

2024年中国家用美容仪行业消费者洞察 研究报告

iiMedia Report | Consumer Insight Research Report on
Chinese National Beauty Instrument Industry, 2024

艾媒大健康产业研究院



研究方法



本报告主要采用市场调查、行业深度访谈、桌面研究等方法，并使用艾媒咨询旗下各大数据计算系统和相关计算模型。

- 对部分相关的公开信息进行筛选，通过对行业专家、相关企业与网民进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 报告数据来自艾媒咨询商业情报数据库、北极星互联网产品分析系统、艾媒商情舆情数据监测系统和草莓派数据调查与计算系统（survey.iimedia.cn），监测时间截至2024年7月。
- 艾媒商情舆情数据监测系统，全球首个实时全网商情舆情数据监测与品牌声誉监控分析系统，包括负面预警、舆情监控和竞品情报、企业声誉、消费者口碑等，秒级进行全网扫描与数据计算。
- 面向全球针对各领域征集优秀案例企业进行中，[详情可咨询research@iimedia.cn](mailto:research@iimedia.cn)。

核心观点

行业现状：国民为美消费升级，家用美容仪监管收紧促市场有序发展



居民收入水平的提高，中国医美市场规模持续快速发展，其中非手术类轻医美2023年市场规模达1310亿元，轻医美用户规模在2023年达2354万，进而带动了家用美容仪市场的消费升级。与此同时，家用美容仪逐渐被纳入更严格的医疗器械监管，促进了市场良好有序地发展，共同推动了市场的消费升级。

消费洞察：产品性能是消费者核心关注点，产品安全问题成消费者使用痛点



调研数据显示，在影响消费者决策的因素中，产品性能是消费者最关注的问题，占比达68.9%；安全性问题/无相关的医疗器械认证是对当前家用美容仪使用的主要痛点（52.5%）。现代消费者对于美容护肤的需求日益多元化，不再局限于单一的基础功能，而家用美容仪产品众多，品质参差不齐，对产品使用的安全问题仍是消费者最担忧的部分。

发展趋势：国产品牌持续崛起，监管加严促家用美容仪行业健康发展



中国家用美容仪市场伴随着国产品牌的快速成长，国产品牌占有的市场份额将进一步扩大。为了保障消费者权益，国家药监局加大了对家用美容仪，特别是射频美容仪的监管力度。在监管趋严的背景下，企业更应注重技术创新和产品研发，生产符合国家标准家用美容仪产品，保障行业健康有序高质量发展。随着监管政策的推出，行业呈现高质量发展态势，市场规模有望持续增长。



目录

1

中国家用美容仪行业发展背景概况

2

中国家用美容仪行业发展现状

3

中国家用美容仪行业消费者洞察

4

中国家用美容仪行业SWOT及发展趋势分析



01

中国家用美容仪行业发展背景概况

家用美容仪定义及分类

家用美容仪是一种在家就能轻松操作来进行调节改善人体皮肤的器具，以其对人的皮肤进行清洁、去除角质 / 毛发、去皱、淡化色斑、提紧皮肤、改善肤色等类似护理；常见的家用美容仪主要有光电加热类、通过电离方式导入导出类、促进代谢类、消炎、修复、脱毛类等；按照美容仪所使用的技术可以将其分类为声波技术、离子传导、LED光、EMS微电流、RF射频和激光类型六类。^[1]

家用美容仪分类（按技术分类）

类型	主要原理	功效	主要产品
声波技术	运用声波原理让美容仪仪器头部或美容仪刷头震动，实现清洁和按摩的作用。	清洁毛孔、营养导入等	超声波导入仪、洁面仪、声波按摩仪、去皱仪等
离子传导	采用正负离子相互作用，产生相吸、相斥，通过离子的等价交换达到护肤目的。	清洁肌肤、补水保湿等	离子导入导出综合仪、离子卷睫毛仪等
LED光	采用光动力原理，光线被皮肤吸收后，光能被转化为细胞内能量，与肌肤产生光化学反应从而促进细胞新陈代谢。	针对性解决皮肤问题	红蓝光治疗仪、美容面罩、大排灯等
EMS微电流	利用弱电流(每一次脉冲仅需要96微库伦)，对肌肉和淋巴产生刺激从而促进血液淋巴循环、提高细胞活性从而达到收缩肌肉、去水肿作用。	去水肿、提拉线条等	瘦脸美容仪等
RF射频	RF射频可直接穿透皮肤，利用皮肤形成的阻抗作用使细胞分子产生共振旋转从而促进胶原蛋白的再生。	去皱紧致肌肤等	射频美容仪等
激光	利用光热作用理论，适度损伤表层皮肤进入表皮深层，使胶原纤维收缩或重组。	嫩肤、祛斑、脱毛等	脱毛仪、点痣仪等

来源：[1]赵振宇.家用美容仪现状及进展[C].2023年中国家用电器技术大会论文集,2024.

中国家用美容仪行业发展政策环境分析



近年来，家用美容仪逐渐被纳入更严格的医疗器械监管。通过将家用美容仪纳入医疗器械管理，国家药监局等监管机构能够依据更高的标准和更严格的要求，对产品的设计、生产、销售等各个环节进行全面监管，确保产品的安全性、有效性和合规性，法规政策的不断完善有助于规范市场秩序，保障消费者权益。

2023-2024年中国家用美容仪政策公告盘点

政策名称	颁布单位及时间	主要内容
射频美容仪新规延期两年执行	国家药监局 2024年7月	为平稳有序推进射频治疗仪、射频皮肤治疗仪类医疗器械相关工作，结合产品研发实际，国家药监局决定将射频美容仪新规的实施时间从2024年4月1日延期至2026年4月1日。
电商平台清退通知及射频美容仪新规实施准备	国家药监局 2024年4月	在2024年4月1日新规实施前，国家药监局发布了相关解读文件，明确射频美容仪的监管要求。同时，电商平台如小红书、京东、天猫等向品牌商家发出通知，要求未取得第三类医疗器械注册证的产品在4月1日后不得上架销售。这促使品牌商家加速清理库存，并准备迎接新规的实施。
《美容用途超声器械分类界定指导原则(征求意见稿)》	国家药监局 2023年11月	将美容用途超声器械分为不同类别，其中利用高频超声波使人体组织变性，实现美容抗衰作用的超声类设备将划分为第三类医疗器械。
《射频美容设备注册审查指导原则》	CMDE组织 2023年4月	明确了射频美容设备注册审查的要点，包括产品名称、管理类别等监管信息，产品描述、适用范围和禁忌症等综述资料，风险管理、产品技术要求、研究资料、临床评价要求、产品说明书等多个方面的规定。
关于调整《医疗器械分类目录》部分内容的公告	国家药监局 2023年3月	明确将射频治疗仪、射频皮肤治疗仪类产品纳入三类医疗器械目录管理，标志着家用射频美容仪产品从“小家电”市场标准管理向更严格的医疗器械管理转变。

中国家用美容仪行业发展经济环境分析

国家统计局数据显示，2023年全国居民人均可支配收入39218元，实际增长6.1%，增速放缓，保持稳中向好的态势。居民收入水平的提高，消费者对高品质、高附加值产品的需求不断增加，推动了家用美容仪市场的消费升级。

2000-2023年中国居民人均可支配收入及增长率

Per capita disposable income and growth rate of Chinese residents from 2000 to 2023



数据来源：国家统计局，艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

中国家用美容仪行业发展社会环境分析

数据显示，近五年来中国女性职场薪酬水平有所增长。艾媒咨询分析师认为，随着国民收入水平提升、“悦己”观念深入心智，“颜值消费”仍有巨大的市场增长空间。2023年，中国医疗器械的主要贸易伙伴为美国、德国、日本、墨西哥、英国，当前中国家用美容仪的海外品牌也主要集中于日本、美国等国家，与海外品牌的深入合作，有助于中国家用美容仪企业引进生产技术和设计理念，提升产品质量和技术含量。

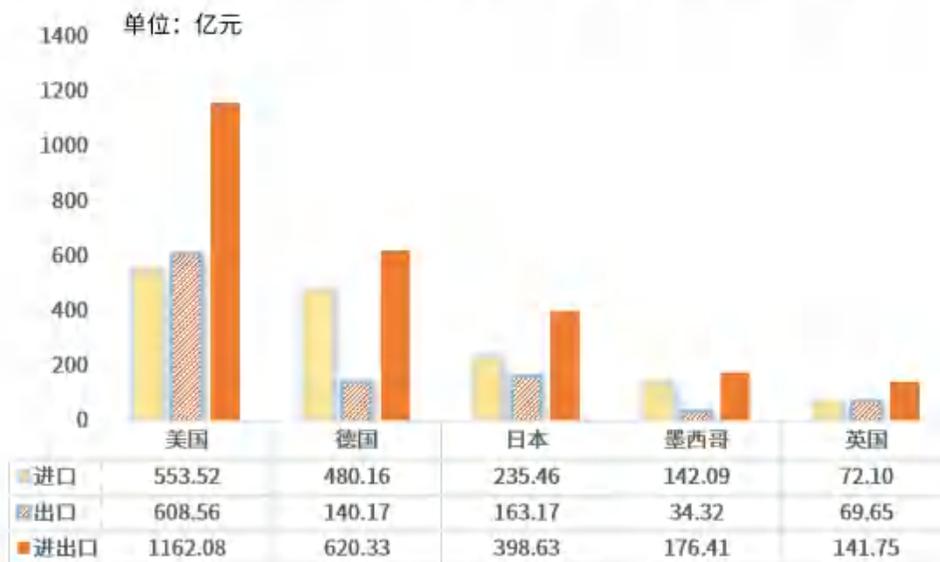
2019-2023年中国女性职场薪酬水平

Women's Workplace Salary Levels in China, 2019-2023



2023年中国重点国家或地区医械贸易总额

Retail Value of Cosmetics Products in China from 2001 to 2023



数据来源：智联招聘，海关总署，艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

中国家用美容仪行业发展技术环境分析



- 1 技术上，科技护肤场景的转移带动了院线技术向家用化发展的趋势，并随着消费者对美容仪需求的多样化，光电技术搭载多种技术的集成化成为发展热点，旨在解决消费者的多重痛点问题。
- 2 消费者对智能定制、高效使用、一机多用、优质用户体验及产品外观的需求日益提升，这推动了产品向算法智能化、使用便捷化、功效全能化、设计人性化及形态多样化方向演进，共同塑造了产品矩阵的新业态。
- 3 消费新需求引领着美容仪的概念升级，催生出美容档案、产品搭配、解压护肤、口袋美容仪等一系列创新概念，新技术的发展将家用美容仪的理想形态落地。

人工智能和物联网技术的融入，使家用美容仪正变得更加智能，能够根据不同肤质和需求提供个性化定制服务，有针对性地解决用户皮肤问题。



02

中国家用美容仪行业发展现状

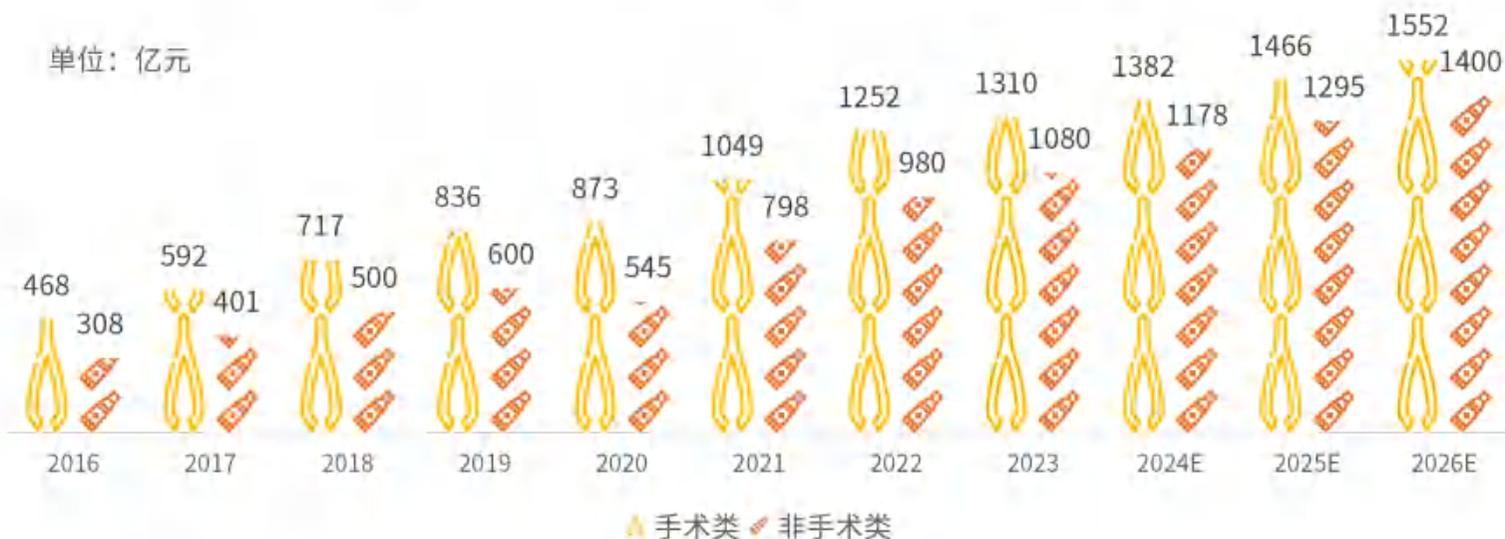
中国家用美容仪关联市场：医疗美容



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，中国医美市场规模持续快速发展，其中非手术类轻医美市场表现突出。家用美容仪作为医疗美容在家庭场景下的延伸，其便捷性、个性化和相对较低的成本使得越来越多消费者倾向于在家中进行治疗，从基础的清洁、保湿到高级的光电疗法、射频紧肤等，家用美容仪的功能日益丰富，可满足用户多样化需求。

2016-2026年中国医疗美容服务市场规模及预测

Scale and Forecast of China's Medical Beauty Service Market from 2016 to 2026



数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

中国家用美容仪关联市场：轻医美



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2017-2023年间中国轻医美市场用户规模不断增长，在2023年用户规模达2354万，预计到2025年将达到3105万人。艾媒咨询分析师认为，随着轻医美市场的快速发展，消费者对非手术、微创或无创美容方式的接受度逐渐提高。消费者不再满足于基础护肤，将会追求更加个性化、高效、便捷的护肤解决方案。

2017-2025年中国轻医美市场用户规模及预测

User scale and forecast of light medical and aesthetic market in China from 2017 to 2025



数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

中国家用美容仪市场发展痛点

中国家用美容仪市场的发展痛点主要包括行业标准缺失、技术研发与创新能力不足、市场竞争激烈但无序以及监管政策滞后等方面。为了解决这些痛点，需要政府、行业协会、企业和消费者共同努力，加强技术研发、制定和完善行业标准、规范市场竞争行为以及加强监管政策的制定和执行。

市场准入门槛低

相较于医疗器械等行业，家用美容仪的市场准入门槛相对较低，这导致了一些不具备资质和实力的企业也能进入市场，从而加剧了市场的竞争和乱象。

市场竞争激烈但无序

随着家用美容仪市场的快速发展，市场上涌现出大量品牌。然而，这些品牌之间的实力差异较大，部分品牌通过低价竞争、夸大宣传等手段吸引消费者，导致市场竞争激烈但无序。

行业标准缺失

美容仪行业长期以来缺乏统一的标准，产品的安全性和规范性得不到有效保障，也制约了行业的健康发展。



家用美容仪监管收紧，行业洗牌进行时



近年来，监管部门开始有意识地完善家用美容仪行业的相关标准、规范市场竞争行为等一系列措施。据国家药监局《关于调整<医疗器械分类目录>部分内容》称，自2024年4月1日起，未依法取得医疗器械注册证的射频治疗仪、射频皮肤治疗仪类产品，将不得生产、进口和销售。这意味着家用美容仪器行业正式转型升级，转变为受严格监管的“械字号”产品。然而新规实行不久后，由于市面上获得医疗认证的品牌较少，新规的实施时间从2024年4月1日延期至2026年4月1日。

射频治疗（美容）仪

射频在皮下特定深度产生射频波，作用到胶原内的水分子，双极水分子高速震动旋转，摩擦生热，达到给真皮胶原加热的效果，主要用于治疗皮肤松弛、皱纹、老化等问题，通过刺激胶原纤维的再生和紧致，达到除皱紧肤的效果。

中国非公立医疗机构协会

关于《家用美容仪人体功效性和安全性评价》团体标准的发布公告

中国非公立医疗机构协会
地址：北京市朝阳区...
电话：...
网址：...
协会名称：中国非公立医疗机构协会
协会地址：北京市朝阳区...
协会电话：...
协会网址：...



由雅萌、花至等头部家用美容仪品牌参与起草的家用美容仪行业首个功效性评价团体标准于2021年10月正式立项启动，2023年11月由中国非公立医疗机构协会审批后正式公示，标准编号为:T/CNMA 0040-2023。

光疗治疗仪

利用光线（如红光、蓝光、黄光等）来防治疾病和促进机体康复，用在美容上主要治疗痤疮、粉刺等皮肤问题，并改善皮肤质量。

中国商业经济学会 标准化工作委员会

关于发布《光疗治疗仪》团体标准的公告

中国商业经济学会
地址：...
电话：...
网址：...
学会名称：中国商业经济学会
学会地址：...
学会电话：...
学会网址：...



2024年2月，中国商业经济学会标准化工作委员会审议通过了由广东迪魔生物科技股份有限公司牵头申报的《光疗治疗仪》团体标准的立项，2024年6月《光疗治疗仪》团体标准已通过审定，现予以发布，标准编号为:T/CEAC 021-2024，自2024年7月1日起实施。

数据来源：全国团体标准信息平台

中国家用美容仪市场竞争格局：主要品牌



目前头部美容仪品牌的产品多主打射频美容仪。射频美容仪在中国市场上仍以海外品牌为主，国产品牌的光疗美容仪在家用美容仪市场上抢占一席之地。

中国家用美容仪市场主要品牌

	品牌	主打产品	价格区间（以热销产品为例）
国外品牌	YA-MAN雅萌（日本）	射频美容仪	射频美容仪（2999-7499元）、光疗面罩（1699-5999元）
	松下（日本）	射频美容仪、电流美容仪	微电流/射频美容仪（1399-1999元）、护肤面罩（2699元）
	Refa（日本）	EMS瘦脸仪	提拉按摩仪（699-1390元）
	Dr.Arrivo（日本）	电流导入仪（射频+EMS）	微电流美容仪（2499-4399元）、洁面仪（2888元）
	Notime（法国）	射频美容仪、光疗美容仪	光疗美容仪（699元）
	Nuface（美国）	按摩仪、EMS瘦脸仪	微电流提拉按摩仪（680-740元）
	Tripollar初普（以色列）	射频美容仪	射频美容仪+光疗面罩（9298元）
国内品牌	京度	红蓝光治疗仪、洗脸仪	洗脸仪（159-699元）、光疗面罩（2399-3699元）
	普门	光子治疗仪	红蓝光治疗仪（2899-4299元）
	花至	射频美容仪	小紫弹（3499元），面罩款（2599-4599元）
	Ulike	脱毛仪	脱毛仪（1539-1839元）、超声炮美容仪（4099元）
	Amiro觅光	射频美容仪	光疗面罩（2299元）、超声炮（1399-4599元）

数据来源：天猫旗舰店、艾媒数据中心（data.iimedia.cn）

家用美容仪细分市场：光疗美容仪（一）

光疗美容仪是一种利用特定波长的光线照射皮肤，以达到美容、护肤效果的美容仪器，主要利用光生物学效应，通过刺激皮肤细胞的新陈代谢，促进胶原蛋白的生成，改善皮肤质地，减少皱纹、色斑等皮肤问题。光疗美容仪按照所使用的光源不同，可以分为红光、蓝光、黄光等多种类型，每种光源都有其特定的功效。在光疗美容仪中，消费者主要关注的产品有红蓝光治疗仪、LED面罩等产品，其中红蓝光治疗仪有医用级，较普通LED美容仪安全性更高。

红蓝光治疗仪采用高纯度、高功率密度的红光、蓝光对皮肤进行照射，能增强新胶原质弹性蛋白和胶原蛋白的生成，促进细胞生长；能修复炎性痤疮老化肌肤、缓解日晒灼伤皮肤，而不伤害到皮肤，能美白皮肤、促进皮肤弹性。



73.4%

了解红蓝光治疗仪的消费者占比

功能了解占比

红蓝光联合治疗

59.6%

红光治疗

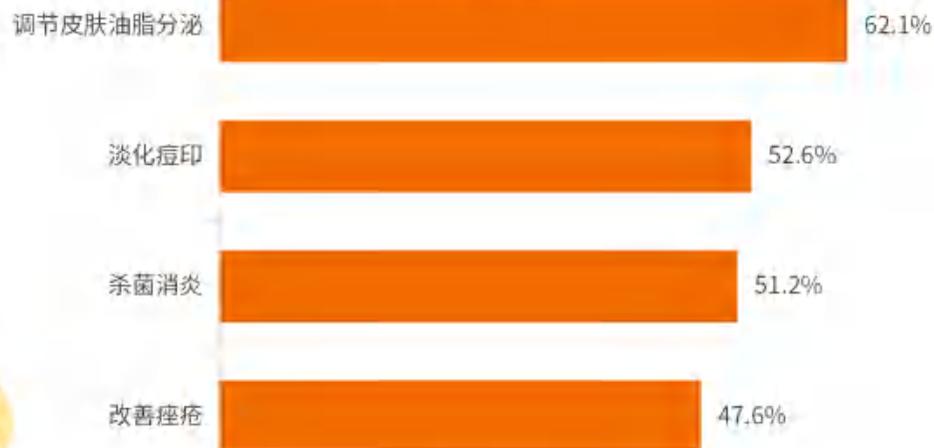
52.0%

非接触、非侵入性治疗

55.3%

中国消费者使用医用级红蓝光治疗仪目的

Purpose of Chinese consumers using medical-grade red and blue light therapy devices



数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

样本量：N=2154；调研时间：2024年7月

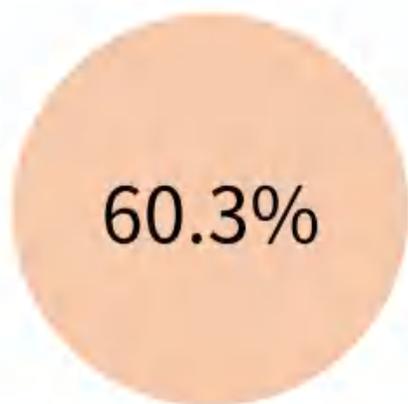
家用美容仪细分市场：光疗美容仪（二）



在光疗美容仪上消费者一般更倾向于购买医用级红蓝光治疗仪，超六成消费者认为在可解决皮肤问题的情况下，可以接受医用级红蓝光治疗仪比普通LED美容仪更高的价格，消费者主要认为医用级红蓝光治疗仪相对于普通LED美容仪而言，治疗效果更佳（55.8%）、光源质量更精准（55.8%）、安全性更高（54.5%）。

消费者关于医用级红蓝光治疗仪溢价接受度调查

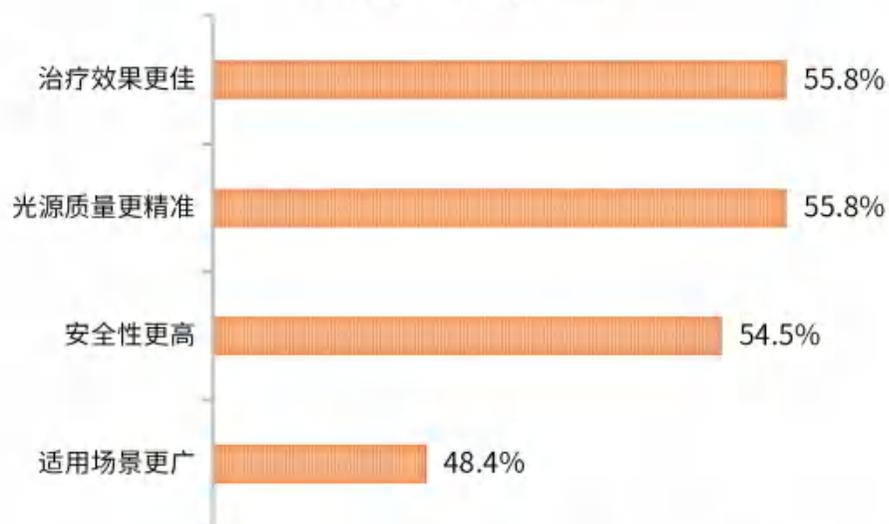
Consumer Acceptance Survey on Premium Price of Medical Grade Red and Blue Light Therapy Apparatus



数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

消费者关于医用级红蓝光治疗仪优势感知调查

Consumer Perception Survey on the Advantages of Medical-Grade Red and Blue Light Therapy Devices



样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

样本量：N=2154；调研时间：2024年7月

艾媒报告中心：report.iimedia.cn ©2024 iiMedia Research Inc

家用美容仪细分市场：光疗美容仪（三）



随着医用级红蓝光治疗仪逐渐普及，消费者在使用过程中发现的问题亦亟待解决。超五成消费者希望医用级红蓝光治疗仪可提升治疗效果与效率，在产品安全性上有保障，以及在技术上有所创新，48.2%的消费者更希望完善售后服务。在消费者购买后续服务的需求中，保障售后服务、提供个性化护肤建议、提供专业指导以及持续的技术支持是他们的主要诉求。

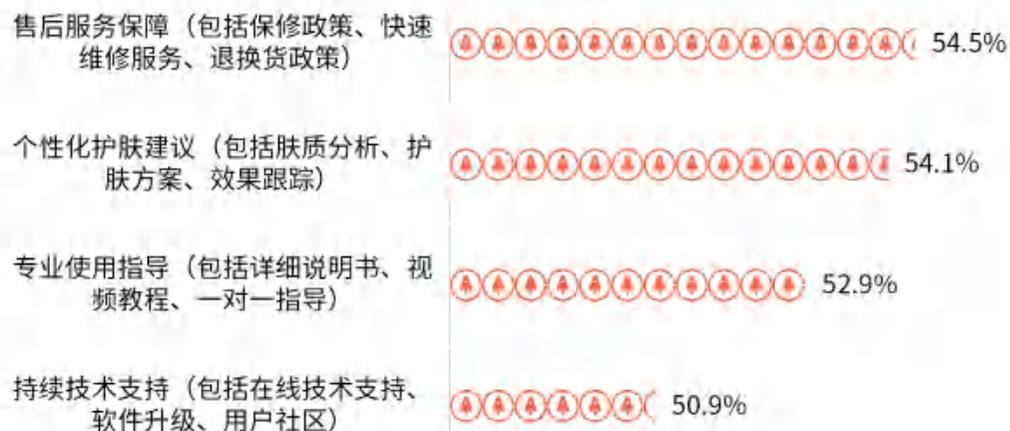
中国消费者对医用级红蓝光治疗仪期望方向调查

Survey on Chinese Consumers' Expectation of Medical-grade Red and Blue Light Therapeutic Apparatus



医用级红蓝光治疗仪使用后续服务消费者期待调查

Types of home beauty instrument mainly used by Chinese Consumers



数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

样本量：N=2154；调研时间：2024年7月

艾媒报告中心：report.iimedia.cn ©2024 iiMedia Research Inc

中国家用美容仪行业标杆案例——迪魔京都（一）



京都¹⁾是迪魔生物科技旗下的美容仪品牌，迪魔生物作为光疗治疗仪行业标准主导单位、《适用于LED美容仪的护肤品》团体标准参与单位，在医疗美容领域有着不俗的研发实力。迪魔生物的实用新型专利“便于佩戴的光疗嫩肤仪”在耳朵挂孔的基础上，增设第一收紧带，即通过后脑勺分担了对LED面罩的部分承托力，从而进一步降低耳朵的压力，进一步提高舒适度。依托母公司迪魔生物资源优势，京都于2024年5月推出医用红蓝光硅胶治疗仪（于2024年获国家药监局医疗器械注册批准），成为了中国医用红蓝光硅胶治疗仪开创者。^[1]

京都医用红蓝光治疗仪专利及医疗器械注册证明



京都医用红蓝光治疗仪产品



白月光面膜仪（美国医疗款）

医用红蓝光治疗仪（中国医疗款）

[1] 来源：iiMedia Research（艾媒咨询）基于中国医用红蓝光硅胶治疗仪同类产品公开上市流通时间研究比对的结果确认，于2024年7月完成调研。医用红蓝光硅胶治疗仪是指一种主要采用硅胶材质作为治疗头或接触面，具有治疗和美容效果，并通过中国医疗器械注册备案的红蓝光治疗仪设备。

数据来源：艾媒数据中心（data.iimedia.cn）

艾媒报告中心：report.iimedia.cn ©2024 iiMedia Research Inc

中国家用美容仪行业标杆案例——迪魔京度（二）



京度产品研发最先专注洁面领域，针对当前消费者最关注的清洁护肤问题，采用纳米微孔吸附材料作为洁面刷的原材料研发了吸附式洁面仪，获得市场认可。在不断的研发投入下，京度产品线拓宽，关注到消费者多元化的护肤需求，开创光疗美容仪等产品线。

京度家用美容仪主要产品

产品系列	产品名称	日常价格	产品特点
清洁系列	小奶瓶吸附式洁面仪	¥159.00	38秒洁面、吸附式刷头、清洁力强、续航100天+
	超声波震动款洁面仪	¥368.00	38秒洁面、吸附式刷头、超声波清洁、呵护肌肤屏障、续航100天+
	嗨泡智能胶囊洁面仪	¥699.00	15自动出泡 泡沫丰富绵密、节省洁面时间、配备双效刷头 洁面头 按摩头、配备纯植物洁面液 0香精0刺激
医疗光疗系列	白月光面膜仪（美国医疗款）	¥2,499.00	美国FDA 510(K)认证、630nm红光 提亮肤色、460nm蓝光 祛痘消炎、850nm近红外光 淡纹紧致
	医用红蓝光治疗仪（中国医疗款）	¥2,299.00	医用红蓝光硅胶治疗仪“开创者”，中国NMPA认证、2周消炎祛痘、4周淡化色斑



中国家用美容仪行业消费者洞察

家用美容仪消费者画像

iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，美容仪消费群体中，女性占比超过70%；主要分布在一线城市（含新一线）、二线城市。艾媒咨询分析师认为，随着经济水平的提升和自我意识的觉醒，越来越多的现代女性成为新时代消费的主力军。女性群体的“悦己”观念深入心智，叠加美容护肤的多元化需求，进一步促进美容市场的活跃度，为家用美容仪行业带来良好的发展机遇。



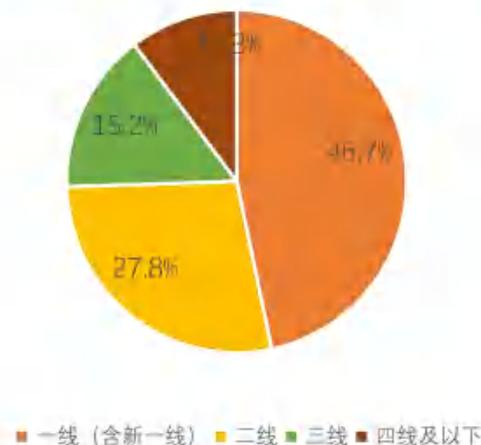
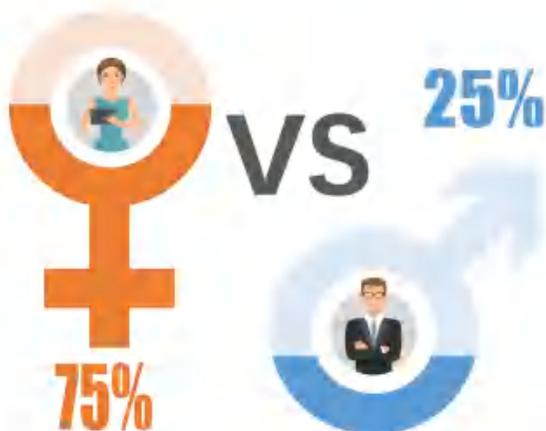
女性群体为主



中等以上收入水平居多



主要分布在高线城市



数据来源：艾媒数据中心（data.iimedia.cn）

样本来源：草莓派数据调查与计算系统（survey.iimedia.cn）

样本量：N=2154；调研时间：2024年7月

艾媒报告中心：report.iimedia.cn ©2024 iiMedia Research Inc

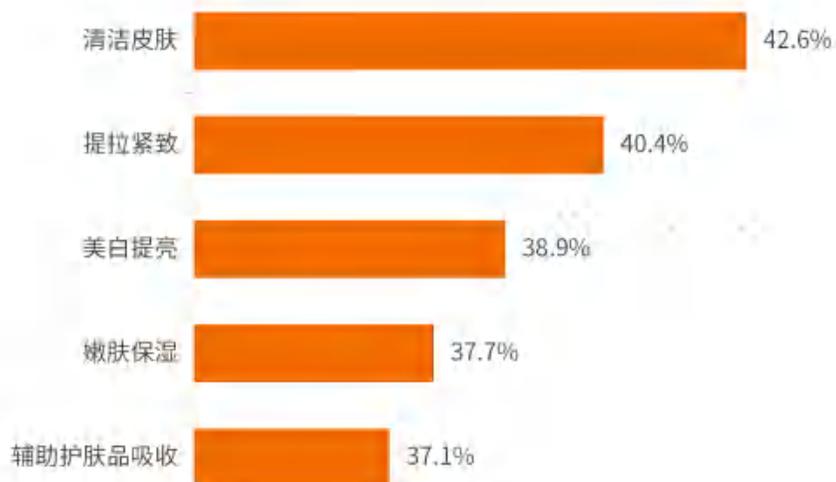
中国消费者护肤诉求及主要使用的家用美容仪类型



iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，当前消费者主要的护肤需求是清洁、提拉紧致、美白提亮、嫩肤保湿以及辅助护肤品吸收；主要使用的家用美容仪有光疗美容仪、射频美容仪及超声波美容仪等。艾媒咨询分析师认为，消费者对于护肤的需求不再局限于基础保养，而是向更多元化、个性化的方向发展。不同年龄段、肤质和需求的消费者，在选择护肤品和美容仪器时会有不同的偏好和考量。

中国消费者护肤诉求TOP5

Chinese Consumers' Top 5 Skincare Requests



中国消费者主要使用的家用美容仪类型

Types of home beauty instrument mainly used by Chinese Consumers



数据来源：艾媒数据中心（data.iimedia.cn）

样本来源：草莓派数据调查与计算系统（survey.iimedia.cn）

样本量：N=2154；调研时间：2024年7月；本题为多选

艾媒报告中心：report.iimedia.cn ©2024 iiMedia Research Inc

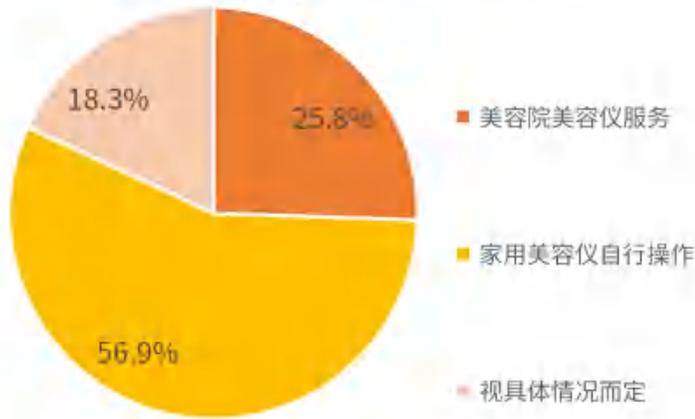
中国消费者护肤方式选择及家用美容仪优势认知调查



iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，消费者在护肤上更倾向于购买家用美容仪自行操作，主要因为方便快捷（53.5%），且成本更低（53.2%）。艾媒咨询分析师认为，现代家用美容仪设计注重用户体验，操作简单易懂，家用美容仪不仅满足了现代人对时间和效率的追求，还通过经济实惠的方式实现了高质量的护肤效果。

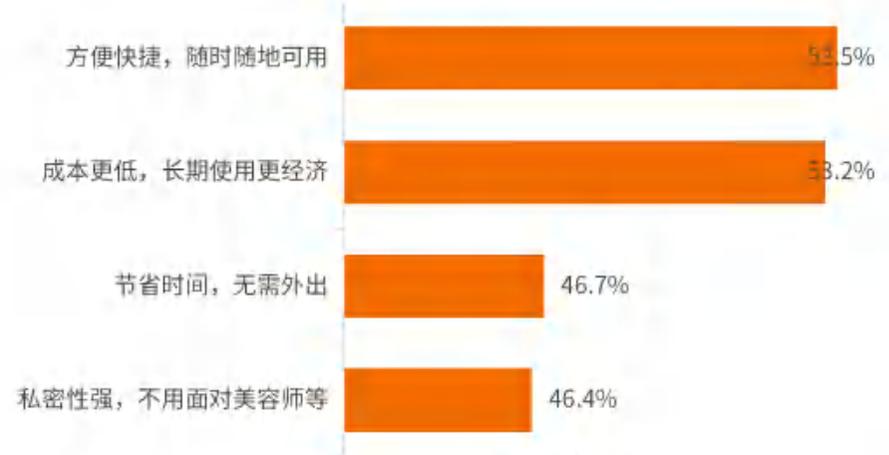
中国消费者护肤方式选择

Chinese consumers' skincare choices



中国消费者关于家用美容仪主要优势认知调查

Survey on Chinese Consumers' Perceptions of the Advantages of Home Beauty Appliances



注：本题为多选

样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

样本量：N=2154；调研时间：2024年7月

数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

艾媒报告中心：report.iimedia.cn ©2024 iiMedia Research Inc

中国消费者购买家用美容仪主要流程及决策因素



iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，消费者在购买家用美容仪时一般会在社交平台搜索综合对比，综合对比下确认自己想购买的品牌；在影响消费者决策的因素中，产品性能是关键点。艾媒咨询分析师认为，消费者在购买家用美容仪这类高价值且功能多样的产品时，往往展现出高度理性的购物行为。社交平台不仅汇聚了海量的UGC，还通过算法精准推送，使得消费者能够轻松获取到来自不同用户、不同视角的产品评价和使用心得。

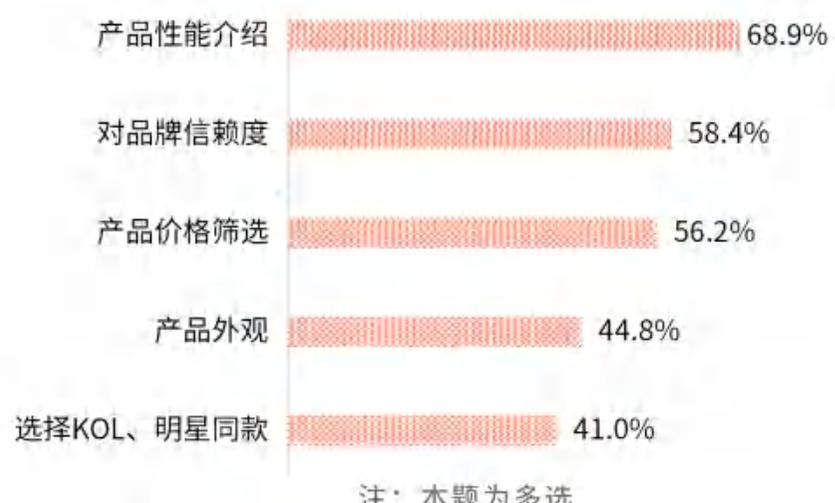
中国消费者购买家用美容仪主要流程

The main process of Chinese consumers buying home beauty instrument



中国消费者对家用美容仪购买的主要决策因素

Chinese consumers' main decision-making factors for purchasing home beauty instrument



注：本题为多选

样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

样本量：N=2154；调研时间：2024年7月

数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

艾媒报告中心：report.iimedia.cn ©2024 iiMedia Research Inc

中国消费者家用美容仪购买渠道调查



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，消费者购买家用美容仪的渠道多样，主要集中在线上渠道，包括电商平台、社交媒体上品牌/KOL的推广链接以及官网。艾媒咨询分析师认为，电商平台凭借其丰富的产品选择和促销活动成为主要销售渠道；社交媒体则通过KOL推广和社群营销等方式提升产品的知名度和销量；而官网则通过提供正规渠道和定制服务等方式满足消费者的个性化需求。

中国消费者家用美容仪购买渠道调查

Survey on Chinese Consumers' Purchasing Channels of home beauty instrument



数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

样本量：N=2154；调研时间：2024年7月；本题为多选

艾媒报告中心：report.iimedia.cn ©2024 iiMedia Research Inc

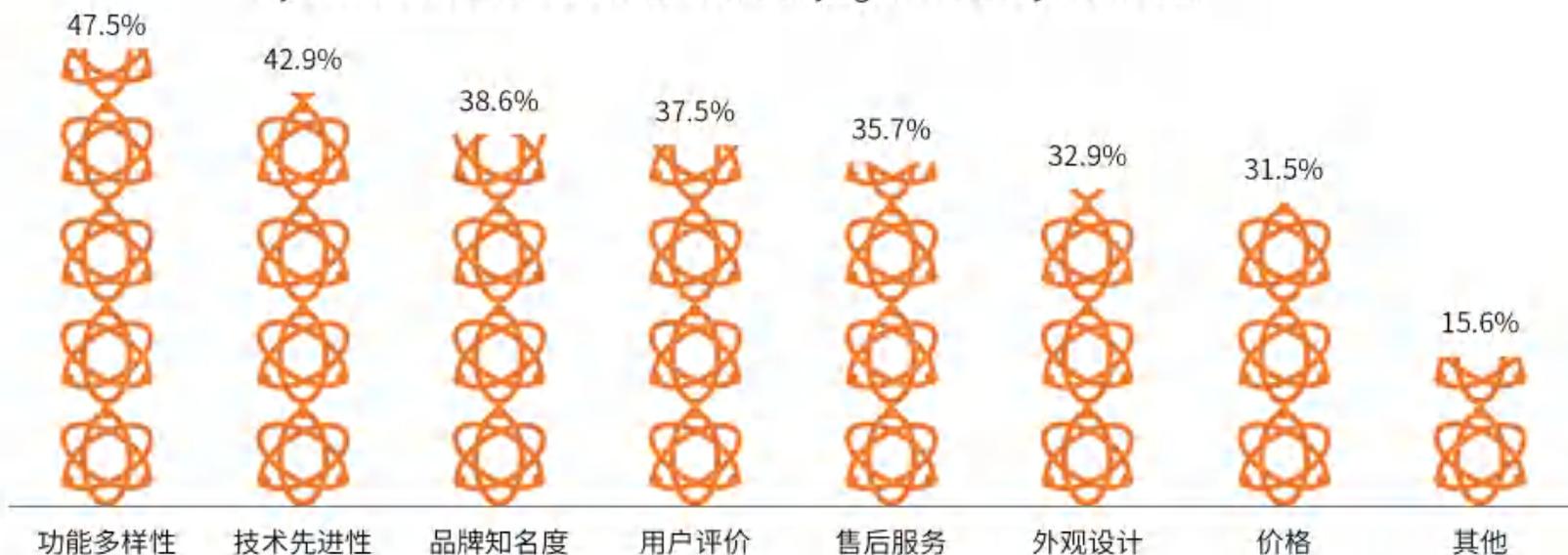
中国消费者购买家用美容仪的主要关注因素



iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，消费者在购买家用美容仪时最关注的因素是功能多样性，占比47.5%；其次是技术先进性，占比42.9%。艾媒咨询分析师认为，现代消费者对于美容护肤的需求日益多元化，不再局限于单一的基础功能。先进的科技意味着更加精准、高效的护肤体验，能够针对特定肌肤问题进行精准治疗，提高护肤的针对性和有效性。

中国消费者购买家用美容仪的主要关注因素

Major Concerns of Chinese Consumers in Buying home beauty instrument



数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

样本量：N=2154；调研时间：2024年7月；本题为多选

艾媒报告中心：report.iimedia.cn ©2024 iiMedia Research Inc

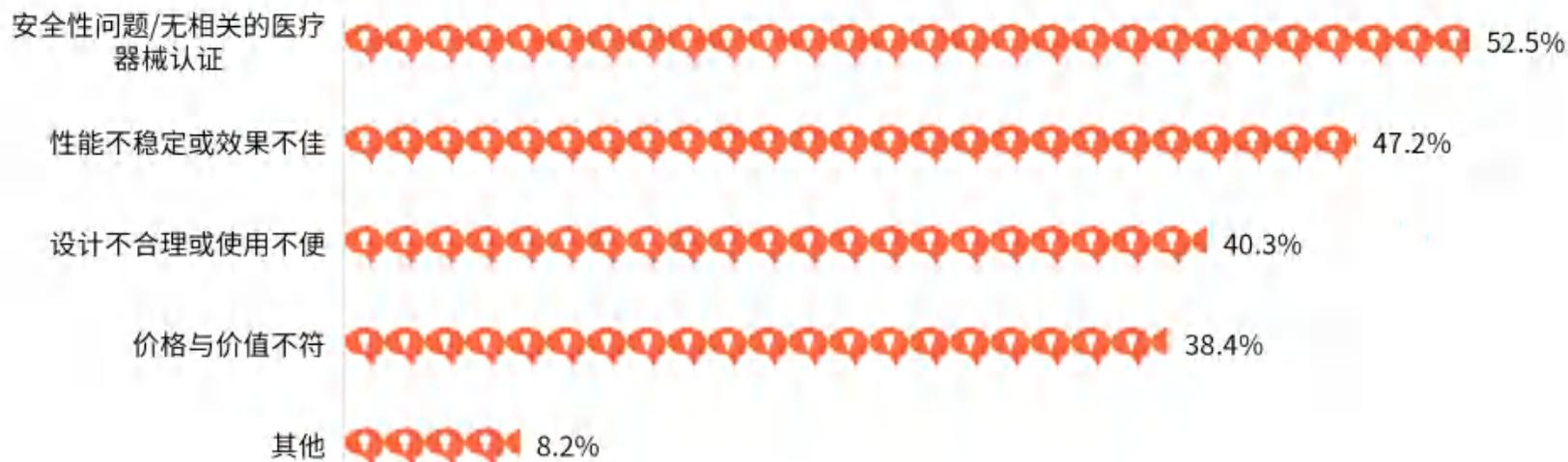
中国消费者关于家用美容仪使用痛点调查



iiMedia Research（艾媒咨询）调研数据显示，安全性问题/无相关的医疗器械认证是消费者对当前家用美容仪使用最大的问题（52.5%），其次是性能不稳定或效果不佳（47.2%）。艾媒咨询分析师认为，美容仪作为直接作用于人体皮肤甚至更深层次的护理产品，其安全性和有效性直接关系到用户的健康与体验，解决家用美容仪的安全性和有效性问题迫在眉睫。

中国消费者关于家用美容仪使用痛点调查

Survey on Chinese Consumers' Pain Points in using home beauty instrument



注：本题为多选

数据来源：艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

样本来源：草莓派数据调查与计算系统 (survey.iimedia.cn)

样本量：N=2154；调研时间：2024年7月

艾媒报告中心：report.iimedia.cn ©2024 iiMedia Research Inc



04

中国家用美容仪行业SWOT及发展趋势分析

中国家用美容仪行业的SWOT分析

Strength 优势

Opportunity 机会

- **市场需求旺盛：**消费者对个人护肤和美容的关注度日益提高，家用美容仪作为一种便捷、高效的护肤工具，市场需求持续增长。
- **技术进步：**随着电子技术和光学技术的不断发展，家用美容仪的功能和效果不断提升，能够满足消费者多样化的护肤需求，智能化、个性化等趋势的出现，为市场带来了新的增长点。
- **销售渠道多样化：**多样化的销售渠道有助于扩大市场覆盖面，提高品牌知名度。
- **政策支持：**政府对美容仪器行业的监管力度加强，有助于规范市场秩序，促进行业健康发展。

- **消费升级：**随着人们生活水平的提高和消费观念的转变，越来越多的消费者愿意为高品质的美容产品和服务买单。
- **技术创新：**消费新需求引领着美容仪的概念升级，催生出美容档案、产品搭配、解压护肤、口袋美容仪等一系列创新概念，新技术的发展将家用美容仪的理想形态落地。
- **跨界合作：**家用美容仪行业可以与其他领域进行跨界合作，如与医疗、保健、化妆品等领域的合作，共同推动行业的发展和创新。

SWOT

Weakness 劣势

Threat 威胁

- **技术门槛高：**家用美容仪的研发和生产需要较高的技术门槛，包括电子、光学、机械等多个领域的知识储备和技术积累，对于新进入者来说，技术壁垒较高。
- **市场竞争激烈：**随着市场规模的扩大，越来越多的企业涌入家用美容仪行业，市场竞争日益激烈。为了在竞争中脱颖而出，企业需要不断创新和提升产品质量。
- **消费者认知不足：**部分消费者对家用美容仪的真实效果和安全性存在疑虑，需要企业加强产品宣传和教育，提高消费者的认知度和信任度。

- **监管政策变化：**政府对美容仪器行业的监管政策可能会发生变化，如提高准入门槛、加强产品质量检测等。这些政策变化可能会对企业的生产和销售造成影响。
- **市场竞争加剧：**随着市场竞争的加剧，企业需要不断加大研发投入和市场营销力度，以保持竞争优势。这可能会增加企业的运营成本和风险。
- **消费者需求变化：**消费者的需求可能会随着时间和市场环境的变化而发生变化。如果企业不能及时调整产品策略和市场策略以满足消费者的新需求，可能会面临市场份额下降的风险。

中国家用美容仪行业趋势分析



国产品牌持续崛起，推陈出新成必然趋势

中国家用美容仪市场伴随着国产品牌的快速成长，国产品牌占有的市场份额将进一步扩大。科技的进步为家用美容仪的创新提供了更多可能性，随着消费者对美容和个人护理的需求日益多样化，国产品牌需要不断推陈出新，以满足不同消费者的个性化需求。



监管趋严，行业逐渐高质量发展

家用美容仪市场迅速扩张，但随之而来的产品安全问题、功效夸大、虚假宣传等问题也日益凸显。为了保障消费者权益，国家药监局加大了对家用美容仪，特别是射频美容仪的监管力度。在监管趋严的背景下，企业更应注重技术创新和产品研发，生产符合国家标准家用美容仪产品，保障行业健康有序高质量发展。

艾媒大健康产业研究院



大健康产业新视角的来源：艾媒大健康产业研究院是艾媒研究院（iiMedia Institute）的一部分，中心针对大健康产业商业模式与投资决策两项最重要的问题进行深入研究，并围绕当前企业面对的复杂挑战提出了新思路。

先进的大数据监测手段，尖端的研究和深刻的洞察分析为我们的客户提供了他们所需的见解和决策资讯，令他们可以借助新经济时代的互联网思维重新审视当前的社会环境和产业结构，选择最有效的方式应对不断变化的环境。

需要了解有关iiMedia Research和更多研究，请访问 <https://www.iimedia.cn/c400>

本报告是大健康产业解决方案中心研究成果的一部分，后续本研究院将继续在大健康产业领域开展相关研究，敬请关注。

法律声明



权利声明

本报告由iiMedia Research（艾媒咨询）制作，文件所涉的文字、图片、商标、表格、视频等均受中华人民共和国知识产权相关法律保护，经许可引用时请注明报告来源。

未经艾媒咨询许可，任何组织或个人均不得以任何形式擅自使用、复制、转载本报告或向第三方实施许可，否则，艾媒咨询将保留追究其一切法律责任之权利。艾媒咨询允许媒体和学术研究机构部分引用本报告数据和相关内容，但是必须标注出处。

免责声明

本报告所涉之数据，主要由行业访谈、用户调研、市场调查、桌面研究等样本数据，结合专业人员分析及艾媒咨询大数据系统监测、艾媒相关数据分析模型科学计算获得。由于调研样本及计算模型的影响与限制，统计数据仅反映当前调研样本及模型计算的基本情况，未必能够完全反映市场客观情况。报告所载的资料、意见以及推测仅反映艾媒咨询于报告发布当日的判断，相关预判可能会随着社会以及政治、法律、技术等环境的变化而发生改变，艾媒咨询不保证本报告所载信息为读者阅读时的最新状态。鉴于上述情形，本报告仅作为市场和学术研究的参考资料，不作为投资决策依据，艾媒咨询不因本报告（包括但不限于统计数据、模型计算、观点等）承担法律责任。若确有必要，艾媒咨询保留对本报告所载信息在不发出通知的情形下做出补充和修改的权利，阅读者可自行关注艾媒官网上相应的修改或更新。

阅读、使用本报告前，应先审慎阅读及充分理解上述法律声明之内容。阅读、使用本报告，即视为已同意上述法律声明；否则，请勿阅读或使用本报告。