



# 2025年 眼部按摩仪行业词条报告

头豹分类/制造业/专用设备制造业/医疗设备制造/眼科设备制造

# 视界舒缓力——从缓解疲劳到主动护眼，眼部按摩仪的科技跃迁与需求共振 头豹词条报告系列



窦茜茹、陈嘉琪

2026-03-05 未经平台授权，禁止转载

行业分类： 制造业/眼科设备制造

**摘要** 眼部按摩仪行业通过物理、电子等方式缓解眼部疲劳、改善视力。随着健康需求增长、电子设备普及，眼疲劳问题普遍，行业市场潜力巨大。技术创新如精准按摩算法、智能温控等提升产品附加值，满足用户多样化需求。老龄化加速及年轻群体用眼负担加重推动市场规模持续扩大。高频用网导致眼疲劳，使眼部按摩仪成为刚需产品。未来，技术创新与老龄化、年轻群体需求将共同驱动眼部按摩仪行业稳定增长。

## 行业定义

眼部按摩仪是一种通过物理、电子或按摩手法等方式对眼部进行放松和保健的设备，旨在缓解眼部疲劳、改善视力、促进血液循环等。这些设备按照工作原理可以分为振动式、热敷式、按摩式等不同类型。振动式眼部按摩仪通过微电机产生振动，刺激眼部肌肉，达到放松的效果；热敷式眼部按摩仪则通过发热元件提供温暖，缓解眼部疲劳；而按摩式眼部按摩仪则结合了振动和热敷的功能，为用户提供更全面的护理体验。

## 行业分类

眼部按摩仪的行业分类主要基于产品功能和技术特点、产品形态以及技术层面。

### 根据产品功能和技术特点分类

可分为机械式眼部按摩仪、振动式眼部按摩仪、热敷式眼部按摩仪。

#### 机械式眼部按摩仪

机械式眼部按摩仪主要通过内部的机械装置，如滚轮、指压头、气囊等，模拟人手的按摩动作，包括揉捏、挤压、敲击和旋转等，帮助刺激眼周穴位，促进血液循环，缓解眼部肌肉紧张。这类产品结构复杂，通常配备多个模式和力度调节功能。

#### 振动式眼部按摩仪

振动式眼部按摩仪利用高速或低频的振动原理刺激眼部肌肉，促进眼部血液循环，缓解肌肉紧张。其振动频率通常在每分钟数千到上万次之间，属于“微电流+机械振动”结合的技术路径。

#### 热敷式眼部按摩仪

热敷式眼部按摩仪通过发热元件产生恒定温度，这类产品一般使用碳纤维、石墨烯等发热材料，具备温度调节功能，模拟热敷效果，从而达到扩张血管，促进血液循环等功效。适用于眼睛干涩、经常用眼过度者。

### 根据产品形态分类

眼部按摩仪可以分为手持式、佩戴式和桌面式等。

#### 手持式眼部按摩仪

手持式眼部按摩仪通常具备体积小、轻便灵活，适合随身携带等优势。这类产品多采用单一功能，如简单震动或热敷，操作直观，适合短时间内缓解眼部不适。但这类产品通常需要用户手动操作在眼周区域滚动或按压，无法实现“解放双手”并且使用体验依赖个人手法。

#### 佩戴式眼部按摩仪

佩戴式眼部按摩仪采用类似眼罩或护目镜的外观设计，能覆盖整个眼部区域，使用便捷。这类产品功能较全面，通常包括热敷、气压、震动、音乐播放等多种功能。适合在家中或办公室闭目休息时使用，但长时间佩戴可能压迫鼻梁。

## 桌面式眼部按摩仪

桌面式眼部按摩仪体积相对较大，适用于固定场所。这类产品通常配置更多元的按摩方式和更强的输出功率，功能更为全面，体验接近专业护理，适合长期使用。

## 根据技术层面分类

产品可以分为传统型和智能型。

### 传统型眼部按摩仪

传统型眼部按摩仪以物理按摩为主，功能较为基础，注重实用性和性价比。这类产品通常依靠简单的机械结构或热敷装置完成按摩过程，缺乏智能交互与个性化配置功能。这类产品优点是价格亲民、操作简便，适合中老年群体、对智能设备不熟悉者、追求实用性的消费者。

### 智能型眼部按摩仪

智能型按摩仪融合AI、蓝牙、WiFi等智能技术，支持APP远程操控、定制化按摩程序、数据记录和智能交互等功能。部分产品还配有心率检测、眼压监测、疲劳评估等智能传感器，能根据用户状态自动调整按摩方案，实现个性化和智能化护理。这类产品成本较高，多面向年轻科技用户和高端市场，强调使用体验、舒适度及智能化管理。

# 行业特征

眼部按摩仪行业的特征包括健康需求驱动、技术不断创新和市场潜力巨大。

## 1 健康需求驱动

随着社会节奏加快及电子设备的普及，人群用眼时间显著延长，近视、干眼、视疲劳等问题日益普遍。《2022国民眼部健康白皮书》显示，儿童青少年视力不良检出率高达53.6%，远超美、澳等发达国家；成人人群中，非致盲类眼病患者已达9.9亿人，致盲类眼病患者亦有2.51亿且呈年轻化趋势。年轻人因学习、工作、娱乐导致的眼疲劳、干涩等“亚健康”问题持续上升，而人口老龄化加快亦带动老年群体对缓解疲劳、改善循环的健康产品需求增长，形成“银发经济”蓝海。尽管眼部按摩仪不适用于青光眼、白内障等病变，但对眼干、浮肿、黑眼圈等症状具有改善作用。老年消费者偏好简洁、便携、易操作的设计，这也为产品创新提供了方向。伴随健康意识提升与主动护理观念普及，眼部按摩仪正由可选消费品向家庭健康管理常用品转变，市场需求稳定且持续扩张。

## 2 技术不断创新

眼部按摩仪行业的显著特征之一是技术的持续创新驱动。随着市场竞争加剧，厂商不断引入精准的眼部穴位按摩算法、智能温控系统、可调气囊压力及个性化按摩程序，部分高端产品更融合AI算法与传感技术，实现基于用户用眼习惯的智能优化。此外，人性化设计日益丰富，如蓝牙音乐放松、护眼灯光调节及便携折叠设计，提升用户体验。材料选择方面，品牌纷纷采用亲肤蛋白皮、仿生硅胶或微纤维织物，强调舒适度与易清洁性。可视化设计使用户在按摩时亦能完成日常操作，音乐功能则兼具情绪调节价值。轻量化与折叠便携设计满足出行需求。技术创新不仅提升了产品附加值，也推动眼部按摩仪向智能穿戴和健康监测等领域拓展，促进行业消费升级，彰显了该行业技术驱动与用户体验并重的发展趋势。

## 3 市场潜力巨大

随着健康意识提升和生活方式多样化，眼部按摩仪市场展现出巨大的发展潜力。中老年人群及长时间用眼的人群对眼部保健的需求尤为迫切，推动市场规模持续扩大。与此同时，产品功能不断升级，智能化、便携化及多样化设计满足了不同用户的使用场景和偏好。消费升级

趋势下，用户对舒适性和体验感的要求不断提高，促使企业不断创新产品和服务模式。总体来看，健康需求的增长与市场扩张的双重驱动，使眼部按摩仪行业具备广阔的发展空间和可持续增长潜力。

## 发展历程

眼部按摩仪行业的发展历程主要涵盖了探索期、成长期和成熟期三个阶段。

在探索期，眼部按摩仪主要以手动操作为主，功能单一，市场认知度和需求量较低。

进入成长期后，随着科技的进步和消费者需求的增加，眼部按摩仪行业开始快速发展，产品功能逐渐丰富，市场认知度提高，品牌竞争加剧。

自2010年以来，眼部按摩仪行业进入成熟期，市场规模不断扩大，产品种类繁多，市场竞争格局逐渐稳定。

近年来，随着对眼部健康问题的关注程度不断提高，眼部按摩仪行业迎来了新的发展机遇，市场规模持续扩大，产品技术不断提升，智能化、个性化成为产品研发的主要方向。

### 探索期 · 1990-01-01~2000-01-01

20世纪90年代~21世纪初：眼部按摩仪行业开始萌芽，消费者对“眼部保健”意识较低，市场需求量较小，产品以手动操作为主，技术有限。此类产品早期主要以热敷、基础震动功能为主，更多用于医疗辅助或美容院场景。1996年，BREEZE推出触头式健眼按摩器。21世纪初期，市场上开始尝试将热敷用于眼部护理。至此之后，市场陆续出现护眼概念类产品。

市场认知度较低，产品性能有限且设计粗糙简单，主要针对眼部疲劳和眼周肌肉的放松。在市场层面，相关的品牌和产品数量较少，销售渠道具有局限性。

### 成长期 · 2000-01-01~2010-01-01

21世纪初~2010年：随着科技的进步和消费者需求的增加，眼部按摩仪行业开始发展，产品功能逐渐丰富，逐步突破了热敷，气压按摩技术等。2000年，倍轻松品牌成立，在确立了以眼部按摩仪为主营产品的定位后，逐步开创了眼部按摩器系列产品。自此，眼部按摩仪行业开始发展，开始出现越来越多的品牌和相关产品。

市场认知度提高，市场规模逐渐扩大，形成了较为成熟的产业链。在市场上出现多家品牌，品牌竞争加剧，品牌之间出现技术差异，形成竞争格局。消费群体也逐渐扩大，开始渗透到中老年，学生等群体。

### 成熟期 · 2010-01-01~2025-01-01

2010年~至今：眼部按摩仪已经成为一种成熟的消费电子产品，市场规模不断扩大，产品种类繁多。人们对健康意识的提高使眼部按摩仪的需求市场增大。市场规模也逐渐扩大，除了专注于保健按摩电器的企业：倍轻松、奥佳华、大东傲胜等企业外，海尔、西屋、小米、奥克斯等家电品牌也推出了相关产品。技术层面得到显著突破，产品能够集成雾化、按摩、热敷等多种功能。呈智能化，个性化，创新化发展趋势。

市场竞争格局逐渐稳定，智能化、个性化成为产品研发的主要方向。市场营销方面，随着电商的兴起，销售渠道也逐步扩展，营销策略也逐渐多样化。消费群体逐渐年轻化，眼部按摩仪向“创新、年轻化”方向发展，满足消费者的多种需求。

## 产业链分析

## 眼部按摩仪产业链的发展现状

行业产业链上游涵盖原材料供应、技术研发等环节，主要作用是为眼部按摩仪的生产提供原材料支持；产业链中游为眼部按摩仪的生产制造环节，主要作用是进行眼部按摩仪的研发、设计和生产；产业链下游包括销售渠道、终端消费者及售后服务等环节，主要作用是将眼部按摩仪销售给消费者并提供售后服务。

## 眼部按摩仪行业产业链主要有以下核心研究观点：

### 1. 眼部按摩仪的制造成本受核心零部件（尤其是MCU芯片和锂电池）价格与产能变化影响显著。

微特电机、加热膜、MCU芯片、电池为眼部按摩仪的核心材料，原材料和零部件占成本的70%以上，其中MCU芯片与锂电池是影响成本与性能的关键因素。MCU芯片作为控制系统的核心，其价格受供需变化影响显著，尽管短期市场存在波动，但长期增长趋势明确，未来产能的提升将有助于降低成本。锂电池则直接决定产品的续航能力与便携性，随着上游电芯及配套材料产能的持续释放，其成本有望下降。在核心部件价格下降与性能优化的双重推动下，眼部按摩仪的整体制造成本预计将降低，同时带动产品升级与价格结构优化。

### 2. 中国眼部按摩仪品牌在海外与国内同步发力，但不同品牌在海外布局的深度与成效存在显著差异。

中国眼部按摩仪市场由倍轻松、奥佳华等头部品牌主导，国内竞争加剧促使企业加快出海步伐。部分品牌如倍轻松已在亚马逊、Shopee、Lazada等主流跨境平台建立系统化B2C渠道，并取得显著业绩增长；而其他品牌的海外布局仍处初期阶段，成效有限。与此同时，行业整体保持高速增长，家电品牌也纷纷入局。随着线上电商与线下渠道融合的新零售模式兴起，多渠道销售显著提升了品牌影响力与市场覆盖率，推动行业规模持续扩大。

### 3. 健康意识提升与消费升级推动眼部按摩仪市场需求持续增长，行业正向智能化与创新化加速发展，并通过多元化营销与渠道布局不断扩大品牌影响力与销量。

眼部按摩仪的需求主要来源于长期使用电子设备导致眼部疲劳的人群，随着国民健康意识提升，市场规模快速增长。消费者对智能化、创新性产品的需求不断上升，头部品牌通过引入先进技术与多功能设计推动产品升级。与此同时，行业下游渠道呈现线上线下融合、多样化发展的格局，企业普遍采用明星代言与综艺植入等营销方式，显著提升品牌知名度与销售转化率，形成推动市场持续扩张的重要驱动力。

## 产业链上游环节分析

### 生产制造端

眼部按摩仪原材料供应

### 上游厂商

歌尔股份有限公司

立讯精密工业股份有限公司

瑞声科技（常州）有限公司

欣旺达电子股份有限公司

蓝思科技股份有限公司

江苏长电科技股份有限公司

华天科技（南京）有限公司

通富微电子股份有限公司

瑞芯微电子股份有限公司

乐鑫信息科技（上海）股份有限公司

惠州亿纬锂能股份有限公司

东莞长盈精密技术有限公司

### 上游分析

#### 原材料与核心部件成本高企，MCU芯片走势关键，未来产能提升将有助于降低眼部按摩仪制造成本。

眼部按摩仪的制造成本中，原材料与核心零部件占比超过70%，其中微特电机、加热膜、MCU芯片与电池构成关键组件，直接决定产品的成本结构与性能水平。特别是MCU芯片，作为控制系统的核心元件，其价格与供需变化对整体成本影响显著。尽管2023年受全球宏观经济波动影响，MCU市场短期内出现下滑，并面临一定不确定性，但在智能化与自动化持续推进的背景下，行业长期增长趋势明

确。预计自2024年起，全球MCU市场将逐步复苏，到2028年市场规模有望达到约320亿美元，年出货量将超过367亿颗。随着关键材料与零部件产能的提升，眼部按摩仪的整体制造成本有望下降。

### **锂电池性能优化与成本下降将推动眼部按摩仪产品升级与价格结构优化。**

除MCU外，锂电池也是眼部按摩仪的核心零部件，对产品的续航性能与便携性具有决定性影响。目前，主流眼部按摩仪多采用锂离子电池或锂聚合物电池，具备能量密度高、体积小、充电快等优势，满足轻量化与多功能集成的设计需求。以常见产品为例，单颗电池容量多在1,000mAh至2,000mAh之间，支持2至5小时续航，广泛应用于中高端产品线。根据数据显示2024年，中国锂离子电池总产量约为1,170GWh，同比增长约24%。随着上游电芯制造与电解液、隔膜、正负极材料等材料产能持续释放，锂电池成本有望进一步下降，有利于控制眼部按摩仪整机成本并推动产品价格结构优化。

## **中 产业链中游环节分析**

### **品牌端**

眼部按摩仪

### **中游厂商**

深圳市倍轻松科技股份有限公司

未来穿戴健康科技股份有限公司

松下电器（中国）有限公司

奥佳华智能健康科技集团股份有限公司

奥克斯集团有限公司

浙江西屋电气股份有限公司

飞利浦（中国）投资有限公司

深圳攀高医疗电子有限公司

泰安市诺泰电子科技有限公司

浙江凯诗捷智能科技有限公司

### **中游分析**

#### **眼部按摩仪品牌加速出海，但海外布局深度与成效呈明显分化。**

尽管眼部按摩仪市场参与企业众多，但整体市场格局仍由倍轻松、奥佳华、未来穿戴等头部品牌占据主导地位。国内市场竞争日趋激烈，不少品牌开始积极拓展海外业务，以寻求新的增长空间。以倍轻松为例，其已成功入驻亚马逊、Shopee、Lazada等主流跨境电商平台，并通过设立海外直营店与独立站等形式，系统性布局B2C销售渠道。得益于海外渠道拓展成效显著，2024年前三季度其海外收入同比增长约28%。未来穿戴也在通过亚马逊平台推进国际市场布局，但相较之下，其海外销售仍处于初步阶段，截至2023年9月，外销占整体营收的比重约为5%。整体来看，中国眼部按摩仪品牌正加速出海步伐，逐步提升全球影响力，但不同品牌在海外市场的拓展程度与业绩表现仍存在较大差异。

#### **多渠道融合与私域运营推动眼部按摩仪品牌销量与影响力显著提升。**

眼部按摩仪已经成为企业争相布局的新赛道，在此市场中，包含专注于按摩保健电器的企业，例如倍轻松，奥佳华等，海尔，小米等家电品牌也推出相关产品。随着线上电商平台的蓬勃发展，眼部按摩仪的销量也呈现增长趋势。以倍轻松为例，该企业将营销模式调整为线上线下相融合的新零售模式。根据2022年报告显示，该企业通过公司微信社群，公众号等渠道新增104万注册用户，电商平台私域运营平台会员总量同比增长173%。数据显示，该企业在2024年货节期间，店铺维度销量同比提升689%。数据表明，多渠道销售为提升了品牌影响力和拓展了市场空间。

## **下 产业链下游环节分析**

### **渠道端及终端客户**

眼部按摩仪

## 渠道端

京東集團股份有限公司

淘宝（中国）软件有限公司

苏宁易购集团股份有限公司

国美电器有限公司

杭州网易严选贸易有限公司

抖音有限公司

沃尔玛（中国）投资有限公司

上海寻梦信息技术有限公司

## 下游分析

### 眼部健康需求增长推动按摩仪市场持续扩容，成为缓解视疲劳的重要辅助工具。

眼部按摩仪的主要消费群体集中在长时间使用电子设备的人群，包括学生、上班族及老年人。由于长期用眼，这些人群普遍面临眼部疲劳、干涩、视力下降等问题，对眼部健康的关注度不断提升。近年来，青少年近视及视力问题呈高发趋势，据统计，2022年中国儿童青少年的总体视力不良检出率已达53.6%。同时，眼科医疗需求显著增长，仅在2022年8月，眼科问诊指数同比就提升了129%，公众对眼部健康管理的需求正在快速上升。在此背景下，眼部按摩仪凭借缓解眼部疲劳、改善血液循环、促进眼部舒适度等功效，逐渐被消费者认可与接受。其便捷、可在家中自主使用的特点，使其成为预防与缓解眼部问题的重要辅助工具，市场需求量正稳步扩大，行业发展潜力明显。

### 明星合作与综艺植入已成眼部按摩仪品牌提升销量与影响力的关键策略。

当前，眼部按摩仪行业的下游渠道营销呈现多元化格局，线上与线下销售渠道并行发展，并不断向融合模式演进。值得关注的是，名人合作推广已成为企业的重要营销策略之一，通过明星代言、综艺节目赞助及广告植入等方式，企业能够在短时间内大幅提升品牌曝光度与产品销量。例如，倍轻松邀请肖战担任品牌代言人，其同款产品销量突破10万台，仅4天线上营业额便超过1亿元。此外，倍轻松先后赞助《向往的生活4》《我家小两口》等多档知名综艺，借助节目热度实现品牌与产品的深度曝光。同样，SKG也通过在《乘风破浪的姐姐》《我要这样的生活》《朋友请听好》等热门综艺中植入产品，进一步扩大消费者触达范围。这类以明星效应与节目流量为核心的营销方式，不仅显著提升了品牌影响力与市场认知度，也有效促进了销售转化，成为推动行业竞争与市场拓展的关键路径之一。

## 行业规模

### 眼部按摩仪行业规模的概况

近年来，眼部按摩仪行业市场规模总体呈现增长趋势。2019-2024年眼部按摩仪行业市场规模由6.95亿上升至29亿。根据预测，2025-2028年，眼部按摩仪行业市场规模将由35亿元上升至58亿元。

### 眼部按摩仪行业市场规模历史变化的原因如下：

#### 高频用网加重视疲劳，推动眼部按摩仪成为具备刚性需求的增长型产品。

据中国互联网络信息中心数据显示，截至2024年6月，我国网民规模近11亿人，较2023年12月增长742万人，互联网普及率达78.0%。中国居民每天平均上网时间为5小时37分钟，占全天时间的近四分之一。这一高强度的电子屏幕接触使眼部负担显著加重，干涩、酸胀、视物模糊等症状出现频率明显升高。在这种背景下，眼部按摩仪作为针对性缓解眼部疲劳的消费电子产品，获得了高度的场景匹配性与刚性需求驱动，带动了眼部按摩仪市场的快速增长。

#### 技术创新正成为推动眼部按摩仪行业市场规模持续扩张的核心动力。

以未来穿戴为例，该公司不断加大研发投入，2019年至2021年研发费用由2275.49万元提升至0.98亿元，占营业收入的比例从2.87%跃升至10.82%，凸显其在技术迭代上的战略重心持续上移。截至2022年5月31日，公司累计持有专利1376项，其中包括48项发明专利、999项实用新型专利、288项外观设计专利及41项境外专利，技术覆盖范围广泛，涵盖按摩力学优化、智能温控系统、人机交互等多个关键领域。持续的技术突

破不仅在产品舒适度、功能多样化等方面实现显著提升，还推动了产品向智能化、个性化及高附加值方向升级。这种以研发驱动为核心的发展模式，使企业在竞争激烈的市场中保持技术领先地位，并为眼部按摩仪行业的长期增长提供了坚实支撑。

## 眼部按摩仪行业市场规模未来变化的原因主要包括：

### 老龄化与健康需求提升推动眼部按摩仪在银发消费市场持续增长。

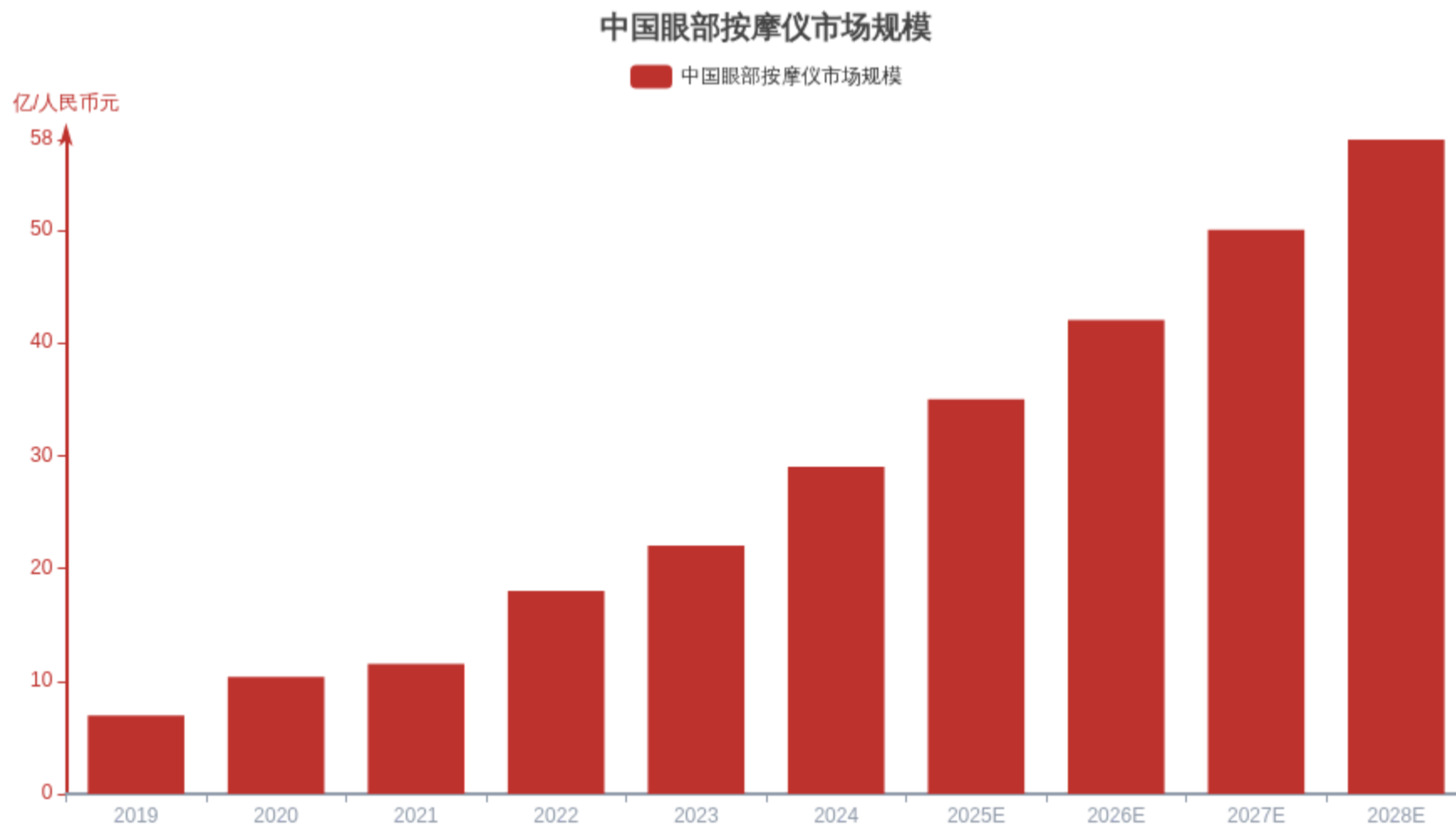
数据显示，2019年至2022年间，中国60岁及以上人口比例由18.1%升至19.8%，其中65岁及以上人口占比已达14.9%。老年群体在健康管理方面的消费意识与需求显著提升，尤其在视力保护和眼部护理领域，对智能健康产品的接受度不断提高。智能化眼部按摩仪凭借精准的按摩技术、舒适的操作体验及针对性的人性化设计，能够有效缓解眼部疲劳、改善血液循环，契合老年群体的功能性需求，因而在该细分市场获得持续增长的动力。统计显示，2020年中国老年人口消费规模已达4.37万亿元，占GDP的5.25%，预计到2050年将增至40.69万亿元，占GDP比重提升至12.2%。这一庞大且不断扩张的银发消费群体，将为眼部按摩仪市场释放长期而稳定的增长潜力。

### 年轻群体用眼负担加剧，推动眼部按摩仪需求快速增长，市场潜力显著提升。

年轻群体因长期高强度用眼，近视、干眼症等眼部健康问题日益突出，成为推动眼部按摩仪市场规模增长的重要力量。根据人民数据，2022年22至29岁年龄段中，超过一半的人群干眼症状持续时间超过一年，显著提升了对眼部健康管理产品的需求。与此同时，年轻消费者健康意识的提升，使其更加关注护眼产品的专业性与使用体验，尤其偏好具备精准按摩功能和舒适感的眼部按摩仪。主流电商平台数据显示，2022年第三季度护眼产品销售额同比激增156%，反映出市场需求的强劲增长趋势。

## 规模预测

### 眼部按摩仪行业规模



数据来源：IEAE深圳家电展、上海国际个护生活电器展览会、中新传媒

## 政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《电器电子产品有害物质限制使用合格评定制度实施安排》	市场监管总局 工业和信息化部	2019-05-16	-5
政策内容	国家对电器电子产品中有害物质限制使用实施合格评定制度，包括国推自愿性认证和供方自我声明两种方式，相关产品应通遵从此评定制度，并在指定平台报送信息。从源头上限制电器电子产品有害物质使用，减少产品废弃后对环境造成的污染，增加绿色产品供给，促进绿色消费。			
政策解读	该政策是我国推动绿色制造与环境保护的重要制度。通过明确电器电子产品在有害物质限制使用方面的合格评定方式，加强了产品生产的环保性。合格评定采取两种方式，给予企业一定的灵活性，同时设立公共信息平台，提高产品合规信息的透明度与可追溯性。这不仅促使企业在原材料采购、设计生产等环节加强有害物质控制，也有助于形成良性市场导向。对相关企业而言，需严格遵守并完成合格评定，在短期内可能面临一系列的改革措施，但制度的逐步实施将加快我国绿色供应链建设进程，推动电器电子行业朝低污染、可持续方向发展。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《儿童青少年近视防控适宜技术指南（更新版）》	中华人民共和国国家卫生健康委员会-疾病预防控制局	2021-10-11	7
政策内容	2021年发布的《儿童青少年近视防控适宜技术指南（更新版）》明确了近视防控的基本知识和近视防控的适宜技术，包括建立视力档案、科学用眼习惯、视觉训练等干预措施，并强调多部门协同开展综合干预，推广适宜的非药物干预方法。			
政策解读	该指南完善了近视防控适宜技术要求。对于眼部按摩仪行业而言，这一政策认可“缓解疲劳、辅助干预”类产品的市场潜力。产品应严格规范宣传用语，聚焦“缓解眼疲劳”而非“治疗近视”，推动儿童青少年近视防控技术的发展。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《含光源的近视控制、弱视治疗类医疗器械产品分类界定指导原则》	国家药品监督管理局	2025-07-16	7
政策内容	该指导原则明确了含光源的近视控制、弱视治疗类医疗器械产品的定义、适用范围、管理判定、命名方式、管理类别及分类编码。原则要求此类产品需严格区分是否具备医疗用途，是否属于医疗器械，明确预期用途、避免夸大宣传，保障产品安全有效。			
政策解读	该指导原则规范了含光源的近视控制、弱视治疗类医疗器械产品的界限，为眼部按摩仪行业提供了规范和参考。对于不用于近视防控（含训练）或弱视治疗（含训练），主要用于缓解视疲劳、日常保健的眼部按摩仪产品，只要其不通过光源照射眼球进行治疗，即不纳入医疗器械管理范畴。这有助于界定产品定位，避免误解和夸大宣传带来的风险，确保宣传合法合规，推动眼部按摩仪行业更加规范、清晰地划分产品边界，促进行业规范发展。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《家用和类似用途眼部按摩器》	中国家用电器协会	2024-04-02	6
政策内容	2024年4月发布的《家用和类似用途眼部按摩器》标准，规范了眼部按摩器的技术要求、试验方法、检验规则及包装运输等内容，对眼部按摩器行业缺乏的一些针对性的标准进行了明确，例如热敷温度、锂电池安全等方面。该标准的发布与实施引导该行业向更安全、更健康的方向发展。			
政策解读	该政策的实施填补了眼部按摩器行业长期缺乏的规范和标准，是行业迈向规范化、标准化的重要举措。通过明确热敷温度、锂电池使用要求、功能操作规范等细节，有效提升产品安全性与用户体验。同时，也提醒企业需加强产品研发和质量把控，以满足新标准要求，促进行业健康规范的发展。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《综合防控儿童青少年近视实施方案》	教育部等八部门联合印发	2018-08-30	7
政策内容	《综合防控儿童青少年近视实施方案》强调多部门联动，落实主体责任和方案实施，通过组织领导，减负、加强队伍建设，加强科学研究，加大财政投入等手段，全面防控儿童青少年近视问题。同时，加强政策宣传与督导审核，推动形成全社会共同防控近视的机制。			
政策解读	《综合防控儿童青少年近视实施方案》的出台与实施，表明国家高度重视青少年视力健康。这一政策全面推动近视防控体系的建设。对于眼部按摩仪行业而言，政策的出台增强了公众对护眼产品的认知和需求，鼓励相关技术的发展，通过政策，家长和学校都更加重视预防工具，也为企业提供了更为广阔的发展空间。但同时，行业也需在产品的安全性与科学性上做到规范合规，顺应国家的严格监管，从而更好地满足市场和社会双重期待。			
政策性质	指导性政策			

## 竞争格局

### 眼部按摩仪竞争格局概况

现阶段中国眼部按摩仪市场的竞争格局呈现多层次、多维度的竞争态势。随着消费者对“健康护眼”、“缓解视疲劳”等需求快速增长，该品类已从原本的“小众保健品类”发展为电商平台上具有显著增长潜力的智能穿戴健康产品，吸引了大量品牌入局。整体来看，市场竞争激烈程度较高，产品同质化现象严重，造成各品牌在技术升级、功能创新、用户体验优化等方面不断加大投入，以争夺市场份额。

按摩仪器行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有倍轻松、SKG、松下、奥佳华等；第二梯队公司为奥克斯、西屋、飞利浦、诺泰等；第三梯队有攀高、KASJ等。

### 眼部按摩仪行业竞争格局的历史原因

#### 行业早期起步缓慢，专业品牌率先布局，技术积累与专利储备奠定领先优势。

最初眼部按摩仪以中老年保健、理疗设备和美容为主，功能以震动、热敷为主。消费者认知度低，需求量小。代表品牌如倍轻松率先进入市场，依托技术基础和工厂制造能力，占据首批市场份额，成为头部企业。头部企业在核心技术上拥有多年研发积累和专利壁垒。以倍轻松和奥佳华为例，这两家公司在眼部按摩仪领域均具备深厚的技术积累，倍轻松自2000年公司成立以来，所有专利总数超900，其中包含发明专利203种。奥佳华所有专利总数超1,000，其中包含发明专利317种，获得授权专利2,292件，研发投入占营业收入4%左右，年研发经费超2亿元。倍轻松依托多年在按摩器具领域的研发经验，具有推出的眼部按摩仪集智能气压按摩、恒温热敷、震动舒缓、音乐放松等功能于一体，将传统穴位按摩和气囊相结合，针对眼部穴位进行设计，以适应不同人群的舒适需求。先进的技术及专利储备奠定了头部企业的布局。

#### 头部品牌依靠多渠道与明星代言形成规模优势，中小企业因资金与研发受限陷入低端竞争，市场格局呈集中与分散并存。

倍轻松等头部企业凭借多渠道布局（如线上电商、线下专柜）、签约肖战、易烱千玺等顶流明星为全球品牌代言人、持续技术迭代和精准市场定位，实现了销量与品牌影响力的双提升。如线下方面，倍轻松覆盖了城市购物中心门店、机场、高铁站、海南免税店、山姆会员等KA渠道；线上方面，覆盖了天猫、京东、拼多多、抖音、小红书等新兴社交电商，以及亚马逊、美国独立站、虾皮、LAZADA等海外电商平台。而中小企业受限于资金、渠道与研发能力，多集中于价格竞争与低端市场，缺乏品牌溢价与规模效应，最终形成了以少数头部品牌主导、多数中小企业分散竞争的市场格局。

中国眼部按摩仪市场竞争格局将加速向技术驱动和品牌集中化演变。头部企业将凭借核心技术研发能力持续提升高端市场占有率，缺乏创新能力的品牌将在同质化竞争中逐渐被淘汰。与此同时，领先品牌将依托成熟的跨境渠道优势，加快全球化布局，最终形成技术、品牌与规模全面领先的竞争态势。

### 眼部按摩仪行业竞争格局未来变化原因

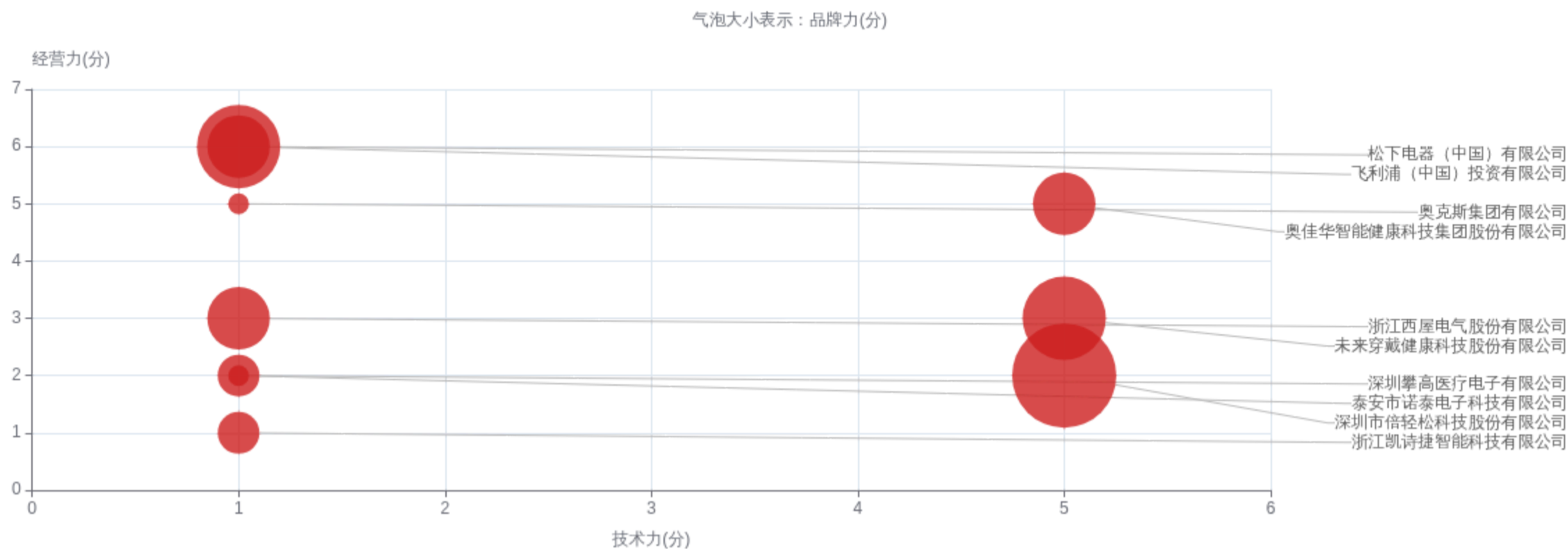
#### 市场竞争推动产品细分化，技术升级推动高端化趋势，中小企业生存空间收窄。

随着市场竞争日趋激烈，品牌在目标市场定位上愈发精准，针对不同年龄层、性别及职业群体推出差异化产品与服务，以满足多元化的消费需求。除核心功能外，企业也在用户体验、便携性及外观设计等方面不断优化。例如，倍轻松眼部按摩仪采用亲肤蛋白皮材质，提供更舒适的人机交互体验；奥佳华、小米等品牌则在产品内部使用镂空结构，外部配备透明或半透明可视窗，提升使用便捷性与安全感。针对便携化需求，奥佳

华推出的眼部按摩仪机身重量仅215g，方便随身携带；在外观上，星空灰与黛蓝等时尚配色符合当下审美趋势，增强了产品的视觉吸引力。当前，行业同质化现象依然突出，而随着消费者对舒适度、智能化及健康功效要求的不断提升，眼部按摩仪正迈向技术驱动的高端化阶段。缺乏研发能力与专利储备的中小品牌，将在价格竞争与产品趋同中逐步被市场淘汰。

### 品牌通过海外市场布局实现风险分散与规模提升，头部企业已借跨境渠道与全球网络强化国际竞争力与增长潜力。

在巩固国内市场的基础上，品牌积极布局海外市场，以实现销售规模和品牌影响力的双重提升。国际市场的拓展不仅有助于分散单一市场风险，还能借助供应链与生产成本优势，加快全球份额的占领。近年来，倍轻松、SKG等企业已在Amazon、Lazada等国际电商平台建立成熟的跨境销售渠道，为品牌进入多元化市场奠定基础。奥佳华凭借在研发、生产与渠道方面的综合优势，其按摩椅及按摩小家电产品出口份额连续十余年稳居国内行业首位。目前，其业务已覆盖亚洲、北美、欧洲三大保健按摩核心市场，全球销售网点超过10万个，形成了广泛且稳定的国际销售网络。这一战略不仅提升了品牌的全球知名度，也为其在全球健康消费品领域赢得更强的竞争力和可持续增长空间。



## 上市公司速览

**深圳市倍轻松科技股份有限公司 (688793)**

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	2.9亿元 >	28.6	62.8

**奥佳华智能健康科技集团股份有限公司 (002614)**

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	10.5亿元 >	-11.2	38.7

**深圳市锐明技术股份有限公司 (002970)**

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	5.1亿元 >	2.5	47.7

**上海荣泰健康科技股份有限公司 (603579)**

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	4.0亿元 >	3.9	35.9

**欣旺达电子股份有限公司 (300207)**

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	343.2亿元 >	-6.2	14.4

**歌尔股份有限公司 (002241)**

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	739.5亿元 >	-	8.4

**立讯精密工业股份有限公司 (002475)**

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	1.6千亿元 >	7.3	11.8

## 企业分析

· 公司信息			
企业状态	存续	注册资本	62347.5995万人民币
企业总部	厦门市	行业	研究和试验发展
法人	邹剑寒	统一社会信用代码	91350200260060034P
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	838828800000
品牌名称	奥佳华智能健康科技集团股份有限公司	经营范围	研发、销售：一类医疗器械、保健器具、康复理疗器具（不含假肢、矫形器（辅助器具）等须经前置审批许可的项目）、健身器材、美容器具、家居产品；开发、生产、加工、销售：电子按摩器材及其相关材料，座、靠、垫制品，低压电器配件，日用五金制品，电子产品，模具，家具，家电，化工原料（需经前置许可项目除外），聚氨酯泡棉制品及其提供技术转让、咨询、服务；经营本企业自产产品的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料的进口业务（不另附进出口商品目录），但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外；未涉及前置审批许可的其他经营项目。

■ 财务数据分析										
财务指标	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025(Q1)
销售现金流/营业收入	0.98	1.06	1	1.06	1.03	1.06	1.12	1.07	0.93	/
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
资产负债率(%)	41.8534	39.5796	44.6007	44.2869	46.8906	45.0624	44.6547	42.5919	41.079	/
营业总收入同比增长(%)	21.9257	24.4083	26.8578	-3.1349	33.6011	12.2541	-23.9996	-16.4977	-3.9189	/
归属净利润同比增长(%)	39.0335	37.5053	27.2152	-34.1919	55.8919	4.344	-77.7417	1.1569	-37.7551	/
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
应收账款周转天数(天)	49.4044	51.5132	50.0521	63.3401	57.1093	55.558	60.831	54.3449	55.7569	/
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
流动比率	1.7965	2.0817	1.6478	1.262	1.8757	1.7915	1.9874	1.794	1.6709	/
每股经营现金流(元)	0.2149	0.5399	0.8471	0.4924	1.1551	-0.0278	1.1902	1.4357	0.2088	/
毛利率(%)	35.7722	36.9959	36.255	37.2154	35.9764	29.8642	32.2326	37.0722	36.041	/
流动负债/总负债(%)	95.9328	88.2651	96.7231	98.2993	82.0509	85.0179	74.2046	78.6002	80.8201	/
速动比率	0.7171	0.8959	0.9677	0.7444	1.4468	1.3288	1.5815	1.4259	1.3262	/
摊薄总资产收益率(%)	6.3826	7.6895	8.1934	4.7285	5.7025	5.1583	1.2375	1.3677	0.9388	/
营业总收入滚动环比增长(%)	-0.2154	16.0839	6.3137	8.0034	17.5197	/	/	/	/	/
扣非净利润滚动环比增长(%)	14.1177	14.6316	-1.1854	-44.1789	-39.6629	/	/	/	/	/
加权净资产收益率(%)	10.36	12.85	14.28	8.66	11.7	9.89	2.16	2.24	/	/
基本每股收益(元)	0.46	0.63	0.79	/	/	0.74	0.16	0.17	0.1	0.003
净利率(%)	7.6954	8.2786	8.1293	5.4516	6.1554	5.9272	1.846	2.274	1.5151	/
总资产周转率(次)	0.8294	0.9288	1.0079	0.8674	0.9264	0.8703	0.6704	0.6015	0.6196	/
归属净利润滚动环比增长(%)	5.2283	14.4902	-21.1914	-18.2224	-30.7564	/	/	/	/	/
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股公积金(元)	2.0047	2.1128	2.1381	2.0364	2.8325	2.9038	2.7298	2.7426	2.7313	/
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
存货周转天数(天)	79.5563	88.2483	83.486	101.1066	90.3841	94.3124	124.0567	122.7831	108.0497	/
营业总收入(元)	3451383192.65	4293808652.95	5447030714.43	5276271252.16	7049158351.67	7926722192.23	6024336706.63	5030460330.75	4833321898.13	1147544843.46
每股未分配利润(元)	1.6054	2.0496	2.6866	3.0786	3.3356	3.6097	3.4943	3.3511	3.1448	/
稀释每股收益(元)	0.45	0.62	0.77	/	/	0.68	0.18	0.17	0.1	0.003
归属净利润(元)	251030468.26	345180248.17	439121842.1	288977759.5	459226985.61	458358173.45	102022883.31	103203187.17	64238678.27	1997005.34
扣非每股收益(元)	0.35	0.47	0.62	0.52	0.71	/	/	/	/	/
毛利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
经营现金流/营业收入	0.2149	0.5399	0.8471	0.4924	1.1551	-0.0278	1.1902	1.4357	0.2088	/

## 公司竞争优势

## 竞争优势

奥佳华是全球领先的按摩器具专业制造基地之一，拥有涵盖眼部按摩仪、按摩椅及全身各部位专业按摩小电器的全品类生产能力，年产专业按摩小器具超1,700万台、健康环境产品近600万台，形成强大的规模化制造优势。公司核心零部件基本实现自产，显著提升成本控制与供应链整合能力，为眼部按摩仪等产品提供稳定高效的供应保障。凭借完善的全球销售网络，奥佳华在东南亚市场及欧美市场均占据稳固份额，并与多家国际知名品牌建立长期合作关系，2021年按摩器具出口额位列行业第一。公司持续加码自动化与数字化设备投入，推进产线智能化升级，并获得中国质量检验协会6大权威认证，确保产品性能与可靠性达到国际标准，综合体现其生产规模、供应链能力、国际市场布局及质量管理方面的显著竞争优势。

## 2 深圳市倍轻松科技股份有限公司【688793】

### 公司信息

企业状态	存续	注册资本	8594.5419万人民币
企业总部	深圳市	行业	橡胶和塑料制品业
法人	马学军	统一社会信用代码	9144030072302468X5
企业类型	股份有限公司（外商投资、上市）	成立时间	962726400000
品牌名称	深圳市倍轻松科技股份有限公司	经营范围	保健器材、电子保健器材、健身器材、电子产品、仪器仪表、水杯、水机、第一类医疗器械、医疗器械软件及相关配附件的研发、销售；第二类医疗器械及相关配附件的研发；提供以上产品的代理研发服务及相关产业的投资；家电、家居用品、办公用品、日用品、床上用品、纺织品、服装服饰、鞋帽、化妆品、精油、玩具、工艺品（象牙及其制品除外）、礼品、一次性发热贴产品、涉及饮用水卫生安全的产品（饮水机）、与生活饮用水接触的净水器、模具及配件的销售及网络销售；经营进出口业务（法律、行政法规、国务院决定禁止的项目除外，限制的项目须取得许可后方可经营）；在网上从事商贸活动（不含限制项目）；软件服务；健康养生管理咨询（不含医疗行为）；电子产品的技术开发、技术咨询、技术转让；电子、通信与自动控制技术研究；计算机软件的技术开发及相关技术咨询、技术服务；网络技术开发及相关技术咨询；养生保健服务（非医疗）；可穿戴智能设备销售；可穿戴智能设备制造；家用电器制造；家用电器销售；家用电器研发。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动）产业用纺织制成品制造；家用纺织制成品制造；家居用品制造。（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）水杯、水机、第一类医疗器械、医疗器械软件及相关配附件的生产；第二类医疗器械及相关配附件的生产、销售；信息服务业务（仅限互联网信息服务和移动网信息服务业务，凭增值电信业务经营许可证经营）；中草药包、散装食品、饮料、茶叶的销售及网络销售；餐饮服务；冷热饮品制售；物流运输服务；单用途商业预付卡的销售；以特许经营方式从事商业活动。（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）

■ 财务数据分析										
财务指标	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025(Q1)
销售现金流/营业收入	1.22	1.11	1.03	0.99	1.04	1.13	1.09	1.14	1.15	/
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
资产负债率(%)	76.865	71.0827	56.2455	56.3876	50.8887	31.8329	40.9155	45.9151	54.3944	/
营业总收入同比增长(%)	0.7368	12.7188	42.1095	36.6386	19.0701	43.9276	-24.6886	42.299	-14.8789	/
归属净利润同比增长(%)	369.1912	94.3521	115.9497	20.7831	29.5587	29.9184	-235.4558	58.9695	120.1575	/
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
应收账款周转天数(天)	43.6824	35.2313	28.5273	32.0561	34.8987	24.6783	28.7444	18.4034	20.2678	/
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
流动比率	1.1695	1.2901	1.6274	1.5836	1.8081	3.0135	2.2543	1.8871	1.5522	/
每股经营现金流(元)	2.0923	1.19	2.28	0.84	1.48	1.4101	-0.0362	0.9505	0.9718	/
毛利率(%)	51.5401	55.2912	58.1917	60.9289	58.3612	56.7349	49.8177	59.3192	60.589	/
流动负债/总负债(%)	92.7417	93.8042	97.7015	98.8484	99.3601	84.8882	84.7937	91.0056	96.3209	/
速动比率	0.6203	0.7783	1.0226	0.9891	1.2242	2.2213	1.7479	1.4797	1.3065	/
摊薄总资产收益率(%)	6.3088	12.5832	20.977	17.1232	16.5868	12.8235	-14.1493	-6.4926	1.3063	/
营业总收入滚动环比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
扣非净利润滚动环比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
加权净资产收益率(%)	29.3	64.84	54.26	40.64	35.56	21.74	-21.93	-11.75	/	/
基本每股收益(元)	0.67	0.85	0.99	1.19	1.53	1.74	-2.02	-0.6	0.12	-0.02
净利率(%)	3.268	5.7407	8.8775	7.8902	8.525	7.746	-13.8981	-3.941	0.939	/
总资产周转率(次)	1.9305	2.1919	2.3629	2.1702	1.9457	1.6555	1.0181	1.6474	1.3912	/
归属净利润滚动环比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股公积金(元)	0.1701	0.5423	2.3274	1.342	0.4659	5.9221	5.9221	3.9979	3.9645	/
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
存货周转天数(天)	131.0139	111.2519	102.3862	117.1646	127.2669	121.1102	138.5628	92.968	97.6165	/
营业总收入(元)	317131011.53	357466427.44	507993694.77	694115696.87	826484571.04	1189539638.54	895858907	1274798202.55	1085122740.01	197014270.73
每股未分配利润(元)	0.9054	1.1287	3.4599	5.1278	3.1308	3.2373	0.6186	-0.1528	-0.0592	/
稀释每股收益(元)	0.67	0.85	0.99	1.19	1.53	1.74	-2.02	-0.6	0.12	-0.02
归属净利润(元)	10765897.26	20923744.19	45184771.64	54575569.32	70707377.52	91861861.17	-124432257.97	-50865435.56	10253215.6	-1832539.23
扣非每股收益(元)	0.04	0.8	0.95	1.14	/	1.46	-2.13	-0.66	/	/
毛利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
经营现金流/营业收入	2.0923	1.19	2.28	0.84	1.48	1.4101	-0.0362	0.9505	0.9718	/

## 公司竞争优势

## 竞争优势

倍轻松是国内便携式按摩器具领域的先行者，深耕眼部按摩仪市场多年，凭借高消费者认知度与品牌忠诚度占据竞争高地。公司在气压按摩、恒温热敷、振动频率控制等核心技术上具备多项自主专利，截至2024年6月30日，累计拥有1,868项知识产权，其中境内外授权专利842项，包括189项发明专利。依托二十余年的持续创新，倍轻松构建了“云-管-端-体”四位一体的“中医×科技”生态布局，在人体健康监测、按摩理疗干预等领域形成深厚技术壁垒，并率先探索便携式按摩器与物联网及人工智能云端算法的融合应用。营销方面，公司通过全域种草与跨品类合作，与美妆、快消等行业联动，并在抖音、小红书等平台借助达人推广实现品牌声量引爆。产品选用亲肤蛋白皮、环保硅胶等高附加值材质，持续优化人机交互设计，稳固并强化其中高端便携式按摩仪市场的领先地位。

# 附录

## 法律声明

**权利归属：**头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

**尊重原创：**头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

**内容使用：**未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

**合作维权：**头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

**完整性：**以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

# 成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

## 报告次卡

任意10本报告  
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

## 企业标准版



适用于研究频次高的用户或企业  
无限量阅读全站报告  
升级报告下载量  
专享企业服务  
定制词条报告

¥50,000 /年

## 企业专业版/旗舰版



满足定制研究需求的企业用户  
定制深度研究报告  
按需下载报告  
分析师一对一沟通  
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

## 购买与咨询

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchina.com

客服电话：

400-072-5588



头豹  
LeadLeo

www.leadleo.com  
400-072-5588