

借微信深耕国内市场 体验式消费与信任型传播相结合 扭腰机7年后再起一波行情

扭腰机并不是新产品,然而今年5月却突然掀起了一波扭腰机销售热潮,仅仅3个多月时间,很多介入较早的生产厂家、商家都赚了个盆满钵满。然而,随着骤然出现的热潮逐渐冷却,一些疯狂涌进生产端的人开始退却,市场恢复到理性发展的轨道中。

健康产业是朝阳产业,势必会吸引越来越多的企业竞相进入市场,扭腰机也依然有很大的市

场潜力有待深挖。而就中小企业做大做强来说,需要的是保持对实业的热忱,那么,“热炒”之后,

扭腰机行业无疑将迎来更大的发展空间,企业又该如何去把握机遇,迎来新增长?

思考一 恶性竞争之后 企业要继续以品质品牌取胜

“从扭腰机发展历程,我们似乎又看到了一个历史重复。”黄鹏说,如今我市沉淀下来的每一个行业,不管门槛高低,发展初期都经历了一段特殊的发展历程,产业迅速扩张,从业人员迅速增加,扭腰机也是如此。

根据章小雯提供的数据,早期扭腰机整套模具的制作成本为六七万元,而现在大多数配件市场上都有供应的情况下,主要部件的模具只要1万多元,相比而言,这是一个进入门槛很低的行业。生产

厂家从原先的五六家迅速增加到40多家,很快就形成恶性竞争的局面。淘宝上的价格数据显示,5月初,扭腰机的价格最贵可以卖到150多元,但是目前扭腰机的价格保持在60元上下浮动。

经历了前期无序竞争,现在扭腰机市场开始慢慢进入良性发展阶段,在章小雯看来,整个市场的客户渠道和价格趋于稳定,一定周期内的销量已经不会出现大幅度波动。部分以质量换取价格空间的生产企业将被快速淘汰,碎片化

的生产模式将逐渐整合。“企业要保持良性发展,必须保持产品质量的核心竞争力。”黄鹏说。

章小雯也赞成黄鹏的观点。在产销扭腰机前,章小雯就有了品牌意识,给其冠上非常洋气的牌子——“雷沃夏克”,并坚持在质量上下功夫,用品质征服客户。正因为如此,现在飞奔五金的扭腰机产品的销量在市场中一直非常稳。

无疑,不管市场怎么炒作,品质和品牌都是企业站稳脚跟的中流砥柱。

现象 高峰时日销600台

“5月份开始,扭腰机被市场捧到了风口浪尖,两个星期之后,销量迅速上升,当时产品供不应求。”永康飞奔五金厂负责人章小雯说。

在5月召开的中国国际体育用品博览会上,章小雯看到了扭腰机,敏锐嗅到商机的她详细了解市场行情后,她买下了一台。

5月中旬,章小雯定制了一套扭腰机模具,并从侧面了解到,当时,在我市生产领域里,扭腰机模具仅有4套。

5月底,拿到模具后,飞奔五金厂很快就接到了经销商的订单。为了赶货,章小雯带着员工迅速进入非常繁忙的工作状态。章小雯回忆,高峰时一天出货大概600台,价格保持在八九十元。

由于市场中模具数量有限,导致扭腰机的配件遭到生产厂家的疯抢,最后居然连螺丝都成了抢手货。

“如此疯狂的状态持续了一个半月,随着介入生产的人越来越多,市场行情开始走下坡,到现在,整个市场已经开始稳定下来,新进入的厂商已经基本争取不到经销商。”章小雯表示,目前扭腰机的销量已经很平稳,以一个星期为周期,飞奔五金厂的销量大概维持在千台左右。

原因 微商成就销售热潮

黄鹏在健身器材行业打拼多年,在他的印象里,扭腰机最早在2008年出现在市面上,且一直走的是外贸渠道,主销美国等,多年来销量难有大提升。

在中国专利查询系统中,从2008年开始,相继有多位厂商申请了扭腰机实用新型和外观设计的专利,但是多项申请均因未缴年费导致专利权终止失效。

“我朋友在2013年产销扭腰机时市场行情并不乐观,见利润微薄,做了不到一年,就把模具卖了。当近来扭腰机突然热卖,朋友才后悔没坚持下来。”章小雯表示。

对于扭腰机的这波行情,很多业内人士都觉得来得很突然,记者发现微商销售在其中起到了不可替代的作用。在章小雯的经销商列表中,省内的义乌市、台州市占据前茅,外省则是安徽、福建销量较佳。

“大部分销量都是来自于微信平台,而且基本上没有退货。”在微信上销售扭腰机的陈女士说,她原本经营着多家女装连锁店,扭腰机的销售主要通过实体店和微信结合的模式进行,多的时候微信每天都能给她带来五六十台销量。

思考二 市场拓展后 国内消费潜力有待进一步深挖

“当初在体博会看到扭腰机,只是抱着开发新品的心态去投资,没想到我们竟成了弄潮儿。”在章小雯看来,跟风式生产模式利弊共存。虽然扭腰机进入市场已多

年,但是市场规模一直很小,多数人并不知道产品的存在及其作用,需要这么一番热炒来做大影响力。

经过此轮炒作,通过经销商有意识宣传,以及微信渠道几何式传播效应,扭腰机很快得到消费者的认可,对国内市场来说,该产品经历了一个从无到有的过程。行业的快速发展,让一些涉足其中的企业主看到商机。

经过一段时间的市场开拓,

浙江、安徽、福建等省的市场已经初步成型,不过相较于健身器材需求量较大的沿海区域来说,三个省的市场规模还处于发展初期,产品持续性发展空间依然很大。相比于国外,国内市场也许具有更大的发展潜力。

与此同时,相较于河北等地,我市已经成为国内规模最大的扭腰机生产基地,超过70%的扭腰机产品都是出自这里。

思考三 微商与体验店结合打造销售渠道

地的广告叠加才能达到预期效果,在生产厂家以小企业为主体的供应端想要形成合力显然还不太可能。

在她的营销模式中,主要客户群为爱美的女士,都是通过原先因女装销售建立起来的微信群和公众号实行推送。一些感兴趣的顾客会来店里体验,大多数情况下前来体验的顾客都会决定购买。

此前,扭腰机作为还未被市场接受的新产品,其性能和功用

甚至使用方法都需要一个推广的过程,朋友圈的互动以及实体店的体验刚好给扭腰机一个展示平台,很快就让其进入到公众视野中,这也正是扭腰机在短期内掀起热潮,并且将市场初步稳固下来的重要手段。

章小雯表示,过去一段时间里,超过三成扭腰机的销量来自于微信渠道,另外此前销售滑板车过程中建立起来的很多经销商在销售扭腰机时也采用了微信营销手段。

记者手记 怪圈中的积淀

曾几何时,每当一个新品在永康出现,伴随而来的总是一波跟风热潮,如同怪圈现象一样令人着迷。然而随着时间推移,很多产业总能在永康土地上积淀下来,生根发芽。因为总有那么一拨企业家,用实业的热情为新生产品注入茁壮成长的养料。如今的扭腰机产品是否又陷入到同样的怪圈?

产品火了一波,得到了市场认同,对新产品来说,已经拥有一定的市场“拥趸”,等于度过了最艰苦的市场开发阶段,也为后续市场的开发积累了一定的经验。市场做大了,在不为销量发愁的时候,一些坚持追求品质、专注实业的企业家开始发力追

求创新,并以此熬过一次次浪潮冲击,经受市场一道道检验,最终他们成为了市场的拥有者。

当然更有一些更具前瞻眼光的企业主,他们总能在恶性竞争中找到良性发展的机会。当其他人都还在拼命生产,以价格作为唯一竞争手段时,他们已经在行业热度依旧的阶段就开始整合碎片化的上游供应链市场,领先一步将主动权掌握在自己手中。当热潮逐渐减退,露出水面的金沙就慢慢地放射出光芒,照耀至市场的每个角落。

任何一位企业家,当他们把产品当做产业来做时,其实他们已经向成功迈出了最关键的一步。

