

市场洞察：全民健身计划开启，中国筋膜枪品牌的增长密码在哪？

China Fascia Gun Industry
中国の銃産業

报告标签：筋膜枪、产业集群、健身、康复

Q1：政府通过政策法规实现市场规范化并推动技术升级，对于筋膜枪企业采取哪些政策支持了行业向智能化、高端化发展？

- 筋膜枪行业通过《医疗器械监督管理条例》等政策法规实现市场规范化，要求企业严格注册审批与临床试验，同时通过《产品质量法》和《消费者权益保护法》强化监管，推动低质产能淘汰。

政策规范市场秩序，提升行业准入门槛与产品质量。中国筋膜枪行业近年来通过多项政策法规实现了市场规范化。根据《医疗器械监督管理条例》，筋膜枪被明确归类为第二类医疗器械，要求企业完成严格的注册审批和临床试验，确保产品安全性和有效性。这一政策直接提高了市场准入门槛。截至2024年底，已有超过150家品牌完成注册，而未合规企业面临退出风险。同时，《产品质量法》和《消费者权益保护法》强化了市场监管，要求企业建立质量管理体系，定期接受抽查，不合格产品需召回或下架。例如，国家标准GB/T30115-2013《筋膜枪》对振动频率、振幅、材料阻燃性等核心参数提出明确要求，推动低质产能淘汰30%以上。

- 政府通过税收减免、研发补贴等政策支持筋膜枪企业技术升级，推动产品向智能化、高端化发展。

政府通过税收减免、研发补贴等政策支持企业技术升级。例如，《全民健身计划（2021-2025年）》鼓励健身器材研发，推动筋膜枪向智能化、高端化发展。政策引导下，企业加大智能技术投入，如搭载AI肌肉识别、压力传感功能的高端产品。部分头部品牌通过智能算法实现“痛点识别-力度调节”闭环服务，提升产品复购率。环保政策要求采用可降解包装材料，倒逼企业优化供应链，生物基材料应用比例提升至30%。技术标准升级也推动产业链整合，2024-2025年发生9起跨界并购案例，家电企业通过收购切入市场，电机控制系统专利成为核心资产，头部企业平均持有23.6项相关专利。例如，永磁同步电机（PMSM）的普及率从2024年的65%提升至2025年的78%，碳纤维材料应用比例从10%增至30%，显著降低产品重量并提升耐用性。

图表1：中国筋膜枪行业相关政策

发布时间	政策名称	发布单位	政策内容
2013年	GB/T30115-2013《筋膜枪》国家标准	国家标准化管理委员会	明确筋膜枪的安全性能、性能指标（如振动频率、振幅）、外观尺寸等要求，强制企业按标准生产检测2。
2021年	《医疗器械监督管理条例》	国家药品监督管理局	将筋膜枪归类为第二类医疗器械，要求企业完成注册审批和临床试验，确保产品安全性和有效性56。
2021年	《全民健身计划（2021-2025年）》	国务院	鼓励健身器材产业发展，支持筋膜枪等产品研发，推动健康消费增长5。
2022年	《筋膜枪》团体标准立项通知	中国文教体育用品协会	启动筋膜枪团体标准制定工作，规范产品设计、生产及检测流程，填补行业标准空白7。

来源：头豹研究院、中国家电展

Q2：中国筋膜枪品牌在面对国际品牌所构建的高端市场壁垒时，如何进行差异化竞争来主导国际市场？

图表2：中国及国际筋膜枪品牌对比

对比维度	国际品牌（如Hypervolt、Theragun）	中国品牌（倍益康、小米、云麦、麦瑞克）
电机性能	采用无刷电机，效率比传统电机高30%，噪音<45分贝（如Hypervolt Plus支持五档调速）。	部分国产电机性能接近国际水平，但高端产品仍依赖进口芯片（如30%高端电机需进口）。
	电机转速达4800转/分，推力高达30kg。	
材料工艺	使用碳纤维、钛合金等轻量化材料，整机重量较中国产品轻20%-30%。	以ABS塑料为主，部分高端产品采用轻量化复合材料（如云麦PD采用Y型结构设计，重量0.94kg）。
	航空级铝合金枪体，耐用性提升50%。	
智能化功能	聚焦基础性能优化（如Theragun的振幅调节专利）。	SKG推出蓝牙连接+健康监测手表联动功能；
		倍轻松通过APP记录使用数据并提供康复建议；
外观设计	风格偏向专业硬朗（如Theragun Pro的多握柄设计）。	云麦PD支持AI算法自动调节击打频率。
		云麦推出“口红筋膜枪”、Keep联名款RGB灯效产品，迎合Z世代颜值经济需求。

■ 国际品牌凭借在核心性能上的技术积累，持续巩固高端市场壁垒，中国品牌选择差异化竞争路径。

国际品牌凭借核心性能技术优势，稳居高端市场高位。中国品牌在智能化功能创新上，贴合大众需求求突破。在外观设计方面，中国品牌通过推出轻便、高颜值产品，精准迎合Z世代对颜值与便携性的追求。尽管部分产品在核心参数上已接近国际水准，但在噪音控制等细节上仍存在差距。

■ 中国品牌依托本土供应链优势构建高效销售网络，国际品牌则更注重线下场景的品牌价值塑造。

中国品牌依托本土供应链优势构建高效销售网络。浙江永康产业集群聚集了全国50%以上的筋膜枪产能，从电机、电池到模具的完整产业链使生产成本降低10%-15%，为价格竞争提供支撑。在此基础上，小米、华为等品牌通过天猫、京东旗舰店实现规模化销售，同时借力直播电商快速触达消费者。反观国际品牌，则更注重线下场景的品牌价值塑造，通过体育营销强化“专业康复器械”形象。两类品牌渠道策略的差异本质在于，中国聚焦大众市场的效率覆盖，国际专注高端用户的体验深化。

浙江永康产业集群聚集了全国50%以上的筋膜枪产能，从电机、电池到模具的完整产业链使生产成本降低

10%~15%

■ 中国头部品牌正通过“高端化+国际化”双轮驱动重塑行业格局。

技术创新层面，部分品牌推出定价较高的专业级筋膜枪，采用先进技术实现肌肉状态监测功能；品牌营销上，部分品牌凭借赞助国际体育赛事提升国际知名度，在海外市场实现销量增长，同时积极布局欧美市场版图。

来源：头豹研究院、中国家电网

Q3：中国头部筋膜枪品牌聚焦中高端市场，中小品牌如何利用自身优势在竞争中在低端市场发展，并跻身中高端市场？

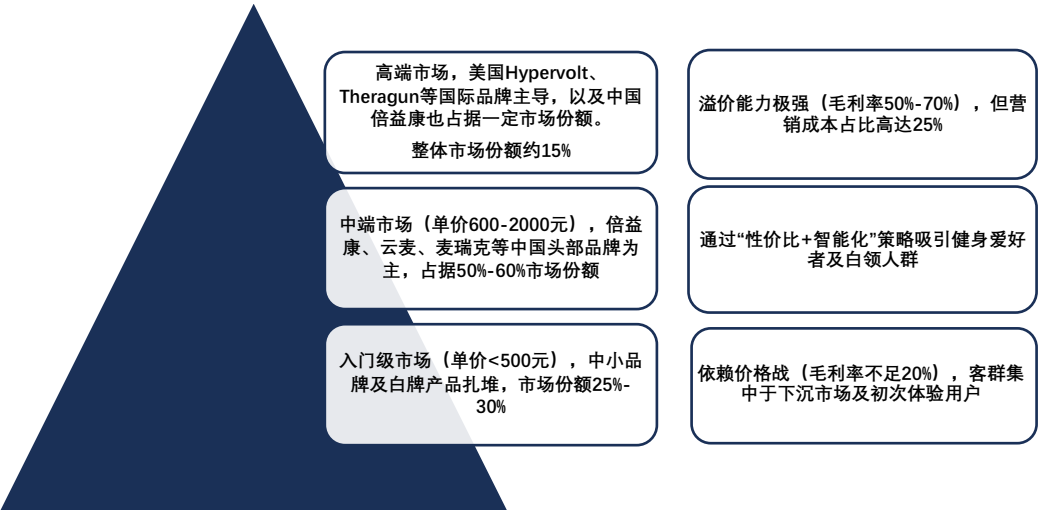
- 中国头部筋膜枪品牌聚焦中高端市场，以性价比与智能化结合为核心策略，小米凭借供应链整合推高性价比千元以下产品，云麦、麦瑞克注重智能化并赞助奥运会、构建智能生态，各品牌依托浙江永康产业集群实现降本增效，在竞争中占据有利地位。

中国头部品牌聚焦于中高端市场领域，普遍采取将性价比与智能化深度结合的核心策略。品牌凭借自身在供应链整合方面的显著优势，成功推出价格处于千元以下区间的产品，以极具竞争力的性价比吸引众多消费者前来选购。或者通过着重在产品智能化上发力，巧妙运用AI算法，实现按摩力度依据不同情况自动调节的功能，并且具备与APP进行互联的特性。在供应链的布局构建上，这些品牌多依托于像浙江永康这样的产业集群地，巧妙地实现了从电机、电池关键零部件生产到模具制作等环节的完整产业链覆盖，正是得益于这样完善的产业集群优势，使得生产成本得以有效降低，降幅在10%-15%左右，在当下竞争异常激烈的中高端市场中成功占据了一席之地，赢得了有利的竞争态势。

- 第三梯队涵盖各个中小品牌及白牌厂商的筋膜枪，主要面向低端市场，市场竞争激烈，产品同质化现象严重。由于缺乏统一的行业标准，市场上充斥着大量劣质产品，部分厂商因产品 CE 认证不达标而面临出口限制，合规风险极高。

第三梯队厂商数量众多，包括各个中小品牌及白牌厂商的筋膜枪主要面向低端市场。2024年白牌厂商数量突破1,000家，市场竞争激烈，产品同质化现象严重，功能基本趋同，价格战愈演愈烈，部分产品价格甚至降至8美元。由于缺乏统一的行业标准，市场上充斥着大量劣质产品，部分厂商因产品CE认证不达标而面临出口限制，合规风险极高。这些厂商在技术研发和品牌建设方面投入不足，难以提供高品质、差异化的产品，主要依靠低成本优势在低端市场拼价格，但随着消费者对产品质量和性能要求的提高，其市场生存空间正受到进一步挤压。

图表4：中国筋膜枪行业梯队介绍



来源：头豹研究院、中国国家电研

Q4：中国筋膜枪市场具有核心消费群体分层特征显著，头部品牌采取了什么样的策略来发展自身？

- 中国筋膜枪市场核心消费群体分层特征显著，健身爱好者、办公室白领、中老年群体分别占比 35%、45%、15%，各群体因需求不同呈现出独特的产品偏好与消费习惯。

中国筋膜枪市场核心消费群体分层特征显著。健身爱好者占比35%，以专业运动需求为导向，偏好大推力、多档位调节的高性能产品，客单价高，品牌忠诚度极高。办公室白领占比45%，需求集中于缓解疲劳，更青睐轻量化、便携式设计，易受社交媒体影响。中老年群体占比15%，关注养生保健功能，对操作简易性和安全性要求高，偏好线下体验购买。

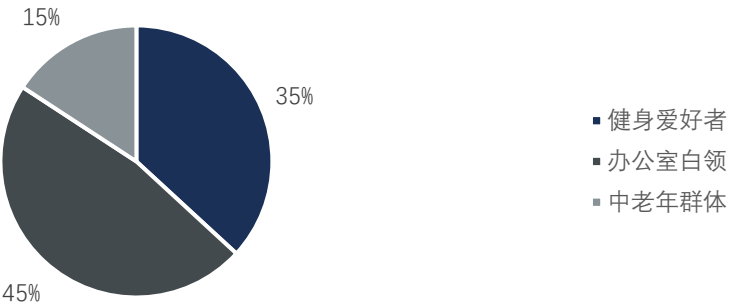
- 头部品牌采取“场景化 + 模块化”产品策略，从基础款、智能款到联名款，多维度布局产品线，同时运用差异化营销手段精准触达各细分客群，借助赛事赞助、社交媒体挑战赛、适老化设计及线下推广等多渠道，强化品牌形象，提升品牌知名度 and 产品销量。

头部品牌采取“场景化 + 模块化”产品策略。基础款标配按摩头，覆盖全身放松场景，锚定中端市场。智能款搭载传感器与APP互联，溢价提升，满足精准康复需求。联名款与健身IP、潮流品牌合作，制造话题，引发社交传播热潮。品牌还通过差异化营销强化用户粘性。未来筋膜枪将与健康管理生态融合，实现从工具向综合健康解决方案的转型。品牌通过差异化的营销手段精准触达各细分客群。针对健身爱好者，赞助马拉松赛事并提供专业运动康复方案，强化品牌在专业领域的形象；针对白领群体，在抖音发起“办公室放松挑战赛”，吸引大量用户参与和UGC内容创作，借助社交平台的传播效应提升品牌知名度和产品销量；针对中老年用户，推出“语音指导 + 大屏显示”的适老化设计产品，同时利用药店、社区健康讲座等线下渠道进行推广，增强该群体对产品的信任度和接受度。

- 随着消费升级和健康意识普及，筋膜枪市场竞争聚焦于产品创新性与品牌专业性，未来有望与更多智能穿戴设备互联互通，构建健康管理生态，实现从按摩工具向综合健康解决方案的转型升级，满足消费者多元化健康生活需求。

随着消费升级和健康意识的普及，筋膜枪市场的竞争将更加聚焦于产品的创新性和品牌的专业性。未来，筋膜枪有望与更多的智能穿戴设备实现互联互通，构成更完善的健康管理生态。例如，与运动手环、智能体脂秤等设备联动，根据用户的运动数据、身体指标等综合信息，为用户提供更个性化、科学化的按摩方案 and 健康管理建议，从而实现从单一的按摩工具向综合健康解决方案的转型升级，满足消费者对于健康生活的多元化需求。

图表3：中国筋膜枪市场核心客户画像



来源：头豹研究院、中国家电展

Q5：中国消费市场的不断升级以及人们对健康和运动的日益重视，筋膜枪市场需求增多，中国筋膜枪行业面临哪些痛点与挑战？

图表5：中国筋膜枪市场发展痛点问题

痛点与挑战	具体描述
标准化缺失与质量隐患	无统一国标，产品质量参差不齐，低端产品虚标参数、设计粗糙，存在多种安全隐患，曾有产品被欧盟召回
同质化竞争与价格内卷	80%产能集中于中低端，白牌厂商多，价格战激烈，压缩利润，影响研发投入，形成恶性循环
供应链成本高	核心零部件依赖进口，成本占比大，受多种因素影响成本上升，制约高端化进程
用户教育不足	消费者错误使用多，退货率高，部分品牌使用指导缺失、虚假宣传，易引发严重后果

■ 中国筋膜枪行业面临诸多痛点与挑战，包括，标准化缺失、同质化竞争与价格内卷严重、供应链成本高、用户教育不足。

中国筋膜枪行业中存在诸多痛点与挑战，针对这些问题，行业正在积极探索改变。针对标准化缺失导致质量隐患丛生的情况已经出台了相关的国家标准，包括对产品参数、设计、电源适配等各方面的详细规范，以此来约束产品质量，减少低端产品虚标参数、设计粗糙以及安全隐患等问题。面对同质化竞争与价格内卷的困境，企业可以将精力投入到研发中，提升产品品质，打造差异化产品，以此摆脱过度依赖价格战的局面，从而逐步打破80%产能集中于中低端市场的现状，减少白牌厂商的无序竞争，拓宽利润空间，走出恶性循环。在供应链成本高企方面，企业可以努力推动核心零部件的国产替代进程，降低对进口的依赖，同时通过优化供应链管理，应对能源价格波动、芯片短缺以及汇率波动等因素带来的成本上升压力，为高端化进程铺平道路。

Q6：中国筋膜枪市场的不断发展和竞争加剧，未来中国筋膜枪行业将如何进行品牌发展与市场格局竞争？

■ 筋膜枪行业在智能芯片与AI算法推动下向智能化、个性化转型，集成压力传感器等技术实现闭环服务，线上线下渠道融合形成闭环生态，提升品牌粘性 with 复购率。

随着智能芯片与AI算法的深度渗透，筋膜枪行业正加速向智能化、个性化方向转型。通过集成压力传感器、肌电信号分析等技术，可以实现“痛点识别-力度调节-恢复建议”的闭环服务。搭载AI健康算法的产品，可根据用户肌肉状态自动生成个性化按摩方案。与此同时，线上线下渠道融合进一步深化，线下体验店通过“试用+康复指导”提升转化率，而线上会员系统则通过大数据分析用户行为，精准推送定制化服务，形成“线下体验-线上复购-社群运营”的闭环生态。这种联动模式不仅优化了用户体验，还显著提升了品牌粘性 with 复购率。

■ 行业规范化进程提速，未来标准将规范产品质量等，淘汰低质产能，推动市场份额集中，目前对噪音等有要求，未来可能纳入医疗级认证。

行业规范化进程的提速将成为市场洗牌的关键驱动力。未来行业标准将把重点放在规范产品质量、安全性能及售后服务上，淘汰30%以上低质产能，推动市场份额向技术领先的头部企业集中。例如，现有标准已对噪音控制、材料阻燃性等提出明确要求，未来可能进一步纳入医疗级认证，倒逼企业加大研发投入。另一方面，东南亚市场正成为本土品牌出海的新增长极，2024年出口占比已达12%。凭借性价比优势与本地化策略（如海外仓前置、适配热带气候的散热设计），中国品牌“菠萝君”在印尼市场份额突破25%，而欧美市场则通过智能化高端产品抢占专业运动人群。

来源：头豹研究院、中国家电网

方法论

- ◆ 头豹研究院布局中国市场，深入研究19大行业，持续跟踪532个垂直行业的市场变化，已沉淀超过100万行业研究价值数据元素，完成超过1万个独立的研究咨询项目。
- ◆ 研究院依托中国活跃的经济环境，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ◆ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ◆ 研究院密切关注行业发展最新动向，报告内容及数据会随着行业发展、技术革新、竞争格局变化、政策法规颁布、市场调研深入，保持不断更新与优化。
- ◆ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。

法律声明

- ◆ 本报告著作权归头豹所有，未经书面许可，任何机构或个人不得以任何形式翻版、复刻、发表或引用。若征得头豹同意进行引用、刊发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“头豹研究院”，且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节或修改。
- ◆ 本报告分析师具有专业研究能力，保证报告数据均来自合法合规渠道，观点产出及数据分析基于分析师对行业的客观理解，本报告不受任何第三方授意或影响。
- ◆ 本报告所涉及的观点或信息仅供参考，不构成任何投资建议。本报告仅在相关法律许可的情况下发放，并仅为提供信息而发放，概不构成任何广告。在法律许可的情况下，头豹可能会为报告中提及的企业提供或争取提供投融资或咨询等相关服务。本报告所指的公司或投资标的的价值、价格及投资收入可升可跌。
- ◆ 本报告的部分信息来源于公开资料，头豹对该等信息的准确性、完整性或可靠性不做任何保证。本文所载的资料、意见及推测仅反映头豹于发布本报告当日的判断，过往报告中的描述不应作为日后的表现依据。在不同时期，头豹可发出与本文所载资料、意见及推测不一致的报告和文章。头豹不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，头豹对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，读者应当自行关注相应的更新或修改。任何机构或个人应对其利用本报告的数据、分析、研究、部分或者全部内容所进行的一切活动负责并承担该等活动所导致的任何损失或伤害。

头豹业务合作

数据库/会员账号

可阅读全部原创报告和
百万数据，提供数据库
API接口服务

定制报告

行企研究多模态索引
引擎及数据库，募投可研、
尽调、IRPR等研究咨询

定制白皮书

对产业及细分行业进行
现状梳理和趋势洞察，
输出全局观深度研究报
告

招股书引用

研究覆盖国民经济19+
核心产业，内容可授权
引用至上市文件、年报

市场地位确认

对客户竞争优势进行评
估和调研确认，助力企
业品牌影响力传播

行研训练营

依托完善行业研究体系，
帮助学生掌握行业研究
能力，丰富简历履历

报告作者



陈夏琳
首席分析师
sharlin.chen@leadleo.com



文上
行业分析师
oria.wen@leadleo.com

业务咨询

- 客服电话：400-072-5588
- 官方网站：www.leadleo.com



商务咨询与深度合作

深圳办公室

广东省深圳市南山区粤海街
道华润置地大厦E座4105室

邮编：518057

上海办公室

上海市静安区南京西1717号
会德丰国际广场 2701室

邮编：200040

南京办公室

江苏省南京市栖霞区经济
开发区兴智科技园B栋401

邮编：210046



FROST & SULLIVAN

沙利文

诚邀

2025沙利文新投资大会

第十九届沙利文全球增长、科创与领导力峰会
暨第四届新投资大会

THE 19TH FROST & SULLIVAN GROWTH, INNOVATION AND
LEADERSHIP SUMMIT AND THE 4TH NEW INVESTMENT EVENT

2025年8月27日-28日 中国·上海
August 27th-28th, 2025, Shanghai · China

2025年9月2日 中国·成都
September 2nd, 2025, Chengdu · China

开幕倒计时

期待与您再度携手
共赴增长之旅、共创美好明天

大会咨询热线：021-3209-6800 转 8672

大会咨询邮箱：gil@frostchina.com