



头豹
LeadLeo

2025年 筋膜枪行业词条报告

头豹分类/制造业/专用设备制造业/医疗设备制造/外科手术器械

筋膜枪行业研究：市场需求、竞争格局与未来发展趋势分析 头豹词条报告系列

尚莫

尚美含、莫梓豪

2025-09-19

未经平台授权，禁止转载

行业分类：

制造业/外科手术器械

摘要 筋膜枪是以电机驱动枪头，产生高频冲击振动，放松肌肉、缓解疲劳的手持式电动工具。其消费群体广泛且需求多元化，技术创新驱动产品升级，行业竞争激烈，销售渠道多元化。中国筋膜枪市场规模受宏观环境、电商平台、健身产业发展等因素影响稳步增长，但受市场竞争、产品同质化、需求升级等影响增速放缓。预计未来，随着健康意识提升、健身产业发展、消费群体扩大及销售渠道多元化，筋膜枪行业需求将进一步扩大。

行业定义

根据《筋膜枪技术规范（ T/CASME518—2023 ）》和《筋膜枪一般质量要求(T-IGIA005—2021)》团体标准，筋膜枪是一种以电机驱动枪头，产生高频率冲击振动，作用于人体肌肉及筋膜等软组织，用于放松肌肉、缓解疲劳的手持式电动工具。 筋膜枪也被称为深层肌筋膜冲击仪或肌肉按摩器，它利用高速电机产生高频震动，通过特制的枪头作用于肌肉内层，以达到减少局部组织张力、缓解疼痛、促进血液循环等效果，并可通过共振使人体组织产生相对位移，减轻组织粘连，恢复肌肉和筋膜的弹性，使紧张僵硬的筋膜得到放松，缓解人体的不适症状。

行业分类

筋膜枪行业根据不同维度可进行以下分类:

根据使用场景分类

根据不同使用需求和场景进行分类，其中为专业运动型、日常放松型、医疗康复型三种分类。

专业运动型筋膜枪

专为专业运动员、高强度健身人群设计，具备高频率振动、大振幅特点。

日常放松型筋膜枪

针对久坐办公族、轻度运动人群研发，振动强度和频率适中。

康复型筋膜枪

适用于术后康复者、肌肉劳损患者，振动力度温和且可调节，能通过适度振动促进局部血液循环。

根据按大小分类

根据筋膜枪大小进行分类，可分为大型专业型筋膜枪、中型便捷型筋膜枪、迷你型筋膜枪。

大型专业款筋膜枪

重量在1kg以上，体型较大，通常配备大功率电机，振动频率高、振幅大。

中型便携款筋膜枪

重量介于0.7-1kg之间，在保证一定振动强度和振幅的同时，体型相对适中，便于携带。

迷你款筋膜枪

重量在0.5kg以下，体积小巧，方便放入包中随身携带，振动强度和振幅较小。

根据产品形态分类

根据筋膜枪的质量、打击力、性能等进行分类。

标准级筋膜枪

击打力量大，适合厚肌肉群的专业级运动健身人群，对深层肌肉放松有很好的效果。

迷你级筋膜枪

重量轻，续航长，携带方便，适合各种场景使用，如日常办公、出差旅游、户外运动等，适合普通疲劳按摩和轻运动人群。

行业特征

筋膜枪的行业特征包括消费群体广泛且需求多元化、技术创新驱动产品升级、行业竞争激烈、销售渠道多元化。

1 消费群体广泛且需求多元化

从消费群体来看，涵盖了专业健身人群、健身入门群体、都市办公族、中老年保健群体、运动康复患者等，其核心消费群体以90后和00后为主。同时，随着健康意识的提升，女性消费者的比例也显著上升，她们对筋膜枪在缓解肌肉疲劳、促进体态改善方面的作用较为认可。此外，在人口老龄化趋势下，筋膜枪的应用场景正在向中老年肌肉健康护理领域延伸。从需求多元化角度分析，筋膜枪不再局限于运动恢复领域，还向日常保健、办公放松、中老年理疗等场景渗透。消费者对产品的要求也更加多样化，不仅关注按摩效果，还对便携性、操作便捷性、安全性、设计美学、材质质感等方面有更高需求，促使厂商开发出如迷你筋膜枪、女性专属款、高端智能款等更细分市场的产品。

2 技术创新驱动产品升级

技术创新是筋膜枪产品结构升级和市场拓展的引擎。高端筋膜枪主打恒定扭力、静音降噪、多模式自适应、人体工学造型、多类型按摩头，以及与APP数据联动等功能，满足运动康复、家庭理疗等多元应用需求。市场产品走向分层，大众款以易用高性价比和轻便高频使用为核心，智能旗舰系列侧重于全场景数据互联、AI智能模式、专业理疗和个性健康管理。

3 行业竞争激烈

筋膜枪行业吸引了众多企业布局，中国市场目前仍旧被外企占据，如Hypervolt、Theragun凭借先进的技术和品牌影响力占据一定市场份额。但随着倍益康、菠萝君、云麦、麦瑞克、Keep、飞利浦等企业的布局，形成了国内外品牌并存的局面。由于行业尚处快速发展阶段，市场集中度较低，尚未形成稳定的龙头格局。

4 销售渠道多元化

线上渠道是筋膜枪产品全球流通的主阵地，2024年线上销售占整体市场的72%。跨境出口贸易网、电商独立站、垂直健康器械平台、社交电商等共同为筋膜枪行业打开更高效的国际通路。线下零售渠道以20%的占比继续发挥稳定支撑作用，传统器械专卖、连锁药房、健身房、各类健康中心贡献了重要的市场流量。批发及定制渠道占据剩余8%，为团体定制、礼品采买、医美机构大单提供了专业通路。

发展历程

筋膜枪行业的发展历程可以分为萌芽期、发展期、高速发展期和成熟期等阶段。筋膜枪技术源于上世纪航空领域的震动疗法研究，之后筋膜枪作为专业运动康复工具被逐渐认可，发展初期主要应用于专业运动员、健身教练等小众群体，市场认知度低，参与者以少数进口品牌和本土代工企业为主，产品功能单一、价格高昂。随着健身文化兴起和电商渠道渗透，中国本土品牌开始崛起，产品逐步向轻量化、平民化转型，市场认知度快速提升。目前，筋膜枪市场向中高端化、场景细分发展，行业进入规范化、品质化发展阶段。

萌芽期 · 1960-01-01~2000-01-01

筋膜枪技术根基源于20世纪60年代前苏联航空领域的振动疗法研究，该技术通过高频振动缓解宇航员肌肉萎缩问题。1999年，荷兰奥林匹克队教练胡斯·范德米尔将其改进为运动训练工具，美国Power Plate公司进一步将其推广至健身与康复领域。这一时期的技术主要服务于专业运动员和医疗康复场景，尚未形成消费级产品。

这项技术最初源于航天领域，起初主要用于满足航天器在极端环境下的特殊需求。经过多年的技术积累和突破，相关技术逐渐得到了改进与优化，拓展了应用领域。然而，尽管如此，当前该技术仍然仅限于专业医疗场景的应用，主要用于高端医疗设备和精准治疗中，尚未普及到消费级市场。由于其高成本、复杂性及对特定环境的依赖，该技术距离大众化应用仍有一定距离。

发展期 · 2010-01-01~2017-01-01

2010年美国HYPERICE公司成立，初期以冰敷产品为主，后于2014年组建科学咨询委员会（成员包括NBA理疗师），专注振动技术研发。2016年，HYPERICE推出首款消费级筋膜枪Hypervolt，采用无刷电机技术，噪音低、寿命长，成为行业标杆。2017年NBA总决赛中，骑士队球员凯里·欧文使用筋膜枪快速恢复肌肉状态，引发体育界关注。同年，筋膜枪进入中国市场，最初由专业运动员和健身爱好者引入，属于高端小众产品。这一阶段的产品以固定振幅为主，电机技术从有刷向无刷过渡，但行业尚未形成统一标准，产品性能差异显著。

随着核心技术的不断突破与创新，商业化进程逐步推进，相关技术的应用已开始渗透到多个专业场景中，尤其是在医疗、航空、智能制造等领域，取得了显著成果。与此同时，消费级产品的雏形也逐渐显现，市场对于该技术的需求不断增长，部分企业已开始探索如何将其转化为大众化的消费品。

高速发展期 · 2018-01-01~2020-01-01

2018年，HYPERICE通过明星代言和社交媒体营销（如Instagram健身博主推广），推动筋膜枪从专业工具转向大众消费品。同年，中国永康企业通过拆解进口产品，快速仿制并优化生产线，将价格降至千元以下，引发市场“价格战”。到2020年，永康占据全球50%的筋膜枪产能，成为核心制造基地。无刷电机成为主流，国产厂商在振幅调节（多档可变振幅）、轻量化（重量降至0.5kg以下）等方面实现突破。例如，2019年永康企业天鑫推出首款匹敌进口产品的筋膜枪，迭代周期缩短至半年。2020年中国电商数据显示，筋膜枪销量同比大幅增长，居家健身需求进一步推动市场扩张。但行业仍面临质量参差不齐问题，中国消费者协会明确其不属于医疗器械，监管逐步加强。

随着中国制造业的崛起，越来越多的高技术产业在全球竞争中占据了重要位置，推动了消费市场的爆发式增长。消费者需求的多样化与升级，使得相关企业不得不加速技术迭代，不断提升产品质量与性能，以满足市场的快速变化。这一过程中，行业的创新步伐明显加快，新兴技术的应用不断涌现，极大地提升了整体产业链的竞争力。

成熟期 · 2021-01-01~2025-01-01

中国品牌出海加速，倍益康、麦瑞克、云麦等企业通过跨境电商进入欧美市场。与此同时，HYPERICE、Therabody等国际品牌通过专利诉讼试图遏制中国产品扩张。针对电竞玩家、女性用户等群体推出定制款（如粉扑筋膜枪、磁石筋膜枪），振幅调节精度提升至

8-12mm五档。航空级铝合金应用使整机重量减轻，锂电池续航延长。2024年郑州大学附属医院临床试验显示，筋膜枪对慢性腰痛缓解有效率达68%，推动产品向医疗康复场景渗透。此外，中国于2021年发布筋膜枪团体标准，明确振幅、噪音等核心指标。

由于全球化竞争的加剧，各国企业在技术创新、市场占有率和品牌影响力方面展开了激烈角逐，推动了技术的纵深发展。技术的不断演进不仅体现在产品的升级换代，还在于更深层次的跨领域融合和突破，带来了更高效、更智能的解决方案。行业的规范化也在不断升级，随着技术的复杂性增加，各国逐步出台更为严格的行业标准和监管政策，以确保技术应用的安全性和合规性。

产业链分析

筋膜枪产业链概述

筋膜枪行业的产业链上游环节主要是原材料和零部件供应，包括塑料、外壳、无刷电机、锂电池、按摩头、控制按钮等。其中，无刷电机是核心部件，提供动力驱动按摩头高频振动；锂电池是动力来源，决定了产品的续航能力。中游环节为筋膜枪的生产制造环节。在这个环节，制造商需要关注产品的功能性设计、生产工艺和质量控制等方面。下游主要是筋膜枪的销售，包括线上电商平台、专业运动器材商城、线下健身器材专卖店等多种渠道。这些渠道将筋膜枪产品推向终端消费者，终端消费者包括专业健身人群、健身入门群体、都市办公族、中老年保健群体、运动康复患者等。

筋膜枪行业产业链主要有以下核心研究观点：

关键零部件供应链高度集中，中国主导核心环节。

筋膜枪的核心零部件如电机、电池等，供应链呈现显著的地域集中性，中国已成为全球最大的生产基地，主导上游关键环节。无刷直流电机已成为筋膜枪的主流配置。2024年筋膜枪电机中无刷电机占比突破92%。鸣志电器、江苏雷利等本土厂商凭借模块化设计能力占据超过50%的市场份额，日本电产、德国博泽等国际供应商主要面向高端专业级产品供应定制化电机。2024年国产万转级微型无刷电机量产能力突破600万台/年，预计带动2025-2030年电机采购成本年均下降8%-12%。此外，锂电池供应链呈现高度集中特征，宁德时代、比亚迪等头部企业占据70%以上的高端市场份额。本土锂电材料自给率已达91%，石墨烯导电剂等关键材料的国产替代率2025年预计提升至95%，形成了从矿产资源到电芯制造的完整产业链闭环。总体来看，中国在筋膜枪产业链上游关键零部件的供应上已取得了显著的成就，通过技术创新和产业集群的优势，不仅实现了关键零部件的国产化，还在市场份额和技术水平上占据了主导地位，为筋膜枪行业的发展提供了有力的支撑。

产业链下游消费群体不断扩大，且需求呈现多元化。

筋膜枪的消费群体不断扩大，包括专业健身人群、健身入门群体、都市办公族、中老年保健群体、运动康复患者等。其中，25-40岁的年轻白领是核心消费群体，2024年占比达55%，40岁以上的中老年用户群体占比也提升至25%。同时，消费者对筋膜枪的需求越来越多元化，对产品品质和功能的要求不断提高，高端产品的市场份额持续提升。价格在500元以下的筋膜枪占比约为70%，预计到2030年将下降至50%以下。此外，消费者对产品的噪音水平、续航能力和按摩深度等性能指标也非常关注，2025年相关投诉率分别占30%、25%和20%。

产业链上游环节分析

生产制造端

原材料和零部件供应，包括塑料、外壳、无刷电机、锂电池、按摩头、控制按钮等

上游厂商

东莞东灵机电科技有限公司

永康市法拉迪电机股份有限公司

揭阳市俊特电机有限公司

江苏雷利电机股份有限公司

深圳市凯中精密技术股份有限公司

深圳市硅基动力有限公司

惠州亿纬锂能股份有限公司

深圳市嘉锂智控科技有限公司

上游分析

产业链上游核心零部件技术含量高且决定产品性能。

无刷电机是筋膜枪的核心部件，其性能决定产品的击打力度、运行稳定性和使用寿命。高端机型的电机扭矩可达60N·m以上，振幅突破16mm，可覆盖深层肌群。目前，鸣志电器、江苏雷利等本土厂商凭借模块化设计能力占据了一定市场份额，但瑞士Maxon电机、日本Nidec轴承等关键组件在高端产品中仍有重要地位。此外，锂电池作为动力来源，其能量密度、循环寿命等指标也影响着筋膜枪的使用体验。宁德时代、亿纬锂能等头部企业通过技术迭代，将电芯循环寿命提升至800次以上，支撑产品使用周期延长至3-5年。

上游供应链呈现国产化为主导态势，但仍有小部分关键组件依赖进口。

尽管中国筋膜枪行业上游核心零部件的国产化率在不断提高，从2023年的73%提升至2025年上半年的88%，但在部分关键组件上仍存在一定的进口依赖。在主控芯片领域，2023年意法半导体、德州仪器等国际厂商把控90%以上高端市场。不过，兆易创新、中颖电子等本土企业的市占率合计已达68%，且随着技术的发展，芯片代工环节形成了中芯国际、华虹半导体双核保障，14纳米制程芯片良品率突破92%，2025年有望实现7纳米工艺量产。

原材料和零部件供应影响中游产品成本和价格。

上游原材料和零部件的价格波动会直接影响筋膜枪的生产成本。目前，中国筋膜枪制造环节总成本中，原材料采购占比约58%，其中无刷电机、高密度锂电池组、精密传动机构三大核心组件成本占比合计达42%。随着国产无刷电机渗透率的提升，预计将推动核心组件成本占比下降至38%，从而为产品价格的下降提供空间，使消费者能够以更实惠的价格购买到筋膜枪产品。

中

产业链中游环节分析

品牌端

筋膜枪生产与制造环节

中游厂商

HYPERICE

麦瑞克

云麦

菠萝君

米家

台州市麦洛克科技有限公司

THERABODY HONG KONG LIMITED

东莞市倍益康科技有限公司

永康市久爱久科技有限公司

浙江哈雷动力机械有限公司

四川千里倍益康医疗科技股份有限公司

中游分析

产业链中游生产制造模式呈现双轨并行态势。

中游生产制造环节呈现OEM/ODM模式与自主品牌双轨并行的发展态势。目前，OEM/ODM代工体系仍占据主导地位，约67%的制造产能服务于国际品牌代工，主要聚集在珠三角和长三角地区，东莞、深圳、宁波三地形成年产量超1500万台的产业集群。康佳、奥佳华等头部代工企业通过智能化生产线改造，将单台生产成本压缩至85-120元区间，较2020年下降29%。但代工模式毛利率持续收窄至12%-15%，较自主品牌低8-10个百分点，促使部分优质制造商加速向ODM转型，2024年具备完整研发设计能力的ODM厂商数量增长37%，其产品溢价能力比纯OEM模式提升40%。

中游制造产能规模不断扩大且区域较为集中。

2025年，中国筋膜枪年产能预计突破5,000万台，较2020年的2,000万台增长了150%。从区域分布视角来看，长三角和珠三角地区牢牢占据着筋膜枪制造核心区域的地位，二者合计占全国总产能的75%以上。广东地区凭借自身完善的电子产业链，各类电子元器件供应商

云集，能快速响应生产需求，搭配便捷高效的物流体系，货物可迅速发往国内外各地，这些优势助力其占据了全国产能的45%。而浙江地区注重技术创新，当地企业不断研发新型制造工艺、优化产品设计，同时严格把控成本，通过精细化管理等手段，以技术创新和成本控制优势占据了30%的份额。在产能布局动态变化方面，随着中西部地区基础设施持续完善，交通愈发便利，物流成本降低，且劳动力成本相对具有优势，部分制造企业开始逐步向内陆地区转移，进而形成新的产业集群。整体而言，筋膜枪产业链中游制造环节在产能规模上保持高速增长，区域集中特征明显，且随着产业转移，产能布局正不断优化调整。

下

产业链下游环节分析

渠道端及终端客户

销售环节，包括线上电商平台、专业运动器材商城、线下健身器材专卖店等多种渠道

渠道端

云麦YUNMAI	麦瑞克Merach	RAYNIGEL	欧宝龙Oublang	斯诺德SINUODE	Keep	菠萝君	KUS	汤姆森TOMSON
iMao	云康宝Yolanda	野小兽YESOUL	有品PICOOC	米家	福建野小兽健康科技有限公司	四川千里倍益康医疗科技股份有限公司		

下游分析

线上渠道与跨境电商主导销售格局，中国品牌通过数字化渗透全球市场。

筋膜枪的销售已形成线上为主、线下为辅的渠道结构，跨境电商成为中国品牌出海的核心路径。中国消费者通过京东、天猫等平台购买筋膜枪的比例达57.8%，而跨境电商进一步打开国际市场。例如，菠萝君在速卖通韩国市场的GMV同比增长33倍，支付转化率达15%，其成功得益于威海、烟台等地的前置仓布局，将物流时效从30天缩短至3-5天。TikTok等社交电商也成为新兴渠道，麦瑞克在跨境直播中位列运动品类第一，通过“短视频种草+直播转化”模式触达年轻用户。此外，不同地区的消费偏好差异显著，北美市场以高端产品为主，Theragun、Hyperice等品牌占据2000元以上市场60%份额；东南亚市场则偏好200-500元价位段产品。中国品牌通过高端技术下放满足不同需求。

细分市场需求驱动产品多元化，康复医疗与家庭场景成为增长动力。

筋膜枪的应用场景从专业运动向康复医疗、家庭健康、女性美容等领域延伸，推动产品功能与设计创新。筋膜枪在慢性疼痛缓解、术后康复等场景的有效性得到临床验证。2024年郑州大学附属医院临床试验显示，筋膜枪对慢性腰痛的缓解有效率达68%，推动其在康复机构的采购量显著增长。GXAN13PRO等产品通过AI靶向击打技术，成为运动员和理疗机构的首选，在电商平台销量同比增长4980%。与此同时，家庭场景需求推动筋膜枪从“运动器械”向“健康家电”转型。中国家庭用户购买量占健身用品总销量的19%，小米、Keep等品牌推出轻量化产品，如KeepG2仅450g和热敷功能，满足办公室白领和老年人群的日常放松需求。

行业规模

筋膜枪行业规模的概况

总体来看，中国筋膜枪市场规模呈现稳步增长趋势，尽管2023-2024年受到市场竞争加速和内卷影响，增速放缓，但预计未来随着产品技术更新迭代以及功能丰富、消费群体扩大、需求与销售渠道多元化等多方案影响，市场规模预计稳步增长，2029年市场规模预计达到61.88亿元。

筋膜枪行业市场规模历史变化的原因如下：

受到宏观环境、电商平台、以及健身产业发展等因素，中国筋膜枪市场规模呈现稳步增长态势。

2020年受到宏观环境影响，全民健康意识显著提升，健身热潮持续，无论是职业运动员还是普通健身爱好者，都更加重视运动后的肌肉恢复，筋膜枪作为有效的肌肉放松工具，需求随之增加。同时，电商渠道的发展和直播带货等新型营销方式，扩大了筋膜枪的销售范围和曝光度，降低了销售成本，使得更多消费者能够接触和购买到筋膜枪，促进了市场规模的增长。此外，全民健身战略的深入实施，使得健身房数量和会员规模持续扩大，家庭健身设备普及率也明显提升，健身产业的发展催生了庞大的运动后恢复市场需求，为筋膜枪培育了稳定的用户群体。

同时，由于市场竞争加剧、产品同质化严重、市场需求升级转型等影响，筋膜枪市场增速逐渐放缓。

2023-2024年，更多品牌和企业进入市场，导致市场竞争日益激烈，产品同质化严重，企业为争夺市场份额打价格战，使得产品价格下降，利润空间压缩，从而影响了市场规模的增长速度。经过前期的快速发展，筋膜枪市场的渗透率不断提高，部分消费者已经购买了相关产品，市场需求逐渐趋于饱和，新的消费增长点难以快速形成，导致市场规模增长放缓。此外，消费者对筋膜枪的质量和功能要求越来越高，低质、低价产品难以满足消费者的需求，而企业在产品升级和创新方面需要一定的时间和成本，这在一定程度上影响了市场的供给和需求匹配，导致市场规模增长放缓。

筋膜枪行业市场规模未来变化的原因主要包括：

预计未来随着健康意识提升与健身产业发展，市场规模将稳步增长。

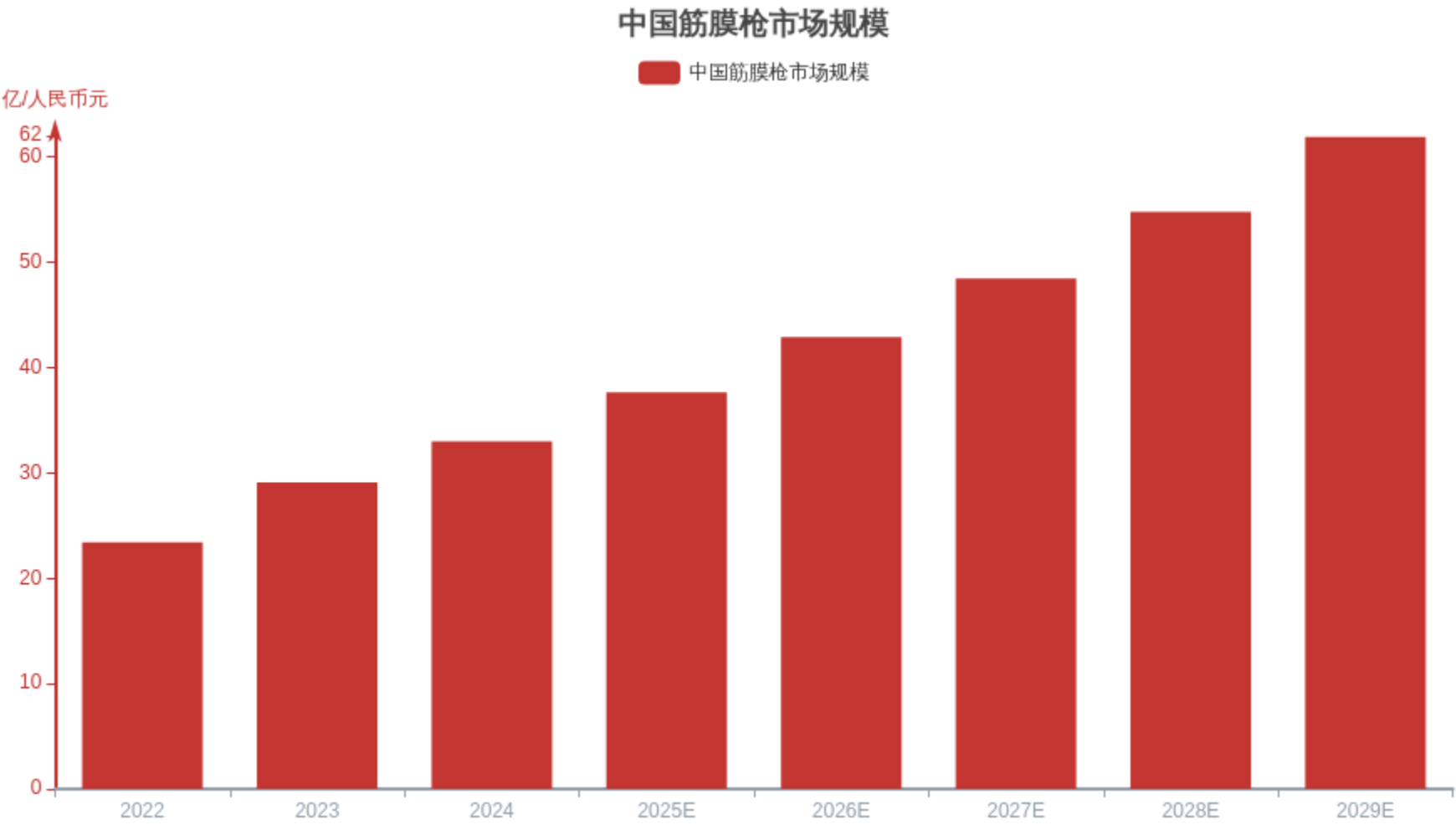
随着居民健康意识的持续提升，健身已经成为越来越多人的生活方式。全民健身战略的深入实施推动健身产业蓬勃发展，《“十四五”时期全民健身设施补短板工程实施方案》的颁布，提出到2025年全国人均体育场地面积达到2.6平方米以上的发展目标，预计健身房数量和会员规模持续扩大，家庭健身设备普及率也明显提升，这都催生了庞大的运动后恢复市场需求，为筋膜枪培育了稳定的用户群体。

此外，受到消费群体扩大、需求与销售渠道多元化等影响，筋膜枪行业需求进一步扩大。

筋膜枪的核心消费群体以90后和00后为主，对新事物接受度高，健身设备依赖性强。同时，在人口老龄化趋势下，筋膜枪的应用场景正在向中老年肌肉健康护理领域延伸，30至45岁的中年群体也将成为新的消费增长点，其消费能力与健康管理需求的双重提升将推动市场进一步扩张。此外，线上线下融合的销售模式将进一步发展，线上渠道的便捷性和线下体验店的直观体验相结合，能够更好地满足消费者的购买需求。预计到2030年线上渠道的市场份额将进一步提升至75%，线下渠道的市场份额将微降至25%，这种多元化的销售渠道将有助于扩大筋膜枪的市场覆盖范围，促进产品销售。

规模预测

筋膜枪行业规模



数据来源: 专家访谈，阿里巴巴官网

政策梳理

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《康复器械技术发展纲要》	国家相关部门		6
政策内容	明确将筋膜枪纳入重点攻关领域，预计三年内形成58个具有国际竞争力的技术专利包。			
政策解读	这一纲要将推动中国筋膜枪行业的技术创新和研发投入，有助于提高我国筋膜枪产品的国际竞争力，促进产业升级。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《电动筋膜枪通用技术要求》	国家市场监管总局	2024-01-01	8
政策内容	对电动筋膜枪的技术要求、试验方法、检验规则等方面做出了规定，推动行业合格率从2021年的 3%提升至2023年的92%。			
政策解读	该标准的实施有助于规范筋膜枪产品的质量，提高行业的整体技术水平，保障消费者的合法权益，促进筋膜枪行业健康有序发展。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《十四五体育发展规划》	国家体育总局	2021-01-01	7
政策内容	明确将健身器材制造业列为重点发展领域，提出到2025年体育产业总规模达到5万亿元的发展目标。			
政策解读	这一规划为筋膜枪行业的发展指明了方向，促使企业加大生产和研发投入，推动行业规模不断扩大，同时也有利于提高行业的知名度和影响力。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《医疗器械监督管理条例》	国务院	2021-01-01	6
政策内容	明确将筋膜枪纳入第二类医疗器械管理范畴，要求企业完成严格的注册审批和临床试验，确保产品的安全性和有效性。			
政策解读	该政策提高了筋膜枪行业的准入门槛，促使企业更加注重产品质量和安全性，推动行业规范化发展，有利于淘汰不符合标准的企业，提高行业整体水平。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《全民健身计划（2021—2025年）》	国务院	2021-01-01	8
政策内容	提出推动体育产业高质量发展，优化产业结构，加快形成以健身休闲和竞赛表演为龙头、高端制造业与现代服务业融合发展的现代体育产业体系。推进体育产业数字化转型，鼓励体育企业“上云用数赋智”，在健身器材研发制造等领域培育一批“专精特新”中小企业。			
政策解读	该计划为筋膜枪行业提供了良好的发展环境和政策支持，鼓励企业加大研发投入，推动筋膜枪产品向智能化、高端化发展，同时也有助于扩大筋膜枪的市场需求。			
政策性质	鼓励性政策			

竞争格局

筋膜枪竞争格局概况

中国筋膜枪市场竞争格局呈现出国内外品牌并存、市场集中度较低的特点，尚未形成稳定的龙头格局。目前，中国筋膜枪市场目前既有Theragun、Raynigel、HYPERICE等国外品牌，也有倍益康、云麦、麦瑞克、菠萝君、SKG、Keep、飞利浦、米家MIJIA等本土知名品牌，还有云康宝、未野等新兴品牌。随着市场竞争的加剧，行业同质化问题严重，预计未来将加速洗牌，具备核心技术、供应链优势及品牌影响力的企业将占据主导地位。

在当前中国筋膜枪市场，**呈现出中高端与平价品牌分庭抗礼的梯队划分，中高端品牌如Theragun、HYPERICE、倍益康、云麦、麦瑞克等，产品价格普遍在500-4,000元区间，该市场占据主要销售额份额，但在销量仅占据约15%-20%的市场。**以Theragun为例，作为国际知名品牌，它凭借先进技术和高端品质，在专业领域备受推崇，旗下产品设计精密，动力强劲且稳定，能实现精准、深层次的肌肉按摩，满足专业运动员及对按摩品质有高要求人群的需求，但价格相对高昂。**与之相对，小米、飞利浦、SKG、Keep等平价筋膜枪品牌，则主要聚焦于500元以下产品市场，该市场占据主要销量份额。**小米筋膜枪凭借品牌影响力与性价比优势深受消费者青睐，如米家筋膜枪3迷你版，仅重357g，轻巧便携，具备定频运动模式，2500转/分钟稳定输出，还设有三色力反馈灯环监测按压力度，40dB图书馆级低噪，内置1900mAh电池可支持30天日常续航，Type-C接口方便应急供电，整体功能实用且价格亲民。

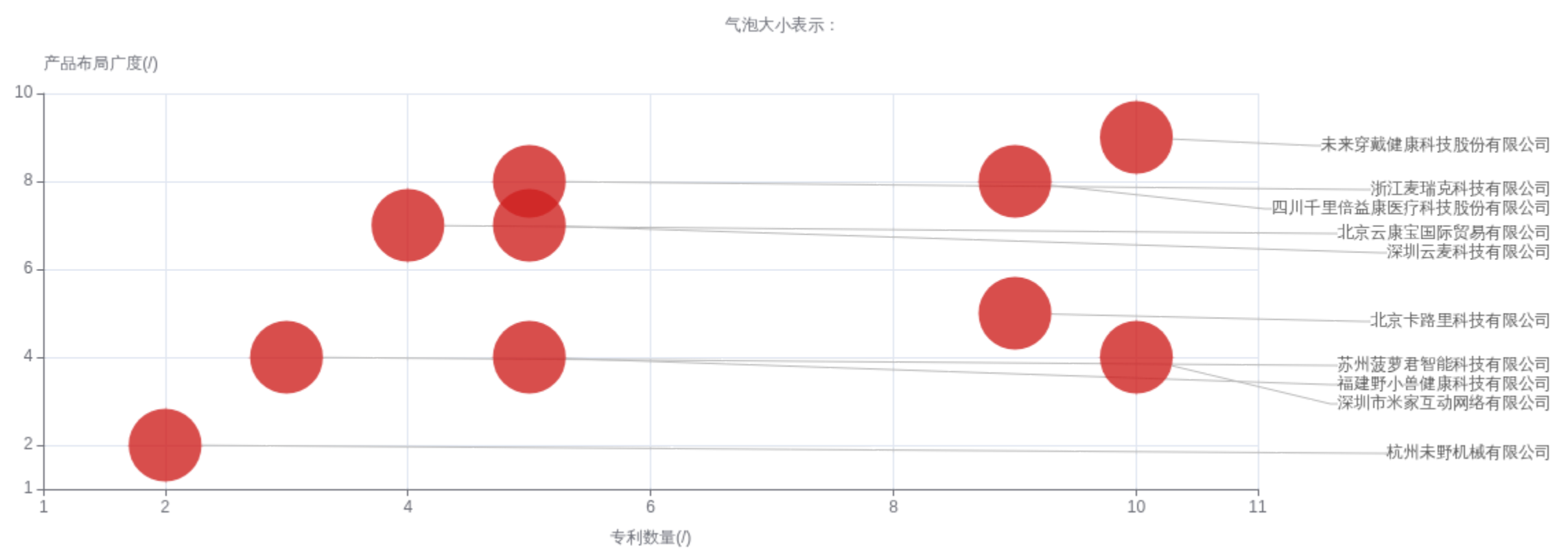
筋膜枪行业竞争格局的历史原因

受到市场需求扩大与政策法规推动，2020-2024年筋膜枪市场参与者大幅增加，品牌格局多元化。2020-2021年，受到宏观环境影响，全民健康意识提升，居家健身热潮兴起，带动筋膜枪市场加速增长，吸引了众多企业布局，竞争主体增多。此外，《医疗器械监督管理条例》等政策法规的出台，提高了行业准入门槛，加强了市场监管，淘汰了大量低质产能，推动了行业的规范化发展。同时，《全民健身计划（2021-2025年）》等政策鼓励健身器材研发，引导企业加大技术投入，推动产品向智能化、高端化发展。此前，中国市场主要被Theragun、Raynigel、HYPERICE等外企占据，2020-2024年，倍益康、云麦、麦瑞克、菠萝君、SKG、Keep、飞利浦、米家MIJIA等本土品牌崛起，形成了国内外品牌并存的局面。

筋膜枪行业竞争格局未来变化原因

预计未来，随着市场需求的多样化、技术进步推动以及产品细分程度不断加深等因素影响，行业将加速洗牌，竞争加剧，头部品牌引领市场。

筋膜枪市场品牌众多且同质化严重，未来具备核心技术、供应链优势及品牌影响力的企业将占据主导地位，中小厂商可能面临淘汰或转型。行业将形成头部品牌引领的稳定格局。技术升级将成为核心竞争力，无刷电机、智能控制系统及传感器技术的融合将更加深入。高端产品将注重精准击打力度调节、肌肉状态实时反馈及个性化方案定制，医疗级筋膜枪也可能出现。同时，轻量化设计、低噪音技术和长续航能力等也将持续优化。此外，人们健康意识的不断提高，对筋膜枪的需求也越来越多样化。不同消费群体，如专业健身人群、办公室白领、中老年群体等，对产品的功能、性能、外观等方面的需求各不相同，这将促使企业进行市场细分，开发出更符合不同群体需求的产品。市场竞争的加剧将促使企业不断创新，提升产品质量和性能，加强品牌建设和市场营销，以提高自身的竞争力。



上市公司速览

四川千里倍益康医疗科技股份有限公司（ 870199 ）				小米集团（ 01810 ）			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)	总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	-	-	-	3.8千亿 >	1.3千亿 >	80.8	-

Keep Inc.（ 03650 ）			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
152.0亿 >	21.4亿 >	-3.3	-

企业分析

1 四川千里倍益康医疗科技股份有限公司【870199】

▪ 公司信息			
企业状态	存续	注册资本	6810.98万人民币
企业总部	成都市	行业	批发业
法人	张文	统一社会信用代码	91510108629517429X
企业类型	股份有限公司(上市、自然人投资或控股)	成立时间	1141315200000
品牌名称	四川千里倍益康医疗科技股份有限公司	经营范围	一般项目：软件开发；第一类医疗器械生产；第一类医疗器械销售；第二类医疗器械销售；机械电气设备制造；电池制造；电子元器件制造；电子产品销售；仪器仪表销售；体育消费用智能设备制造；体育用品及器材制造；体育用品及器材零售；体育用品及器材批发；智能家庭消费设备制造；智能家庭消费设备销售；家用电器研发；家用电器制造；家用电器销售；工艺美术品及礼仪用品销售（象牙及其制品除外）；工艺美术品及礼仪用品制造（象牙及其制品除外）；货物进出口；互联网销售（除销售需要许可的商品）；技术服务、技术开发、技术咨询、技术交流、技术转让、技术推广；中医养生保健服务（非医疗）；养生保健服务（非医疗）；护理机构服务（不含医疗服务）；体育健康服务；健身休闲活动；信息系统集成服务；健康咨询服务（不含诊疗服务）；人工智能行业应用系统集成服务；远程健康管理服务；工程和技术研究和试验发展（除依法须经批准的项目外，凭营业执照依法自主开展经营活动）。许可项目：第二类医疗器械生产；第三类医疗器械生产；第三类医疗器械经营；医疗器械互联网信息服务（依法须经批准的项目，经相关部门批准后方可开展经营活动，具体经营项目以相关部门批准文件或许可证件为准）。

■ 财务数据分析											
财务指标	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025(Q1)	2025(Q2)
销售现金流/营业收入	1.2	1.19	1.19	1.16	1.18	1.04	1.08	1.11	1.07	1.08	1.09
扣非净利润同比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
资产负债率(%)	15.4942	17.6687	19.0617	31.2761	40.7528	39.5442	15.3429	21.7872	24.3848	22.412	25.8303
营业总收入同比增长(%)	48.9698	20.8539	20.7012	60.2084	202.1672	157.8106	18.8428	-14.6202	-12.7778	1.5371	-2.242
归属净利润同比增长(%)	196.157	86.6315	9.0722	129.759	546.9531	233.245	-12.2697	-37.3279	-36.6983	-138.739	-174.5901
摊薄净资产收益率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
实际税率(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
应收账款周转天数(天)	12.836	12.4696	/	5.6149	8.3032	12.1686	22.6816	38.6649	48.8871	69.9011	62.8348
预收款/营业收入	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
流动比率	3.0915	3.3438	3.5053	2.339	2.0735	2.2497	5.9893	3.8734	2.9922	3.0002	2.2879
每股经营现金流(元)	-0.4934	0.1753	0.0519	0.3	1.35	1.54	0.8168	0.8307	0.4402	-0.3026	-0.0797
毛利率(%)	59.4215	57.6077	56.0397	41.7587	37.3258	41.8222	38.7928	36.7329	37.9868	34.4404	34.8135
流动负债/总负债(%)	100	92.9607	97.8369	99.217	100	93.4386	98.304	84.2284	74.5576	72.9232	78.408
速动比率	0.9545	1.1988	1.0296	1.3503	1.1598	1.4335	5.1144	3.3431	2.3476	2.2717	1.7072
摊薄总资产收益率(%)	7.7186	11.0745	10.3646	13.6764	44.2899	54.5609	16.9209	6.9093	4.0679	-0.2393	-0.9392
营业总收入滚动环比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
扣非净利润滚动环比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
加权净资产收益率(%)	9.39	13.26	12.7	18.79	71.44	93.99	37.41	8.49	/	/	/
基本每股收益(元)	0.1	0.16	0.17	0.29	1.19	2.19	1.8285	0.6444	0.4079	-0.0239	-0.0955
净利率(%)	7.1688	11.1217	10.0304	8.7638	18.7637	24.2538	17.9043	13.1532	9.4277	-3.1976	-5.6713
总资产周转率(次)	1.0767	0.9958	1.0333	1.5606	2.3604	2.2496	0.9451	0.5253	0.4315	0.0748	0.1656
归属净利润滚动环比增长(%)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股净资产(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
每股公积金(元)	0.0718	0.0718	0.0718	0.0718	0.0449	0.4247	6.8502	4.9086	4.9229	4.9229	4.9229
扣非净利润(元)	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
存货周转天数(天)	200.4454	238.1898	274.7672	135.4133	85.9825	88.0648	109.6458	123.4737	144.6132	216.6586	195.7586
营业总收入(元)	15052966.65	18192092.13	21958080.41	42240680.46	127637487.63	329063034.64	391067881.41	333892962.54	291228708.87	50936993.54	114737596.69
每股未分配利润(元)	0.0425	0.1847	0.34	0.5605	1.0532	1.7663	2.4249	1.3113	1.3745	1.3506	1.279
稀释每股收益(元)	0.1	0.16	0.17	0.29	1.19	2.19	1.8285	0.6444	0.4079	-0.0239	-0.0955
归属净利润(元)	1081961.31	2019280.63	2202474.24	3701883.99	23949452.73	79810344.85	70017821.64	43886869.03	27781140.47	-1628764.91	-6507067.37
扣非每股收益(元)	0.0709	0.0536	0.1443	/	/	/	/	/	/	/	/
毛利润（元）	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
经营现金流/营业收入	-0.4934	0.1753	0.0519	0.3	1.35	1.54	0.8168	0.8307	0.4402	-0.3026	-0.0797

公司竞争优势

▪ 竞争优势

倍益康在筋膜枪领域具有多方面优势。作为全球专业康复理疗品牌，拥有自研的VariableDepth可变按摩深度科技，灵感源自航天探测技术，可精准调控按摩深度，如XMax支持4-10mm可变按摩深度，M2ProMax支持8-12mm，能满足不同肌群和家庭成员的需求。其电机技术先进，采用轻音型有感无刷电机，保证推力稳定输出的同时降低噪音和震动，如XMax最大推力达13kg，M2ProMax采用SurgeForce3.0赛级动力引擎系统，推力最高16kg。产品还提供多种定制化按摩头，如钛合金按摩头、加热按摩头、云感亲肤按摩头等，满足不同用户的个性化需求。

企业官网

附录

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

成为头豹会员—享专属权益

- 成为头豹会员，尊享头豹海量数据库内容及定制化研究咨询服务
- 头豹已累积上万本行业报告、词条报告，拥有20万+注册用户，沉淀100万+原创数据元素
- 头豹优势：行业覆盖全、数据量庞大、研究内容应用场景广泛，并有专业分析师团队为您提供定制化服务，助力企业展业

报告次卡

任意10本报告
阅读权益（一年有效）

¥598 /年

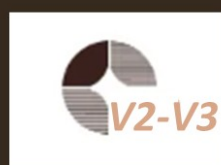
企业标准版



适用于研究频次高的用户或企业
无限量阅读全站报告
升级报告下载量
专享企业服务
定制词条报告

¥50,000 /年

企业专业版/旗舰版



满足定制研究需求的企业用户
定制深度研究报告
按需下载报告
分析师一对一沟通
专享所有核心功能

¥150,000+ /年

购买与咨询

咨询邮箱：

nancy.wang@frostchina.com

客服电话：

400-072-5588



头豹
LeadLeo

www.leadleo.com
400-072-5588