

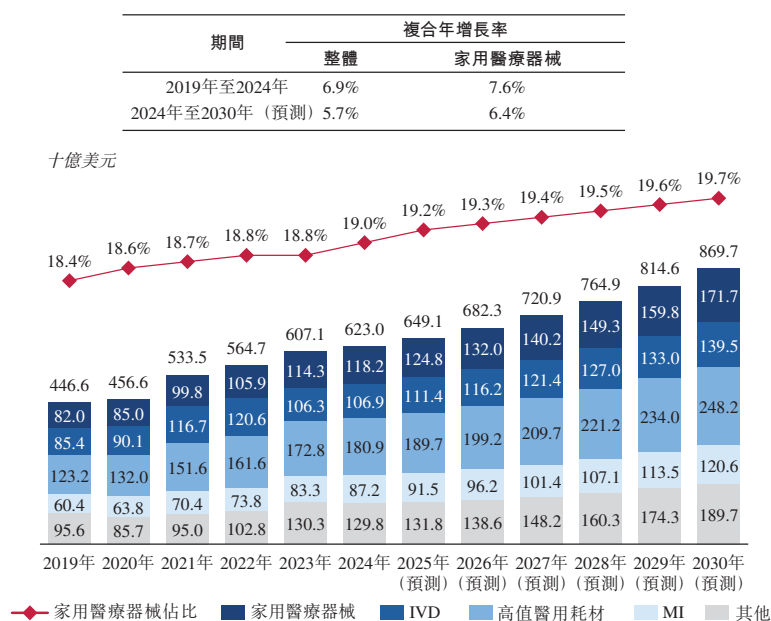
行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據乃摘錄自弗若斯特沙利文報告，以及各種政府官方刊物及其他公開可得刊物。我們委託弗若斯特沙利文編製弗若斯特沙利文報告，一份有關[編纂]的獨立行業報告。我們、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、彼等各自的任何董事及顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方均未獨立核證來自政府官方來源的資料，對其準確性亦不發表任何聲明。有關我們行業的風險詳情，請參閱本文件「風險因素」。

全球醫療器械產品概覽

全球醫療器械市場涵蓋廣泛的產品類別，包括體外診斷 (IVD)、高值醫用耗材及醫學影像(MI)設備等設備，近年來呈現穩定增長。2019年至2024年，全球醫療器械市場規模從4,466億美元增長至6,230億美元，複合年增長率為6.9%。在人口老齡化趨勢加速、疾病譜演變、醫療保健支出增加以及對更優治療方案需求上升等因素的推動下，預計到2030年，全球醫療器械市場規模將達到8,697億美元。家用醫療器械指個人在家庭場景中用於疾病預防、健康監測、康復治療、健康管理或日常保健的醫療設備、耗材及其他產品。這些通常由非專業人士操作，如患者或消費者。家用醫療器械分部的市場規模在2024年達到1,182億美元，佔總市場的19.0%。2024年至2030年，全球家用醫療器械市場預計將以6.4%的複合年增長率增長，增速快於全球醫療器械市場。

2019年至2030年（預測）全球醫療器械市場



附註：市場規模按收入計算。

資料來源：專家訪談、上市公司年報、弗若斯特沙利文分析

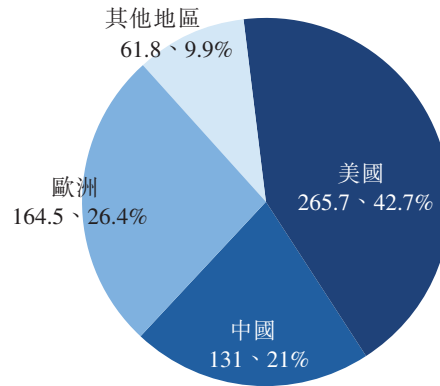
行業概覽

下表列示2024年按地區劃分的全球醫療器械市場明細。

2024年按地區劃分的全球醫療器械市場明細

按收入計

十億美元

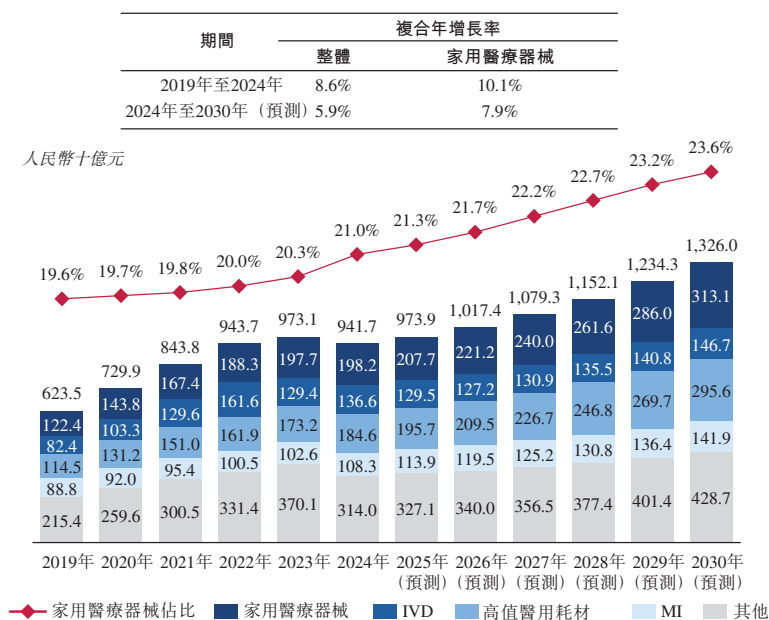


資料來源：專家訪談、上市公司年報、弗若斯特沙利文分析

於過往期間，中國醫療器械行業的發展速度快於全球醫療器械行業，2019年至2024年以8.6%的複合年增長率增長，於2024年達到人民幣9,417億元。2024年中國醫療器械市場規模下降主要由於臨床醫療器械採購放緩，而此前2023年因貼息貸款推動了設備的提前採購。這進一步受到影響高價值醫療器械銷售的監管政策收緊所抑制。然而，隨著短期波動正常化，市場將迎來復甦。在預防性健康需求、數字化及人工智能應用的推動下，預計到2030年，總體市場規模將達到人民幣13,260億元，複合年增長率為5.9%。值得注意的是，家用醫療細分市場2024年佔有21.0%市場份額（人民幣1,982億元），預計到2030年將以7.9%的複合年增長率超過整體醫療器械市場的增長率。

行業概覽

2019年至2030年（預測）中國醫療產品市場



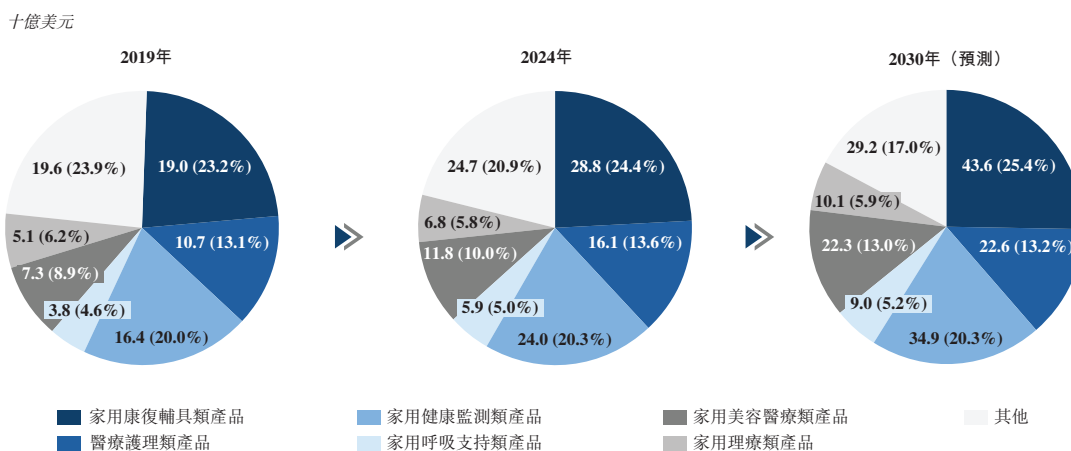
附註：市場規模按收入計算。

資料來源：專家訪談、上市公司年報、弗若斯特沙利文分析

全球家用醫療器械市場概覽

目前，家用醫療器械涵蓋多種品類，包括家用康復輔具類產品、醫療護理類用品、家用健康監測類產品及家用呼吸支持類產品。2024年，按收入計算，家用康復輔具類產品、醫療護理類用品、家用健康監測類產品及家用呼吸支持類產品的合併市場份額約佔全球家用醫療器械市場的63.3%，預計到2030年將達到64.1%。

全球家用醫療器械市場明細

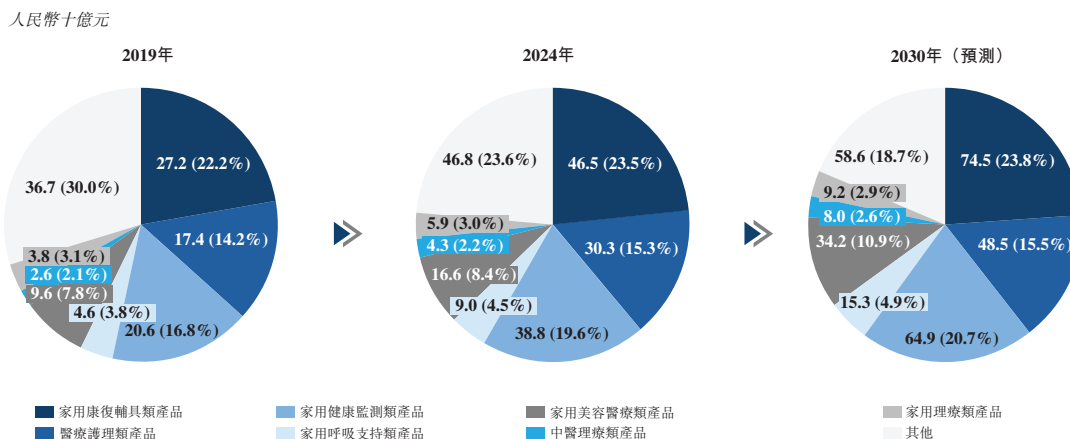


資料來源：專家訪談、上市公司年報、弗若斯特沙利文分析

行業概覽

2019年至2024年，按收入計算，中國家用醫療器械市場從人民幣1,224億元增長到人民幣1,982億元。2024年，家用康復輔具類產品、醫療護理類產品、家用健康監測類產品、家用呼吸支持類產品及中醫理療類產品的合併市場份額約佔中國家用醫療器械市場總份額的65.1%。

中國家用醫療器械市場明細



資料來源：專家訪談、上市公司年報、弗若斯特沙利文分析

中國家用醫療器械市場涵蓋線上及線下渠道。線上市場佔比由2019年的25%大幅增長至2024年的44.3%。在電商、社交媒體及即時零售發展的推動下，預計到2030年，線上滲透率將達到67.1%。2024年，按收入計，本集團於中國線上家用醫療器械市場位列第二。

中國家用醫療器械市場的增長驅動力

「銀髮經濟」的蓬勃發展：於2025年1月，國家發改委與財政部擴大「以舊換新」政策範圍，促使各地區提高適老化改造（比如助聽器、血壓計、血糖儀等）補貼比例（最高達30%）。該等舉措簡化申請流程，並擴充產品目錄，將輪椅、助聽器及康復器材納入其中。因此，扶持政策正推動血壓計、血糖儀等家用護理必需品的強勁需求。

慢性病的高患病率，加上公眾健康意識的不斷增強：中國的糖尿病及心血管疾病患者人數預計2030年將分別達到168.5百萬人及450.0百萬人。鑒於慢性病需要長期監控及系統化管理，加之健康意識持續提升，該等因素共同推動對家用醫療器械的需求增長。

銷售渠道多元化：隨著電商平台和社交媒體的快速發展，線上渠道打破了地域壁壘，將產品高效送達城鄉市場的消費者群體，大幅拓寬了產品經銷渠道。此外，此類平台簡化了供應鏈並降低了經銷成本，使消費者能以較傳統線下零售渠道更具競爭力的價格購買家用醫療器械。

行業概覽

中國家用醫療器械市場的未來趨勢

智能技術驅動產品升級：在人工智能(AI)、物聯網(IoT)及大數據技術飛速發展推動下，中國家用醫療器械市場正經歷一場以融合該等前沿技術為特徵的範式變革。功能單一的傳統器械，正逐步向集監測、分析、干預及互聯於一體的綜合健康管理終端演進。

消費群體多元化與場景細分：中國家用醫療器械市場現通過針對特定應用場景定制產品功能，可滿足不同年齡群體的需求。老年人作為核心消費群體，主要有兩大需求：一是可靠的慢性病管理，二是更完善的安全保障。相比之下，年輕一代的需求正推動市場向健康預防方向發展。

國產替代加速推動國產品牌強勢崛起：在政策激勵、技術突破及本土化優勢的共同驅動下，本土家用醫療器械品牌已實現從中低端市場向高端領域的戰略轉型，並正在價格優勢、售後服務及高端市場的場景適應性等多個維度構建差異化競爭力。

中國家用醫療器械市場的准入壁壘

技術及人才壁壘：作為一個跨學科領域，家用醫療器械行業需要生物醫學工程、傳感器技術及計算機科學的無縫整合。在消費者對精度與智能化期望不斷提升的驅動下，市場領先地位如今不僅僅需要資金投入，更需要長期的研發迭代。

營銷渠道壁壘：在此行業站穩腳跟涉及三項相互關聯的挑戰：複雜的全渠道整合、高昂的終端覆蓋成本及建立品牌信任的高門檻。與標準消費品不同，該等器械須兼顧技術權威性與零售便利性。此複雜性使得新進入者難以快速擴展其服務網絡。

品牌壁壘：品牌形象乃醫療器械市場競爭力的集中體現。領先品牌依賴長期的營銷策略及市場驗證，建立強大的用戶信任及品牌認知度。新進入者難以在短期內獲得消費者認可。

中國家用醫療器械市場的威脅與挑戰

市場競爭加劇：部分細分領域價格競爭尤為突出，對企業利潤空間及品牌差異化構成壓力。

技術創新與產品升級：健康意識的提升及家用護理趨勢的興起，使智能化、便攜性與互聯功能成為產業發展的重點。人工智能與遠程監測等技術正重新定義產業邊界，要求企業加大研發投入並加快產品週期。

市場普及與用戶信任挑戰：專業指導與標準化使用流程的缺失，可能對用戶體驗及產品複購率構成不利影響。

行業概覽

中國家用醫療器械市場的競爭格局

中國家用醫療器械市場的競爭格局相對分散。按2024年家用醫療器械的國內收入計，本集團在中國家用醫療器械市場中排名第二。

2024年中國家用醫療器械市場的競爭格局

排名	公司	2024年收入（人民幣十億元）	市場份額(%)
1	公司A ¹	4.8	3.4%
2	本集團	2.9	2.1%
3	公司B ²	2.5	1.8%
4	公司C ³	2.3	1.7%
5	公司D ⁴	1.7	1.2%

附註：所披露的收入為市場參與者2024年家用醫療器械的國內收入。

資料來源：專家訪談、上市公司年報、弗若斯特沙利文分析

本集團的競爭優勢主要體現在以下方面：

渠道優勢：本集團與領先連鎖藥店建立穩定合作，構建了龐大的線下網絡，服務全國逾20萬家零售藥店，並輔以近670家自營門店。作為自2014年起率先佈局的先行者，本集團線上市場營收佔比持續位居行業前列。

研發優勢：本集團的創新策略將研發與實際需求緊密結合，依託國家級科研平台及跨學科團隊，成功連接學術界與產業界。此協作生態系統確保技術的持續突破。

生產優勢：本集團於長沙、岳陽及南通設有自營生產基地，確保對核心產品研發與製造的全面掌控。通過數字化轉型與自動化，本集團盡最大努力提升生產效率與品質，同時顯著降低製造成本。

1 公司A於1998年成立，總部位於華東地區。該公司主要從事提供家用醫療器械、臨床醫療產品及相關服務。該公司於2008年在深圳證券交易所上市。

2 公司B於1933年成立，總部位於日本。該公司為一家自動化控制及電子設備製造商及供應商。該公司於1963年在東京證券交易所上市。

3 公司C於2002年成立，總部位於華中地區。該公司從事系列慢性病診斷產品研發、生產及銷售。該公司於2012年在深圳證券交易所上市。

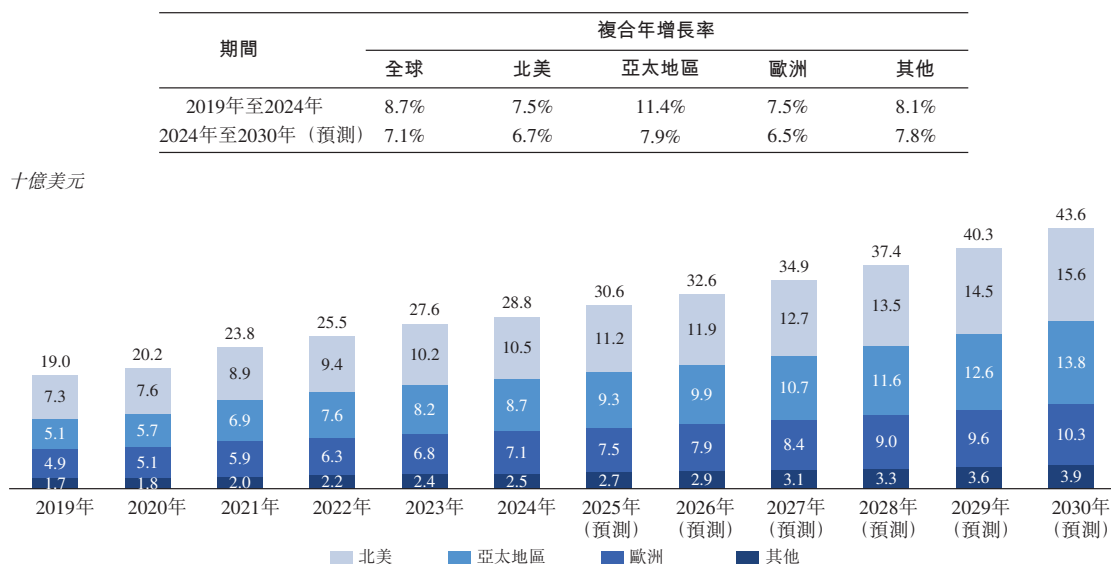
4 公司D於1991年成立，總部位於華南地區。該公司主要從事棉製產品的研發、生產及銷售。該公司於2020年在深圳證券交易所上市。

行業概覽

全球及中國家用康復輔具類產品市場概覽

家用康復輔具類產品是專為協助康復、功能復健及日常健康維護而設計的醫療器械。此類產品對於恢復身體機能、緩解疼痛、加速術後癒合具有關鍵作用，從而提升慢性病患者生活品質。主要品類包括輪椅、代步車、助聽器及視覺輔助產品等。2019年至2024年，全球家用康復輔具類產品市場從190億美元增長至288億美元。預計該市場將以7.1%的複合年增長率增長，到2030年達到436億美元。

2019年至2030年（預測）按地區劃分的全球家用康復輔具類產品市場明細



附註：市場規模按收入計算。

資料來源：專家訪談、弗若斯特沙利文分析

中國家用康復輔具類產品市場

在人口老齡化以及高血壓、糖尿病、關節疾病等慢性病患者率上升的推動下，中國家用康復需求正急劇增長。此外，大量患者需接受骨折、心臟手術及神經外科手術後的康復治療。儘管需求迫切，但與美國及歐洲相比，中國的康復基礎設施仍處於起步階段。患者群體迅速擴大與當前康復供應之間的差距，為中國家用康復市場創造了巨大的未開發增長潛力。

按收入計，中國家用康復輔具類產品市場規模由2019年的人民幣272億元增長至2024年的人民幣465億元。在老年和殘疾人口持續增長、居民健康管理意識增強及可支配收入增加刺激下，中國家用康復輔具類產品市場預計將以8.2%的複合年增長率增長，到2030年達到人民幣745億元。

2024年，本集團在中國家用康復輔具類產品市場中排名第一。

行業概覽

2024年中國家用康復輔具類產品市場競爭格局

排名	名稱	2024年收入（人民幣十億元）	市場份額(%)
1	本集團	1.10	2.4%
2	公司A	1.04	2.2%
3	公司E ⁵	1.01	2.2%
4	公司F ⁶	0.66	1.4%
5	公司G ⁷	0.55	1.2%
	其他	42.1	90.6%

附註：所披露的收入為市場參與者2024年家用康復輔具類產品的國內收入。

資料來源：專家訪談、弗若斯特沙利文分析

中國助聽器產品市場概覽

中國面臨著嚴峻的聽力障礙挑戰，約有67百萬人患有中度至重度聽力損失。這一問題在老年人群體中尤為普遍，65歲以上人群中近三分之一受到影響。根據《「健康中國2030」規劃綱要》，政府已將聽力健康列為優先事項，北京和上海等城市已實施補貼計劃，為老年人承擔高達50%的費用。儘管如此，中國的助聽器滲透率仍低於5%，遠落後於西方市場。這一差距代表著一個巨大的未開發市場，預計到2030年將達到人民幣155億元，年複合增長率為12.4%。線下專業驗配服務是連接患者與有效康復的關鍵橋樑。通過提供個性化評估及專家隨訪，這些服務對於確保患者滿意度及提高復購率至關重要。

中國電動輪椅產品市場概覽

中國電動輪椅市場正經歷強勁增長，這得益於人口快速老齡化（2024年60歲及以上人口達3.1億人）以及醫療健康需求的不斷演變。除傳統家用場景外，在政府提升無障礙環境及老年人健康水平相關舉措的推動下，電動輪椅在醫療康復中心、養老機構及公共場所的應用日益普及。

2024年，中國電動輪椅市場規模達到人民幣62億元，佔中國家用康復輔具類產品市場的13.3%。預計到2030年將超過人民幣101億元，複合年增長率為8.5%。儘管中國電動輪椅的滲透率目前低於西方國家，但受政府支持康復輔具類產品產業發展的政策以及各省當地康復中心建設加速的推動，該領域預計將展現巨大的增長潛力。

5 公司E於1990年成立，總部位於華東地區。該公司專門從事輪椅及其他康復設備的研發及生產。

6 公司F於1947年成立，總部位於瑞士。該公司專門從事先進數字助聽器及FM無線輔聽系統的研發、生產與商業化。該公司於1994年在瑞士證券交易所上市。

7 公司G於2002年成立，總部位於中南地區。該公司提供康復醫療產品、臨床康復整體解決方案及技術支持服務。該公司於2021年在上海證券交易所上市。

行業概覽

「健康老齡化」戰略和無障礙環境建設條例等國家級舉措，為市場擴張創造了有利條件，同時地方補貼進一步刺激了需求。此外，技術進步正加速推進，製造商紛紛整合基於AI的障礙物檢測、健康監測、語音控制及物聯網連接等功能，這些功能常與智慧養老平台相聯通。

中國矯姿帶產品市場概覽

矯姿帶市場因不同生活方式需求而高度細分。白領階層對緩解久坐辦公疲勞的解決方案需求穩定，而年輕消費者則更注重功能性提升、外觀美感以及不良體態習慣的矯正。

於2024年，中國矯姿帶產品市場規模達到人民幣19億元。該市場預計將以9.7%的複合年增長率增長，到2030年將達到人民幣33億元。於2024年，按「背背佳」的收入計，本集團在中國矯姿帶產品市場排名第一。

2024年中國矯姿帶產品市場競爭格局

排名	公司	2024年收入（人民幣十億元）	市場份額(%)
1	本集團	0.5	27.2%
2	公司H ⁸	0.2	8.5%
3	公司I ⁹	0.1	5.8%
4	公司J ¹⁰	0.1	3.2%
	其他	1.0	55.3%

附註：所披露的收入為市場參與者2024年矯姿帶產品的國內收入。

資料來源：專家訪談、弗若斯特沙利文分析

全球及中國醫療護理類產品市場概覽

醫療護理類產品涵蓋檢查、診斷、治療及護理所需的產品，包括敷料、繃帶、口罩等。該等產品均按照無菌標準生產，對於感染控制、傷口護理及臨床支持至關重要。按收入計，全球市場規模由2019年的107億美元擴展至2024年的161億美元，預計到2030年將達到226億美元（複合年增長率為5.8%）。與此同時，中國市場規模由2019年的25億美元增長至2024年的43億美元（複合年增長率為11.1%）。受傷口護理及慢性病管理需求增長的推動，該市場預計到2030年將達到68億美元。

8 公司H成立於2014年，總部位於中南地區。其為一家科技驅動的醫療保健和健康生活方式解決方案提供商。

9 公司I成立於1902年，總部位於美國。其為一家多元化科技創新企業，產品涵蓋工業、家居用品、交通、建築、商業、教育以及電子通訊等多個領域。該公司於1950年在紐約證券交易所上市。

10 公司J成立於2014年，總部位於華北地區。該公司是一家綜合性健身解決方案提供商，提供運動指導、運動營養規劃和運動裝備採購等一體化服務。

行業概覽

2024年中國醫療護理類產品市場競爭格局

排名	公司	2024年收入（人民幣十億元）	市場份額(%)
1	公司D	1.43	4.7%
2	公司K ¹¹	0.98	3.2%
3	公司L ¹²	0.87	2.9%
4	本集團	0.80	2.6%
5	公司A	0.71	2.3%
	其他	25.51	84.2%

附註：所披露的收入為市場參與者2024年醫療護理類產品的國內收入。

資料來源：專家訪談、弗若斯特沙利文分析

中國造口護理產品市場概覽

造口袋是接受過結直腸造口術、迴腸造口術或尿路造口術等手術患者必不可少的醫用容器。正確使用造口袋對術後恢復及長期生活品質至關重要。受結直腸癌、膀胱癌和炎症性腸病發病率上升的推動，中國市場正穩步擴張。於2024年，中國造口護理產品的市場規模為人民幣40億元，預計到2030年將達到人民幣75億元（複合年增長率為11.0%）。通過持續的研發投入，國內企業正通過提升產品性能、服務品質和成本效益，迅速擴大市場份額。

按2024年造口護理產品的線上銷售收入計，本集團在中國國內公司中排名第一。

全球及中國家用健康監測類市場概覽

家用健康監測類產品主要包括血壓監測產品、血糖監測產品、血氧監測產品、體溫監測產品。

按收入計，全球家用健康監測類產品市場規模由2019年的164億美元增長至2024年的240億美元，預計到2030年將達到349億美元。受人口老齡化、慢性病發病率上升及健康意識提升的推動，中國家用健康監測類產品市場規模由2019年的30億美元增長至2024年的54億美元，預計到2030年將達到91億美元，複合年增長率為9.0%。

中國龐大的慢性病患者群體推動了對家用健康監測類產品的旺盛需求。超過3億高血壓患者需要定期跟蹤血壓水平，逾1.5億糖尿病患者需要頻繁監測血糖。日益增長的糖尿病前期人群，以及注重體重管理的重視健康的消費者，進一步擴大了該需求。

11 公司K成立於1994年，總部位於華東地區。其為一家集研發、製造和銷售於一體的綜合性醫療健康企業，旨在促進產業的協同發展。該公司於2018年在上海證券交易所上市。

12 公司L成立於2002年，總部位於華中地區。其為一家專業從事一次性醫用耗材和衛生產品研發、製造和銷售的公司。該公司於2019年在深圳證券交易所上市。

行業概覽

此外，脈搏血氧儀已成為長期呼吸及心臟護理的必備工具。除了在慢性阻塞性肺疾病、哮喘和肺炎等疾病管理中發揮關鍵作用外，該等器械也日益被注重健康的老年人用於早期檢測及日常健康維護。

2024年中國家用健康監測類產品市場競爭格局

排名	公司	2024年收入（人民幣十億元）	市場份額(%)
1	公司C	2.45	6.3%
2	公司A	2.03	5.2%
3	公司B	0.98	2.5%
4	公司M ¹³	0.85	2.2%
5	本集團	0.49	1.3%
	其他	32.0	82.5%

附註：所披露的收入為市場參與者2024年家用健康監測類產品的國內收入。

資料來源：專家訪談、弗若斯特沙利文分析

中國數字體溫計產品市場概覽

2019年至2024年，中國數字體溫計市場規模從人民幣5億元增長至人民幣10億元，複合年增長率為13.7%。預計中國數字體溫計市場將以7.0%的複合年增長率增長，到2030年達到人民幣15億元。於2024年，本集團以數字體溫計產品人民幣0.8億元的銷售收入，在市場上排名第二。

中國血糖與尿酸檢測產品市場概覽

由於糖尿病與高尿酸血症共病發生率較高，中國對一體化檢測解決方案的需求日益增長。中國血糖檢測市場規模由2019年的人民幣40億元增長至2024年的人民幣66億元，預計複合年增長率為8.8%，到2030年將達到人民幣109億元。中國尿酸檢測市場規模由2019年的人民幣8億元增長至2024年的人民幣16億元，預計複合年增長率為9.1%，到2030年將達到人民幣28億元。二合一檢測設備可同時進行測量，大幅提高了臨床效率，同時減輕了使用者的負擔。隨著患者日益重視檢測精準度及便利性，二合一檢測解決方案市場有望實現長期穩定增長。

於2024年，中國家用血糖尿酸二合一檢測產品的市場規模達人民幣3億元，佔中國家用健康監測類產品市場的0.9%。該市場預計將以9.6%的複合年增長率增長，到2030年達到人民幣6億元。

全球及中國家用呼吸支持類產品市場概覽

呼吸支持設備分為三大核心類別：呼吸機、製氧機及霧化器，每一類對於管理慢性呼吸疾病均至關重要。呼吸機主要用於治療阻塞性睡眠呼吸暫停(OSA)以及管理呼吸功能不全(慢性阻塞性肺疾病／哮喘)。通過提供持續的支持，呼吸機能夠穩定肺功能，並顯著提升患者的生活質量。

13 公司M成立於1888年，總部位於美國。其為一家醫療健康產品公司，產品線涵蓋營養補充品、藥品、醫療器械、診斷儀器和試劑。該公司於1929年在紐約證券交易所上市。

行業概覽

全球及中國家用呼吸支持類產品市場

按收入計，全球家用呼吸支持類產品市場規模由2019年的38億美元擴大至2024年的59億美元，預計到2030年將達到90億美元，複合年增長率為7.2%。受慢性呼吸疾病患病率上升及健康意識增強的推動，2019年至2024年，中國家用呼吸支持類產品市場規模由7億美元增長至13億美元。預計到2030年，該市場規模將達到21億美元。

中國的呼吸護理市場受快速增長的患者群體所推動。慢性阻塞性肺病患者人數預計到2030年將達到120.5百萬人。與此同時，睡眠障礙市場展現出更大的未開發潛力：目前診斷及治療率仍低於1%，與美國20%的比率形成鮮明對比。

2024年中國家用呼吸支持類產品市場的競爭格局

排名	公司	2024年收入（人民幣十億元）	市場份額(%)
1	公司A	1.93	21.4%
2	公司N ¹⁴	1.26	14.0%
3	公司O ¹⁵	0.83	9.2%
4	公司P ¹⁶	0.75	8.3%
5	公司C	0.51	5.7%
6	公司Q ¹⁷	0.30	3.3%
7	本集團	0.27	3.0%
8	公司R ¹⁸	0.25	2.8%
	其他	2.9	32.3%

附註：所披露的收入為市場參與者2024年家用呼吸支持類產品的國內收入。

資料來源：專家訪談、弗若斯特沙利文分析

- 14 公司N成立於1989年，總部位於美國。其為一家主要從事呼吸護理設備開發、生產和銷售的公司。該公司於1995年在紐約證券交易所上市。
- 15 公司O成立於2001年，總部位於華北地區。其為一家呼吸健康領域的醫療器械和耗材製造商。該公司於2022年在深圳證券交易所上市。
- 16 公司P成立於1891年，總部位於荷蘭。其為一家跨國醫療器械公司，主要從事照明設備、家用電器和醫療系統的生產。該公司於1987年在紐約證券交易所上市。
- 17 公司Q成立於2005年，總部位於華東地區。其為一家家電製造和銷售公司。該公司於1993年在上海證券交易所上市。
- 18 公司R成立於1999年，總部位於華北地區。其為一家主要從事醫療器械研發、生產和銷售的公司。該公司於2009年在深圳證券交易所上市。

行業概覽

中國家用呼吸機市場概覽

隨著公眾對呼吸護理意識的加深，OSA及COPD等慢性疾病的診斷與管理水平得到改善，激發了對家用呼吸支持設備的旺盛需求。2019年至2024年，中國家用呼吸機市場規模從人民幣10億元增長至人民幣27億元，複合年增長率為20.8%。預計該市場將以10.2%的複合年增長率增長，到2030年市場規模達到人民幣48億元。

中國家用制氧機市場概覽

家用制氧機適用於各種低氧血症人群，包括慢性呼吸道疾病、心腦血管疾病患者，以及需要氧療維護健康的特定人群。該類人群的治療需求預計將進一步推動家用制氧機的需求。2019年至2024年，中國家用制氧機市場規模從人民幣10億元增長至人民幣18億元。預計該市場將以8.7%的複合年增長率增長，到2030年市場規模達到人民幣29億元。

中國中醫理療類產品行業概覽

中醫理療結合天然療法與物理療法預防及治療疾病。其通過局部刺激和神經體液調節，能夠改善循環、加速新陳代謝並增強免疫功能。隨著肌肉骨骼疾病患病率上升，對包括熱療及按摩療法在內的居家疼痛管理的需求激增。此外，受工作疲勞及失眠困擾的年輕職場人士，正越來越多地使用日常養生用品。

中國家用中醫理療類產品市場

按收入計，中國家用中醫理療類產品市場規模由2019年的人民幣26億元增長至2024年的人民幣43億元。預計中國家用中醫理療類產品市場將以10.8%的複合年增長率增長，到2030年達到人民幣80億元。

2024年中國家用中醫理療類產品市場競爭格局

排名	公司	2024年收入（人民幣十億元）	市場份額(%)
1	公司S ¹⁹	0.42	9.8%
2	本集團	0.18	4.2%
3	公司G	0.15	3.4%
4	公司A	0.05	1.1%
	其他	3.51	81.5%

附註：所披露的收入為市場參與者2024年家用中醫理療類產品的國內收入。

資料來源：專家訪談、弗若斯特沙利文分析

19 公司S於2000年成立，總部位於華南地區。其為一家將中醫推拿理療概念與現代科技相結合，主要從事按摩產品的研發、製造和銷售的公司。

行業概覽

主要成本分析

家用醫療器械行業的主要成本包括原材料成本、採購成本、人工成本、營銷成本及研發成本。

可變成本(材料及採購)：這部分成本與銷量直接掛鉤，並隨原材料及零部件的市場價格波動而變動。價格受外部因素影響，包括供應鏈動態、通貨膨脹、貿易政策以及地緣政治事件。

固定成本(勞動力)：主要包括工資及社會保險構成，人工成本相對剛性，短期波動較小。

市場營銷及推廣：相關支出分配於線上及線下渠道。就本集團而言，很大一部分投入用於線上平台支出及數字化營銷。

研發投入：專注於新產品開發及技術迭代，研發需要大量前期資本投入，且回報週期較長。

行業資料來源

關於[編纂]，我們已聘請弗若斯特沙利文對我們經營的市場進行詳細分析並編製行業報告。弗若斯特沙利文成立於1961年，是一家獨立的全球市場研究及諮詢公司，總部位於美國。弗若斯特沙利文提供的服務包括市場評估、競爭基準測試及針對各行業的戰略及市場規劃。我們已於本文件中載入弗若斯特沙利文報告中的若干資料，因為我們認為該等資料有助於潛在[編纂]了解我們經營的市場。弗若斯特沙利文根據其內部資料庫、獨立第三方報告及知名行業組織的公開數據而收集的市場數據而編寫報告。

弗若斯特沙利文認為，編製弗若斯特沙利文報告時使用的基本假設(包括用於進行未來預測的假設)真實、正確且無誤導性。我們已同意向弗若斯特沙利文支付人民幣250,000元，作為其編製弗若斯特沙利文報告的費用。該筆款項的支付不以我們成功[編纂]或弗若斯特沙利文報告的內容為條件。除弗若斯特沙利文報告外，我們未就本次[編纂]委託編製任何其他行業報告。我們確認，經合理審慎查詢後，自弗若斯特沙利文報告編製日期起，市場資料並無發生任何可能限制、抵觸或影響本節所載資料的重大不利變動。