

2026年中国家用化器械消费者行为洞察报告

iiMedia Report | Research on Development Status and
Consumer Behavior of China's Home-Use Device
Industry in 2026

艾媒大健康研究院

○ ○ ○

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。

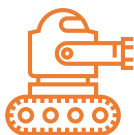
- 对部分相关的公开信息进行筛选，通过对行业专家、相关企业与网民进行深度访谈，了解相关行业主要情况，获得相应需要的数据。
- 对部分相关的公开信息进行筛选、对比，参照用户调研数据，最终通过桌面研究获得行业规模的数据。
 - 政府数据与信息
 - 行业公开信息
 - 企业年报、季报
 - 行业资深专家公开发表的观点
- 报告数据来自艾媒咨询商业情报数据库、北极星互联网产品分析系统、艾媒商情舆情数据监测系统和草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）。数据监测时间截至2026年4月。
- 艾媒商情舆情数据监测系统，全球首个实时全网商情舆情数据监测与品牌声誉监控分析系统，包括负面预警、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)。



市场规模：家用化器械行业发展态势向好，大健康产业营收达到9.3万亿元

在大健康产业持续扩容、医美消费居家化下沉双重红利驱动下，中国家用健康器械行业的增长动力持续增强。

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2025年中国大健康产业整体营收达9.3万亿元，家用器械作为居家健康管理的核心入口级产品，深度受益于其产业整体扩张，市场需求基数稳步扩大。此外，医美服务市场稳健增长，非手术光电医美渗透率持续提升，市场对高性价比家用替代类产品的需求快速释放。



行业现状：家用化器械行业多维发展格局

家用化器械行业在政策、需求与技术的多重驱动下呈现三大特征。政策端，健康中国等战略明确支持行业发展，医保政策推动普惠化进程，监管趋严加速行业出清，利好头部合规企业；需求端，女性健康意识觉醒、颜值经济、宅经济与亚健康年轻化四大趋势共振，推动需求向多场景、全周期延伸；竞争与技术端，AI、物联网等技术推动行业向高端化、智能化转型，国产企业依托性价比优势快速实现进口替代，家用器械相较线下场景的“平替”优势凸显，智能监测与护理设备领域备受关注。



发展趋势：家用化器械行业高质量发展的转向

在政策扶持、需求扩容、老龄化加速与技术升级的多重驱动下，家用器械行业呈现四大高质量发展趋势。第一，合规普惠并行。监管趋严推动行业规范化转型，医保支持与平价产品下沉降低用户门槛，产品向普惠型居家健康管理工具渗透。第二，场景化精细化迭代。围绕不同消费群体的细分需求，产品向精准监测、效果透明、易用友好方向优化升级。第三，智能化生态化升级。需求与技术双轮驱动，推动行业从单一硬件向“硬件+数据+服务”的健康管理闭环延伸。第四，国产替代持续深化。中端市场扩容的同时，国产企业向高端家用器械领域突破，逐步实现从中低端到高端的进口替代，行业保持高速增长态势。

1

中国家用化器械行业发展环境及现状分析

- 家用化器械行业定义与核心产品
- 强劲支撑：政策红利持续释放
- 核心动力：社会与健康观念驱动
- 基础保障：消费力升级与性价比优势
- 大健康产业发展为家用器械提供广阔空间
- 医美需求居家化迁移，赋能家用化器械增长提质
- 医美器械产业筑基，助力家用场景医疗技术落地

2

中国家用化器械市场消费行为调研

- 中国家用器械行业消费人群画像
- 家用器械成为改善身体不适的“首选方式”
- 便捷与长效是家用器械消费的核心关注点
- 安全合规为先，多元需求并存
- 电商领跑，多消费渠道协同
- 家用盆底肌治疗仪的使用贴合女性健康管理习惯
- 多维头皮健康需求崛起，家用生发仪消费趋势升级
- 长效脱毛诉求明确，季节性与体验痛点并存

2

中国家用化器械市场消费行为调研（续）

- 家用美容仪聚焦多维度肌肤改善
- 家用血压计与血氧仪成为居家健康管理的核心工具
- 家用化器械的性能、成本与效果问题影响用户留存

3

中国家用化器械行业标杆案例研究

- 中国家用化器械标杆企业案例：大悦医疗（一）
- 中国家用化器械标杆企业案例：大悦医疗（二）
- 中国家用化器械标杆企业案例：大悦医疗（三）
- 中国家用化器械标杆企业案例：大悦医疗（四）



4

中国家用化器械行业未来发展趋势

- 中国家用化器械行业未来发展趋势（一）
- 中国家用化器械行业未来发展趋势（二）

01

PART ONE

中国家用化器械行业发展环境及现状分析

Analysis of the Development Environment and Current Status of China's Home-Use Medical Devices Industry

家用化器械行业定义与核心产品

家用化器械，是指应用于家庭场景，可供非专业人士安全操作，兼具健康护理、医疗辅助康复、美容保健等功能的各类器械产品，涵盖医疗康复类、美容保健类等细分领域。其核心特征为“家用便捷性”“功能专业化”“操作简易化”，部分产品需符合国家NMPA医疗器械监管标准（二类），部分产品参照家电行业标准，核心满足消费者居家自主护理、健康管理的需求。

家用化器械产品体系
Home-Use device product portfolio

类别	主要功能	常见产品
检测类	监测血压、血糖、血氧、体温等生理指标，用于日常健康数据管理与疾病初筛	电子血压计、血糖仪、血氧仪、红外体温计、听诊器、体脂秤、心电监测仪、尿酸检测仪、胎心仪等
治疗类	用于家庭环境的疾病辅助治疗、症状缓解与物理干预	理疗仪、中频治疗仪、低频脉冲治疗仪、盆底肌治疗仪、雾化器、呼吸机、远红外治疗仪、激光治疗仪、强脉冲光脱毛仪、鼻炎光疗仪等
康复类	辅助身体机能恢复、弥补功能缺陷，支持术后/慢性病康复	家用制氧机、颈椎/腰椎牵引器、矫形器等
护理类	用于日常居家照护，降低护理难度、提升照护效率	一次性医用耗材、医用护理垫、导尿包、鼻腔冲洗器、口腔护理器械（冲牙器/电动牙刷-医用款）等
美容与个护器械	针对脱发、皮肤松弛、痤疮等问题进行家庭医美护理（需持有械字号注册证）	激光生发仪、射频美容仪、光子嫩肤仪、痤疮治疗仪、医用冷敷贴配套导入仪等

资料来源：iiMediaResearch（艾媒咨询）整理

强劲支撑：政策红利持续释放

健康中国战略推进

《“健康中国2030”规划纲要》将预防为主、居家康复、女性健康、产后护理纳入国家战略，明确支持家用医疗器械、健康护理产品的研发与推广，为家用化器械行业发展提供了政策导向，推动行业持续扩容。

康复医疗政策完善

国家持续推进康复医疗服务体系建设，鼓励发展居家康复模式。国家卫生健康委等部门推动康复医疗资源下沉，加强基层康复服务能力建设，同时重视妇女健康领域，相关临床诊疗规范和服务标准逐步完善。此外，政策层面明确支持“预防-诊断-治疗-康复-管理”全链条服务模式，为家用化康复器械提供了广阔的市场空间。

监管政策趋严规范

国家药监局加强对家用化器械的监管，完善行业标准、淘汰不合规产品，规范市场秩序，推动行业高质量转型，利好头部合规企业；根据相关意见，2027年将建成适配医药创新与产业发展的医疗器械监管体系，进一步规范行业发展。

医保政策支持

AI辅助诊断、部分康复项目逐步纳入医保支付范围，研究规范医保医用耗材目录和医疗服务项目目录，按程序将符合条件的创新医疗器械纳入医保支付范围，降低用户购买与使用门槛，间接带动家用化器械的普及。

核心动力：社会与健康观念驱动

女性健康意识觉醒、颜值经济崛起、宅经济盛行、亚健康年轻化四大趋势共振，共同驱动家用康复器械市场需求爆发。女性护理需求刚需化、年轻群体颜值溢价消费、居家便捷护理偏好、低龄健康问题常态化，构成了家用化器械市场增长的四大核心动力。

女性健康意识觉醒

随着女性地位提升、健康知识普及，产后康复、盆底健康、私密护理等需求从“羞耻感”转向“刚需化”，越来越多的女性重视盆底肌康复，推动家用盆底仪、AI智能盆底肌治疗仪等产品的需求增长，成为该细分领域的核心增长动力。

颜值经济与抗衰年轻化

Z世代、90后成为消费主力，对颜值管理的需求日益强烈，防脱、脱毛、护肤等成为日常健康美容开支，推动AI智能生发仪、AI智控脱毛仪等产品的市场需求持续升温，消费者愿意为颜值消费支付溢价。

宅经济与便捷需求凸显

后疫情时代，消费者更倾向于居家护理，拒绝医院排队、美容院预约的繁琐流程，追求私密、高效、自主的护理体验，家用化器械凭借“居家便捷”的核心优势，契合消费者需求，市场渗透率持续提升。

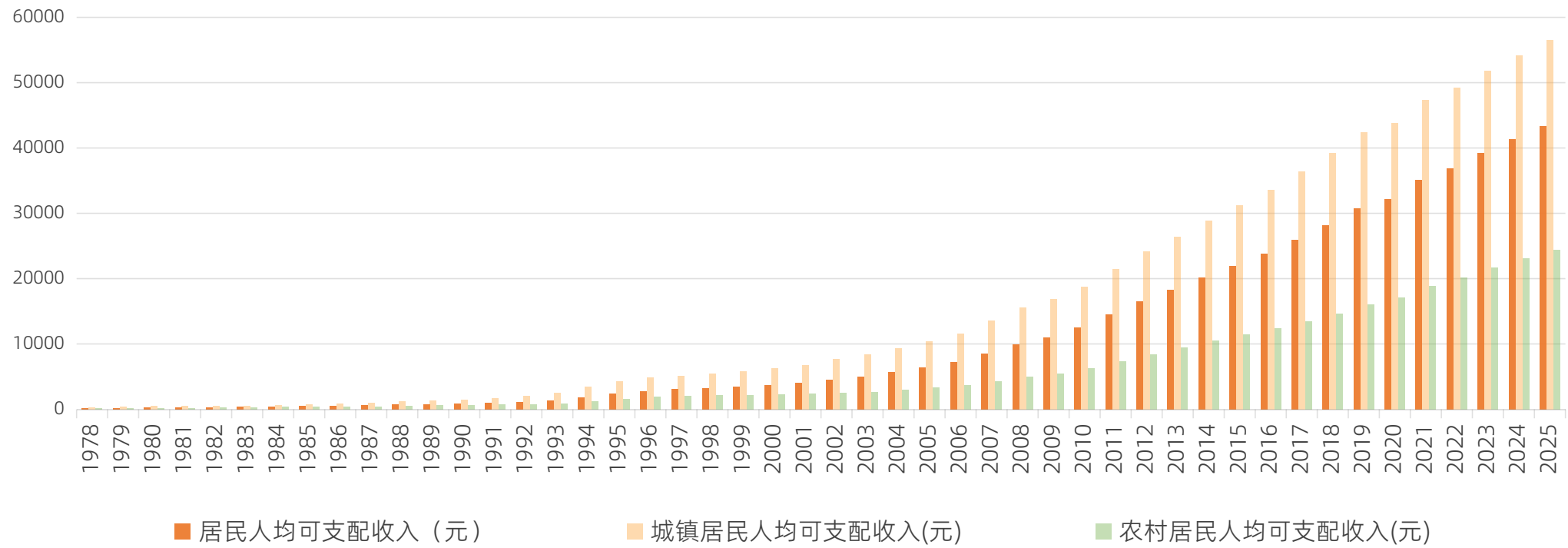
亚健康与慢病年轻化

现代人群生活节奏快、熬夜、压力大等问题突出，脱发、盆底功能障碍等亚健康健康问题呈现年轻化趋势。其中，30岁以下脱发人群占比持续上升，女性盆底功能障碍患病率提高，均为家用化康复及护理器械提供了广阔的需求基础。

基础保障：消费力升级与性价比优势

中国居民人均可支配收入持续提升，消费观念从“基础实用”向“品质享受”转变，消费者愿意为效果、安全、品牌、智能化支付溢价，推动家用化器械的客单价提升。同时，家用化器械展现出显著的“平替”优势。相较于医美机构和医院，其单次使用成本更低，长期使用性价比更高，成为消费者的经济实惠之选，推动市场需求释放。

1978-2025年中国居民人均可支配收入情况
Per capita disposable income of Chinese residents from 1978 to 2025



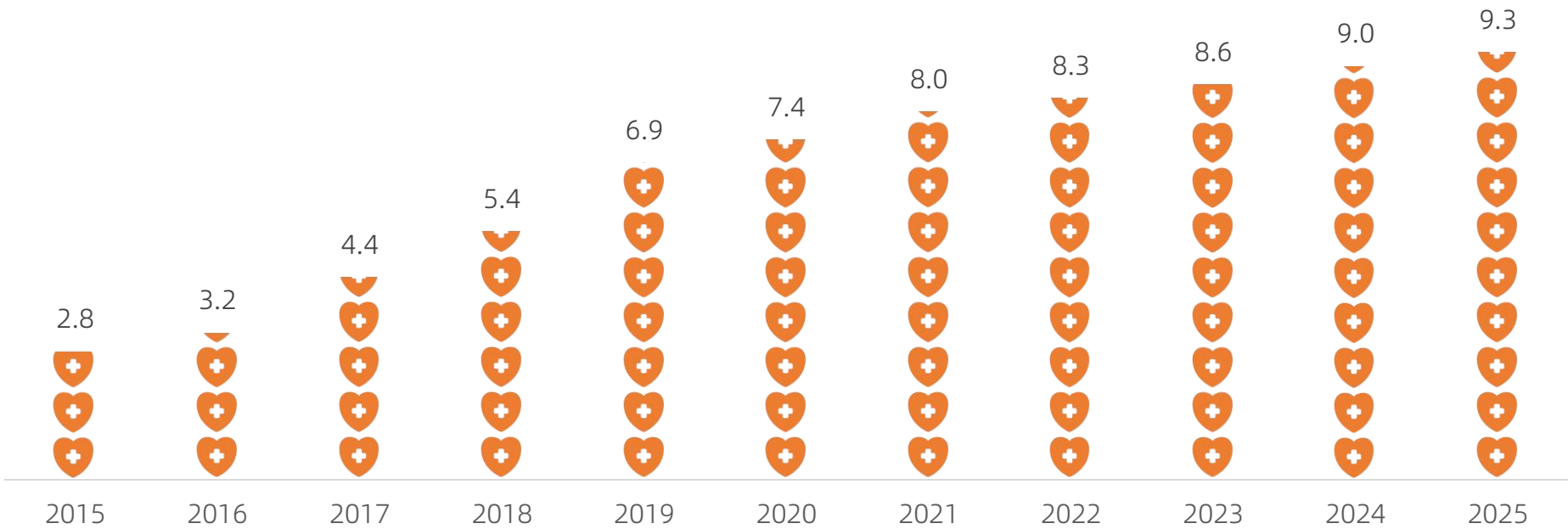
数据来源：国家统计局、艾媒数据中心（data.iimedia.cn）

大健康产业发展为家用器械提供广阔空间

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2025年中国大健康产业整体营收达9.3万亿元，是国民经济的重要支柱产业。大健康产业整体规模的持续增长，为家用化器械行业提供了广阔的市场空间。随着居民健康消费支出的提升，家用化器械作为“居家健康管理的入口级产品”，直接受益于大健康产业的整体扩容，需求基数持续扩大，行业发展空间进一步拓宽。

2015-2025年中国大健康产业整体营收

The overall revenue of China's big health industry from 2015 to 2025



中国大健康产业整体营收（万亿元）

数据来源：iiMediaResearch（艾媒咨询）

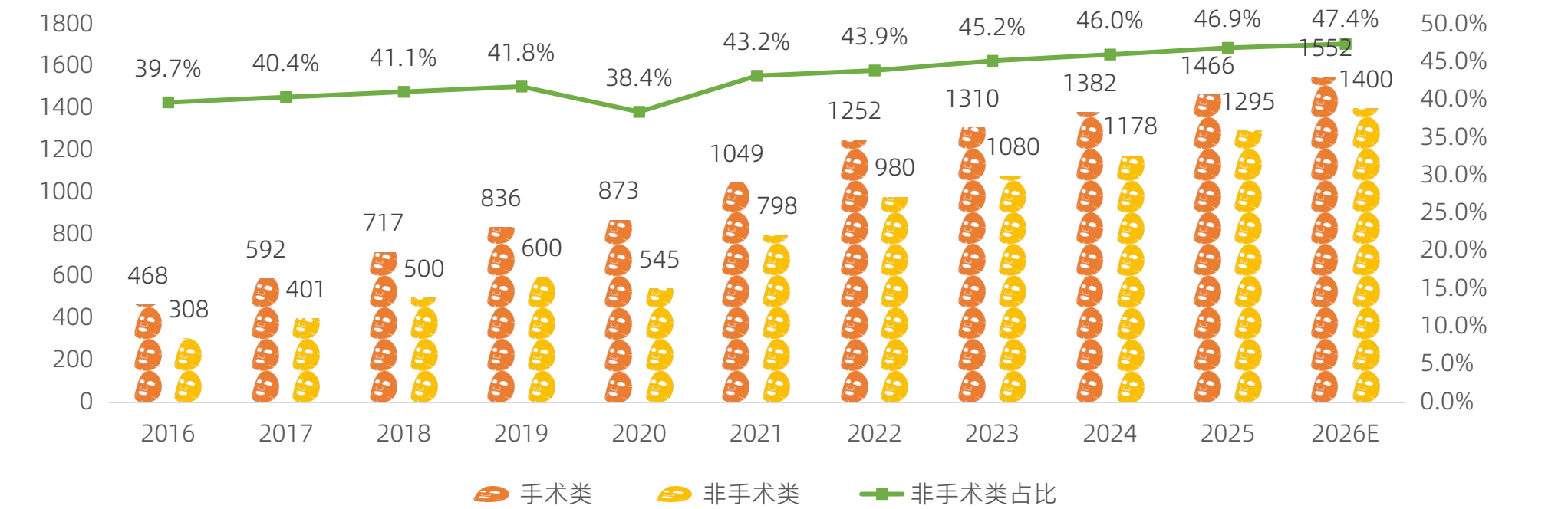
医美需求居家化迁移，赋能家用化器械增长提质

中国医疗美容服务市场持续稳健扩容，行业结构持续向非手术、微创、光电医美倾斜，消费者颜值养护需求日趋日常化、理性化、低风险化。医美服务市场为家用化器械行业筑牢了用户认知与需求底盘：一是线下光电医美项目完成用户功效教育，催生居家私密、高性价比的平替需求；二是行业监管规范化同步推动家用化器械向医疗级、合规械字号升级，同时线上医美内容种草渠道与家用器械消费渠道深度打通，成为家用化器械市场渗透的核心增长驱动力。

2016-2026年中国医疗美容服务市场规模及预测

The market size and forecast of China's medical aesthetic services from 2016 to 2026

单位：亿元



数据来源：iiMediaResearch (艾媒咨询)

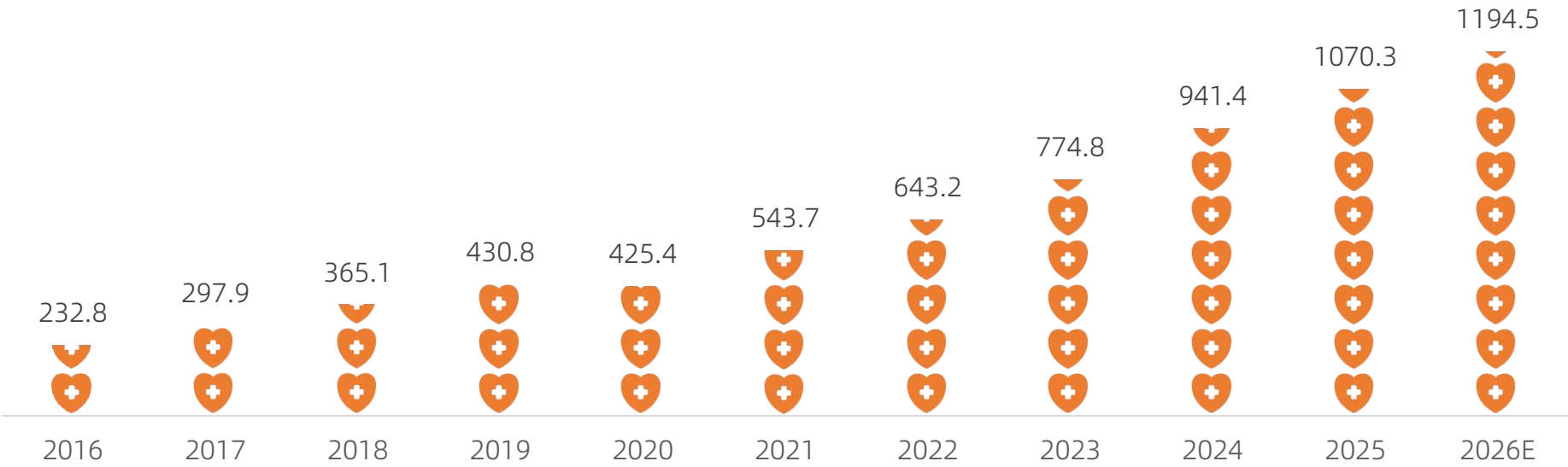
医美器械产业筑基，助力家用场景医疗技术落地



iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，2025年中国医美器械行业市场规模达1070.3亿元，预计2026年将进一步增长至1194.5亿元。从结构来看，行业增长核心动力来自光电类医美器械（脱毛、生发、嫩肤、盆底康复等无创/微创设备）。医美器械是医美服务产业的上游硬件根基，同时家用化器械是医美器械赛道向居家化延伸的细分领域。上游成熟的医美器械体系，为家用化器械提供技术研发、供应链配套、合规标准全方位底层支撑；同时精准承接下游医美服务释放的居家护理外溢需求，推动医疗级光电、AI智能技术向家用场景落地普及。

2016-2026年中国医美器械行业市场规模及预测

The market size and forecast of China's medical aesthetic device industry from 2016 to 2026



中国医美器械行业市场规模（亿元）

数据来源：iiMediaResearch（艾媒咨询）

02

PART TWO

中国家用医疗器械市场 消费行为调研

Research on Consumer Behavior in China's Home-Use
Medical Devices Market

中国家用器械行业消费人群画像

中青年为主要消费年龄段

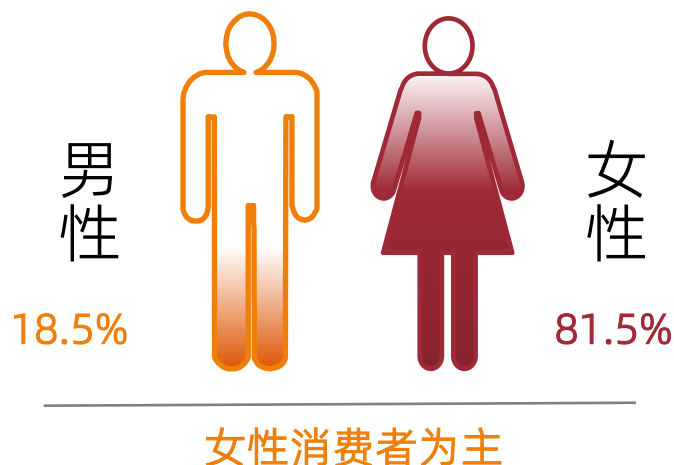
从年龄分布来看，36-45岁年龄段占比最高，达43.5%，其次是26-35岁人群，占比42.1%，整体呈现以中青年群体为主的特征。

中高收入群体占主导地位

在中国家用器械消费者中，月收入8001-12000元的消费者占39.9%，月收入5001-8000元的消费者占37.7%，合计将近80%，中高收入消费者贡献了近八成的市场份额。

新一线与二线城市为消费主力区域

在中国家用器械消费者中，消费者所在区域主要集中在新一线与二线城市。其中新一线城市消费者占41.9%、二线城市占28.1%，一线城市的消费者占比相对有限，占14.3%，低线城市占比逐级递减。

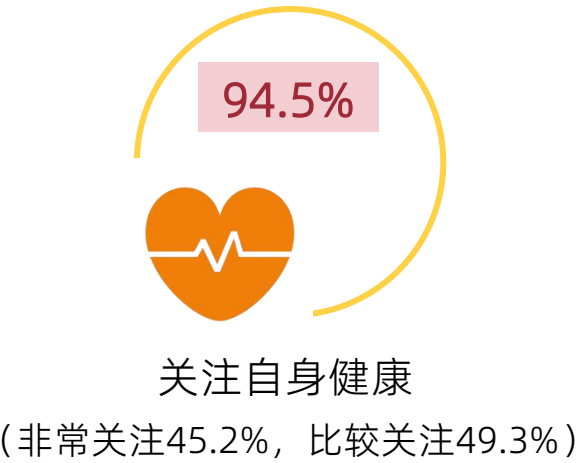


家用器械成为改善身体不适的“首选方式”

中国消费者健康意识持续提升。iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，超九成消费者对自身健康保持关注。在改善身体不适的各类方式中，家用医疗器械成为消费者的首要选择。艾媒咨询分析师认为，随着健康管理理念的普及与居家场景健康需求的释放，兼具便捷性与实用性的家用医疗器械产品，将成为消费者改善身体不适的核心解决方案，同时也将带动健康消费向居家化、日常化的方向升级。

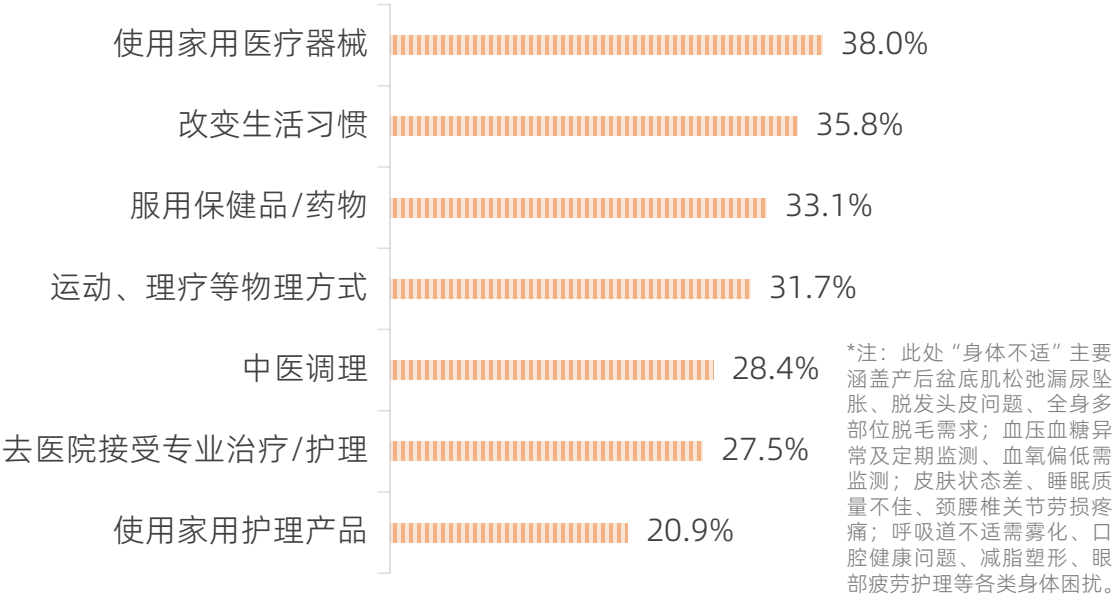
中国消费者对自身健康关注情况

Personal Health Concerns Among Chinese Consumers



中国消费者应对身体不适的干预方式

Consumer Interventions for Physical Discomfort in China



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（Strawberry Pie）

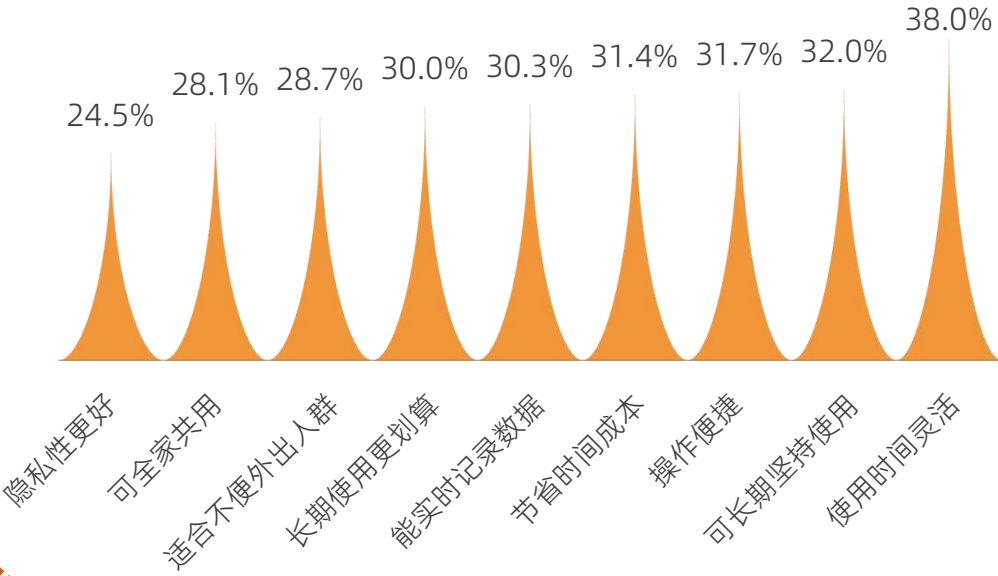
样本量：N=363；调研时间：2026年4月；右题为多选题

便捷与长效是家用器械消费的核心关注点

家用器械正成为消费者日常健康管理的重要工具，其核心竞争力在于场景灵活、使用便捷、成本可控、数据可追踪，契合消费者多元化的养生需求。而消费者对效果周期的理性预期，也为品牌方的产品研发与市场沟通提供了方向，即强化产品的长期价值传递，突出中长周期的健康改善效果，更易获得消费者的认可。

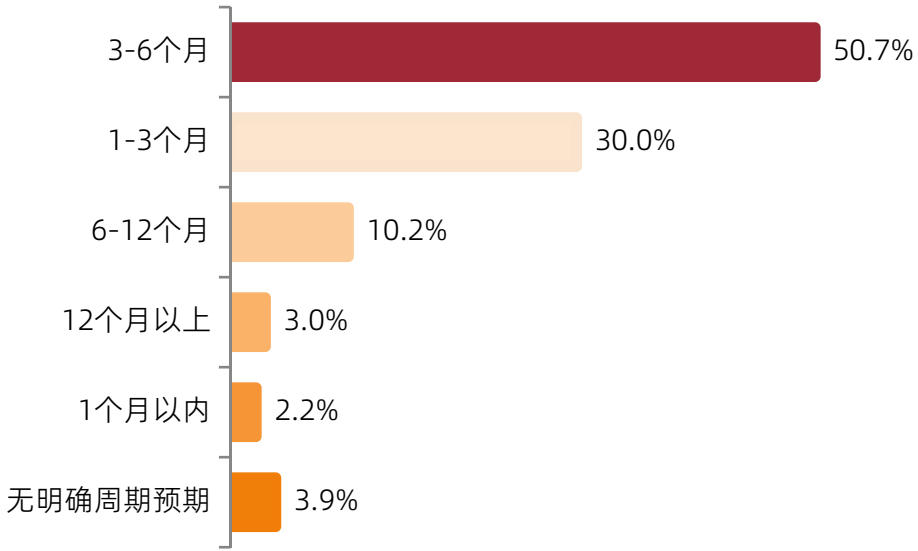
消费者使用家用器械产品的主要原因

Main Reasons for Consumers' Use of Home Medical Devices



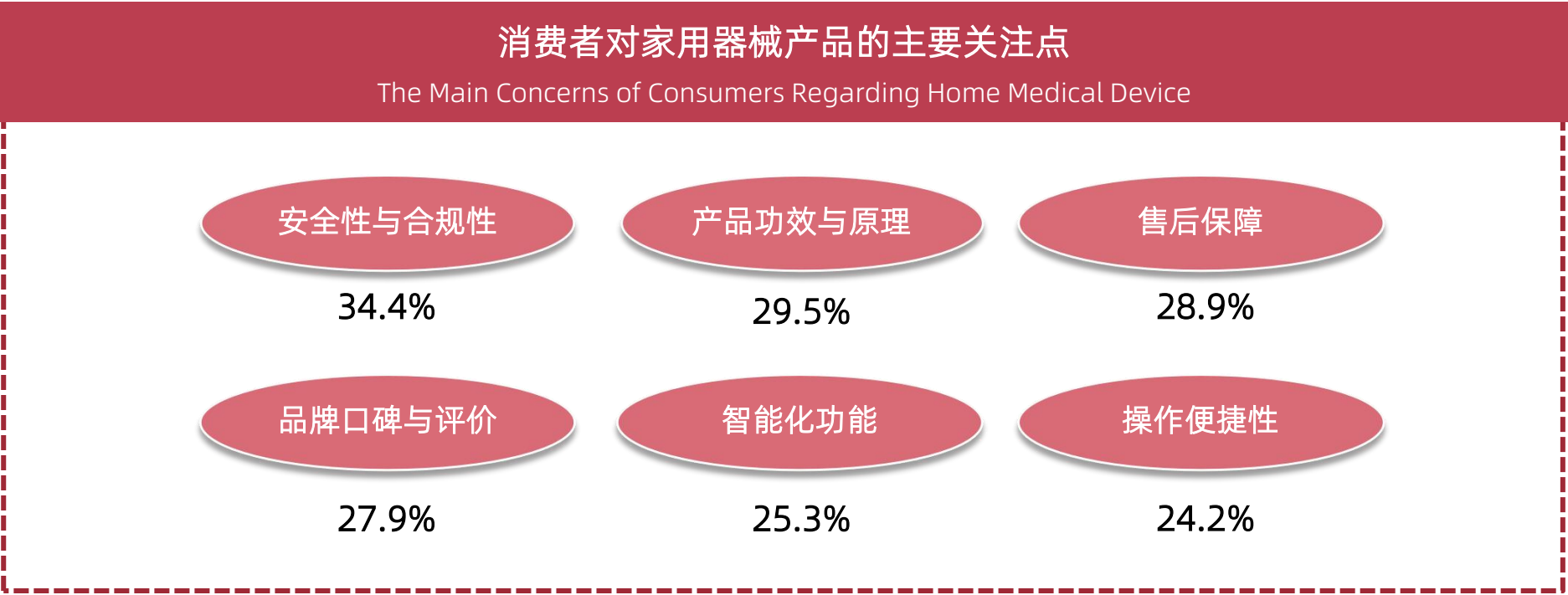
消费者使用家用器械产品效果预期

Consumer Expectations for the Effects of Home Medical Devices



安全合规为先，多元需求并存

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，消费者对家用器械产品的关注呈现出“安全优先、多维度并重”的需求特征。在各类决策因素中，安全性与合规性以34.4%的占比位居首位，反映出消费者对家用器械的核心诉求仍是产品的安全可靠与合规资质，这也是品牌建立用户信任的基础；其次，产品功效与原理（29.5%）、售后保障（28.9%）的占比也接近三成，体现出消费者对产品实际效用，以及整体产品消费体验的高度重视。



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（Strawberry Pie）

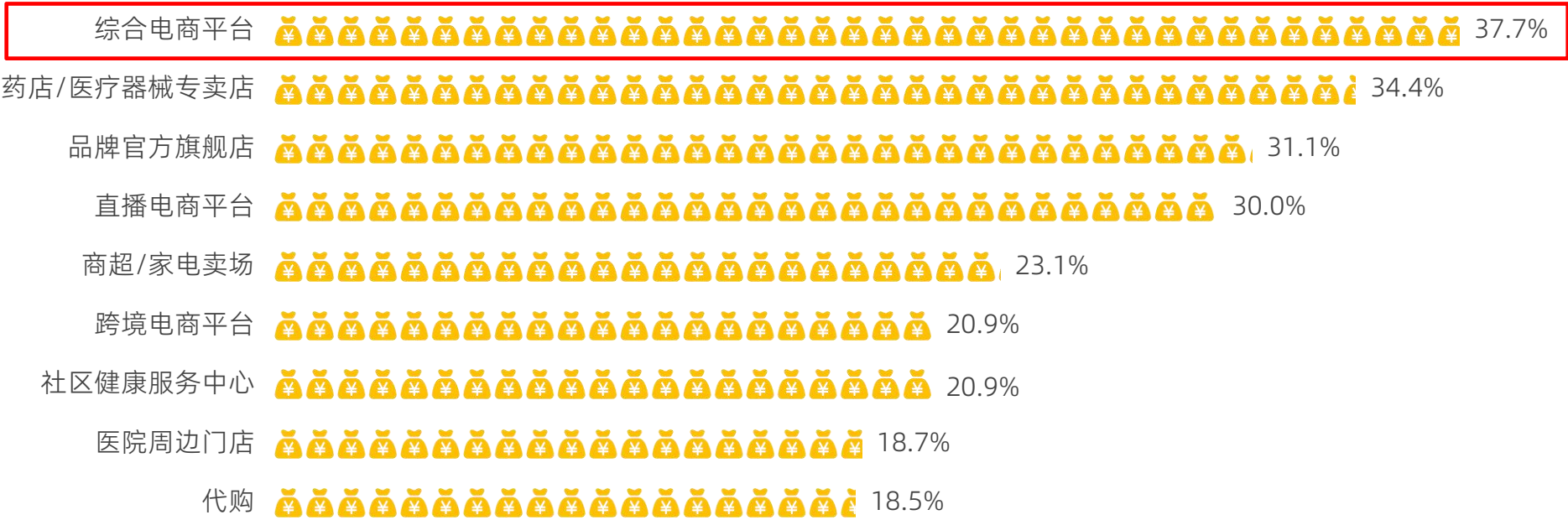
样本量：N=363；调研时间：2026年4月；该题为多选题

电商领跑，多消费渠道协同

当下，消费者购买家用器械的渠道选择日趋丰富。iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，家用器械的消费渠道已形成线上为主、多渠道协同的消费格局，电商平台成为消费者购买家用器械的核心阵地。其中，综合电商平台以37.7%的占比居首，药店/医疗器械专卖店（34.4%）紧随其后，品牌官方旗舰店与直播电商平台的占比也均超过三成，成为重要的购买渠道。

消费者购买家用化器械产品的主要渠道

Main Purchase Channels for Home Medical Devices



样本来源：草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

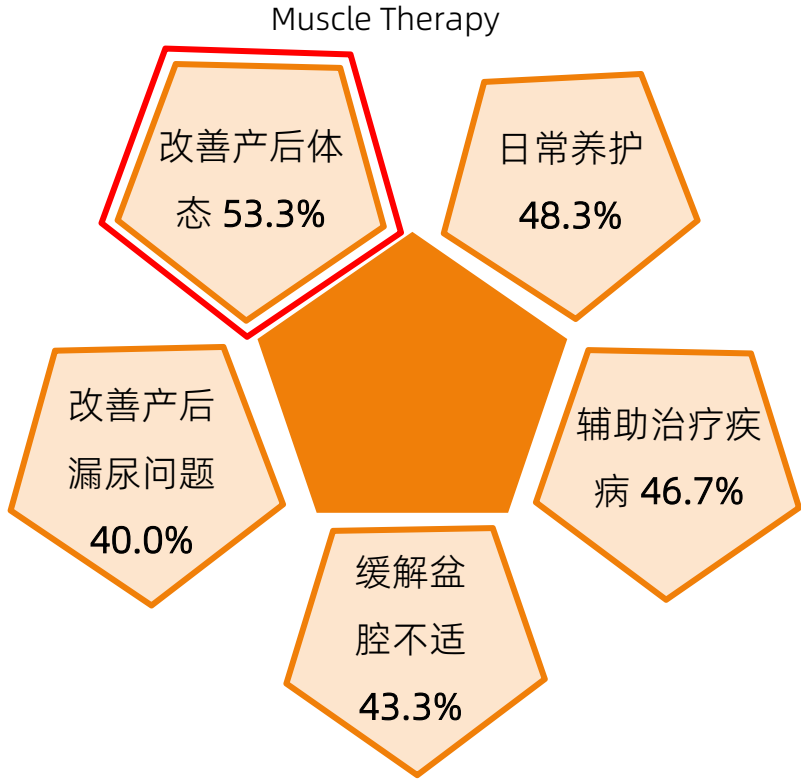
样本量：N=363；调研时间：2026年4月；该题为多选题

家用盆底肌治疗仪的使用贴合女性健康管理习惯

在核心需求上，产后修复是用户的首要诉求。同时，日常养护、辅助治疗疾病、缓解盆腔不适等需求占比近半，产品正从单一产后康复工具向女性全周期盆底健康管理工具延伸，其核心竞争力在于适配女性“居家、便捷、规律”的护理习惯，品牌方需强化产品的操作便捷性与场景适配性，以覆盖更广泛的女性健康管理场景。

消费者使用家用盆底肌治疗仪的主要需求

Primary Motivations of Consumers for Home Pelvic Floor Muscle Therapy



消费者使用家用盆底肌治疗仪的主要场景

Consumer Usage Scenarios for Home Pelvic Floor Muscle Therapy



样本来源：草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

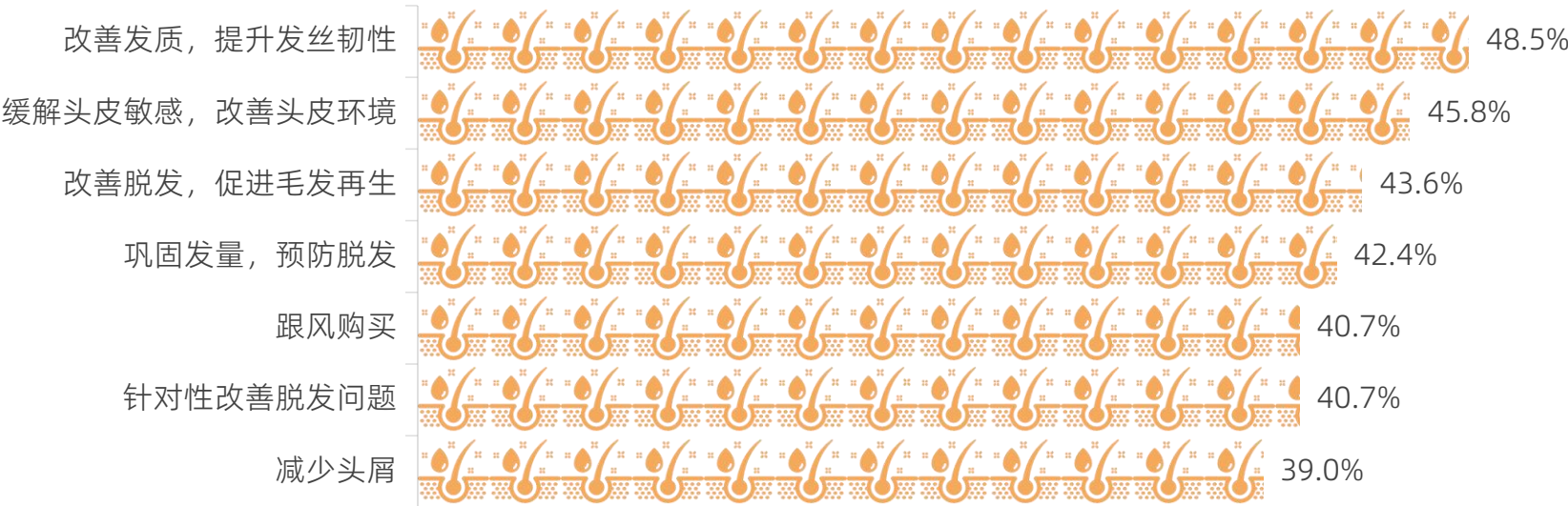
样本量：N=363；调研时间：2026年4月；该页为多选题

多维头皮健康需求崛起，家用生发仪消费趋势升级

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，家用生发仪用户的核心需求聚焦于头皮健康管理与发质焕新。改善发质、缓解头皮敏感的需求占比均超45%。消费者对家用生发仪的需求已从单一防脱生发，转向育发修护+头皮养护+发质焕新的多维综合健康管理，对产品头皮护理、发质改善的综合功效提出了更高要求。

消费者使用家用生发仪的核心需求

Core Consumer Needs for Using Home Hair Growth Devices



样本来源：草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

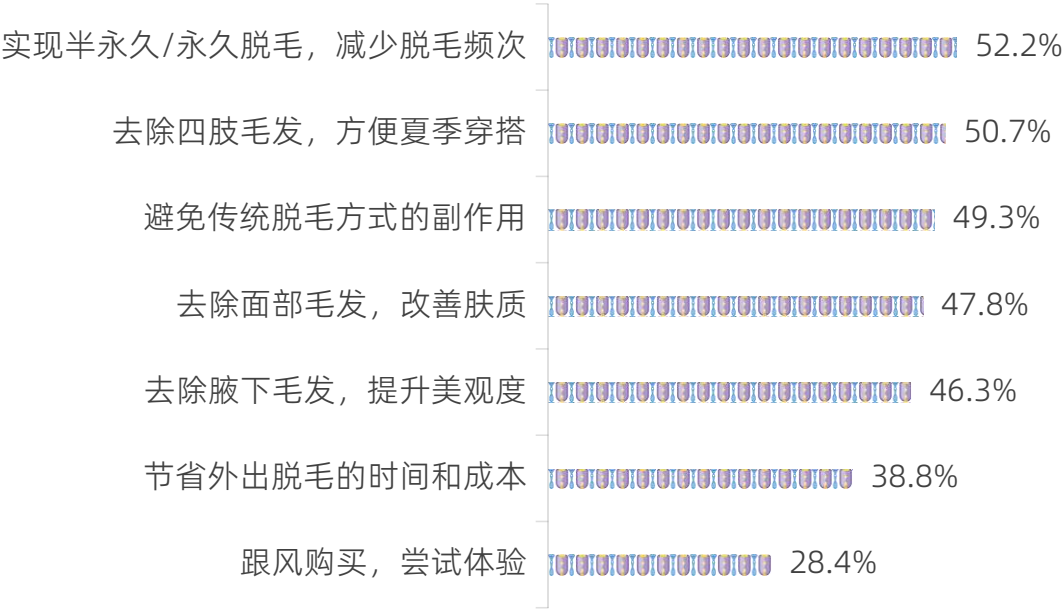
样本量：N=363；调研时间：2026年4月；该题为多选题

长效脱毛诉求明确，季节性与体验痛点并存

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，家用脱毛仪的用户需求以实现半永久或永久脱毛，减少脱毛频次为首要诉求，毛发减少后降低使用频率（17.9%）也侧面印证产品具备一定长效脱毛效果。但部分用户因脱毛效果不佳、疼痛等原因放弃使用，反映出产品仍存在效果稳定性不足、体感不适等问题，用户的长期使用粘性待提升。艾媒咨询分析师认为品牌方需强化效果验证与体感优化，针对季节性特征推出适配方案，提升用户的全周期使用意愿。

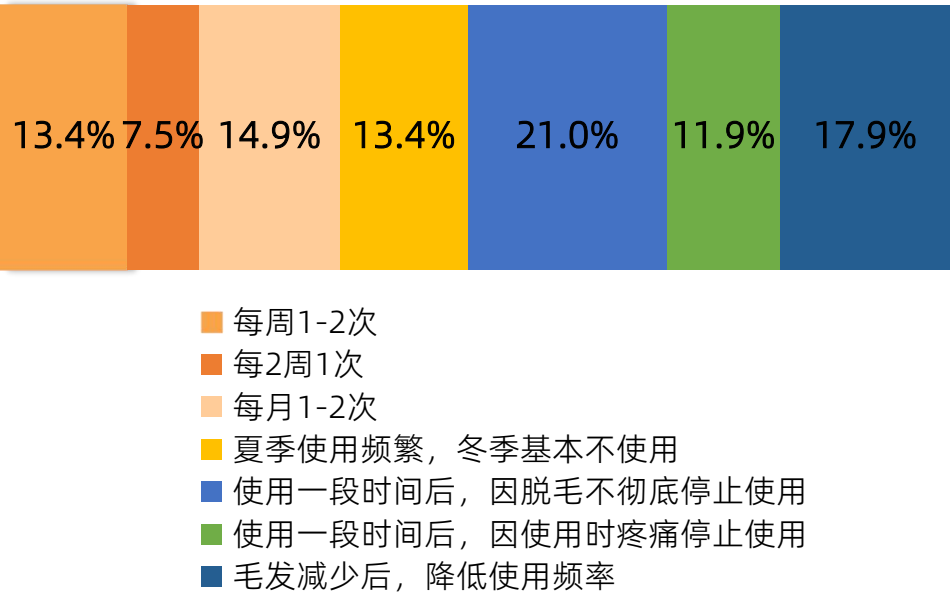
消费者使用家用脱毛仪的核心需求

Core Consumer Needs for Using Home Hair Removal Devices



消费者使用家用脱毛的频率

Frequency of Consumers' Use of Home Hair Regrowth Devices



样本来源：草莓派数据调查与计算系统（Strawberry Pie）

样本量：N=363；调研时间：2026年4月；左题为多选题

家用美容仪聚焦多维度肌肤改善

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，家用美容仪用户的核心需求以功效型护肤为主。其中，美白淡斑，改善肤色暗沉、色斑问题以52.0%的占比，成为用户最核心的需求；同时，基础肤质管理需求与补水导入的进阶护理需求也占据一定比例。这反映出用户对家用美容仪的期待，已从单一基础清洁延伸至多维度肌肤问题改善与抗衰护理场景。

消费者使用家用美容仪的核心需求

Core Consumer Needs for Using Home Beauty Devices

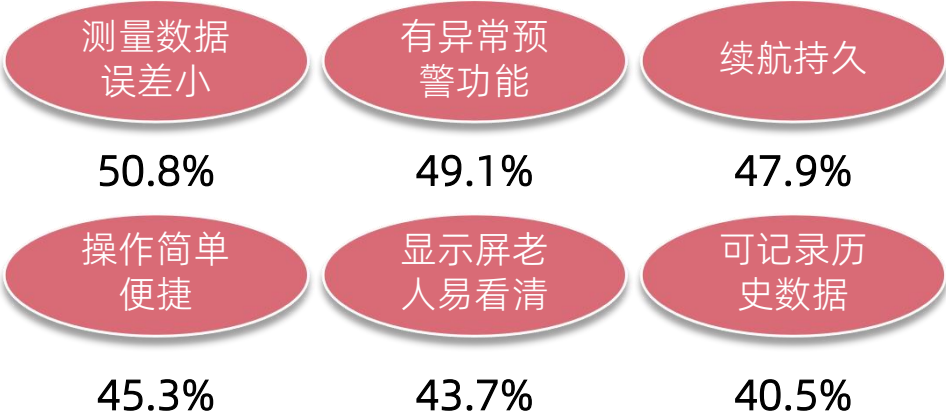


家用血压计与血氧仪成为居家健康管理的核心工具

伴随老龄化社会进程加快与居民健康意识持续提升，家用血压计用户对设备的精准性、安全性与易用性需求突出，体现了中老年群体对设备可靠度与友好设计的核心诉求。家用血氧仪则覆盖多元居家健康场景，以日常健康监测为核心，同时满足家庭备用、运动恢复、老人与孕妇健康监测等多元需求。整体来看，两类设备的用户需求变化，推动产品向精准化、易用化、场景化方向迭代，成为大众健康管理的重要支撑。

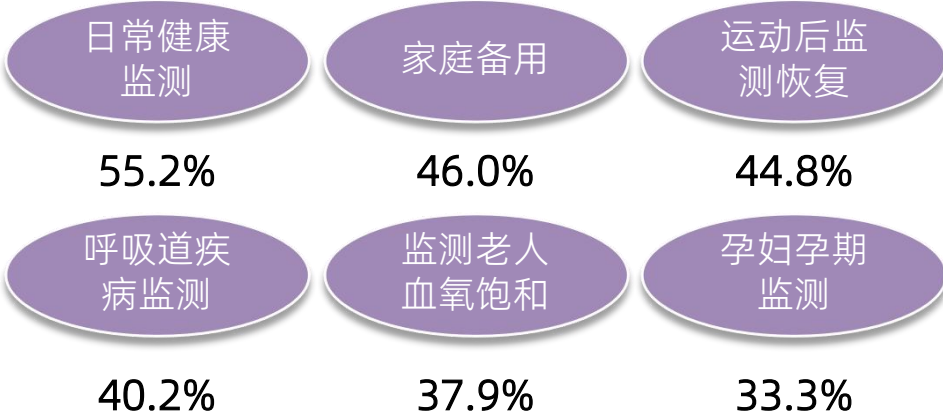
消费者使用家用血压计关注的核心使用体验

Core Usage Experience for Home Blood Pressure Monitors



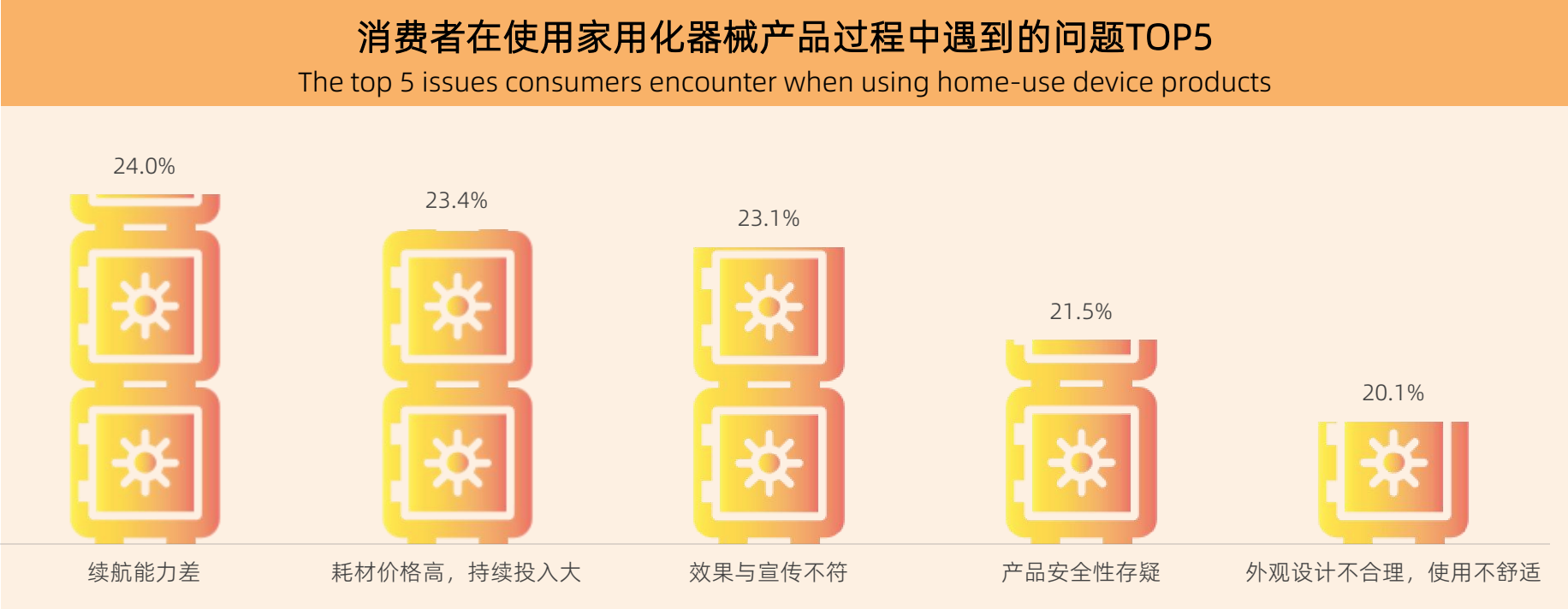
消费者使用家用血氧仪的核心需求

Primary Core Needs of Consumers for Home Pulse Oximeters



家用化器械的性能、成本与效果问题影响用户留存

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，“续航能力差”（24.0%）、“耗材价格高，持续投入大”（23.4%）、“效果与宣传不符”（23.1%）为用户反馈的三个首要共性问题，同时产品安全性和外观设计等问题等也较为突出。这些痛点集中反映出行业在产品性能稳定性、成本控制、宣传真实性及用户友好设计上仍存在明显短板，制约了用户长期使用意愿与行业整体口碑，品牌方需针对性优化产品与服务，提升用户留存率与行业信任度。



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（Strawberry Pie）

样本量：N=363；调研时间：2026年4月；该题为多选题

03

PART THREE

中国家用化器械行业 标杆案例研究

Benchmark Case Studies of China's Home-Use Medical
Devices Industry

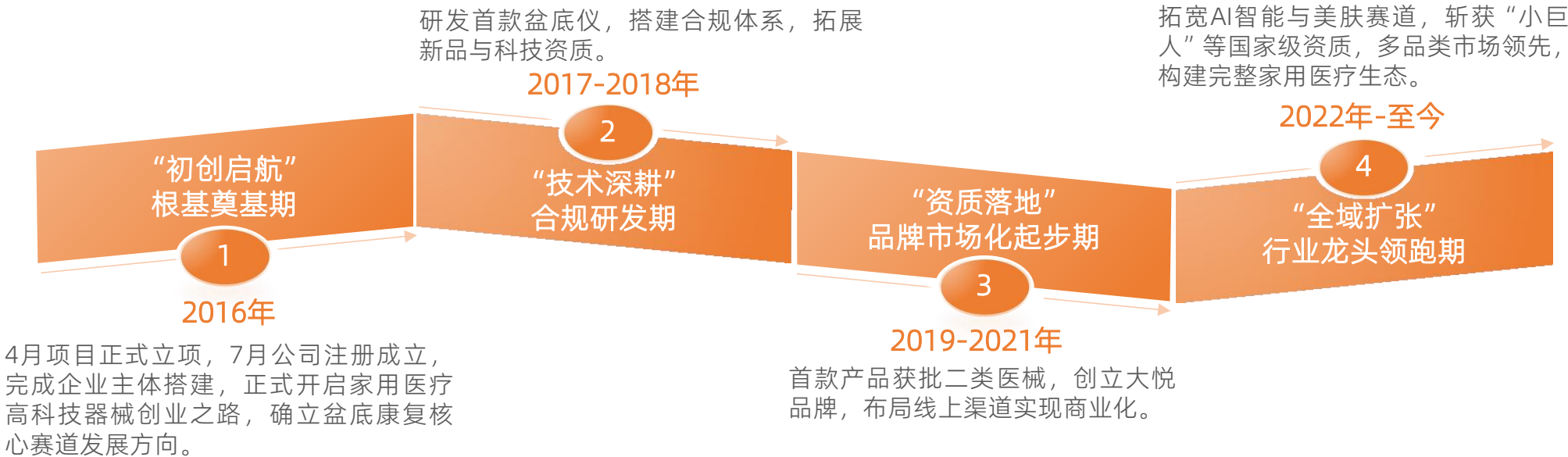
中国家用化器械标杆企业案例：大悦医疗（一）



- ◆ **大悦**：专业女性盆底及性健康品牌；
- ◆ **白天鹅**：家用医美医疗器械品牌。

大悦医疗成立于2016年，是一家集自主研发、生产、营销、服务为一体的创新型医疗高科技企业，是国家级专精特新“小巨人”企业和国家高新技术企业。企业成立至今，深度布局家用医疗器械领域，成功打造两大核心品牌——“大悦”与“白天鹅”。公司搭建了完整自主可控的研发创新、智能制造与严格质控管理体系，上市产品均取得国家二类医疗器械注册证，具备医疗级安全合规资质。同时公司持续深耕技术创新，已积累大量发明专利与知识产权，构建了行业高合规技术护城河。

大悦医疗核心发展历程



资料来源：iiMediaResearch（艾媒咨询）整理

中国家用化器械标杆企业案例：大悦医疗（二）

大悦医疗聚焦女性盆底功能障碍、生殖健康、产后康复、毛发医学美容、皮肤医学美容等核心赛道，自主研发多款具备高临床价值、社会价值与经济价值的治疗型家用医疗器械，为用户提供高端、智能、专业的居家医疗解决方案。在女性健康领域，企业已上市盆底肌治疗仪、腹直肌治疗仪两款核心产品，依托智能数字化技术，高效解决产后盆底肌修复、腹直肌分离等居家康复需求。



大悦·盆底肌治疗仪
(解决漏尿、脱垂、松弛、盆底肌康复问题)

- ◆ 家用化：免除预约、免除奔波、免除排队。
- ◆ 智能化：操作方便、依从性高、评估智能。
- ◆ 数字化：治疗可视化，健康趋势分析，健康追踪。



大悦·腹直肌治疗仪
(治疗腹直肌分离、恢复形体)

- ◆ 医疗资质权威，治疗更合规。
- ◆ 采用低频+低频调制中频复合电刺激，激活深层肌肉。
- ◆ 配套APP智能管控，多部位通用按摩。智能体验升级，服务更专业。

中国家用化器械标杆企业案例：大悦医疗（三）

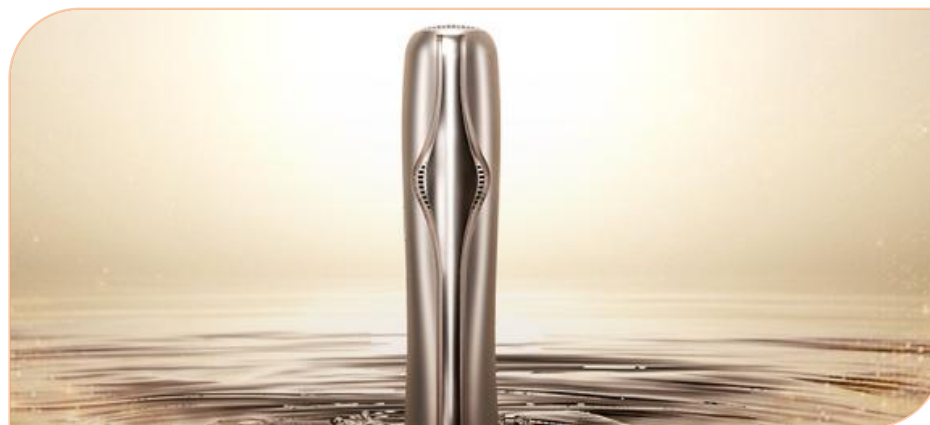
同时，大悦医疗深耕家用医美器械赛道，自主研发白天鹅系列激光生发仪、强脉冲光脱毛仪，打造医美级居家诊疗方案。其中，激光生发仪针对多种毛发问题提供对症治疗，强脉冲光脱毛仪则集脱毛、嫩白、祛色沉于一体，以多项创新技术定义新一代家庭医美护理标准。



白天鹅·激光生发仪

（对症治疗防脱固发、生发育发、养发健发、控油止痒、植发后养固）

- ◆ 医美级·新一代·高端智能·生发仪。
- ◆ 临床诊疗指南推荐。
- ◆ 国家二类医疗器械。



白天鹅·强脉冲光脱毛仪

（3D 复合功能·一机多能：
脱毛·嫩白·祛色沉）

- ◆ 5大硬核智脱技术、4大引领创新技术亮点、3大先进医学脱毛理念定义新一代脱毛仪。
- ◆ AI·脱毛仪“脱毛·嫩白·祛色沉三重复合功能”开创者^[1]。

资料来源：iiMediaResearch（艾媒咨询）整理

【1】iiMedia Research（艾媒咨询）基于中国“脱毛·嫩白·祛色沉三重复合功能”AI·脱毛仪行业同类产品公开上市流通时间比对分析的结果确认，于2026年4月完成调研。脱毛仪是指强脉冲光脱毛类便携手持式设备，属于第二类医疗器械。本研究聚焦于明确宣称搭载AI智能算法，且具备脱毛、嫩白、祛色沉三重复合功能的脱毛仪产品。统计数据不含港澳台地区。

中国家用化器械标杆企业案例：大悦医疗（四）

大悦医疗深耕家用智能医疗健康赛道多年，综合实力稳居行业前列，旗下盆底肌治疗仪连续6年全国销量第一^[2]。作为国内多项AI智能家用医疗品类开创者，公司凭借原创核心技术引领行业标准，稳居家用智能医疗器械头部阵营，市场占有率与行业影响力持续领先。未来企业将持续深耕AI智能化家用医疗器械领域，依托医疗级原创技术迭代升级产品，不断巩固龙头优势，致力于成为中国高端家用医疗器械领跑者。

三大创新 实现智慧医疗解决方案

大悦医疗聚焦消费者在女性盆底功能障碍、生殖健康等方面的需求，通过家用化、智能化、数字化的设备和解决方案，助力医疗大健康产业智慧化升级。

战略聚焦：AI赋能女性健康

深耕AI技术与家用医疗器械的深度融合，重点聚焦女性健康领域，提供个性化的智能医疗服务。

三大引擎驱动持续创新

以“技术创新”夯实底层能力，以“医疗创新”提升专业价值，以“服务创新”优化用户体验，构建全方位竞争优势。

打造全球居家智能医疗头部品牌

立足中国，放眼全球，助力全球大健康产业的智慧化升级。

【2】 iiMedia Research（艾媒咨询）基于中国家用盆底肌修复仪市场研究比对的结果确认，以2020年1月1日-2025年12月31日中国家用盆底肌修复仪品牌线上及线下渠道销量（台）占比排名统计，于2026年4月完成调研。家用盆底肌修复仪指专为用户在家庭场景下以神经肌肉电刺激、肌电生物反馈和腹部监测为核心技术的用于预防和治疗盆底功能障碍、治疗女性性功能障碍而设计的二类医疗器械，不包括凯格尔训练器（阴道哑铃、凯格尔球等）。统计数据不含港澳台地区。

04

PART FOUR

中国家用化器械行业 未来发展趋势

Future Development Trends of China's Home-Use Medical
Devices Industry

中国家用化器械行业未来发展趋势（一）

政策驱动合规化与普惠化，行业门槛与用户渗透同步提升



《“健康中国2030”规划纲要》将居家康复、女性健康纳入国家战略，为行业发展提供明确导向；同时监管政策趋严，推动行业出清、淘汰不合规产品，利好头部合规企业。此外，康复医疗体系完善与医保支付范围扩大，降低了家用器械的使用门槛，推动产品从可选消费向普惠型居家健康管理工具渗透，老年、慢病、产后女性等群体的覆盖度将持续提升。

需求端多元场景爆发，用户分层驱动产品精细化迭代



女性健康意识觉醒、颜值经济崛起、宅经济盛行与亚健康年轻化四大趋势，推动家用器械需求从单一监测向多场景、全周期延伸：中老年群体侧重精准监测、易用性与异常预警（如血压计、血氧仪的误差控制、大屏显示）；年轻群体聚焦抗衰美容、防脱脱毛等颜值管理场景；产后康复、盆底护理等女性专属需求从“羞于提及”转向刚需化，推动细分赛道快速增长。同时，用户对续航、效果、安全性的痛点反馈，将倒逼企业优化核心性能与用户体验。

中国家用化器械行业未来发展趋势（二）

消费升级与性价比优势叠加，产品向品质化、智能化升级



随着居民人均可支配收入持续提升，消费者愿意为效果、安全、智能化支付溢价，推动家用器械客单价提升；同时，相较于医美机构、线下医院，家用器械的单次使用成本更低、长期性价比更高，成为大众健康管理在经济实惠之选。未来，产品将围绕用户痛点实现升级：一方面强化精准性与效果透明化（如美容仪、生发仪的功效验证），另一方面通过数据记录、AI辅助分析、异常预警等智能化功能提升体验，同时优化续航、耗材成本与外观设计，平衡品质与普惠性。

大健康产业生态融合，家用器械成为居家健康管理核心入口



2025年中国大健康产业整体营收达9.3万亿元，行业持续扩容为家用器械提供了广阔市场空间。家用器械作为“居家健康管理的入口级产品”，未来将与健康管理服务、商业保险、康复机构深度联动，形成“硬件+服务”模式：如设备数据对接健康平台，提供个性化护理方案；与医保、商业保险结合，降低用户购买成本；联动线下康复机构，实现“居家监测-专业干预”的闭环管理，进一步拓展行业边界。

联系我们

Contact Us

数据背书

用数据说话，为增长导航

范围：市场地位/市场份额调研/证明；联合白皮书；专项报告；标杆案例；竞争情报；奖项组织等相关事项咨询

例如：基于大数据的AI认知策略构建，数据/报告的第三方背书用途（品宣方向）

咨询热线：180-2235-3365



报告定制

范围：消费调研；行业白皮书；行业内参报告；行业趋势报告；智库会员及报告等相关事项咨询

例如：定制用户（消费者）行为调查，定制消费行为解读培训；定制行业白皮书；定制内部决策分析报告（内参报告）

咨询热线：181-0273-0697



艾媒大健康研究院的来源：艾媒大健康研究院是艾媒研究院（iiMedia Institute）的一部分，中心针对该领域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（艾媒咨询）和更多研究，请访问<https://www.iimedia.cn>。

本报告是艾媒咨询研究成果的一部分，后续我们将继续在新技术、新消费及新业态开展相关研究，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。

艾媒大数据监测与分析工具矩阵

POiiMedia（艾媒舆情）
艾媒商情舆情数据监测系统
(yq.iimedia.cn)

通过先进的文本分析挖掘技术，全面满足客户各类需求，危机预警追踪。

DataiiMedia（艾媒北极星）
移动应用运营监测
(bjx.iimedia.cn)

科学统计分析流量来源，透视用户活跃留存流失，提升推广效率降低成本。

SurveyiiMedia（草莓派）
用户感知与体验监测
(survey.iimedia.cn)

增加精准用户画像维度，了解用户主观消费意愿，获取用户客观服务评价。

SocialiiMedia
微信微博媒体监测
(SocialiiMedia)

及时发现机器造假刷量，评估公众号的传播实力，识别受众兴趣与偏向。

RankingiiMedia（艾媒金榜）
权威消费品牌评价监测
(ranking.iimedia.cn)

独有的iiMedia大数据评价模型，结合多个维度实现品牌价值评价与排名；提供中立、客观的品牌信息及购物消费指南。

ADiimedia
移动广告效果监测
(www.adiimedia.com)

ATC独家防作弊算法，全流程用户行为跟踪，投放策略建议与优化。



- iiMedia Research（艾媒咨询）始于2007年，是全球领先的新经济产业第三方数据挖掘和分析机构，国家高新科技企业，拥有独立研发并具有自主知识产权的全球大数据监测系统。秉承“用数据让所有决策都有依据”的使命，艾媒咨询聚焦新技术、新消费及新业态，通过“大数据挖掘+研究分析”双引擎，以市场地位、消费洞察、商业趋势研究为核心，服务客户的整个成长周期。iiMedia Ranking（艾媒金榜）是艾媒咨询旗下中国新消费品牌评价机构，依托iiMeval大数据评价模型，为消费者提供客观的品牌信息及购物消费指南。艾媒咨询通过深度大数据挖掘与分析，输出有数据、有观点、有理论支撑的大数据研究成果，每年公开或定制发布新经济前沿报告超过2000份，覆盖了食品、饮品、餐饮、家电、家装、汽车、鞋服、医药、美妆、宠物、母婴、信创、数娱、金融等行业及国潮经济、跨境电商、夜间经济、冰雪经济、低空经济、商业航天、人工智能、智能制造等新质生产力业态。艾媒咨询的数据报告、榜单、分析师观点平均每天被超过100家全球主流媒体、1500家（个）自媒体与行业KOL引用，覆盖语言类型包括中、英、日、法、意、德、俄、阿约二十种主流官方版本。
- 艾媒是中国科协九大代表优秀重点研究项目承担单位、广东省大数据骨干培育企业、广州市创新标杆企业、广州市首批人工智能入库企业、广州市“两高四新”企业。基于公司独立自主研发的“中国移动互联网大数据挖掘与分析系统(CMDAS)”(广东省科技计划重大专项，项目编号：2016B010110001)，艾媒建立了面向全球的宏观数据、商业趋势、市场进入、竞争情报、商情舆情、消费行为、销售数据及营销效果等多维度的线上、线下大数据监测与分析体系，累计成功为超过3800家政企机构提供常年大数据咨询服务。艾媒也是广州市建设国家级科技思想库研究课题、广州市先进制造业创新发展项目等重大课题的承担单位。



更多报告请登录艾媒公众号



全球领先的新经济产业第三方数据挖掘与分析机构

商业趋势 | 消费洞察 | 市场地位