

Moojing Market Intelligence



睡眠仪&生发仪趋势 洞察报告

2024年3月

魔镜分析师团队

Contents 目录

01 个人护理/保健/按摩器材
&医疗器械 整体市场分析

02 睡眠仪市场分析

03 生发仪市场分析

Part 1

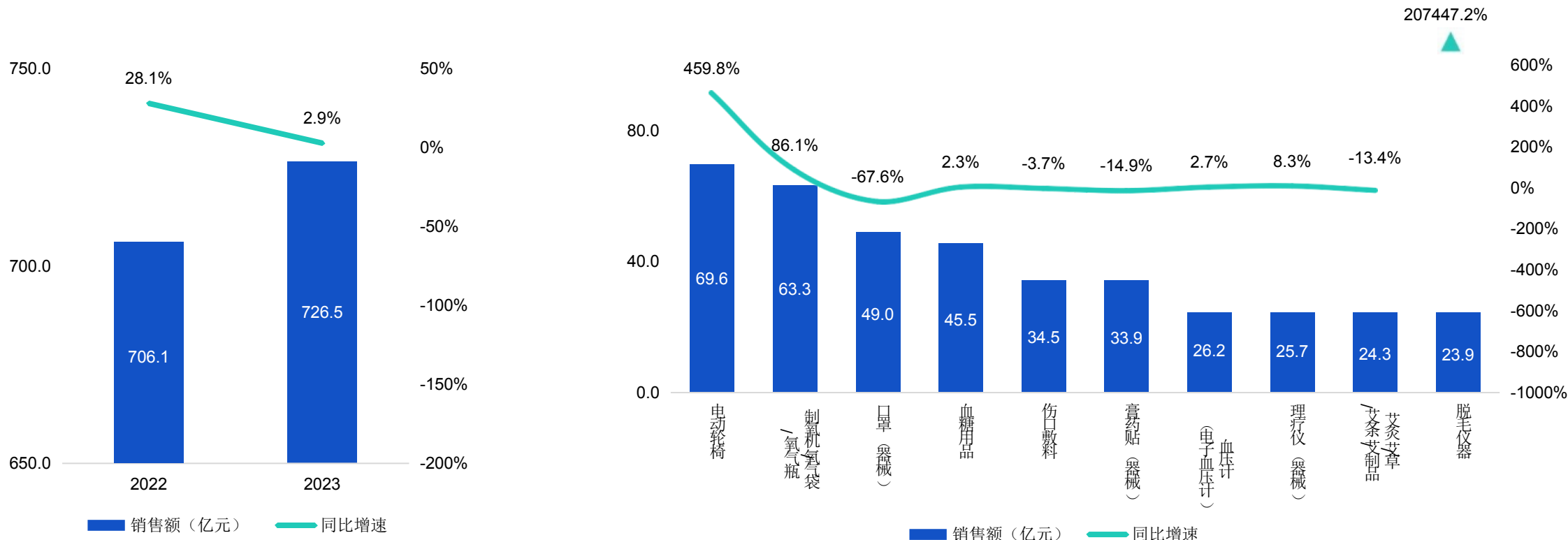
医美/护理/保健/按摩器材&医疗器械 整体市场分析

医疗器械一级类目整体市场概况

- 2023年1月-12月，天猫淘宝京东抖音平台，医疗器械一级类目**销售额726.5亿元**，**同比增长2.9%**。
- Top10二级类目中有6个类目同比增速为正，分别是**电动轮椅**、**制氧机/氧气袋/氧气瓶**、**血糖用品**、**血压计（电子血压计）**、**理疗仪（器械）**、**脱毛仪器**，其中电动轮椅同比增速为**459.8%**，脱毛仪器同比增速超过十倍。

2022-2023 医疗器械市场销售规模及增速

2023.1-2023.12 医疗器械市场Top10二级类目销售规模及增速

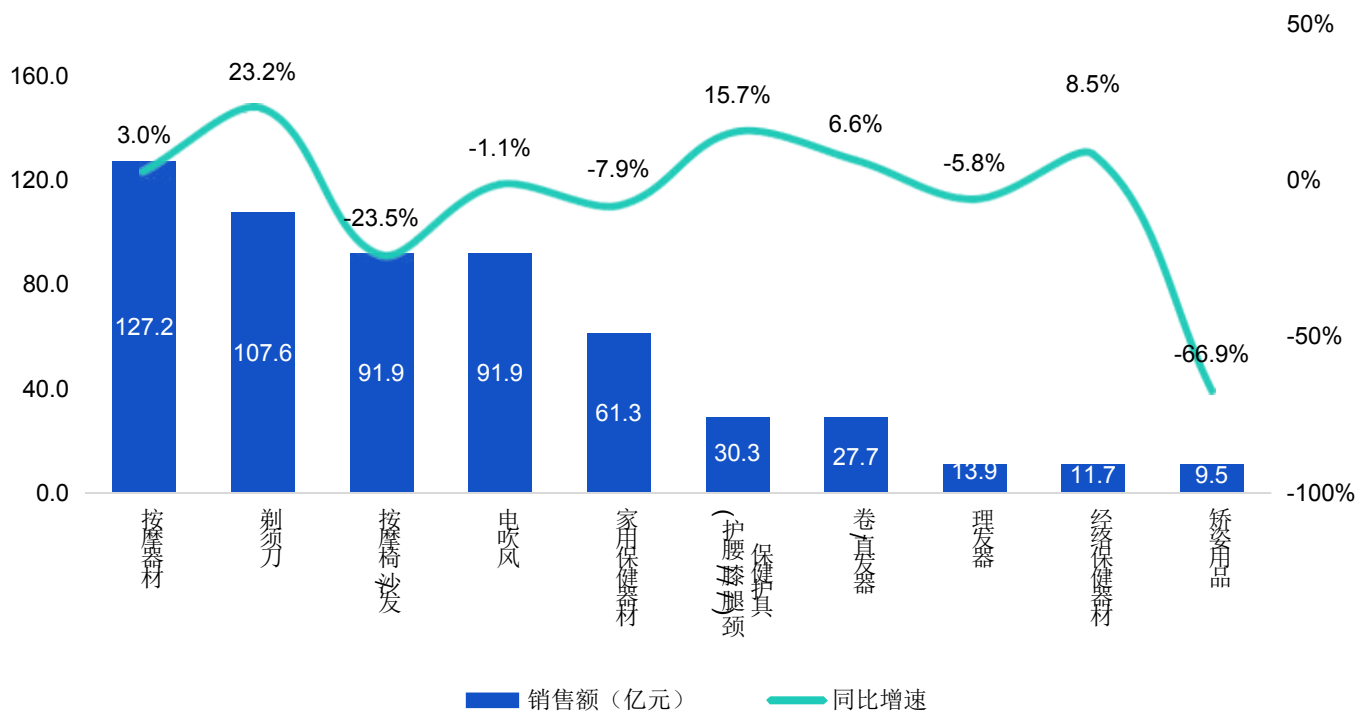
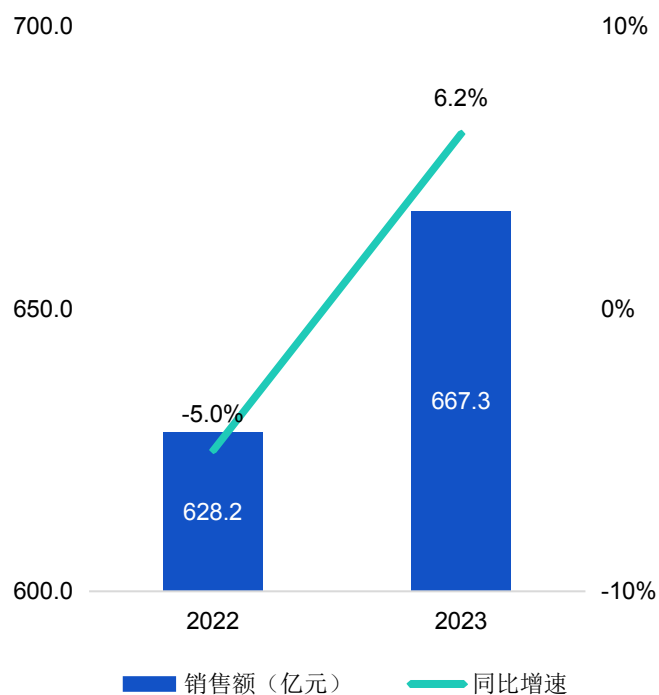


个人护理/保健/按摩器材一级类目整体市场概况

- 2023年1月-12月，天猫淘宝京东抖音平台，个人护理/保健/按摩器材一级类目**销售额667.3亿元**，**同比增长6.2%**。
- Top10二级类目中有5个类目同比增速为正，分别是**按摩器材**、**剃须刀**、**保健护具（护腰/膝/腿/颈）**、**卷/直发器**、**经络保健器材**，消费者重视身体健康保养，对于按摩类个护产品的需求不断增加。

2022-2023 个人护理/保健/按摩器材市场销售规模及增速

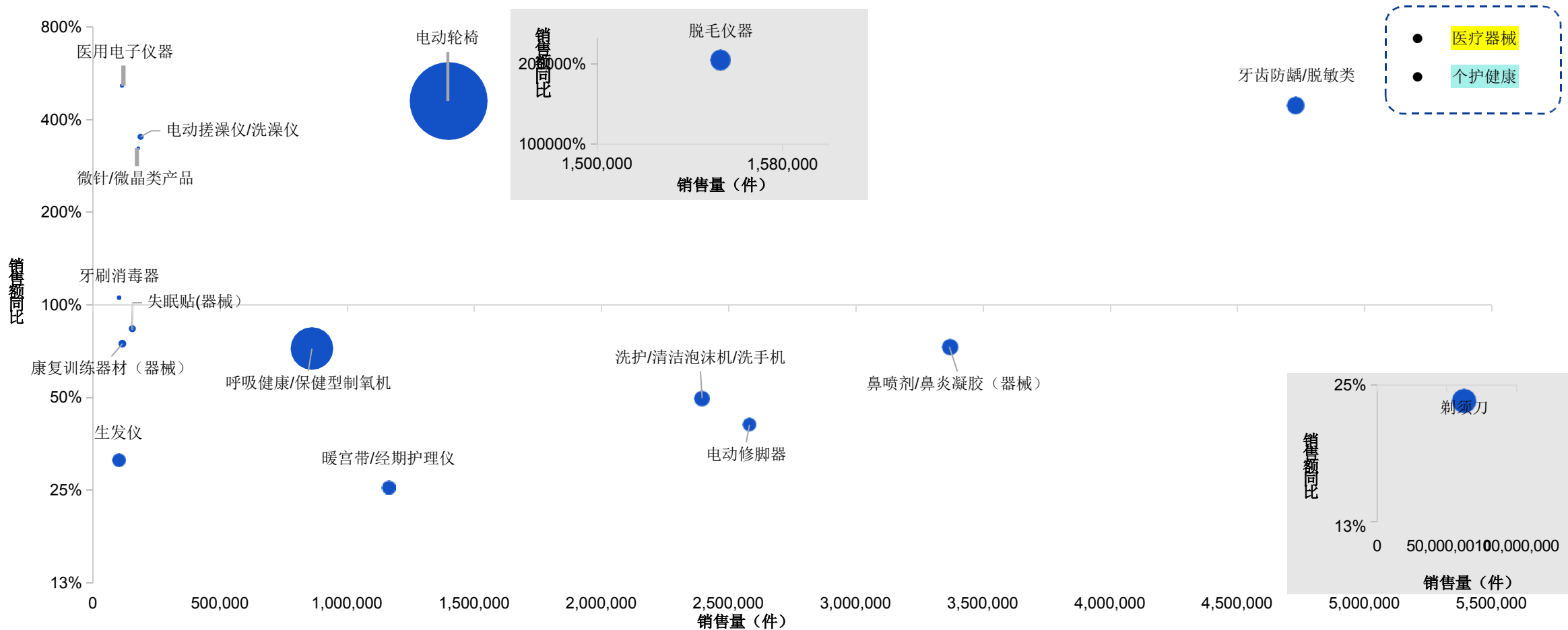
2023.1-2023.12 个人护理/保健/按摩器材市场Top10二级类目销售规模及增速



个人护理/保健/按摩器材&医疗器械 同比增速Top增长类目展示

- 在个人护理/保健/按摩器材和医疗器械一级类目下，筛选出销售额大于1千万并且销售额同比增速大于20%的二级类目。

2023年1-12月 个人护理/保健/按摩器材&医疗器械 同比增速TOP增长品类



数据来源：魔镜洞察 数据说明：气泡大小表示品类销售额

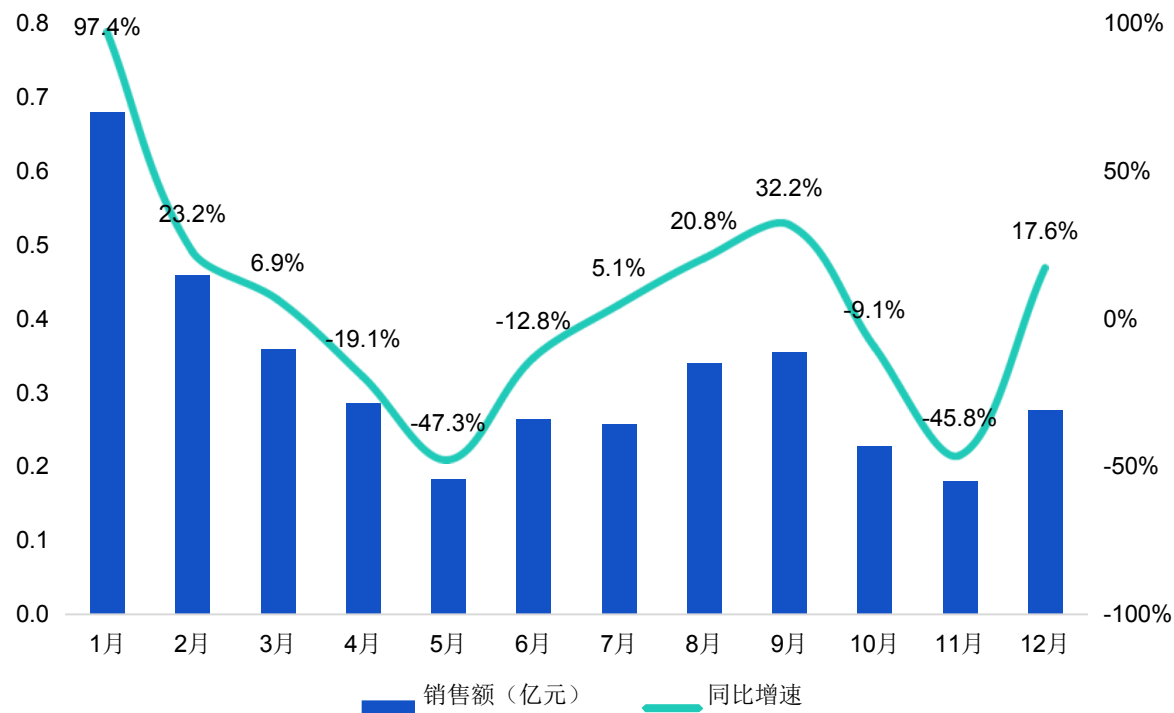
Part 2

助眠仪市场分析

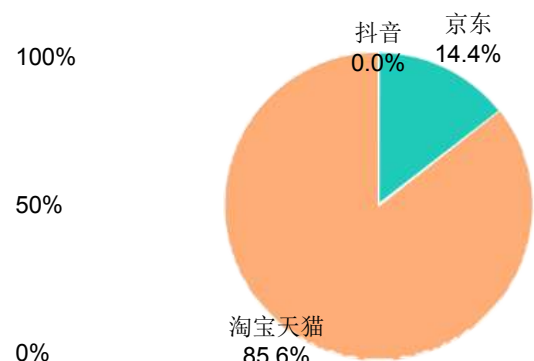
睡眠仪市场：睡眠仪以小微品牌在淘宝渠道销售为主，头部品牌还未发力，具备增长潜力

- 2023年1月-2023年12月睡眠仪销售额3.9亿元，同比增速5.4%，市场波动明显，第一、第三季度表现优异，在双十一、618大促节点销售却明显不足。
- 从渠道看以淘宝渠道为主，以小品牌、杂牌贴牌品牌为主，抖音渠道还存在大量市场空白和发展机会。
- 整体来看睡眠仪产品稳中有涨，具备一定发展潜力。

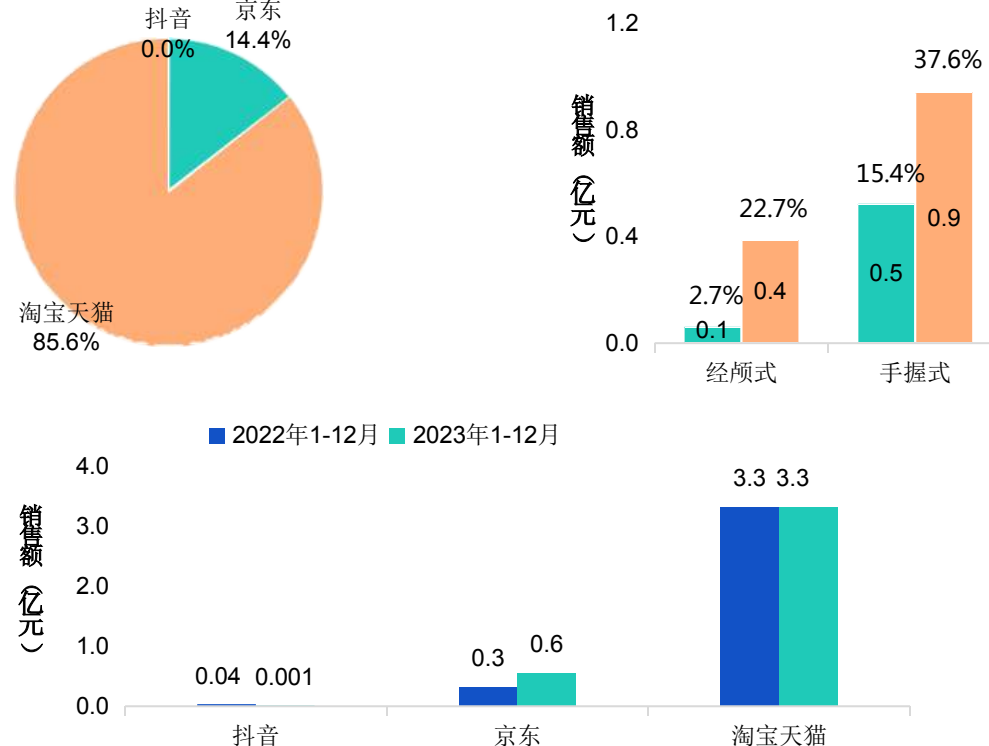
2023.1-2023.12睡眠仪市场销售规模及增速



2023年1月-2023年12月睡眠仪市场渠道占比



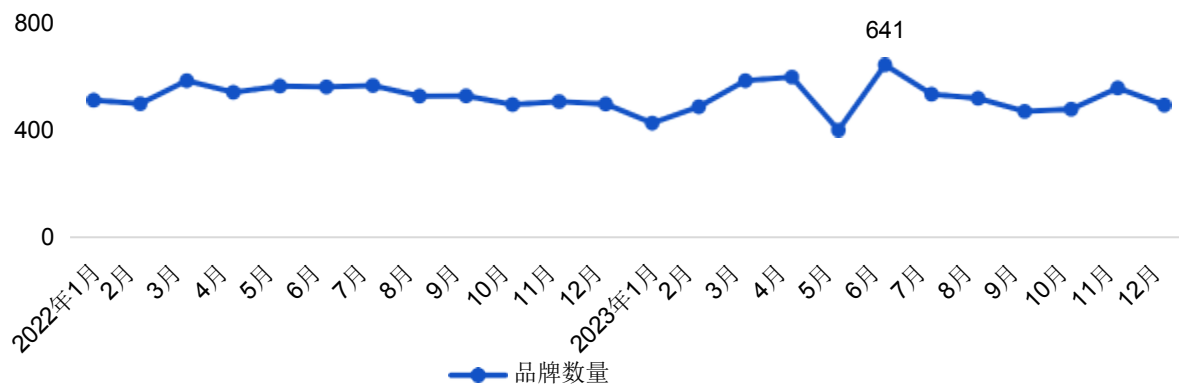
2023年头颈式&手握式销售额及占比



睡眠仪市场品牌竞争格局：品牌数量较稳定，头部品牌具备体量优势，新晋品牌追赶迅速 魔镜洞察 M Moojing Market Intelligence

- 睡眠仪产品在售品牌数量稳定，维持在500个上下，头部品牌中现代、璐瑶位居前两位，并且与其他品牌拉开明显差距。
- Panapopo、优瑞德新晋品牌跻身Top5，星群、brainco等牌增速也十分明显，对头部品牌追赶力度较强。
- 从产品形态看，睡眠仪分为耳机式、头戴式、手握式、手表式等，产品形态多样。

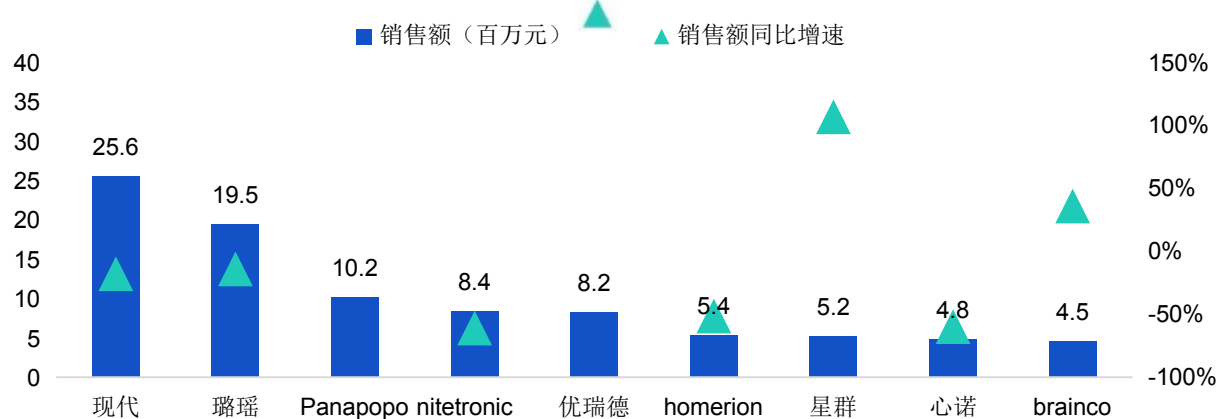
2022年-2023年 睡眠仪市场品牌及商品数量走势



产品形态多样，价格差距明显



2023年睡眠仪市场TOP品牌销售规模及增速

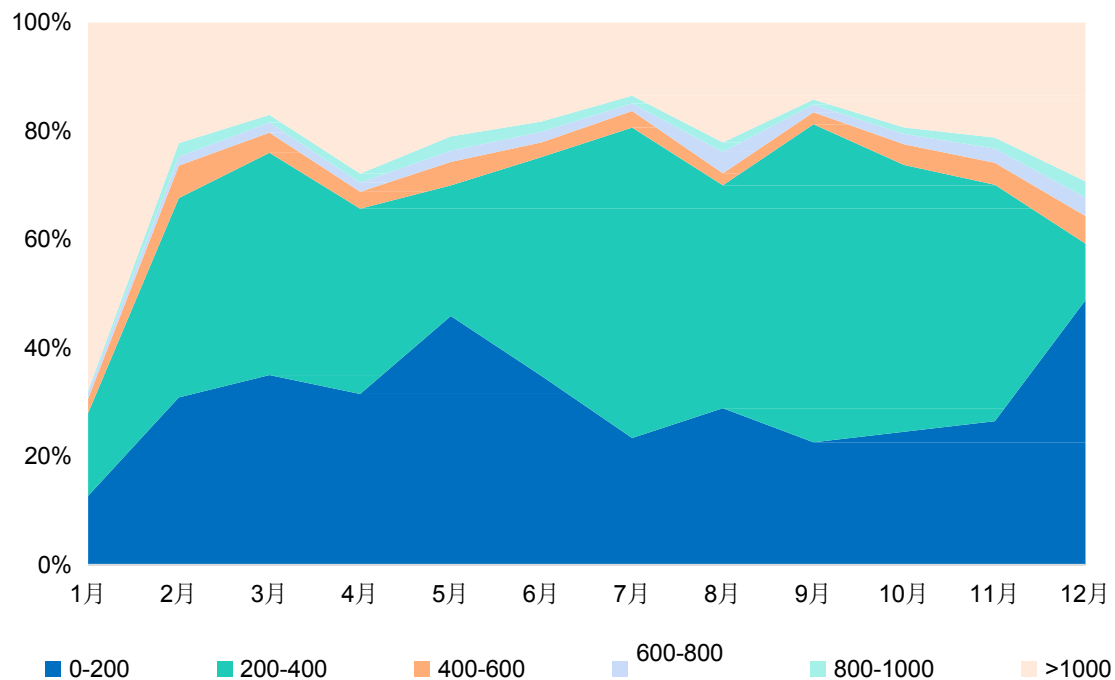


数据来源：魔镜洞察

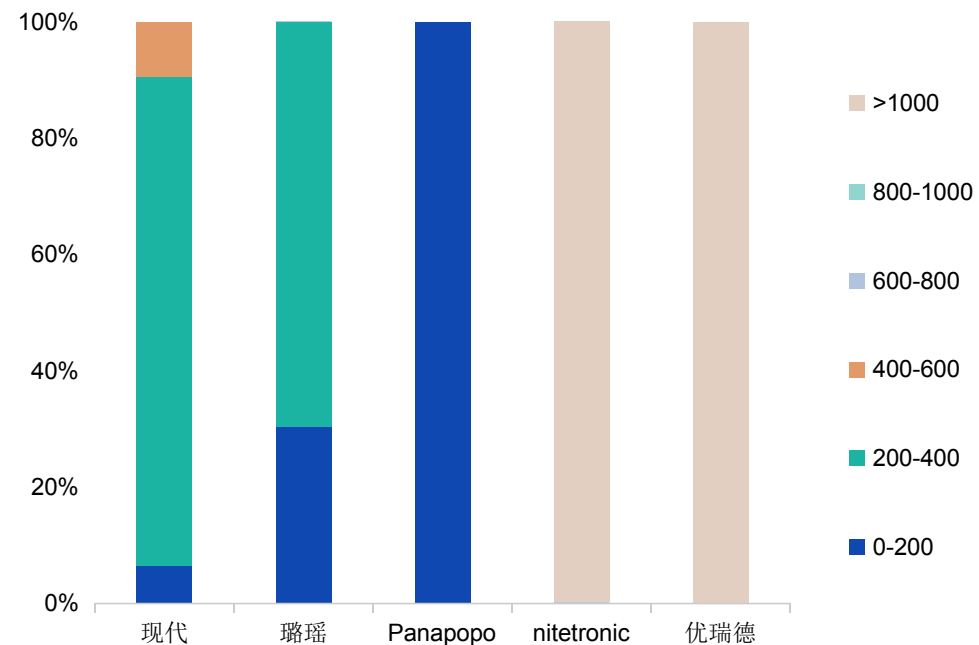
睡眠仪市场价格分析：以400元以下价位段为主，高端产品也有一定市场

- 从2023年睡眠仪市场各价位段销售额占比可以看出，产品定价呈现两级分化格局，400元以下以及1000元+价位段占据市场主流，2023年12月低价位段产品份额进一步提升。
- 从品牌来看，现代、路遥、Panapopo产品以400元以下为主，nitetronic、优瑞德以1000+高端产品为主，各个品牌之间价格定位有较明显差异。

2023年睡眠仪市场各价位段销售额占比



2023年睡眠仪市场TOP5品牌各价位段销售额占比



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/167153011031006133>