列。 [11]

- SKG** 以绝对优势领跑，总互动量高达 **18,034,324** 次，其成功主要归因于顶级流量明星**王一博**的代言效应，尤其在抖音平台表现惊人。 [11,12]
- 飞利浦** 凭借其“小金鱼按摩仪”等代表单品，在抖音、种草平台等渠道获得了高达 **7,307,130** 次的互动量，显示出其在产品IP打造和多平台推广方面的成功。 [1,11]
- 倍轻松** 则主要通过签约体育明星**孙颖莎**等策略获取大量社媒关注，总互动量达 **1,882,667** 次，彰显了明星营销在提升品牌声量方面的重要作用。 [1,11,13]

0.3 消费者选购核心关注点总结

消费者在选购肩颈按摩仪时表现出多维度的考量。社媒讨论内容显示，消费者高度重视产品的**实际按摩效果**（尤其是对**物理揉捏式**的偏爱）、**热敷功能**、**使用便捷性**（如轻巧、无线、易操作）以及**多功能性**。 [2,14] 同时，品牌信誉和价格优惠也是重要的决策因素，消费者普遍对“智商

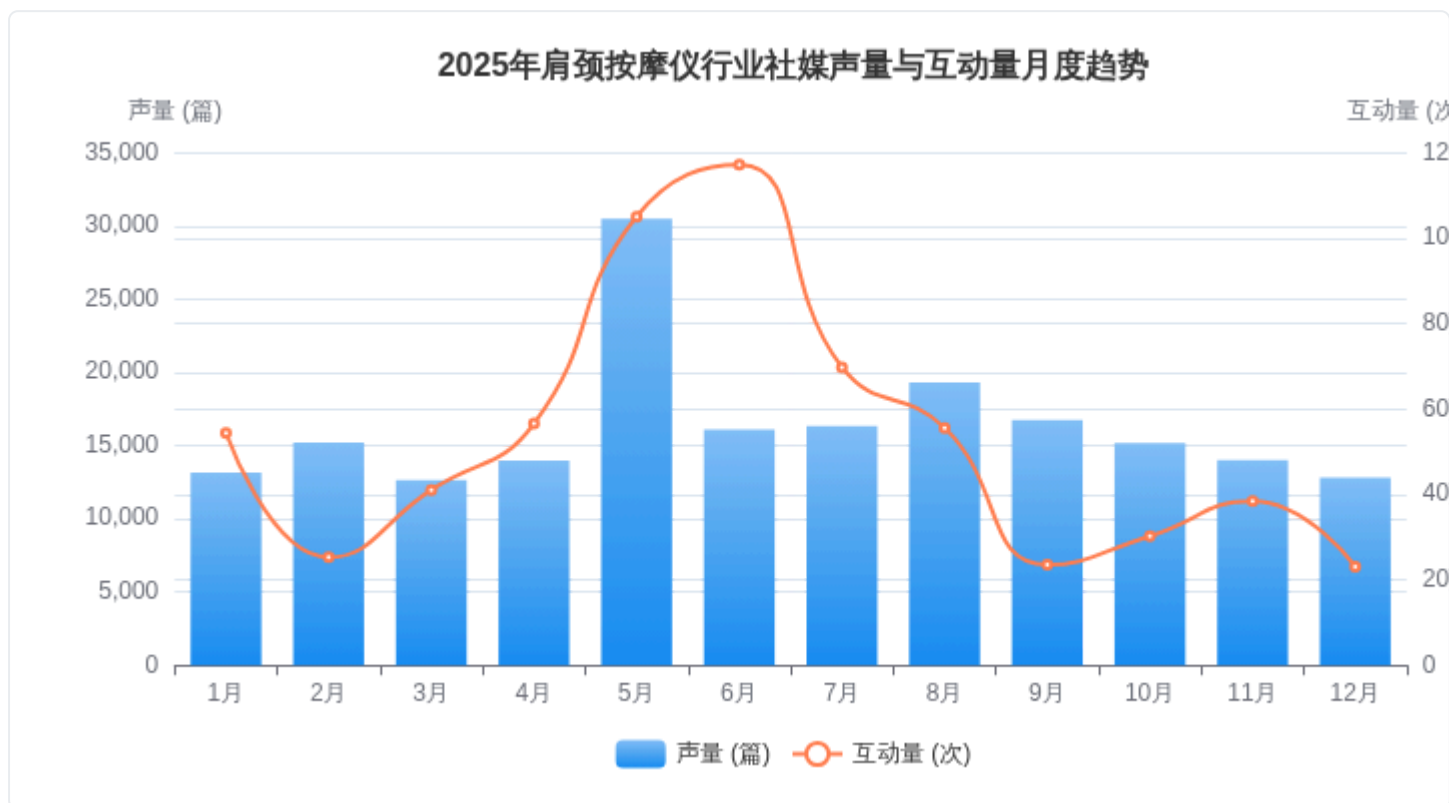
税”保持警惕，并对产品的性价比和公正评测有着强烈需求。这些洞察为品牌优化产品设计和营销沟通提供了关键指引。 [7,8,14]

1. 2025年肩颈按摩仪行业社媒整体表现分析

本章将对2025年肩颈按摩仪行业在社交媒体上的整体表现进行系统性分析。通过对全年社媒声量和互动量数据的宏观审视，本章旨在揭示行业热度的月度波动规律，识别关键的时间节点。同时，将深入探究驱动这些社媒热度峰值背后的具体事件、营销活动或市场动态，为理解行业发展脉络和消费者关注焦点提供数据支撑。 [3,16]

1.1 行业整体社媒声量与互动量趋势

2025年，肩颈按摩仪行业在社交媒体上的整体表现呈现出显著的月度波动特征，声量与互动量在不同时期展现出独特的趋势。根据对全年社交媒体数据的聚合分析，行业整体声量和互动量并非同步起伏，而是各有侧重，反映出市场活动的多元性和用户参与度的差异性。 [9,10]



数据来源 [9,10]

具体来看，社媒声量在2025年呈现出几个明显的峰值，其中**5月**达到年度最高点，总声量达**30,477**篇。互动量则在**6月**达到惊人的**1,171,738**次，远超其他月份，显示出极强的爆发性。 [9,10]

- **声量高峰（5月 & 8月）**：5月（30,477篇）和8月（19,307篇）的声量高点，可能与“520”、“七夕”等送礼节日前的营销预热及内容铺垫有关，同时夏季健康养生话题的季节性关注度上升也推动了讨论量。 [9,16]
- **互动量高峰（6月）**：6月互动量的激增主要由年中电商大促（如618购物节）驱动。在此期间，各大品牌集中进行促销活动、KOL直播带货和社交媒体抽奖，有效激发了用户的互动热情。 [10,16]
- **事件驱动的互动热点（10月）**：10月份虽然整体互动量并非最高，但倍轻松官宣孙颖莎为全球品牌代言人的事件，在短短两天内就创造了超过4.7万的互动量，体现了明星代言等重磅事件对社媒热度的强大引爆能力。 [13]

综合来看，2025年肩颈按摩仪行业的社媒表现呈现出明显的“**事件驱动型**”与“**节点营销型**”特征。互动量的峰值往往由少数具有爆发力的事件（如明星代言）或重要的电商节点（如618、双11）所驱动，而声量则可能受到季节性因素和持续性内容投入的影响。 [16]

1.2 社媒热度峰值驱动因素分析

2025年肩颈按摩仪行业社媒热度的峰值并非偶然，而是由一系列关键事件和营销活动共同驱动。对这些高点进行深入分析，有助于理解市场动态和消费者关注的焦点。

明星代言效应

顶级流量明星的代言是引爆社媒互动量的核心引擎。SKG与王一博的深度绑定，以及倍轻松在10月官宣孙颖莎，均通过粉丝经济迅速放大了品牌声量，创造了话题热度。 [12,13]

电商大促节点

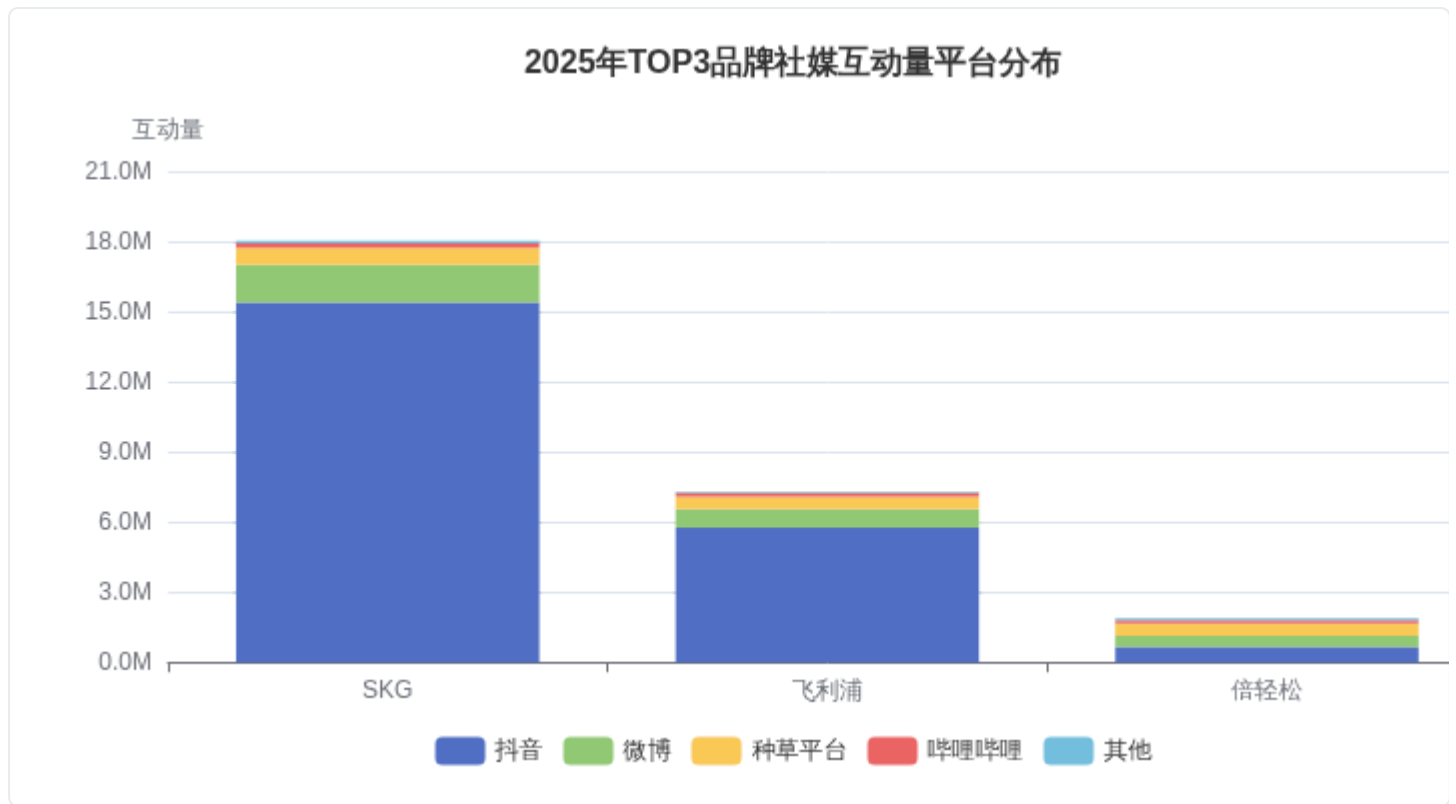
以“618”和“双11”为代表的电商购物节是行业互动量的重要推手。品牌在此期间集中进行促销、直播和内容营销，有效刺激了消费者的购买欲望和互动行为。 [8,16]

季节性与送礼需求

“520”、七夕、新年等送礼节点，以及夏季健康养生话题的升温，都显著提升了肩颈按摩仪的社媒声量。品牌通过“礼品经济”定位，成功抓住了消费者的送礼心智。 [5,17]

2. 2025年社媒热度TOP3品牌及核心营销Campaign拆解

在2025年肩颈按摩仪市场激烈的竞争中，SKG、飞利浦和倍轻松凭借其独特的营销策略和产品优势，在社交媒体上占据了主导地位。本章将深入剖析这三大品牌的社媒表现、平台策略及其核心营销Campaign，以理解其如何成功吸引消费者关注并驱动市场热度。 [11]



数据来源 [11]

2.1 飞利浦 (Philips) 品牌社媒表现与营销策略

2025年，飞利浦在肩颈按摩仪市场展现了强大的品牌实力，总互动量高达 7,307,130 次。其成功的关键在于打造了“小金鱼”这一明星产品IP，并通过抖音和种草平台进行精准的内容营销。 [1,11]

- **产品IP化策略**：“飞利浦小金鱼按摩仪”以其生动、易记的名称，成功在消费者心中建立起独特的品牌形象。这款单品贡献了约 240,663 次互动，成为年度爆款。 [1]
- **平台策略**：飞利浦在抖音平台表现尤为突出，互动量高达 577万，远超其他品牌。这表明其短视频内容和KOL合作策略极为成功，有效激发了用户参与。 [11]
- **营销Campaign亮点**：飞利浦的营销活动更侧重于产品功能和用户体验的展示，例如其“小金鱼Pro”型号宣传的“航空级钛金属”、“智能语音播报”和“时尚设计”，使其成为送礼佳选。 [19]

2.2 倍轻松 (Breo) 品牌社媒表现与营销策略

倍轻松以 1,882,667 次的总互动量位居行业前列，其营销策略高度依赖明星代言和多渠道布局。 [11]

- **明星代言驱动**：2025年10月，倍轻松官宣乒乓球世界冠军孙颖莎为全球品牌代言人，相关微博话题在短时间内引爆，互动量超过 **19万**，是其年度最核心的营销事件。 [1,13]
- **平台策略**：倍轻松在种草平台声量最高（16,499篇），显示其在深度内容和用户种草方面布局深入；同时，在抖音和微博也获得了可观的互动量。 [11]
- **核心单品与营销Campaign**：“倍轻松金推手”是其种草平台的热门单品，互动量达 **6,677**次。 [1] 品牌推广中，倍轻松积极探索“中医+AI”概念，并推出整合AI健康分析功能的APP，试图构建产品与服务的生态闭环。 [4]
- **市场挑战**：尽管营销投入巨大，但倍轻松也面临产品力不足的质疑，社媒上存在关于“按摩不贴合”、“噪音大”等负面反馈，以及“智商税”的讨论。 [4]

2.3 SKG 品牌社媒表现与营销策略

SKG以 **18,034,324** 次的惊人总互动量，成为2025年当之无愧的社媒霸主。其成功几乎完全建立在顶级流量明星的代言效应之上。 [11]

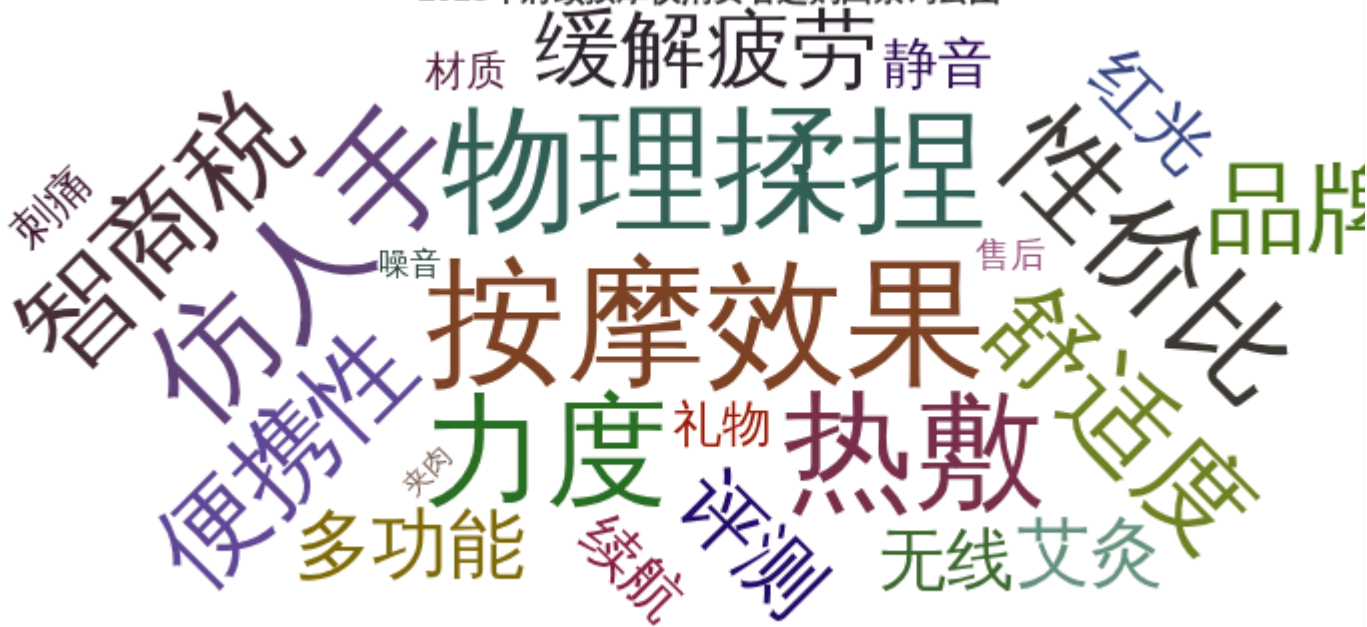
- **顶级明星代言效应**：王一博作为SKG全球代言人，为其带来了巨大的粉丝流量和互动。抖音上“王一博同款skg按摩仪”话题互动量高达 **380万**，微博上“王一博SKG品牌全球代言人”话题互动量也超过 **84万**。 [12] 这种策略将品牌与年轻、时尚的形象深度绑定。
- **平台策略**：SKG在抖音的互动量高达 **1541万**，是其绝对的主战场。同时，在微博的声量（54,809篇）和互动量（159万）也远超竞争对手，展现了其在主流社交平台的全面优势。 [11]
- **社媒热度TOP单品**：
 - **颈椎按摩仪G5系列**：抖音相关话题互动量超314万，是品牌最核心的产品线。 [12]
 - **按摩腰带G5系列**：抖音相关话题互动量近200万，成功开拓腰部按摩市场。 [12]
 - **折叠按摩仪Ultra系列**：凭借便携和创新的设计，在抖音获得近百万互动。 [12]

3. 消费者选购肩颈按摩仪主要考虑因素分析

消费者在选购肩颈按摩仪时，其决策过程是多维度且复杂的，社媒讨论内容为我们揭示了用户从产品核心功能到附加价值的全面考量。除了对产品本身性能的关注，消费者对“智商税”的警惕、送礼需求以及明星效应等非自用购买动机，也深刻影响着他们的选择。 [15]

3.1 消费者选购因素词云图

2025年肩颈按摩仪消费者选购因素词云图



数据来源 [2,4,7,8,14]

消费者核心关注点分布

- 按摩方式与效果
- 功能与技术 (含热敷)
- 性价比与价值
- 便捷性与舒适度
- 品牌与社交价值



数据来源：基于社媒讨论内容综合分析 [2,6,14]

3.2 核心考量因素详细解读

基于社媒数据的深入分析，我们将消费者的核心考量因素归纳为以下几个关键维度：

按摩方式与效果

物理揉捏式备受青睐：消费者普遍偏爱模拟人手感的物理按摩，追求“拳拳到位”的深度体验，能有效缓解肌肉僵硬和结节。^[6]相比之下，电流脉冲式产品虽便携，但其“刺痛感”和“酥麻感”让部分用户难以适应。^[2]

热敷功能的重要性

热敷几乎是标配功能，被认为是增强按摩效果、促进血液循环的关键。艾灸碳热敷、红光热敷等技术因其渗透性强而备受推崇，适宜的温度（40-45°C）和热敷范围也是重要考量点。^[14]

便捷性与舒适度

产品的便携性（无线、轻巧、可折叠）、佩戴舒适度（解放双手、材质亲肤）和操作简易性（APP/语音控制、按键简单）是决定用户日常使用频率的关键。静音设计和长续航能力也备受关注。^[2]

性价比与“智商税”警惕

消费者对价格敏感，积极寻找优惠信息，追求高性价比。同时，社媒上充斥着对“智商税”产品的讨论，用户通过查阅评测、对比参数来避免“踩雷”，对产品的真实效果和宣传一致性要求极高。^[7,14]

品牌信赖与多元需求

知名品牌（如飞利浦、倍轻松、SKG）因其品质和售后保障更受信赖。^[2]此外，产品是否能满足多部位按摩（腰、腿、腹）和全家适用（不同年龄段）的需求，也成为加分项。^[17]

社交与情感价值

“礼物”是高频购买动机，产品的外观设计和品牌形象因此变得尤为重要。^[5]同时，明星代言人（如王一博、孙颖莎）能有效驱动粉丝群体的购买决策，赋予产品额外的情感价值。^[12,13]

4. 结论

4.1 2025年肩颈按摩仪社媒趋势总结

2025年，肩颈按摩仪行业在社交媒体上展现了强劲的增长势头和高度的互动性。市场热度呈现明显的季节性和事件驱动特征，电商大促（618、双11）和明星代言（王一博、孙颖莎）成为引爆流量的关键

节点。^[16] 抖音已成为品牌互动的主阵地，而种草平台则是内容沉淀和口碑发酵的重要场所。^[11] 品牌竞争格局分化明显，SKG凭借顶级明星效应实现断层式领先，飞利浦通过成功的产品IP化策略占据高端心智，倍轻松则在明星营销和渠道深耕中寻求平衡。^[1,11,12]

4.2 核心发现回顾

消费者在选购过程中表现出高度的理性和审慎，他们不再满足于单一功能，而是追求**效果、体验、便捷与价值**的统一。对“物理揉捏”的偏好、对“热敷功能”的重视、对“智商税”的警惕，共同构成了当前消费者的核心需求画像。^[14] 未来的市场竞争将不再仅仅是营销层面的较量，更是产品力、技术创新和用户生态建设的综合比拼。品牌需回归产品本质，通过技术创新和高质量的用户体验，才能在激烈的市场竞争中赢得消费者的长期信赖。^[4,18]

引用资料

- ^[1] MCP查询工具-趋势统计数据查询-TOP列表统计查询.(2026-01-21) <https://hermes.datastory.com.cn>
- ^[2] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒原贴查询.(2026-01-21) <https://hermes.datastory.com.cn>
- ^[3] MCP查询工具-趋势统计数据查询-数据查询. <https://hermes.datastory.com.cn>
- ^[4] “便携按摩器第一股”倍轻松，不再“轻松”. <https://cj.sina.cn/articles/view/7621897850/1c64cee7a0010187cy?from=ggmp>
- ^[5] MCP查询工具-趋势统计数据查询-TOP列表统计查询.(2026-01-21) <https://hermes.datastory.com.cn>
- ^[6] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒原贴查询.(2026-01-21) <https://hermes.datastory.com.cn>
- ^[7] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒原贴查询.(2026-01-21) <https://hermes.datastory.com.cn>
- ^[8] 2025肩颈按摩仪大横评！吐槽+618闭眼选购指南！_哔哩哔哩_bilibili.(2025-05-24) <https://bilibili.com/video/BV1piJ7znEVD>
- ^[9] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒声量趋势查询.(2026-01-21) <https://hermes.datastory.com.cn>
- ^[10] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒互动量趋势查询.(2026-01-21) <https://hermes.datastory.com.cn>
- ^[11] MCP查询工具-趋势统计数据查询-数据分布统计查询.(2026-01-21) <https://hermes.datastory.com.cn>

12. ^[12] MCP查询工具-趋势统计数据查询-TOP列表统计查询.(2026-01-21) <https://hermes.datastory.com.cn>
13. ^[13] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒原贴查询.(2026-01-21) <https://hermes.datastory.com.cn>
14. ^[14] MCP查询工具-趋势统计数据查询-社媒原贴查询.(2026-01-21) <https://hermes.datastory.com.cn>
15. ^[15] MCP查询工具-趋势统计数据查询-数据查询.(2026-01-21) <https://hermes.datastory.com.cn>
16. ^[16] MCP查询工具-趋势统计数据查询-数据查询. <https://hermes.datastory.com.cn>
17. ^[17] 2025年中国按摩器 行业发展背景、竞争格局及发展趋势分析：银发经济与职场健康需求共振，中国按摩器行业迎来黄金发展期[图].(2025-08-26) <https://finance.sina.com.cn/stock/relnews/cn/2025-08-26/doc-Infnhksk1742544.shtml>
18. ^[18] 中国按摩器市场调研与发展前景预测报告（2026年）.(2025-06-08) <https://txt.cir.cn/1326797.html>
19. ^[19] 让颈椎享受专业级的呵护：推荐多款优质颈部按摩器.(2025-12-19) https://sohu.com/a/967138230_122471764

Social Research

推荐有礼

活动时间

2025年08月07日-2025年12月31日

活动内容

邀请好友注册成为新用户，免费获取额度！

活动规则

通过个人专属邀请链接每注册1个用户，可获得2个Social Reserach免费额度。被邀请人每产生一次付费行为，您可额外获得2个额度。(每人最多邀请50人)



立即解锁

邀请好友送额度

扫描二维码获取专属的邀请链接