



智能设备五大细分市场 未来趋势洞察

SPEAKER: 魔镜洞察

DATE: 2024年8月

Contents 目录

01 XR眼镜

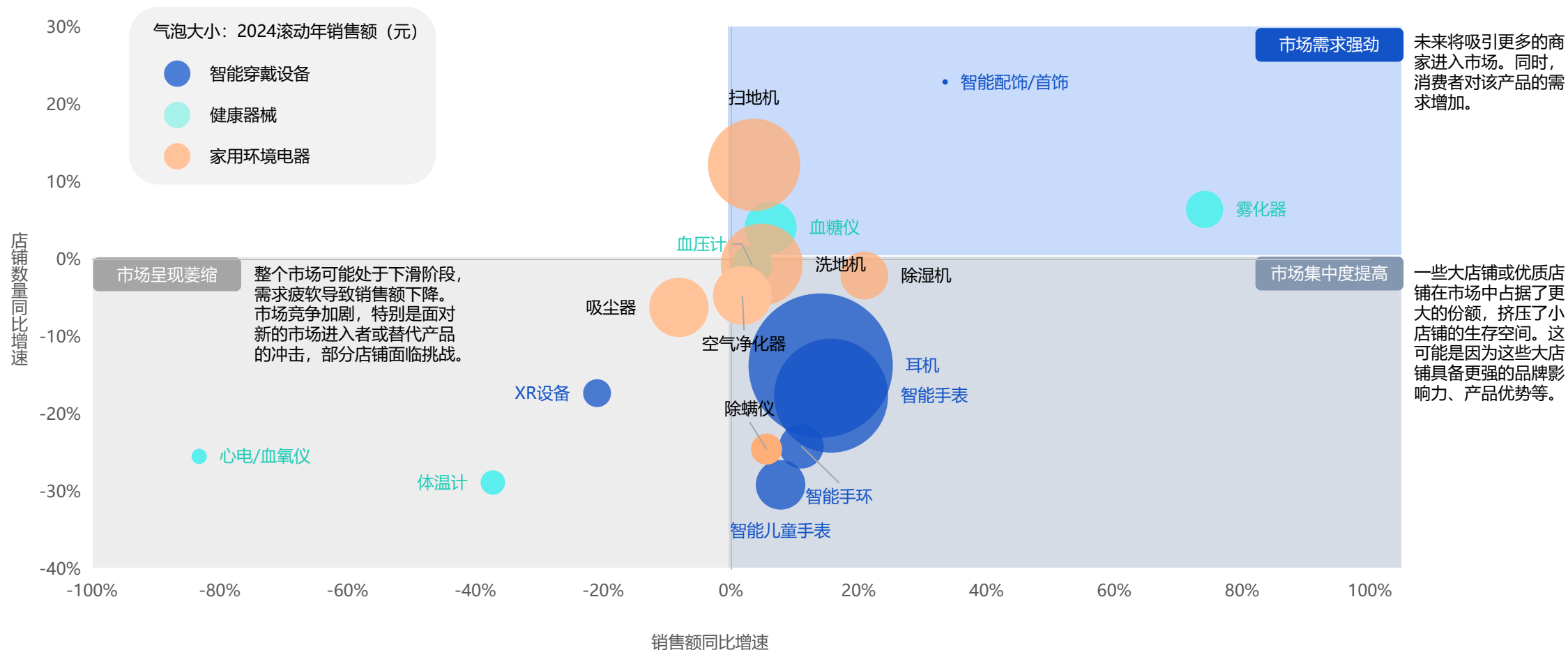
02 智能戒指

03 闺蜜机

04 血压计

05 扫地机

智能穿戴、健康器械与家用环境电器：三大领域的类目市场增长点



数据来源：魔镜洞察

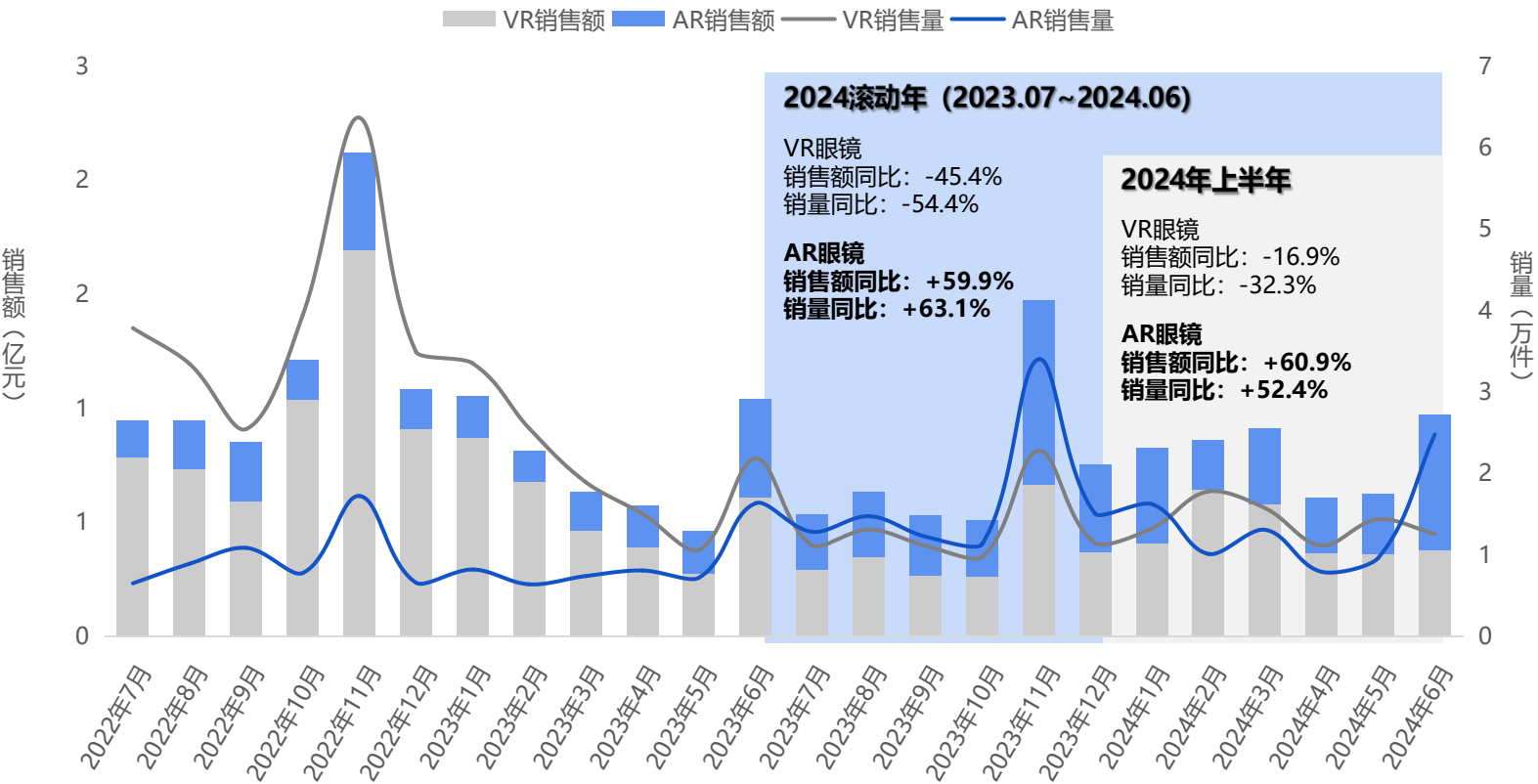
类目及数据说明：时间维度为2024滚动年（2023年7月至2024年6月）；涵盖淘系和京东平台的原生类目数据

Part1 XR眼镜

XR眼镜整体市场呈下滑趋势，但AR眼镜在过去一年中的出货量和销售额均同比上涨

- XR眼镜在淘系和京东平台的销售额同比下降21.2%，2024滚动年的销售额达9.2亿元，其中VR眼镜销售额为4.9亿元，同比下降45.4%。**AR眼镜**则为**4.3亿元**，同比**增长59.9%**。
- 根据Counterpoint和IDC的数据，上半年和近一年，AR眼镜的出货量均同比上涨，而VR眼镜的出货量同比大幅下降。

2022.07至2024.06 淘系京东 XR眼镜市场销售趋势



中国2023年虚拟现实 (VR) 市场出货量同比

61%

中国增强现实 (AR) 智能眼镜出货量同比

67%

——Counterpoint 《2023年中国XR市场洞察及2024年展望》

2024年第一季度中国AR/VR头显出货同比

37.8%

2024年第一季度中国虚拟现实 (VR) 出货量同比

72.6%

2024年第一季度中国增强现实 (AR) 智能眼镜出货量同比

119.2%

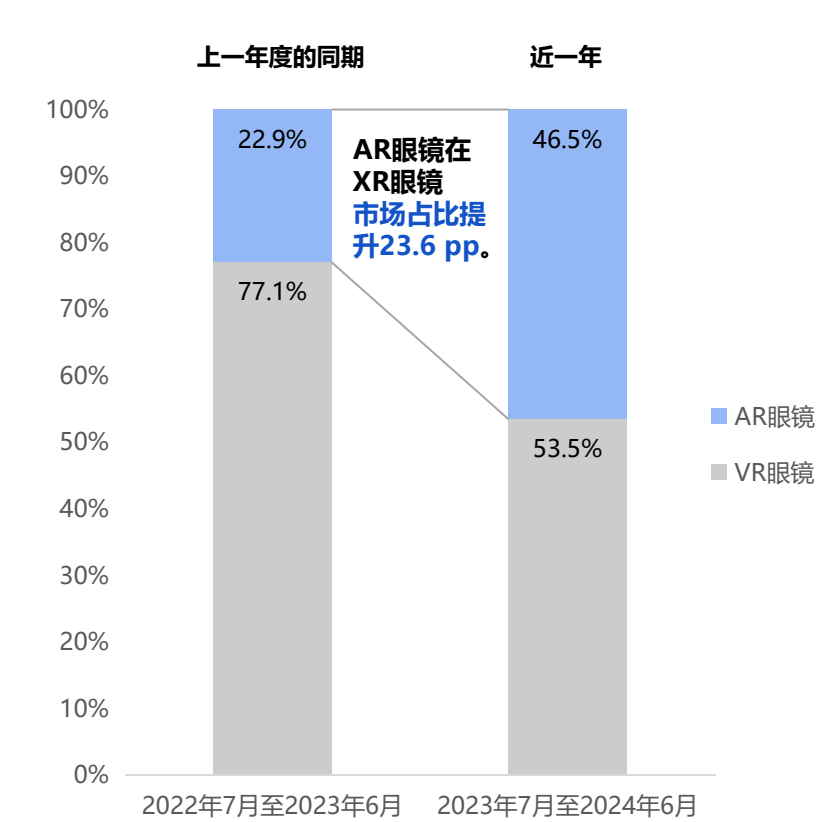
——IDC 《AR/VR头显市场季度追踪报告》

数据来源: 魔镜洞察; Counterpoint; IDC
类目说明: XR眼镜市场数据来源于1) 京东平台的“数码”类目; 淘系平台“智能设备>XR设备”类目

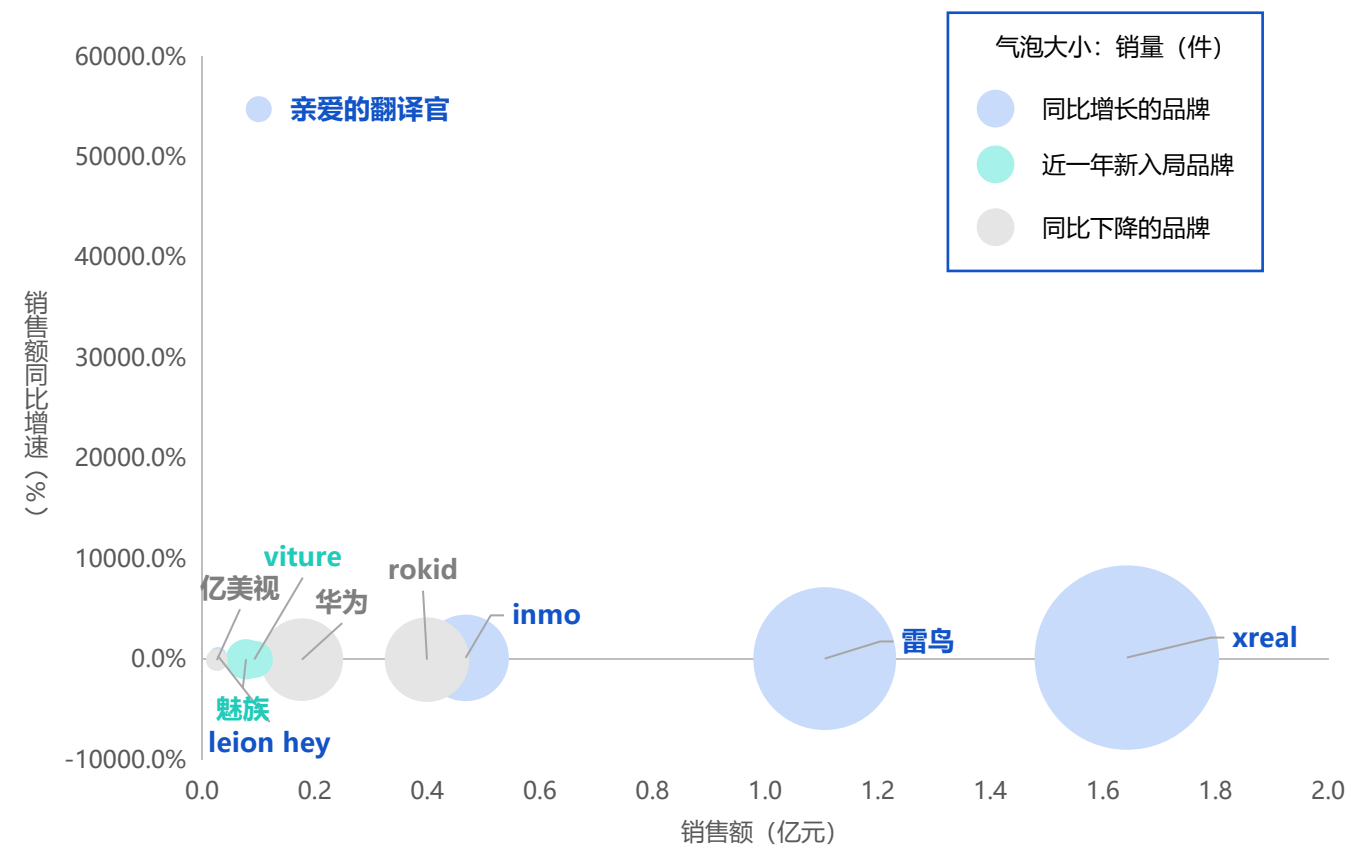
AR眼镜在市场中的占比逐渐增大，XREAL、雷鸟和INMO贡献主要的市场份额

- 在2024滚动年期间，AR眼镜的市场占比为22.9%，而在过去一年里增长了23.6个百分点，达到46.5%。
- 在AR眼镜市场中，CR5市场集中度达到88.2%。其中，TOP1品牌XREAL占据38.2%的市场份额，其次是雷鸟（25.7%）和INMO（10.9%）。

2024滚动年 淘系京东 XR眼镜市场结构占比



2024滚动年 淘系京东 AR眼镜TOP10品牌



数据来源: 魔镜洞察
类目说明: VR/AR眼镜的分类根据商品标题的关键词

信息增强类AR眼镜占48%的销售额，热门功能包括翻译、导航和语音助手

- AR眼镜市场可以按功能场景划分为观影娱乐类和信息增强类。在过去一年中，**信息增强类眼镜的销售额占比为48.3%**，主要功能卖点包括翻译、导航和语音助手。该细分市场中，XREAL、INMO和华为共占据了近**76%的市场份额**。

2024滚动年 AR眼镜类型结构占比



信息增强类AR眼镜主要功能

1	翻译
2	导航
3	语音助手
4	字幕
5	拍照
6	办公
7	听语者

2024滚动年 信息增强类AR眼镜 TOP10品牌

排名	品牌	销售额 (亿元)	销售额同比	销量 (万件)	均价 (元/件)	市场份额
1	xreal	1.17	2250.8%	5.2	2256.6	56.1%
2	inmo	0.24	24.9%	0.9	2674.0	11.7%
3	huawei/华为	0.18	-37.6%	1.5	1199.3	8.5%
4	雷鸟	0.14	1993.2%	0.8	1707.4	6.7%
5	亲爱的翻译官	0.10	new	0.1	6851.2	4.8%
6	meizu/魅族	0.08	new	0.4	2210.3	3.7%
7	leion hey	0.03	338.8%	0.1	4104.5	1.3%
8	sony/索尼	0.02	-19.5%	0.1	1161.1	0.8%
9	monwalk/太空步	0.01	new	0.1	1577.0	0.7%
10	miui/小米	0.01	-46.1%	0.1	2106.2	0.6%

数据来源：魔镜洞察

1. 观影娱乐类：商品标题中含有“观影、电影、电视、游戏、娱乐”关键词；2. 信息增强类：商品标题中不包含“观影、电影、电视、游戏、娱乐”关键词

消费者的好评主要集中在出色的体验感和清晰的画质上，而不同产品的差评则各有不同

魔镜洞察
Moojing Market Intelligence

- 热门商品多为XREAL和INMO品牌下的产品。消费者对XREAL两款产品的负面评论包含：**特定场景下显示效果不佳、产品说明不详细清晰、对散光不友好**。消费者对INMO的产品负面评价包含：眼镜笨重、需另配（近视眼）镜片/戒指、**同声翻译可能不准确**。

2024滚动年 信息增强类AR眼镜 TOP5热门商品

排名	商品名称	品牌	平台	销售额 (万元)	销售额同比	销量 (件)	页面价格
1	XREAL Air 2 Pro 智能AR眼镜电致变色 翻译眼镜功能 AR眼镜	xreal	淘系	3433.8	-	10,098	3599
2	XREAL Air 2 智能AR眼镜 120Hz高刷 DP直连 苹果15系列	xreal	京东	2050.7	-	7815	2799
3	INMO AIR2影目智能AR眼镜 真无线XR眼镜	inmo	京东	1720.1	704.0%	4353	3999
4	INMO GO 影目智能AR翻译眼镜 实时翻译助手	inmo	京东	610.1	-	3144	2299
5	亲爱的翻译官 翻译眼镜 智能字幕 实时翻译 出国旅游留学神器	亲爱的翻译官	京东	446.3	-	565	7699

消费者负面评论维度

消费者正面评论维度

- 白天或光线充足时使用屏幕会反光
- 边缘字幕和画面会有点模糊
- 画面掉帧、播放不流畅
- 软件有小bug
- 产品引导不够清晰

- 画质清晰
- 佩戴舒适
- 出门携带方便
- 体验感强

- 对散光很不友好，会有重影
- 3D下情况下容易斗鸡眼，不舒适
- 屏幕漏光
- 说明书不够详细

- 画质清晰
- 佩戴舒适
- 多种模式

- 眼镜太大，有点笨重
- 近视眼消费者需另配镜片

- 操作比较容易
- 外形美观

- 没有戒指操作，题词功能翻页不方便
- 对带有口音的同声翻译准确度较低

- 轻便、不重
- 提词功能方便

- 赠送的耳机不容易使用
- 对脸小/头小的消费者来说偏大

- 翻译准确度高
- 翻译速度较快

数据来源：魔镜洞察
注：热门商品为单个商品ID，其销售额和销量为在特定平台和时间范围内的总销售额和总销量。



AR眼镜

S

XR眼镜市场整体呈现下滑趋势，显示出这一领域的整体需求正在减弱。然而，在这个大环境下，AR眼镜市场却展现出不同的表现。

C

市场中的AR眼镜份额逐渐增大，XREAL、雷鸟和INMO等品牌主导市场，AR眼镜是否真的有潜力成为未来市场的增长品类，仍然需要进一步分析。

Q

在XR市场下滑的背景下，AR眼镜是否能够持续逆势而上，成为可持续增长的潜力市场？市场中哪些因素和趋势支持了AR眼镜的增长，以及这些增长是否能够延续？

A

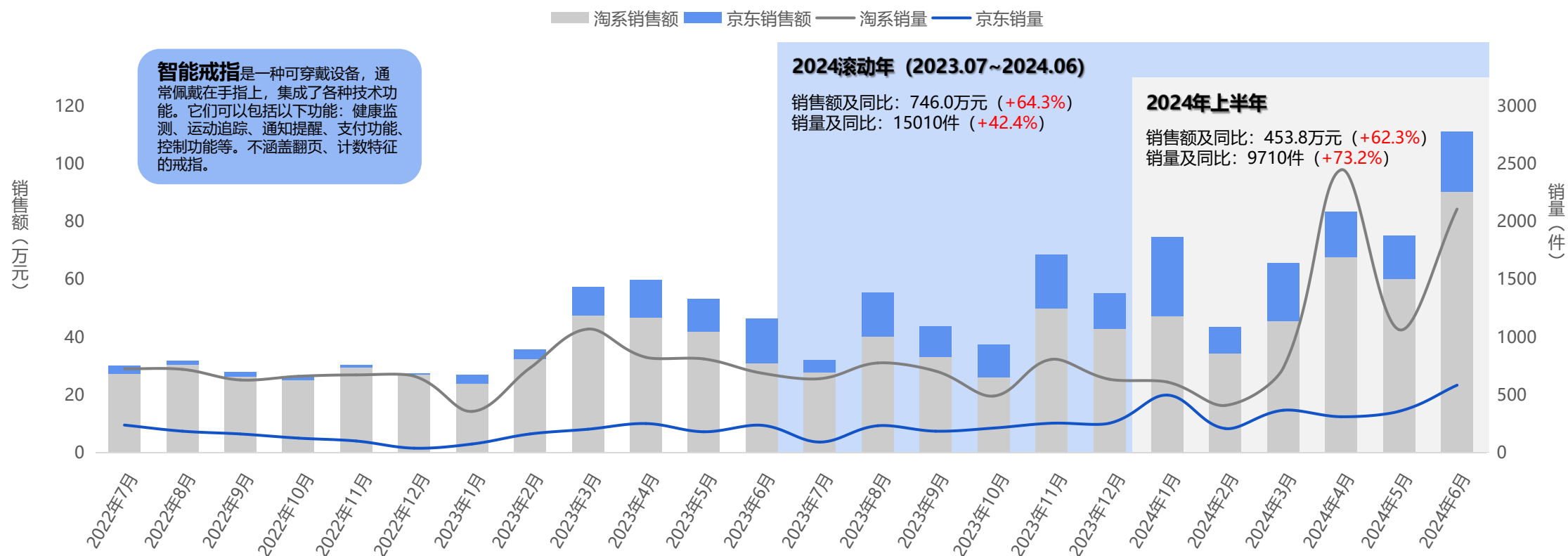
信息增强类AR眼镜在市场上占据了48%的销售额，消费者对翻译、导航和语音助手等功能的高度需求。消费者的好评主要集中在体验感和画质，这表明高质量AR眼镜在市场上备受追捧。然而，AR眼镜的未来迭代仍需解决一些关键问题，如提升特殊场景下的佩戴舒适度和清晰度，以及同声翻译的准确性。因此，在消费者需求和技术进步的共同推动下，AR眼镜市场有望继续增长。

Part2 智能戒指

智能戒指市场需求正在逐渐形成，低价国产品牌的快速崛起进一步推动了销量提升

- 近两年，智能戒指在淘系和京东平台的销售额稳步增长，2024年滚动年**销售额达746.0万元**，**同比增长64.3%**，销量达1.5万件，同比增长42.4%。
- 2024年上半年，销售额增速继续保持，一些国产小品牌凭借低价策略实现了销量提升。

2022.07至2024.06 淘系京东 智能戒指市场销售趋势



数据来源：魔镜洞察

类目说明：智能戒指市场数据来源于1) 京东平台的“数码>智能设备”类目；2) 淘系平台“智能设备”及“饰品/流行首饰/时尚饰品新>戒指/指环”类目

Quzzz和Oura稳占市场，但国产新玩家的不断涌入正进一步瓜分市场份额

- 2024年滚动年度的TOP3品牌为Quzzz、Oura和凌拓。Quzzz则通过在抖音和小红书等社交媒体平台的积极投放，凭借700元以下的高性价比，销售额迅速增长，超越大热品牌Oura成为排名第一的品牌。此外，TOP5品牌魅族在2023年底推出了一款专为其两款智能眼镜打造的智能指环，定价399元，支持手势和触控操作，如手势自由切换、一键接听电话和单击触控键刷视频等。

2024滚动年 智能戒指市场TOP10品牌

排名	品牌	销售额 (亿元)	销售额同比	销量 (万件)	均价 (元/件)	市场份额
1	quzzz	163.5	90.0%	2442	669.5	22.8%
2	oura	139.0	7.0%	472	2944.9	19.4%
3	凌拓	49.3	767.5%	561	879.1	6.9%
4	amovan	46.5	7178.3%	831	559.8	6.5%
5	meizu/魅族	28.9	new	725	399.0	4.0%
6	只因随	26.1	new	1630	160.4	3.6%
7	j-style	21.4	new	151	1417.6	3.0%
8	优茁	19.8	new	147	1348.3	2.8%
9	jakcom/极控者	12.2	-62.2%	763	160.5	1.7%
10	daihao/黛浩	7.3	-64.3%	634	114.6	1.0%

数据来源：魔镜洞察
类目说明：智能戒指市场数据来源于1) 京东平台的“数码>智能设备”类目；2) 淘系平台“智能设备”及“饰品/流行首饰/时尚饰品新>戒指/指环”类目

Oura因明星效应占据高端市场，但热卖商品在运动场景适配性和数据准确度上面临挑战

魔镜洞察
Moojing Market Intelligence

- 在热销商品中，Oura爆款主要通过宣传谷爱凌、王俊凯等明星同款吸引消费者，价格也明显高于其他品牌。其功能与智能手环高度重合，通常包括睡眠监测、运动监测等。
- 消费者评价显示，目前市面上的智能戒指在**运动场景中适配性较差**，不便于查看即时心率等数据，且**数据监测的精准度仍需提升**。

2024滚动年 智能戒指 TOP5热门商品

排名	商品名称	品牌	平台	销售额 (万元)	销售额同比	销量 (件)	页面价格
1	Oura ring新款3代男士女士王俊凯同款智能戒指健康睡眠运动压力	oura	淘系	88.9	145.6%	210	3499
2	QuzzZ Ring智能戒指睡眠监测防水血氧心率自动检测运动体温监测生理期预测 霜银	quzzz	京东	37.5	106.2%	536	699
3	凌拓LINKTOP智能戒指蓝牙 睡眠监测经期健康管理防水运动指环心率血氧体温	凌拓	淘系	31.1	447.0%	355	899
4	智能戒指指环 健康监测睡眠多功能运动血氧心率防水	只因随	淘系	26.1	-	1630	350
5	友宏JCRing2301B智能戒指 测血糖监测指环睡眠健康全天候血氧心率体温数据运动防水无线快充	j-style	淘系	16.5	-	110	1299

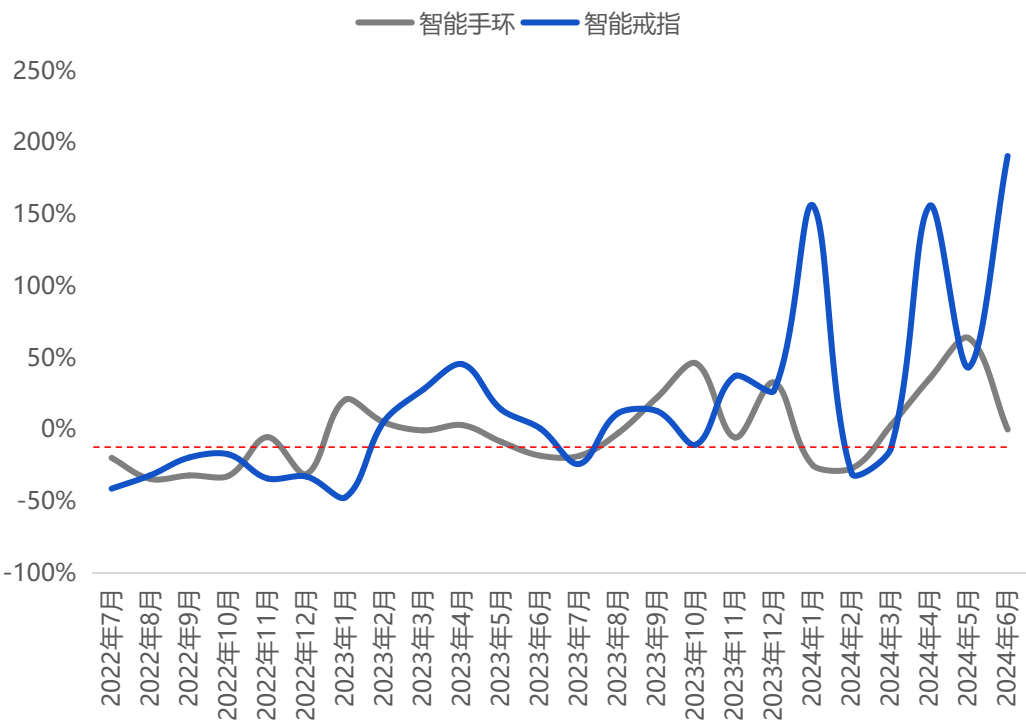
 消费者负面评论维度	 消费者正面评论维度
- 价格较贵，app月付费不划算 - 易出现划痕，褪色	- 颜值高 - 数据监测准确度高
- 读取数据时间略长 - 材质缺乏质感 - 数据监测不准	- 佩戴舒适 - 无月费，高性价比 - 电池续航良好
- app布局不美观，交互不流畅 - 运动数据同步慢，数据误差大 - 续航时间短 - 充电速度慢	- 功能丰富 - 外观简约轻便 - 监测数据准确
- 掉电快，续航偏弱 - 指环尺寸偏大	- 佩戴舒适 - 重量轻，无异物感 - 功能较多
- 无直观显示，不便实时监控运动状态 - 血糖非常不准确，误差1.5左右	- 佩戴无束缚感 - 款式简约大方

数据来源：魔镜洞察
注：热门商品为单个商品ID，其销售额和销量为在特定平台和时间范围内的总销售额和总销量

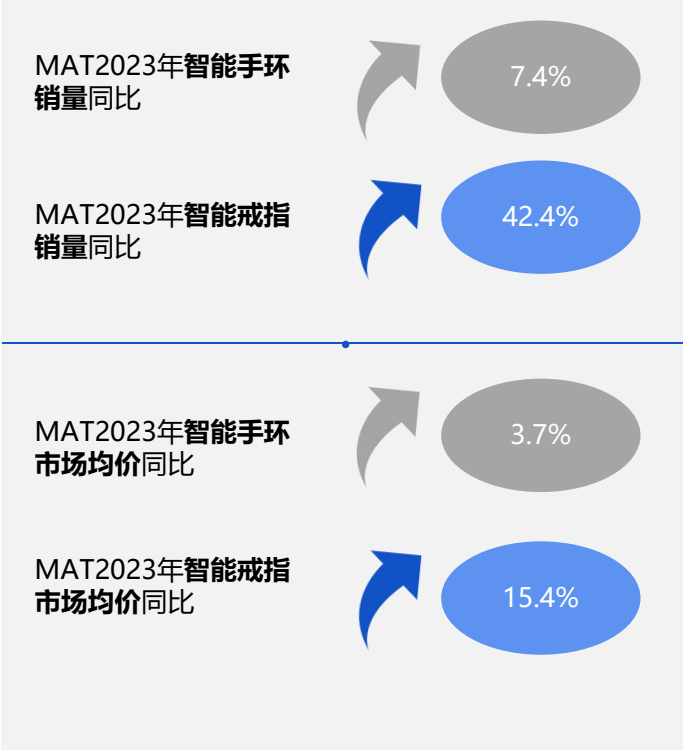
尽管智能戒指增长迅速，但市场规模较小，其小巧舒适的特点使其成为智能手环的替代品

- 从销量增速来看，智能戒指整体增长速度高于智能手环，但**两者的变化趋势并无显著关联**。
- 此外，尽管智能戒指目前正处于量价齐升的阶段，但其市场销量和占有率仍远低于智能手环，市场尚需进一步培育。许多智能戒指消费者表示，选择智能戒指的部分原因是其**体积更小，佩戴更舒适**，相较于智能手环更具吸引力。

2022.07至2024.06 淘系京东 智能戒指&智能手环销量同比变化趋势



智能戒指&智能手环 销量和均价变化



智能戒指消费者评论

摆脱手环的束缚感，戒指真的很**轻盈舒适**！而且**防水性能**也很好。

小巧，晚上睡觉戴着不难受，比手环好多了

买戒指的最大原因就是睡觉的时候戴手表不舒服，可以最大程度减少**佩戴的不适感**。

手上已经戴了手表，再戴个手环感觉太多了，所以就买个智能戒指

数据来源：魔镜洞察
类目说明：智能手环市场数据来源于1) 京东平台的“数码>智能设备>智能手环”类目；2) 淘系平台“智能设备>智能手环”类目



智能戒指

S

智能戒指市场需求正在逐渐形成，低价国产品牌的快速崛起进一步推动了销量提升。

C

尽管Quzzz、Oura和凌拓是2024年滚动年度的TOP3品牌，但在运动场景适配性和数据精准度上存在挑战。同时，智能戒指的整体市场规模仍较小，虽然其增长速度快，但市场份额远低于智能手环，市场尚需进一步培育。

Q

在这种市场环境下，智能戒指如何才能更有效地扩大市场份额并提升用户满意度？

A

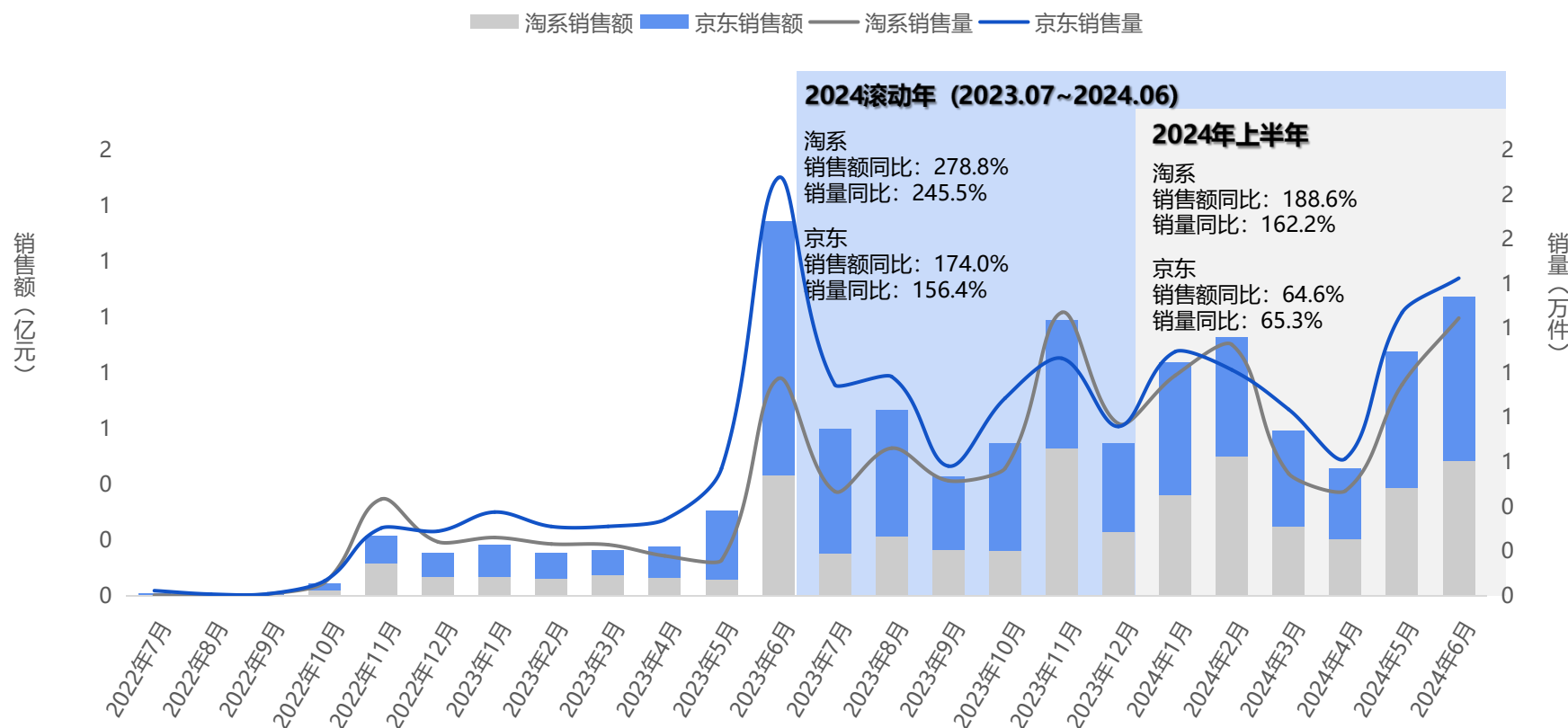
智能戒指需要继续提升产品功能，尤其是在运动场景的适配性和数据监测精准度方面，以增强竞争力。同时，品牌应利用其小巧舒适的特点，进一步提升市场认知度和用户体验，从而促进市场份额的扩大。

Part3 闺蜜机

闺蜜机品类自2023年6月起销量逐渐攀升，过去一年持续增长，显示出发展潜力

- 2024滚动年期间，闺蜜机在淘系和京东平台的总销售额达到**8.5亿元**，同比增长**210.5%**。两个平台的销售情况均表现出显著增长，销售额和销量的同比增速均超过150%。

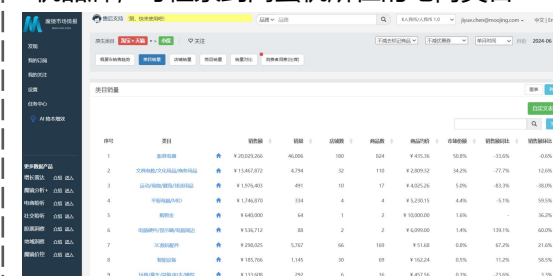
2022.07至2024.06 淘系京东 闺蜜机市场销售趋势



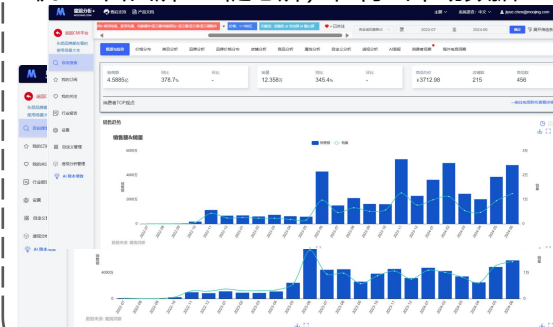
数据来源: 魔镜洞察

类目说明: 闺蜜机市场数据来源于1) 京东平台的“数码、电脑、办公、家用电器”类目; 淘系平台“平板电脑/MID、大家电>平板电视、大家电>移动电视/闺蜜机/自由屏/陪伴屏、大家电>商用电视、影音电器、电脑硬件/显示器/电脑周边>显示器/显示屏/显示器配件”类目

- 1) 在魔镜市场情报平台中，搜索某一闺蜜机品牌，可检索到闺蜜机所在的电商类目



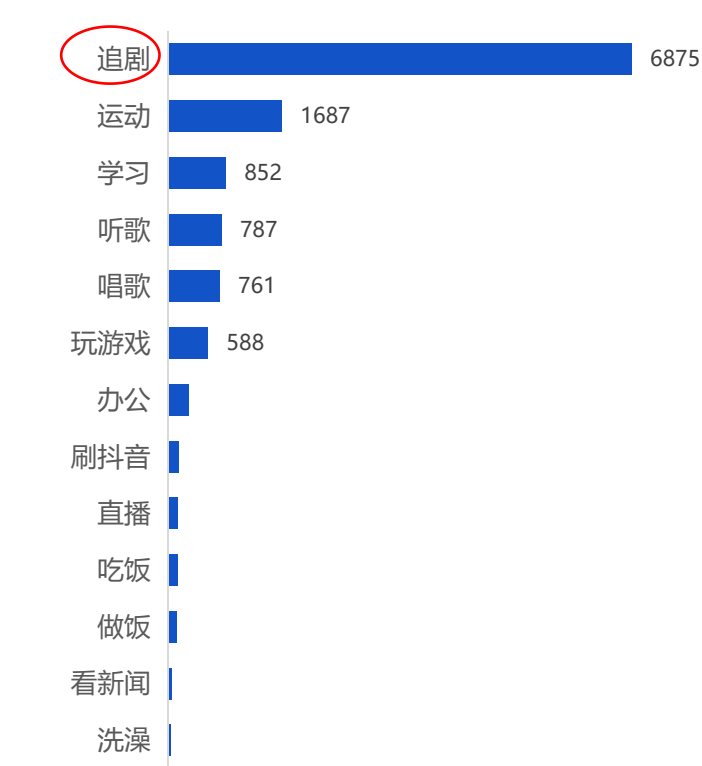
- 2) 在CMI 魔镜分析+中，选定平台、类目、筛选条件（价格≥100元）及关键字（闺蜜机 or 自由屏 or 随心屏），得出市场数据



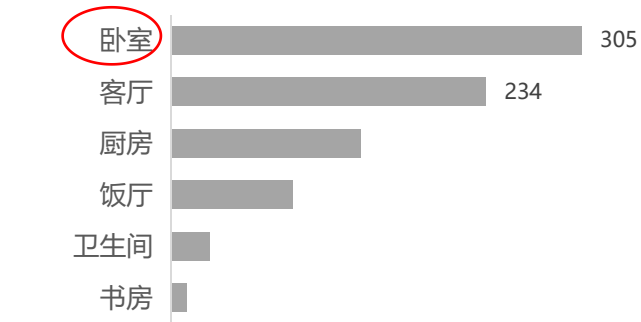
消费者在多样化场景中使用闺蜜机，逐步替代了电视和平板的部分功能

- 根据近一年在淘系和京东平台上关于闺蜜机的消费者评论，**追剧（看电影、电视剧、视频）是最常被提及的使用行为**，其次是**运动和学习**。大多数追剧的消费者表示在**卧室、客厅和晚上**使用闺蜜机。在卧室场景中，许多消费者反馈说闺蜜机在一定程度上**代替了电视、平板和手机**。
- 此外，还需考虑消费者的人群特征。部分消费者则表示全家一起使用，并对闺蜜机能满足多人不同需求感到满意。

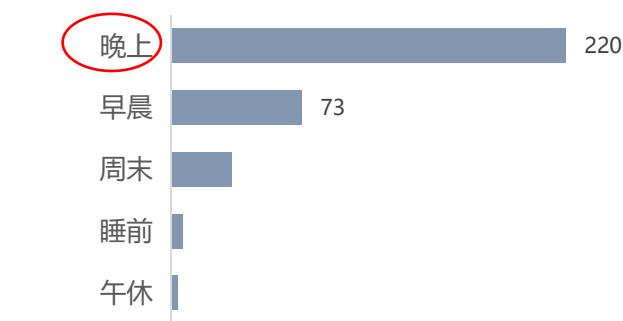
2024滚动年 淘系京东 闺蜜机使用行为及词频（次）



2024滚动年 淘系京东 闺蜜机使用场景及词频（次）



2024滚动年 淘系京东 闺蜜机使用时段及词频（次）



数据来源：魔镜洞察 电商聆听

类目说明：闺蜜机评论数据来源于1) 京东平台的“数码、电脑、办公、家用电器”类目；淘系平台“平板电脑/MID、大家电>平板电视、大家电>移动电视/闺蜜机/自由屏/陪伴屏、大家电>商用电视、影音电器、电脑硬件/显示器/电脑周边>显示器/显示屏/显示器配件”类目

小度添添已占据市场超过一半的份额，但新品牌不断涌入，市场竞争日趋激烈

- **小度添添、KTC和当贝**是闺蜜机市场的TOP3品牌。小度添添以58.2%的市场份额领跑。
- **新入局的当贝、创维、探乐派、eimio和lohua**（均于23年下半年推出产品）迅速跻身TOP10品牌。
- **销售额增长较快的是海信**，同比增长1180%。旗下热门商品27X6H通过与CCTV3频道的《一馐千年》栏目合作宣传，大幅提升了品牌知名度。

2024滚动年 闺蜜机市场TOP10品牌

排名	品牌	销售额 (亿元)	销售额同比	销量 (万件)	均价 (元/件)	市场份额
1	小度添添	5.0	120.7%	11.9	4180.7	58.2%
2	ktc	0.9	165.9%	2.0	4575.8	11.0%
3	当贝	0.6	new	0.8	7256.2	6.8%
4	skyworth/创维	0.5	new	1.2	4508.5	6.1%
5	易乐看	0.4	609.5%	1.1	3358.2	4.3%
6	talenpal/探乐派	0.2	new	0.3	4511.9	1.8%
7	eimio	0.1	new	0.7	2081.8	1.7%
8	hisense/海信	0.1	1180.0%	0.3	4045.2	1.5%
9	sculptor/雕塑家	0.1	192.7%	0.3	3644.2	1.5%
10	lohua	0.1	new	0.2	2917.6	0.8%

数据来源：魔镜洞察
类目说明：闺蜜机市场数据来源于1) 京东平台的“数码、电脑、办公、家用电器”类目；淘系平台“平板电脑/MID、大家电>平板电视、大家电>移动电视/闺蜜机/自由屏/陪伴屏、大家电>商用电视、影音电器、电脑硬件/显示器/电脑周边>显示器/显示屏/显示器配件”类目

续航短是消费者的主要抱怨，而画质和内置软件的全面性可能成为品牌竞争的焦点

魔镜洞察
Moojing Market Intelligence

- 小度添添旗下的商品是市场中的热门爆款，包括长续航版、常规版和LG屏幕长续航版。其中，长续航版在过去一年销售额达9,400万元。然而，消费者普遍反映其画质一般，且待机时间仍显不足，使用约7小时后会自动关机。
- 探乐派闺蜜机凭借明星效应，带动销售额快速增长并获得较多好评，但仍存在视频软件内容不全、语音助手唤醒困难等问题。

2024滚动年 闺蜜机 TOP5热门商品

排名	商品名称	品牌	平台	销售额 (万元)	销售额同比	销量 (件)	页面价格
1	添添小度闺蜜机 长续航版 27英寸大屏触控显示器	小度添添	京东	9488.4	-	18,676	4799
2	添添小度闺蜜机 常规版 27英寸大屏触控显示器	小度添添	京东	7581.1	648.3%	14,557	4499
3	KTC 32英寸随心屏 Pro 长续航版 4K清晰度 莱茵护眼 8GB+128GB	KTC	京东	5592.0	-	11,275	3999
4	【成毅同款】探乐派闺蜜机 可移动长续航智慧自由智能 24/32寸 4k电视投屏	talenpal/探乐派	淘系	1203.9	704.0%	2735	3999
5	添添小度闺蜜机 长续航LG屏幕 27英寸大屏触控显示器	小度添添	京东	1083.6	-	2045	5000

消费者负面评论维度

- 屏幕不是4K，画质一般
- 待机时间依旧不长，电池不耐用

消费者正面评论维度

- 移动方便
- 屏幕很大

消费者负面评论维度

- 续航能力较弱，跑电快
- 非视频会员，投屏需看广告
- 屏幕触摸不灵敏
- 软件闪退卡屏
- 画质不是特别高清

消费者正面评论维度

- 适合全家使用
- 安装使用方便
- 音效不错
- 体验感强

消费者负面评论维度

- 续航能力一般
- 安装花费时间
- 会突然关机

消费者正面评论维度

- 播放流畅
- 画质清晰
- 挪动方便

消费者负面评论维度

- 视频软件的内容不全面
- 语音助手难以唤醒

消费者正面评论维度

- 续航时间长
- 显示清晰柔和

消费者负面评论维度

- 续航能力较弱，充不满电
- 摄像头像素太低

消费者正面评论维度

- 不伤眼
- 语音控制方便

数据来源：魔镜洞察
注：热门商品为单个商品ID，其销售额和销量为在特定平台和时间范围内的总销售额和总销量。



闺蜜机

S

闺蜜机品类的销量逐渐攀升，并在过去一年中持续增长，显示出其显著的发展潜力。

C

消费者在多样化场景中使用闺蜜机，逐步替代了电视和平板的一部分功能，这也引发了市场上新品牌的涌入，导致市场竞争日趋激烈。

Q

在这种竞争加剧的市场环境下，如何才能突出重围，寻找市场新机遇？

A

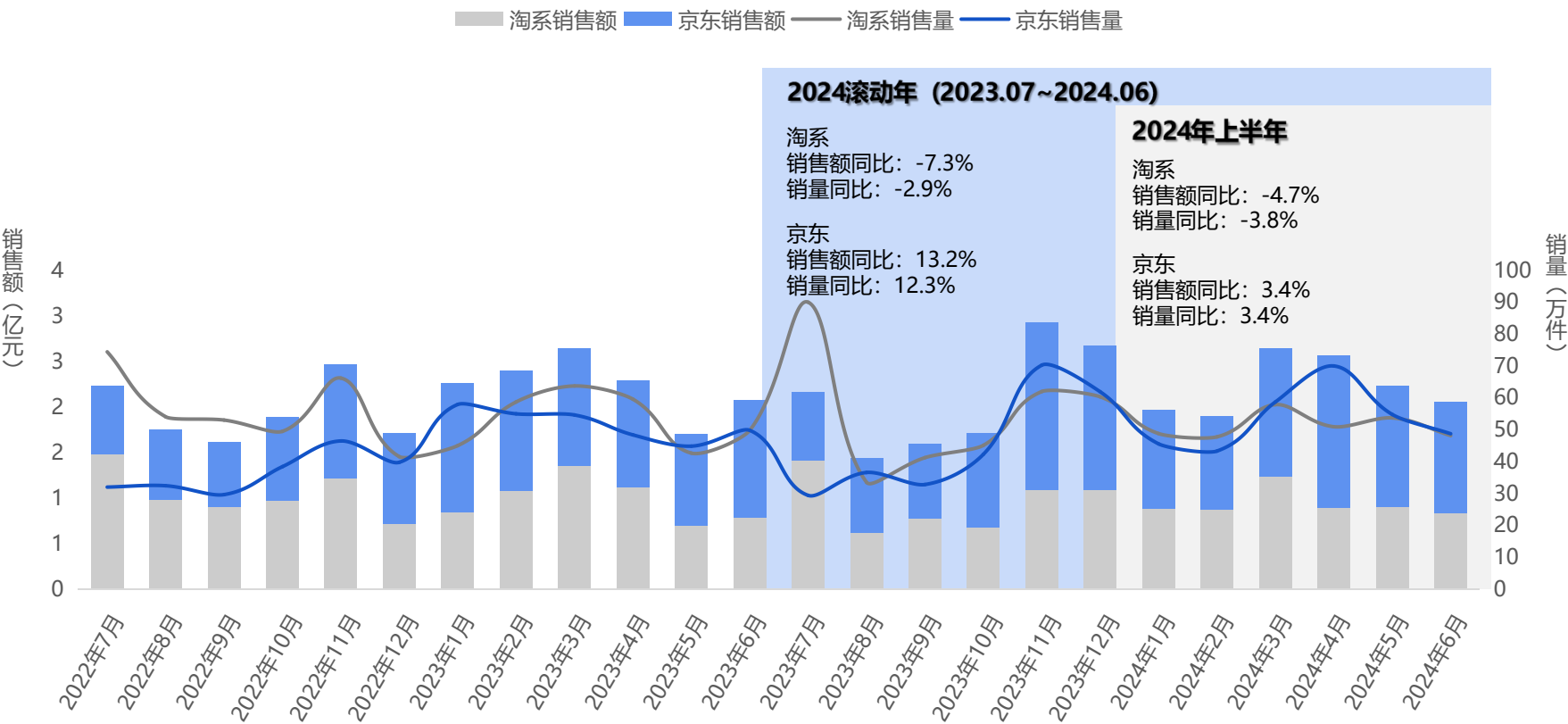
品牌需要关注消费者主要的抱怨——续航短的问题，并努力改进。同时，提升画质和内置软件的全面性，将成为品牌竞争的关键。小度添添虽然已占据市场超过一半的份额，但通过优化产品性能和用户体验，其他品牌有机会在激烈的市场中获得一席之地。

Part4 血压计

血压计整体市场小幅上升，近一年销售额达到25.8亿元，其中京东平台表现尤为突出

- 2024滚动年期间，血压计在淘系和京东平台的总销售额为**25.8亿元**，同比增长**3.3%**。其中，京东平台的销售表现尤为突出，销售额达到14.6亿元，同比增长13.2%。

2022.07至2024.06 淘系京东 血压计市场销售趋势

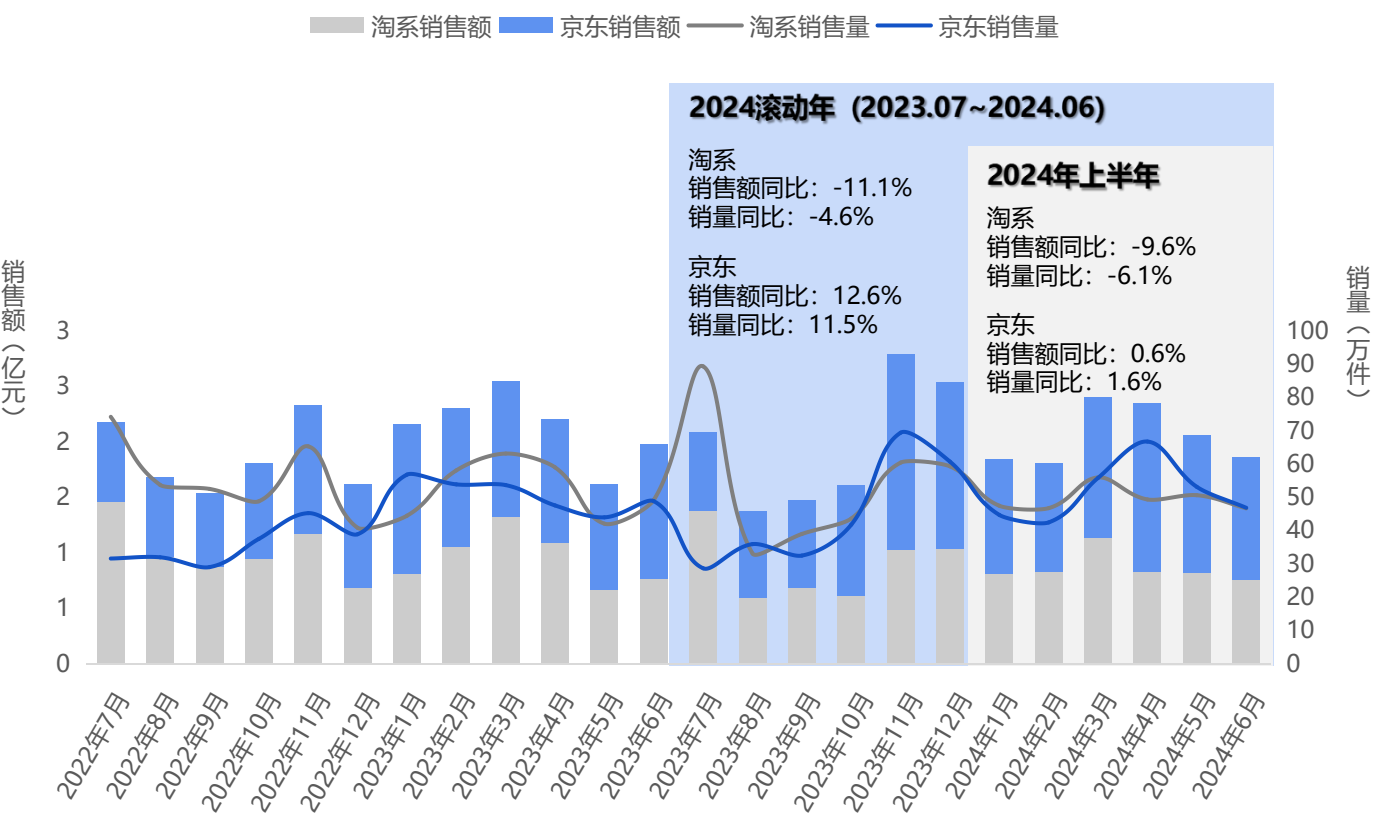


数据来源：魔镜洞察
类目说明：血压计市场数据来源于1) 京东平台的“家用电器>个护健康>血压计、医疗保健>保健器械>血压计”类目；淘系平台“医疗器械>血压计（电子血压计）、家庭保健>普通诊察>血压监测”类目

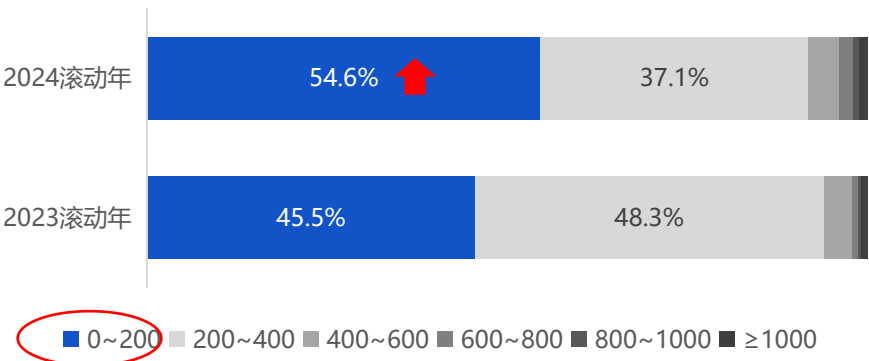
绑带式血压计发展平缓，京东平台主打中部价格段产品，而淘系则主攻低价格段产品

- 绑带式血压计近一年的总销售额为**24.2亿元**，同比增长**0.9%**。主要销售额来自于京东，该平台近一年的销售额达13.7亿元，同比增长12.6%。
- 对比两个平台的价格分布情况，**淘系的低价位段（0~200元/件）占比较大**，且较上一滚动年相比明显增长。**京东平台销售额主要分布在200~400元区间**，且较上一滚动年相比小幅增长。

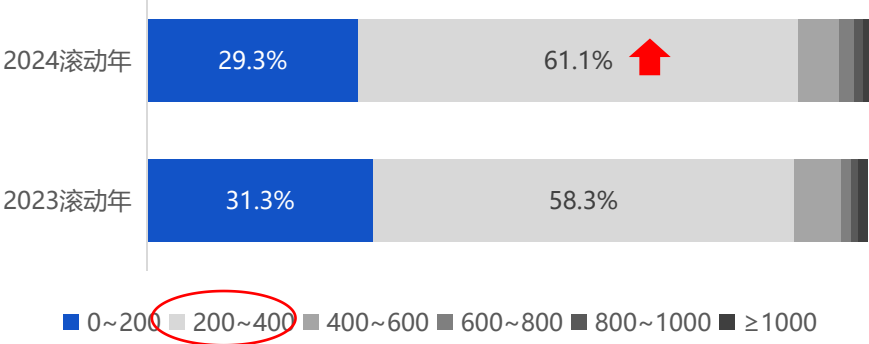
2022.07至2024.06 淘系京东 绑带式血压计市场销售趋势



淘系各价格段销售额分布对比



京东各价格段销售额分布对比

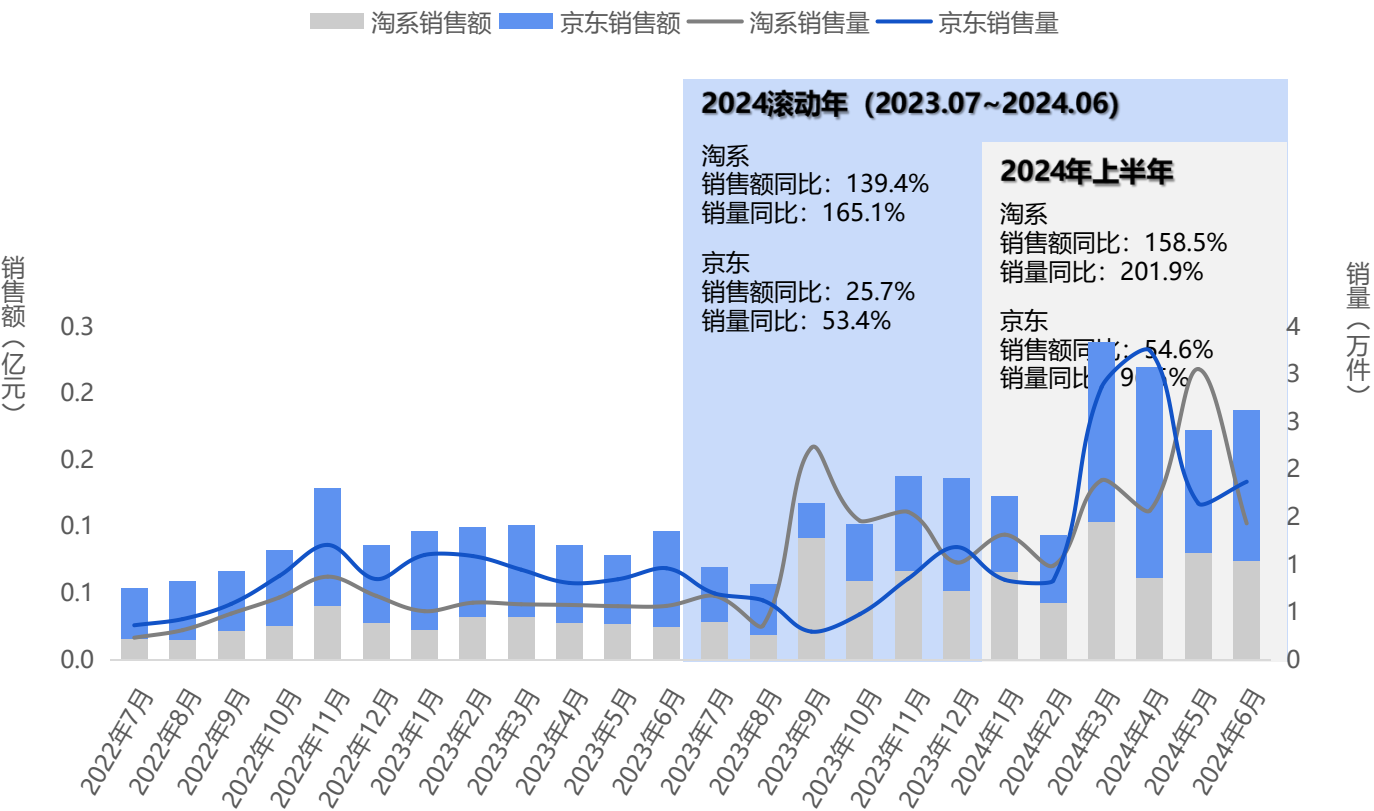


数据来源：魔镜洞察
绑带式血压计：商品标题中不包含“筒、桶、隧道、手表、腕表、穿戴、watch、手指”关键词

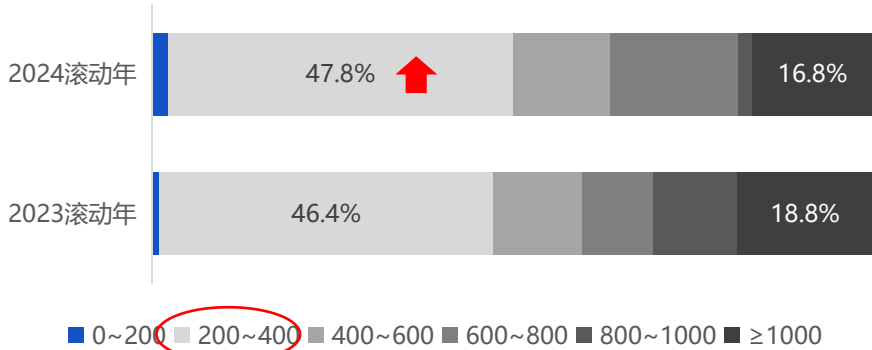
筒式血压计增长迅猛，市面上的产品逐渐从高价格段过渡到200至400元区间

- 在过去一年中，筒式血压计的总销售额为**1.7亿元**，同比增长**60%**。其中，淘系平台销售额为0.7亿元，同比增长139.4%；京东平台销售额为0.9亿元，同比增长25.7%。
- 在价格区间上，淘系主要集中在200至400元，而**京东的200至400元区间销售比例增加了23.6个百分点**，超1000元的比例减少了20.9个百分点。

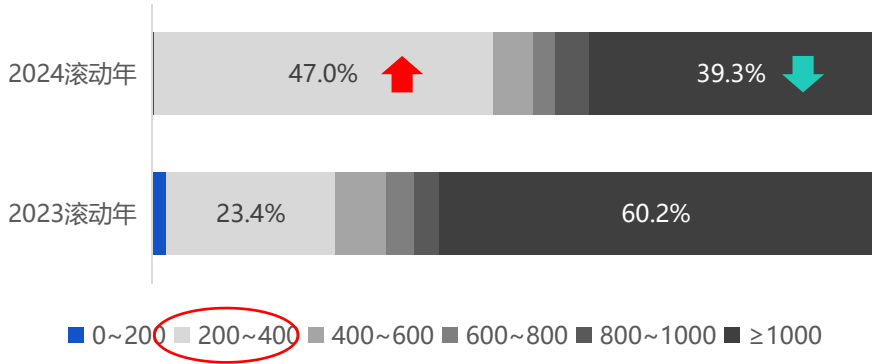
2022.07至2024.06 淘系京东 筒式血压计市场销售趋势



淘系各价格段销售额分布对比



京东各价格段销售额分布对比



数据来源: 魔镜洞察
筒式血压计: 商品标题中含有“筒、桶、隧道”关键词

尽管一些头部品牌已推出筒式血压计，但200至400元价格段的产品尚未成为市场主流

魔镜洞察
Moojing Market Intelligence

- 血压计市场中，90%的市场份额被前十名品牌瓜分，其中欧姆龙以42.2%的份额位居第一，鱼跃以32.5%紧随其后。
- 在筒式血压计市场，欧姆龙依然是领先品牌，占据了33.1%的市场份额，三诺以接近30%的份额位列第二。此外，仁和的销售额同比增速最快，超过了4000%，并且该品牌均价在200至400元区间。

2024滚动年 血压计市场TOP10品牌

排名	品牌	销售额 (亿元)	销售额同 比	销量 (万件)	均价 (元/件)	市场份额
1	omron/欧姆龙	10.9	8.6%	357.0	305.4	42.2%
2	yuwell/鱼跃	8.4	5.5%	451.4	186.1	32.5%
3	三诺	0.7	47.7%	22.8	315.9	2.8%
4	haier/海尔	0.6	-10.3%	55.5	115.4	2.5%
5	安氏	0.6	-72.3%	21.0	282.1	2.3%
6	jziki	0.5	926.4%	48.4	108.6	2.0%
7	可孚	0.5	-24.7%	34.1	144.3	1.9%
8	仁和	0.4	35.3%	23.2	153.3	1.4%
9	aux/奥克斯	0.3	285.0%	42.4	80.6	1.3%
10	修正	0.3	-19.5%	22.8	139.2	1.2%

2024滚动年 筒式血压计市场TOP10品牌

排名	品牌	销售额 (亿元)	销售额同 比	销量 (万件)	均价 (元/件)	市场份额
1	omron/欧姆龙	0.55	0.2%	4.2	1302.0	33.1%
2	三诺	0.49	54.3%	12.1	408.2	29.9%
3	可孚	0.09	96.2%	2.3	383.7	5.3%
4	仁和	0.09	4172.3%	2.5	339.2	5.2%
5	3z	0.06	new	2.1	295.6	3.7%
6	左点	0.06	new	1.3	467.6	3.7%
7	zr/华畅医疗	0.06	new	1.9	304.2	3.6%
8	haier/海尔	0.06	new	0.9	649.1	3.3%
9	康华生物	0.04	new	0.9	431.8	2.5%
10	panasonic/松下	0.02	-69.6%	0.5	355.2	1.1%

数据来源：魔镜洞察
注：左图颜色标蓝底的品牌同时出现在筒式血压计TOP10品牌列表中；右图字体标红色的均价为价格在200至400元区间；筒式血压计：商品标题中含有“筒、桶、隧道”关键词

消费者对测量准确度的评价褒贬不一，价高商品可能会面临更大的竞争压力

- 消费者对热门商品普遍的好评集中在**使用的便捷性和测量的快速性**。然而，**测量准确度**方面的评价则褒贬不一。以价格较高的欧姆龙臂筒式血压计为例，消费者反馈其价格偏高，测量准确度一般，且缺乏语音播报功能。此外，这款产品对手臂粗或较胖的使用者不太友好。随着市场上产品价格逐渐下降，这类价格高且存在部分缺点的商品可能会面临更大的竞争压力。

2024滚动年 筒式血压计 TOP5热门商品

排名	商品名称	品牌	平台	销售额 (万元)	销售额同比	销量 (件)	页面价格
1	三诺电子血压计家用臂筒式血压计血压测量仪医用高精度BA-819	三诺	京东	3114.3	85.1%	79,085	398
2	欧姆龙电子血压计医用专业臂筒式全自动血压计智能家用测血压测量仪HEM-1020	omron/欧姆龙	京东	2002.0	-19.6%	12,564	1599
3	仁和臂筒式血压计高血压高精度家用测血压的仪器老人医用测量表机	仁和	淘系	509.6	-	12,489	408
4	欧姆龙电子血压计高精度全自动医用专业臂筒式血压计家用血压测量仪HEM-1026	omron/欧姆龙	京东	323.7	-	1927	1680
5	zdeer左点电子血压计臂筒式免绑带专用测量仪医院家用背光款测压	左点	淘系	224.5	-	3338	688

 消费者负面评论维度	 消费者正面评论维度
- 测量后反应较慢 - 需插电使用，电池耗电快	- 测量数据准确 - 老人操作方便
- 准确度一般 - 较胖的使用者无法将上臂顺利放入筒中 - 价格偏贵	- 测量时间比其他血压计短 - 使用方便
体积稍微大了一些	- 测量数据准确 - 操作简单 - 屏幕清晰
- 胳膊较粗使用者，使用时感觉太紧 - 没有语音播报提示	- 电池和插电两用 - 测量结果比较准 - 收纳方便
- 测量精准度一般 - 操作说明不清晰	- 播报声音响亮 - 医院同款

数据来源：魔镜洞察
注：热门商品为单个商品ID，其销售额和销量为在特定平台和时间范围内的总销售额和总销量。



血压计

S

血压计整体市场在过去一年中小幅上升，销售额达到了25.8亿元，其中京东平台的表现尤为突出。

C

在市场中，绑带式血压计的发展较为平缓。然而，筒式血压计的增长速度较快，市场上的产品价格逐渐从高端转向200至400元的中端区间。尽管市场上有一半的头部品牌在售卖中端价格的筒式血压计，但这一价格区间的产品尚未成为主流。

Q

在消费者对测量准确度评价褒贬不一的情况下，市面上的血压计产品将如何应对日益激烈的竞争？

A

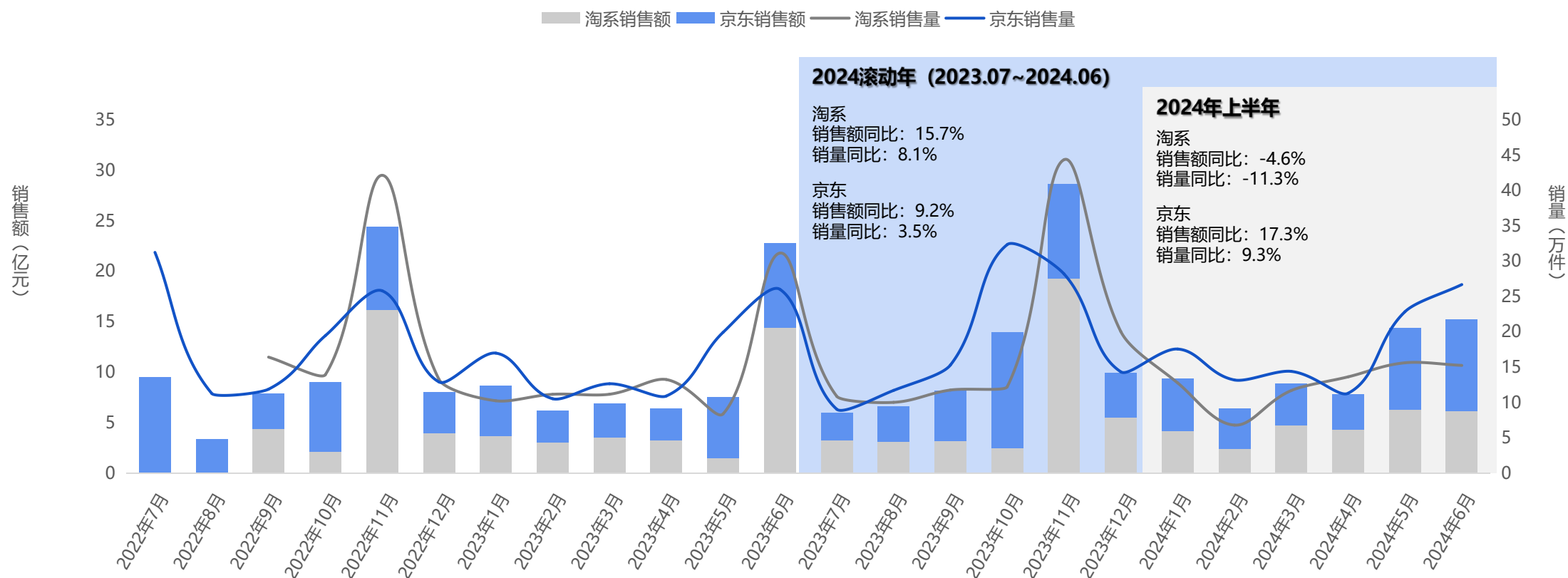
随着市场逐渐向中端价格段转移，价高的血压计产品可能会面临更大的竞争压力。品牌需要通过提升测量准确度和增加差异化功能，才能在竞争中保持优势，尤其是在消费者对性价比越来越敏感的市场环境下。

Part5 扫地机

2024滚动年扫地机市场稳健增长，市场需求持续强劲

- 2024滚动年，淘系和京东平台的整体销售额达到**135.2亿元**，**同比增长12.2%**。然而，2024年上半年销售额同比仅增长6.3%，其中淘系平台表现出轻微下滑的趋势。

2022.07至2024.06 淘系京东 扫地机市场销售趋势



数据来源：魔镜洞察

类目说明：扫地机市场数据来源于1) 京东平台的“家用电器>环境电器>扫地机器人、家用电器>清洁电器>扫地机器人”类目；淘系平台“生活电器>扫地机及配件耗材”类目

市场竞争激烈，头部品牌争夺激烈，新锐品牌快速崛起

- 石头和追觅销售表现强劲，增速分别为48.1%和78.4%，而科沃斯销售额同比下降18.3%，差距与其他头部品牌缩小。**TOP5品牌市场份额达到91%，市场集中度提高。**
- 同时，新兴品牌OKP凭借高性价比和智能化产品，销售额同比激增678.1%。

2024滚动年 扫地机市场TOP10品牌

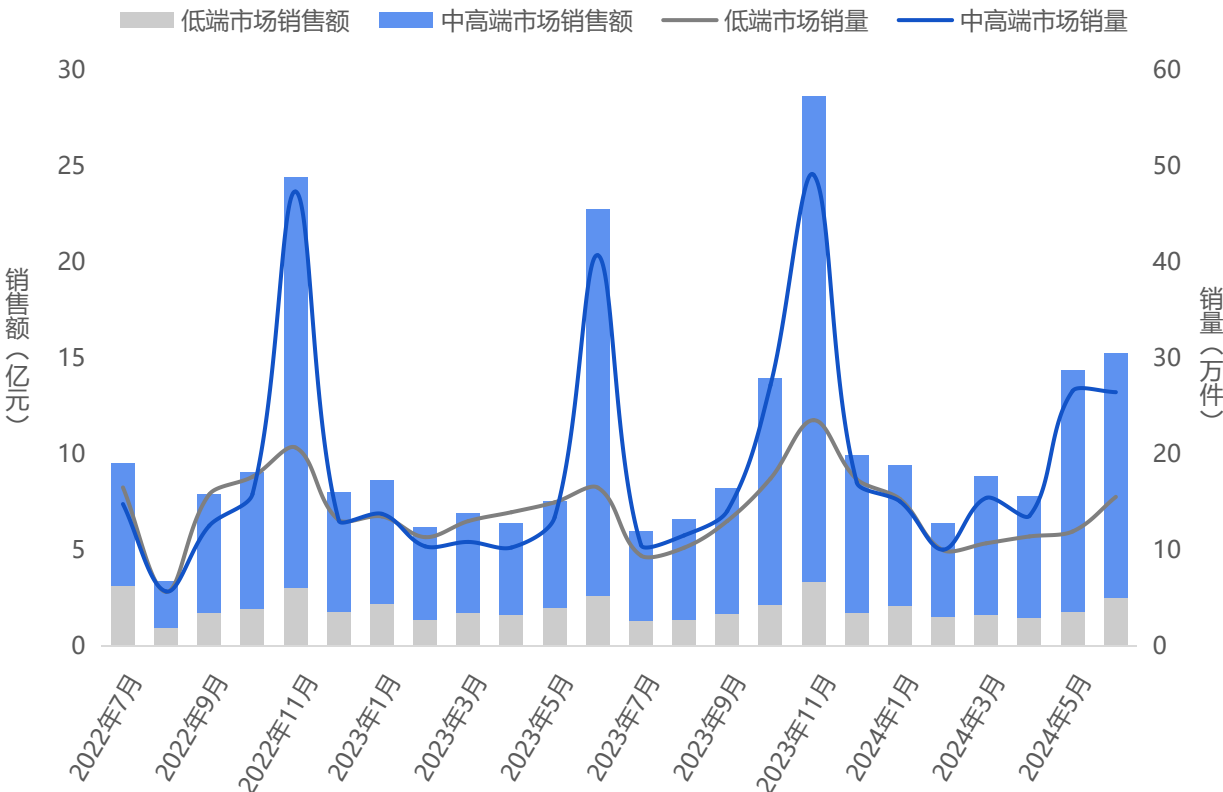
排名	品牌	销售额 (亿元)	销售额同比	销量 (万件)	均价 (元/件)	市场份额
1	ecovacs/科沃斯	38.3	-18.3%	92.8	4130.7	28.4%
2	roborock/石头	30.3	19.0%	68.1	4456.6	22.4%
3	narwal/云鲸	21.4	48.1%	48.6	4400.6	15.8%
4	追觅	20.6	78.4%	40.5	5086.1	15.3%
5	mijia/米家	12.3	0.1%	57.5	2139.2	9.1%
6	midea/美的	4.8	253.4%	17.5	2755.9	3.6%
7	okp	0.9	678.1%	8.4	1061.0	0.7%
8	haier/海尔	0.8	-33.8%	4.7	1647.9	0.6%
9	uwant	0.7	78.4%	1.7	4013.4	0.5%
10	inxni/以内	0.5	-21.7%	2.4	1907.9	0.3%

数据来源：魔镜洞察
类目说明：扫地机市场数据来源于1) 京东平台的“家用电器>环境电器>扫地机器人、家用电器>清洁电器>扫地机器人”类目；淘系平台“生活电器>扫地机及配件耗材”类目

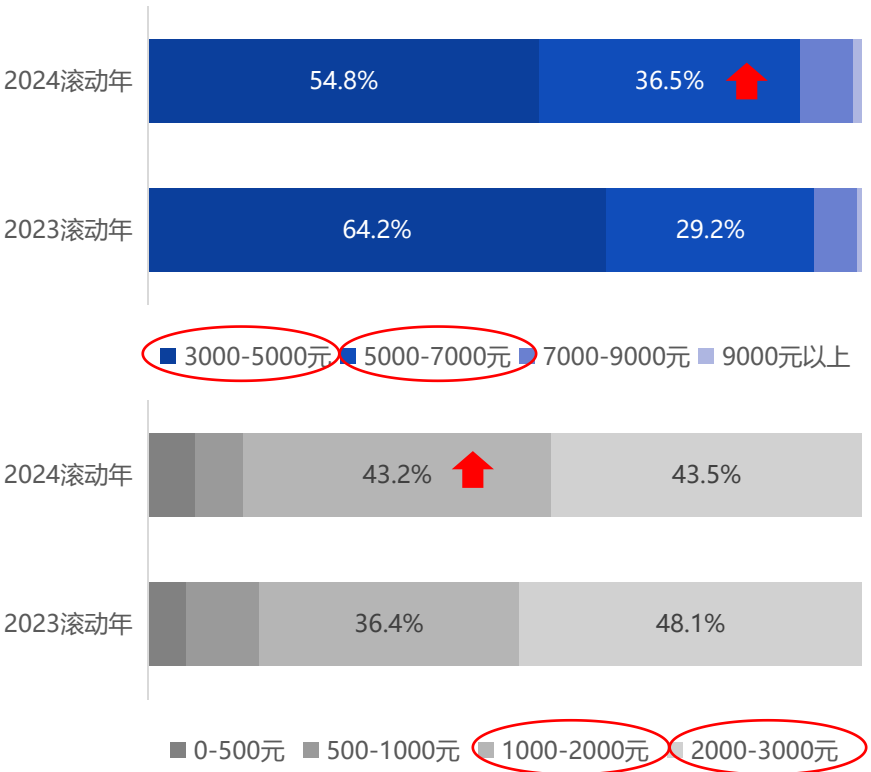
中高端扫地机需求上升，而低端市场表现疲软

- 2024滚动年，**中高端扫地机**在淘系和京东平台的整体销售额达到**112.7亿元**，**同比增长16.8%**，市场稳健增长。
- 价格段结构调整明显，5000-7000元产品销量占比从29.2%升至36.5%，消费者偏好3000至7000元的商品。
- 低端扫地机的销售表现不佳，整体销售额为21.4亿元，同比下降4.2%。1000-2000元产品销量占比从36.4%升至43.2%。

2023.07至2024.06 扫地机市场 低、中高端扫地机市场销售趋势



2024滚动年 扫地机市场 低、中高端扫地机 各价格段销量分布



数据来源：魔镜洞察

市场说明：中高端市场的商品价格大于等于3000元/件的商品，扫地机吸力2700pa以上，电池大于5200毫安的；低端市场的商品价格小于3000元/件

科沃斯面临市场份额压力，创新品牌有望突围

- 在中高端市场中，科沃斯作为TOP1品牌，销售额**同比下降17.2%**，面临市场份额被抢占的危机，而其余品牌均实现显著增长。
- 美的凭借创新的**履带式活水洗地+漏斗式双挡刮条设计**，销售额**同比增长674.9%**，成功跻身TOP5品牌。TOP5品牌累计市场份额达94.7%，尽管市场高度稳定，但创新产品仍有机会突围。

2024滚动年 中高端扫地机 TOP5品牌

排名	品牌	销售额 (亿元)	销售额同比	销量 (万件)	均价 (元/件)	市场份额	热门商品
1	ecovacs/科沃斯	34.0	-17.2%	69.4	4902.7	30.2%	科沃斯扫地机器人T20SPRO
2	roborock/石头	29.2	19.6%	63.5	4590.8	25.9%	石头扫地机器人P10Pro
3	narwal/云鲸	20.5	60.5%	44.9	4563.4	18.2%	云鲸J4智能扫拖一体扫地机
4	追觅	19.5	75.8%	35.3	5514.7	17.3%	追觅X30Pro扫地机器人
5	midea/美的	3.5	674.9%	8.3	4210.7	3.1%	美的V12灵眸扫地机器人

中高端扫地机 TOP3品牌 热门商品



科沃斯扫地机器人T20SPRO

卖点:

- 高温活水，洗拖干净
- 飓风吸力，清洁省心
- 全程抑菌，机制安心
- 一年仅倒4次垃圾

销售额:

4.1亿元

均价:

5758.0元



石头扫地机器人P10Pro

卖点:

- 全新AI语音助手
- FlexiArm动态机械臂
- 动态热水复洗
- 柔性全胶主刷

销售额:

7946.8万元

均价:

4339.2元



云鲸J4智能扫拖一体扫地机

卖点:

- 毛发缠绕率0%
- 基站垃圾零残留
- 智能复洗，洗净为止
- 除菌率高达99.99%

销售额:

9.5亿元

均价:

5080.2元

数据来源：魔镜洞察
市场说明：中高端市场的商品价格大于等于3000元/件的商品，扫地机吸力2700pa以上，电池大于5200毫安的

中高端扫地机因优异的避障能力和清扫效果受到好评，但在角落清理和易卡住问题上仍存挑战

魔镜洞察

- 2024滚动年热门商品集中在云鲸、石头、科沃斯和追觅等经典品牌中，其中云鲸J4扫地机器人销量和销售额遥遥领先，显示出强劲竞争力。
- 高端扫地机的正面评价主要集中在**避障能力**、**路线规划和清扫效果**，而负面评价则集中在**水印痕迹重**、**角落清理不彻底和容易被卡住**。

2024滚动年 中高端扫地机 TOP5热门商品

排名	商品名称	品牌	平台	销售额 (亿元)	销售额同比	销量 (万件)	均价
1	云鲸扫地机器人J4 扫拖洗烘一体自动清洗集尘全自动 洗地机洗拖一体吸尘器拖地机擦地机器人 水箱版	narwal/云鲸	京东	5.7	-	14.6	3922.1
2	石头 (roborock) 扫地机器人扫拖一体 P10 Pro 扫拖洗烘一体机 自动集尘热水洗拖布烘干补水擦地拖地	roborock/石头	京东	2.6	-	6.5	3986.5
3	科沃斯X2扫地机器人自动上下水家用全自动吸扫拖洗一体机	ecovacs/科沃斯	淘系	2.5	-	3.4	7348.6
4	科沃斯扫地机器人 T20SPRO高温活水洗扫拖家用上下水一体	ecovacs/科沃斯	淘系	2.3	-	4.0	5751.7
5	追觅X30Pro扫地机器人洗扫拖烘一体全自动上下水家用	追觅	淘系	2.1	-	2.9	7463.4

消费者负面评论维度

消费者正面评论维度

经常被卡住

超强模式很费电

机器信号一般

回基站麻烦

箱盖卡扣不牢固

拖布水印痕迹较重

存在刮地板的现象

存在异味

布条识别不够

墙角、墙边等角落清扫不净

建模时间较久

洗拖布声音大

存在被头发和杂物卡住的现象

运转声音略大

视频摄像头分辨率低，存在卡顿现象

操作便捷

清扫效果好

避障能力好

尘袋容量大

商品美观

噪音小

清扫干净

续航时间长

产品体验好

路线规划方便

避障能力优秀

打扫干净

线路规划合理

数据来源：魔镜洞察
市场说明：中高端市场的商品价格大于等于3000元/件的商品，扫地机吸力2700pa以上，电池大于5200毫安的

魔镜洞察：mktindex.com

34

中高端产品功能持续升级，但一些痛点仍待解决

- 中高端扫地机新品在**尺寸上更小巧，设计更加美观简洁，功能升级**以实现全屋无死角清洁，采用LDS激光雷达精准建图，并通过双边条、双梳齿、双机械臂等设计提升清洁效率。
- 然而，消费者仍反馈存在**耗电快、噪音大、清理不彻底**等问题，部分痛点尚未得到有效解决。

2024滚动年 中高端扫地机 新品一览

	科沃斯MATE X双机协同扫地机器人 卖点： “首创”子母地宝协同清洁，智能互联 - TruEdge灵隙双恒贴边技术，全屋清洁无死角 - ZeroTangle灵缠双梳齿缠绕技术PRO，毛发0缠绕，清洁效率高 - PanoSense 5D五维超感系统，全维感知家庭环境 上架时间：2024年6月 销售额：62.6万元 均价：7199.0元
	石头自清洁扫地机器人V20黑武士系列 卖点： 8.2cm石头史上最薄扫拖机器人 - 石头首创星阵领航系统，极限覆盖低矮空间 - 扫拖双机械臂，极限边角清洁，边拖弹性结构更智能 - 自维护双螺旋清扫系统，双排滚刷，内卷聚拢集尘 上架时间：2024年4月 销售额：1454.9万元 均价：6898.6元
	美的灵眸扫地机器人W20Pro 卖点： - 履带科技布，抗菌涂层健康除味 11000pa大吸力，打造无尘感空间 - 直流式风道，无弯折不堵塞，减少吸入口垃圾聚集 - 防漏双边条，垃圾聚拢瞬吸，不漏扫不卡轮 上架时间：2024年1月 销售额：396.2万元 均价：4909.4元

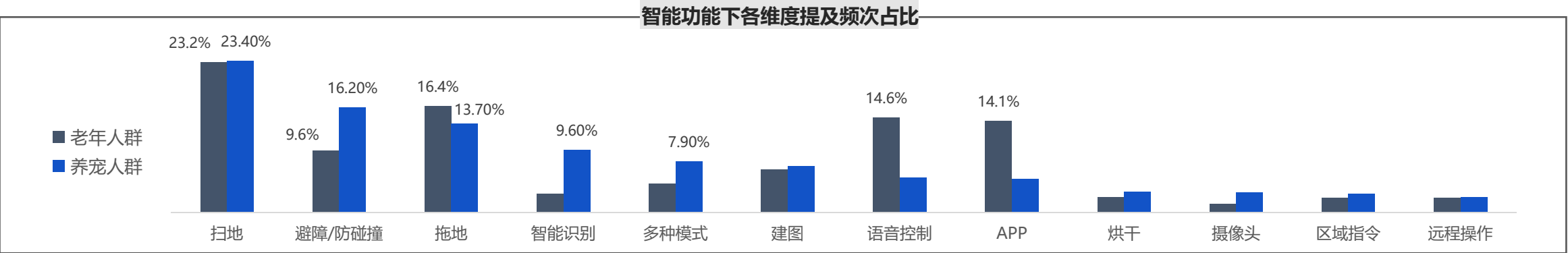
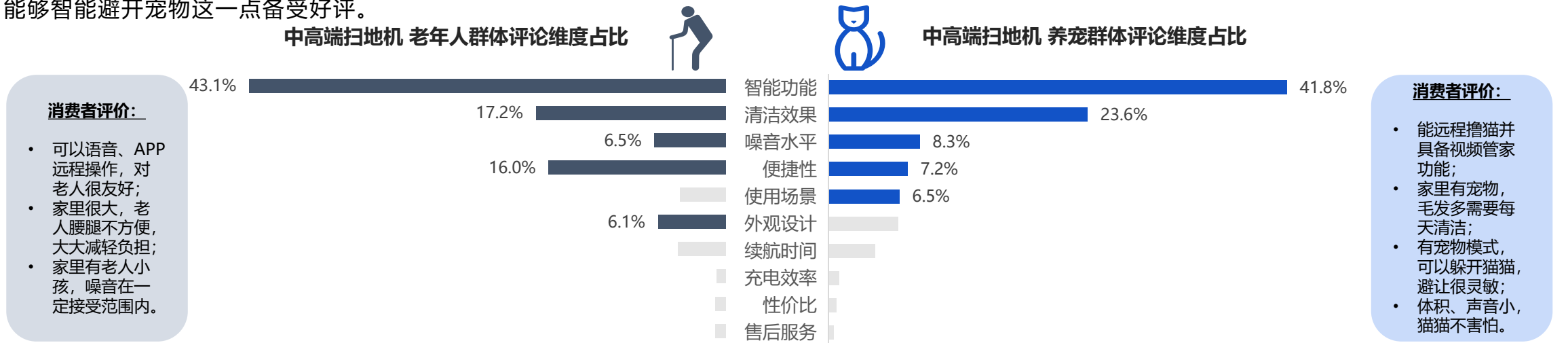
 消费者负面评论维度	 消费者正面评论维度
- 存在丢图现象 - 子地宝电量小，掉电快 - 系统卡顿 - 预约打扫莫名取消	- 噪音控制好 - 外观简洁现代 - 彻底清扫角落 - 吸力强劲
- 垃圾不能切割进污水箱 - 运作声音大 - 个别污渍无法清洁 - 尺寸有点小	- 功能可随时操控 - 机器小巧 - 清洁速度快 - 角落清扫干净
- 首次建图轻微碰撞墙壁和家具 - 回原点时，垃圾会掉落 - 续航较差 - 声音较大	- 颜值高 - 清扫干净 - 操作简单 - 打扫后会提醒

数据来源：魔镜洞察
市场说明：中高端市场的商品价格大于等于3000元/件的商品，扫地机吸力2700pa以上，电池大于5200毫安的

智能扫地机的需求差异化显现，中老年消费者偏爱便捷功能，而养宠家庭则关注避障性能

魔镜洞察
Moojing Market Intelligence

- 不少消费者评论中提到了中老年群体和养宠家庭的需求。**智能功能的提及率最高**，其次是**清洁效果**。**中老年群体对便捷性**的关注度较高，占比达16%。**养宠家庭则更关注噪音水平**，占比达8.3%。
- 在智能功能方面，**中老年群体更倾向于语音控制和APP操作**，因为这些功能方便老人使用。**养宠家庭则更关注避障和智能识别功能**，特别是扫地机能够智能避开宠物这一点备受好评。



数据来源：魔镜洞察 电商聆听
市场说明：中高端市场的商品价格大于等于3000元/件的商品，扫地机吸力2700pa以上，电池大于5200毫安的

低端市场中米家、美的和石头品牌稳步增长，科沃斯面临冷却，追觅迅速发展

- 在低端市场中，米家作为TOP1品牌，销售额**同比小幅增长1.7%**；美的凭借V10扫地机器人高吸力和自清洁功能，同比增长45.7%；追觅凭借S10 PRO扫地机器人精准切入低端市场，销售额同比增长138.2%。
- TOP5品牌占据75.9%市场份额，低端市场更有利于新品牌进入，特别是在养宠家庭等细分赛道，满足其特殊需求。

2024滚动年 低端扫地机 TOP5品牌

排名	品牌	销售额 (亿元)	销售额同比	销量 (万件)	均价 (元/件)	市场份额	热门商品
1	mijia/米家	9.1	1.7%	48.9	1851.0	40.3%	米家小米免洗扫地机器人2
2	ecovacs/科沃斯	4.3	-26.0%	23.4	1845.2	19.3%	科沃斯N8扫地机器人
3	midea/美的	1.3	45.7%	9.2	1446.1	5.9%	美的扫地机器人扫拖一体 V10
4	roborock/石头	1.2	4.1%	4.6	2584.9	5.2%	石头P10扫拖洗烘一体机
5	追觅	1.2	138.2%	5.2	2204.9	5.2%	追觅扫地机器人S10 Pro热水版

中高端扫地机 TOP3品牌 热门商品



米家小米免洗扫地机器人2

卖点:

- 10秒集尘，疾速清空尘盒
- 自动清洗拖布
- 4L超大容量水箱
- 选配全自动上下水2.0

销售额: 2.5亿元

均价: 1940.2元



科沃斯N8扫地机器人

卖点:

- 不缠毛发，养宠优选
- 智能导航，省心省事
- 强吸强拖，一台搞定
- 最大电池，超长续航

销售额: 5708.1万元

均价: 1815.6元



美的扫地机器人V10

卖点:

- AI双视结构光，3D避障
- 55℃热风烘干
- 全链路除湿除臭
- 回水率高，拖地水渍少

销售额: 3054.7万元

均价: 2369.1元

数据来源：魔镜洞察
市场说明：低端市场的商品价格小于3000元/件

低端市场由小米主导，高性价比产品受到青睐

- 低端市场的热门商品主要集中在米家、石头和科沃斯。其中，米家小米免洗扫地机器人2以312.1%的销售额同比增长领先，得益于小米的品牌效应及其高性能与性价比。
- 消费者对低价扫地机的正面反馈集中在续航能力、操作便捷和外观设计；**负面评价则涉及噪音较大、角落清洁效果不佳，以及容易被卡住的问题。**

2024滚动年 低端扫地机 TOP5热门商品

排名	商品名称	品牌	平台	销售额 (亿元)	销售额同比	销量 (万件)	均价
1	米家小米免洗扫地机器人2 扫洗拖一体机擦地机拖地机器人洗拖一体全自动清洗拖布 洗地机	mijia/米家	京东	25121.3	312.1%	12.9	1940.2
2	米家小米全能扫拖机器人2 扫地机器人扫拖一体 扫拖洗一体 自动清洗自动集尘 洗地机	mijia/米家	京东	9326.1	-	3.6	2601.6
3	米家小米扫地机器人3C 增强版智能家用大吸力吸尘器激光导航全自动扫拖一体机	mijia/米家	京东	7522.8	-	7.0	1078.3
4	石头 (roborock) 扫地机器人扫拖一体 石头 P10扫拖洗烘一体机 自动集尘自动清洗拖布烘干补水擦地机拖地机	roborock/石头	京东	4998.0	-	1.7	2887.7
5	科沃斯N8扫地机器人地宝智能家用全自动擦地除菌吸扫拖一体机	ecovacs/科沃斯	淘系	4446.6	-10.4%	2.4	1877.1



消费者负面评论维度

- 落地风扇、地毯等识别能力一般
- 角落无法清理干净
- 需要手动擦洗底座
- 噪音较大
- 水箱较小



消费者正面评论维度

- 外观简约大方
- 清洁功能强劲
- 避障能力好
- 安装简单

- 烘干拖布功能较弱
- 拖布自动清洁效果较差
- 吸力弱
- 噪音较大

- 操作便捷
- 外观简洁
- 激光雷达识别高

- 充电慢
- 吸力弱
- 拖布配件少
- 强筋当声音较大

- 正常档噪音小
- 小巧灵活

- 清洁能力较差
- 存在被头发和杂物卡住的现象

- 续航能力较好
- 避障能力较好

- 充电环境要求较高
- 拖地功能较差

- 续航能力强
- 吸尘效果好

数据来源：魔镜洞察
市场说明：低端市场的商品价格小于3000元/件

低端新品在智能化水平上有待提升，但体积和外观设计受到认可

- 从新品反馈来看，部分低端产品仍存在**智能化程度不高和噪音大的槽点**。然而，在外观设计、体积大小和操作便捷性方面，这些产品满足了部分消费者的需求。

2024滚动年 低端扫地机 新品一览

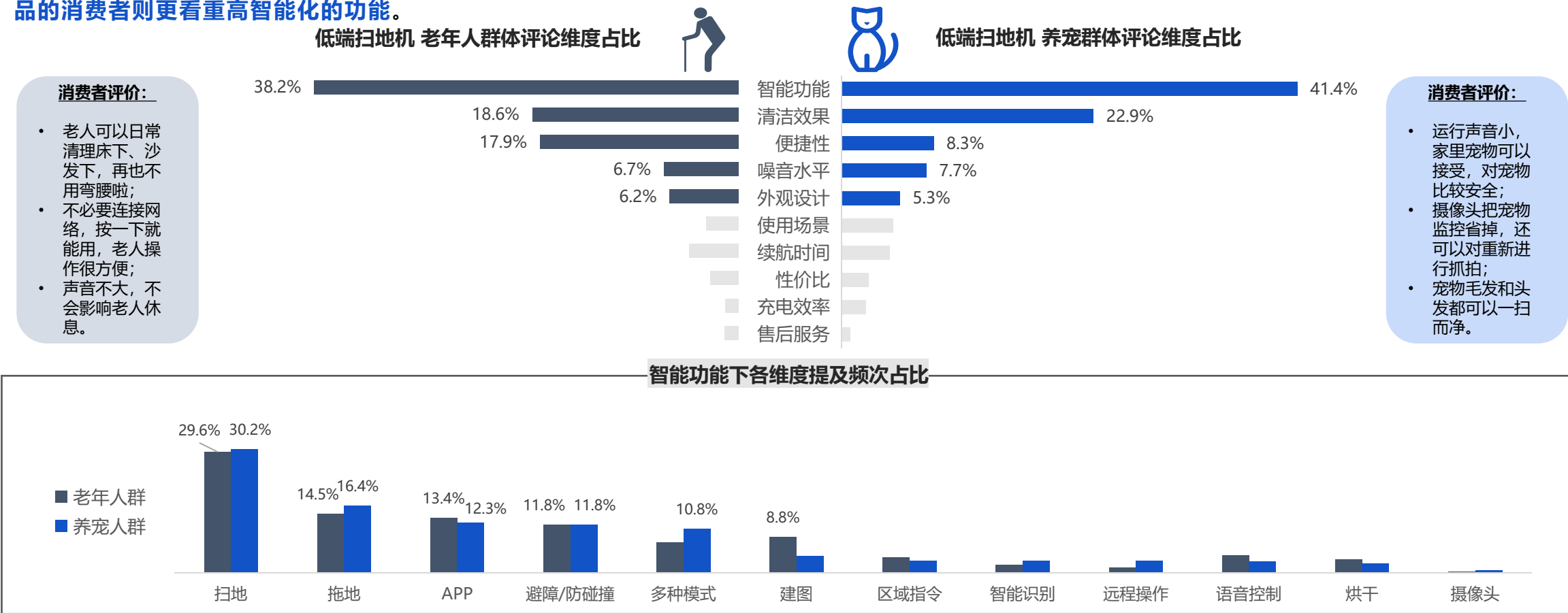
 云鲸 K1 智能扫拖机器人	美的灵眸V12扫地机器人 卖点: • 鲸旋智能除尘系统，灰尘0残留 • 鲸洗智能洗拖系统，全屋0死角 • 鲸吞集尘系统，抗菌率99.99% • 仿人手按压湿拖，强力擦除顽固污渍 上架时间: 2023年8月 销售额: 1276.2万元 均价: 2956.9元
 OKP × 88会员节 全新一代智能扫地机 L7 190° 避障识别 吸力强 效果看得见 ¥120 15天免费试用 用过也能退 顺丰发货	OKP智能扫地机器人L7 卖点: • 全新高集成度dToF-快速建图，智能规划精准掌握全屋路径 • 超声波地毯检测，吸尘时地毯自动增压，吸力翻倍 • 4000mAH磷酸铁锂大电池，150分钟超长续航 • 25cm超窄机身宽度，9.4cm超薄机身高度，高覆盖率清扫 上架时间: 2024年4月 销售额: 127.6万元 均价: 1899.0元
 以内 (INXNI) 扫地机器人	以内 (INXNI) 扫地机器人扫拖一体自动清洗全自动Q1奶油白 卖点: • 7cm超轻薄饼干机身，小巧不占地，灵活扫床底 • 首创日抛式清洁科技，即用即抛，不用手洗 • 自带45ml渗透式水箱，不用手动打湿拖布 • 2000pa黄金吸力，吸力大且噪音小 上架时间: 2024年5月 销售额: 408.3万元 均价: 799.0元

 消费者负面评论维度	 消费者正面评论维度
• 不能抬高拖布 • 开始使用时，路线不是特别智能，但使用多次后，会改善 • 洗拖布的时候声音有点大	• 地图创建速度快 • 避障智能 • 噪音小 • 颜值高
• 爬小坡会被卡 • 规划功能较差 • 强力模式声音较大 • 无法手机远程遥控分区清扫	• 续航好 • 吸力好 • 角落可清扫 • 适合狭小空间
• 首次建图轻微碰撞墙壁和家具 • 回原点时，垃圾会掉落 • 续航较差 • 声音较大	• 颜值高 • 清扫干净 • 操作简单 • 打扫后会提醒

数据来源: 魔镜洞察
市场说明: 低端市场的商品价格小于3000元/件

低端消费者普遍关注基本功能，对智能化要求较低

- 老年人和养宠群体在选择产品时关注的维度相似，依次为智能功能、清洁效果、便捷性、噪音水平和外观设计。在智能功能方面，除了扫地和拖地，**这两个群体都重视APP控制和避障/防碰撞功能**。**老年人更加关注建图功能**，而**养宠群体则对多种模式**的选择更感兴趣。
- 与中高端产品消费者相比，这类消费者的关注点有明显差异。低端产品的消费者首先注重基本的扫拖功能，其次是基础的智能化功能，而**中高端产品的消费者则更看重高智能化的功能**。



智能功能下各维度提及频次占比

维度	老年人群	养宠人群
扫地	29.6%	30.2%
拖地	14.5%	16.4%
APP	13.4%	12.3%
避障/防碰撞	11.8%	11.8%
多种模式	10.8%	
建图	8.8%	
区域指令		
智能识别		
远程操作		
语音控制		
烘干		
摄像头		

数据来源：魔镜洞察 电商聆听
市场说明：中高端市场的商品价格大于等于3000元/件的商品，扫地机吸力2700pa以上，电池大于5200毫安的；低端市场的商品价格小于3000元/件



扫地机

S

2024滚动年扫地机市场稳健增长，市场需求持续强劲。

C

头部品牌竞争激烈，新锐品牌迅速崛起，高端扫地机需求上升，而低端市场表现疲软。科沃斯面临市场份额压力，创新品牌有可能突围。中高端扫地机在避障和清扫效果上获得好评，但仍存在角落清理难和易卡住的挑战。

Q

市场中，中高端产品如何解决现有痛点以保持竞争力？低端产品如何在智能化水平上进行提升以满足消费者需求？

A

中高端扫地机应持续优化功能，特别是解决角落清理和卡住的问题，以提升用户体验。创新和高级智能化功能可能帮助品牌在激烈的市场竞争中脱颖而出。低端扫地机则需提升智能化水平，同时保持高性价比，以满足消费者对基础功能的需求。

读完报告，手头却没有市场数据进行可行性研究？

PC端免费体验 消费品领域的AI大模型分析师

问答式交互，0秒上手！

创新概念发现与验证

品类/品牌调研

ai.mktindex.com PC端免费体验



[低温酸奶]的市场趋势如何，请给我提供一些[人群、场景]方面的产品开发建议。

综合以上分析，我总结出以下关于低温酸奶的市场趋势和产品开发建议：

市场趋势分析：

- 低温酸奶市场呈现强劲增长态势，销售额和销量均大幅增长，显示消费者需求持续旺盛。
- 市场竞争激烈，产品供给充足，需要持续优化产品以提升竞争力。

人群和场景分析：

- 低温酸奶受到广泛消费群体的青睐，可进一步细分目标人群如儿童、孕妇、运动人群等。
- 可拓展到早餐、下午茶等新的消费场景，满足不同消费需求。

产品开发建议：

- 持续优化产品配方，提升营养价值和口味，满足消费者对健康、美味的需求。
- 根据不同人群的偏好，开发差异化产品，如添加水果、谷物、益生菌等。
- 关注新兴消费场景，开发适合早餐、下午茶等场景的低温酸奶产品。
- 加强品牌建设，提升产品的知名度和美誉度，增强消费者的品牌忠诚度。

总的来说，低温酸奶市场前景广阔，需要根据消费者需求不断优化产品，并拓展新的消费场景，以满足不同人群的需求，进一步提升市场占有率。

数据来源：

魔镜CMI：

[1]: [魔镜分析+\(1\)](#)

总结

根据提供的社交帖文统计信息，我总结出以下与消费者需求和低温酸奶产品创新相关的建议：

1. 针对妈妈人群的增钙需求，可考虑在低温酸奶中增加防腐剂 and 液体钙的含量，突出产品的增钙功效，并针对妈妈人群开展营销宣传。
2. 在产品配方中增加维生素C、维生素E等营养成分，以及天然植物油如山茶油、不饱和脂肪酸，满足妈妈群体对强化营养的需求。同时，可融入红枣、花生、板栗等有营养价值的天然原料。
3. 针对早餐场景，可在低温酸奶中加入“粗粮”、“麦饭石”等原料，满足消费者对于省时且营养丰富的早餐需求；研发高蛋白含量的产品，针对减肥人群，融入水果、黑豆等营养成分，满足健康消费趋势。
4. 针对孩子人群，可考虑在低温酸奶中添加益生菌、苹果、蛋白质、DHA以及中药材如山药、红枣、茯苓等，满足孩子对营养、消化吸收的需求。
5. 针对孩子补钙、肠道健康以及大脑发育的需求，开发含有钙镁锌、益生菌、乳铁蛋白、DHA、叶黄素等功能性配方的低温酸奶产品。
6. 针对孩子在放学场景下的需求，可在低温酸奶产品中融入保温驱寒、护眼、清凉解暑、便携性、口味等创新元素。
7. 针对孕期妈妈群体，可开发含有保湿、柔软、补水、亲肤、透气、清爽等功能的低温酸奶产品，满足孕期女性的皮肤护理需求。
8. 针对妈妈群体在学校场景下的需求，可开发“下饭”、“保湿”、“减肥燃脂”等功能的低温酸奶产品。
9. 针对早餐助消化场景，可在低温酸奶中融入水果、维生素、蛋白质、坚果、粗粮等营养健康元素，满足消费者对营养保健的需求。
10. 针对学校场景下的孩子群体，可在低温酸奶产品中融入保温驱寒、舒适透气、护眼、营养强健、减肥燃脂等诉求，满足学生群体的各项需求。

产品开发建议

关于魔镜：AI赋能的市场研究和消费者洞察服务商

- 魔镜洞察背后主体为**北京淘幂科技有限公司**，公司规模140+人左右
- 主要团队在北京望京，此外在上海、武汉、重庆、广州4地设有办公室，由此服务于全球客户

2012-2014：项目运营

主要客户

电商平台卖家，包括：美的旗舰店、冈本旗舰店、韩都衣舍旗舰店等

2014年开始：独立运营

主要客户

除了电商平台卖家，也为企业级客户提供电商数据服务，如：
品牌主、咨询公司、金融机构、政府客户、物流企业等...

今日：保持独立运营

主要客户

覆盖头部品牌主、咨询公司、金融机构、政府客户、物流企业等共计500余家

8年全力为品牌主提供关键决策 市场数据研究黑马品牌

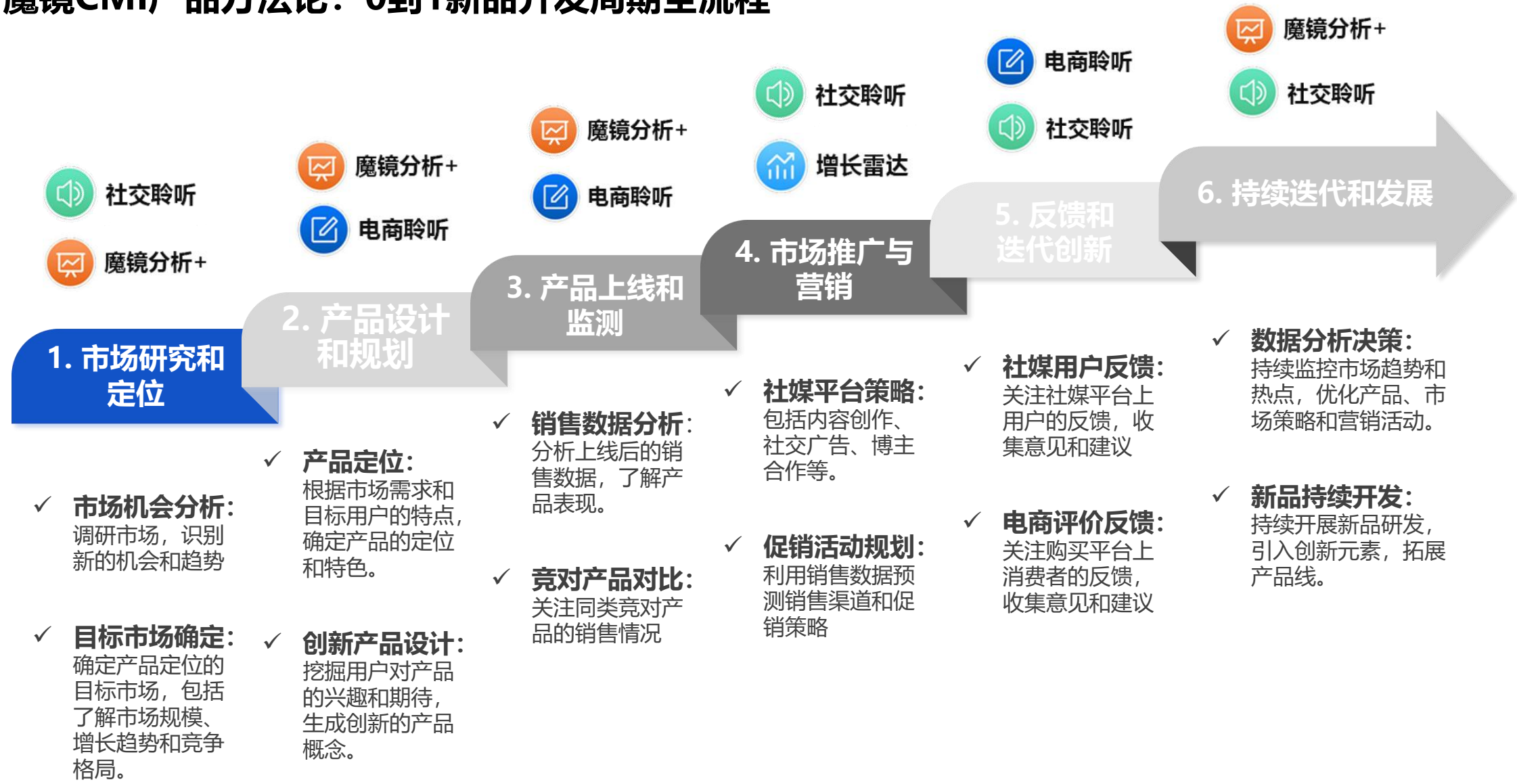


魔镜的数字化产品全流程支撑食品饮料品牌主品牌创新和孵化

魔镜大数据定制研究服务覆盖快消品全生命全周期，提供具有行业前瞻性与针对性落地策略。服务内容包括：1、市场机会：需求分析、赛道定位；2、开发过程：产品创意、概念生成、产品设计、生产；3、产品上市：GTM及线上销售监控。同时，通过电商及舆情级数据，可以为品牌方提供产品升级与优化建议，可针对消费者画像、产品（场景、功能、成分、价格）等要素进行重点分析，还能针对top 品牌/产品，以及黑马产品/品牌展开对标分析。



魔镜CMI产品方法论：0到1新品开发周期全流程



版权声明

本报告为魔镜洞察制作，其版权归属魔镜洞察，未经允许，任何组织和个人不得以任何形式复制或传播

Mktindex.com

联系我们

北京淘幂科技有限公司
北京市朝阳区望京SOHO塔1A座2005
联系电话：010-84785451

关注我们



魔镜洞察
微信公众号



魔镜洞察小程序
海内外高增长市场趋势

Moojing Market Intelligence



魔镜洞察

Moojing Market Intelligence