

从无到有 ,从有到火 三小时！永康筋膜枪冲上热搜榜



从无到有 ,它花了两年多时间;从有到火 ,它却只用了3小时。它就是永康筋膜枪。近日 ,微博上一条关于永康筋膜枪的热搜词条一下子将这一时尚产物带出圈。同时 ,也吸引了更多人将目光汇聚永康这座小城市 ,不少网友甚至借着筋膜枪的热度自发 安利 永康产的门锁、保温杯、电动工具等其他五金产品。

据不完全统计 ,我市目前生产、销售筋膜枪的企业有2000多家 ,其中生产型企业数百家。因为产销企业如此之多 ,才会有微博上 全球一半筋膜枪来自永康 的热搜话题。

王者荣耀 引筋膜枪上微博热搜

事实上 ,全球一半筋膜枪来自永康 ,这话一点也不假。由于我市五金产业上下游配套齐全 ,早已具备了筋膜枪产业成长壮大的条件。那么 ,这次的筋膜枪上微博热搜事件到底因何而火呢?

事情源自 618 大促期间杭州的 王者荣耀 职业战队LGD大鹅在淘宝上订购了60把电竞筋膜枪 ,还在微博上播出了队员使用的视频 ,战队粉丝在微博评论区在线求链接。微博发出后 ,仅过了3个小时 ,其话题阅读量就超过了8000万 ,冲上了热搜榜第五名。

隔着电脑屏幕 ,浙江天鑫运动器材有限公司生产厂长应见宝激动不已 ,因为收到这笔订单的正是该公司一家天猫店。应见宝说 :热搜的力量让我始料未及 ,不少网友甚至循着线索找到了店铺 ,继而引爆我们天猫、京东等线上平台的销量。

在天鑫公司的天猫店铺首页上 ,销量第一的就是该款热搜筋膜枪。应见宝表示 ,这是他们今年专为 618 大促活动引流上线的一款新型迷你筋膜枪 ,配备了5个按摩头 ,因其中一个专门用来放松手指 ,就取名为 电竞筋膜枪 ,没想到被职业战队看上了。为了 蹭 好这波热搜流量 ,该公司反应迅速 ,第一时间在产品页面打上广告语 微博热门同款永康筋膜枪 字样。

创新研发是筋膜枪出圈的 必杀技

业内人士介绍 ,永康的筋膜枪产业从无到有也只不过2年多时间 ,但现在全球的市场份额几乎占到一半。在国内市场 ,这就是一个从淘宝上 长 出来的产业带。我们刚做那会儿网上鲜少有店铺在售 ,而现在 ,搜索筋膜枪关键词 ,产品已多到眼花缭乱。应见宝说。

应见宝介绍 ,筋膜枪最早由国外引进。他们起初生产这款产品大多走外贸渠道 ,但现在越来越多的国内消费者逐渐培育了使用习惯 ,特别是去年发生新冠肺炎疫情以来 ,这一健康运动类产品一下迎来了销售旺季。

也正是因为筋膜枪的国内市场主要在线上 ,导致其 变脸 速度非常之快 ,短短两年时间该产品已由外观至核心迭代数轮。为了迎合电商行业瞬息万变的环境 ,我们和专业的设计公司合作 ,店铺每个月至少上线一款新品。天鑫公司运营总监石海告诉记者。此外 ,他们也结合各个电商平台的人群画像不断分析消费者喜好。例如 ,从现有的数据来看 ,筋膜枪使用者中女性占比很大一部分 ,这也意味着 ,这块市场有待进一步开发。

今年年初 ,天鑫公司研发团队在反复论证后迅速出手 ,目前一款可按摩脸部、颇具女性设计感的粉扑筋膜枪初现雏形 ,即将上市。另外 ,该公司主打颜值的猫爪筋膜枪、养生按摩系列的磁石筋膜枪也在加速开发中。

筋膜枪与永康基础产业 沾亲带故

或许不了解筋膜枪的人会认为这一产业才刚冒尖 ,相关生产企业会很年轻 ,但记者实地走访后发现 ,这些厂商大多是些熟悉面孔 ,筋膜枪的开发也与其原有产业 沾亲带故 。除天鑫公司外 ,正阳科技股份有限公司、浙江哈雷动力机械有限公司等企业也是典型代表。

依托于电动工具产销研的基础 ,正阳公司将筋膜枪托出水面显得易如反掌。从生产原理上 ,它们的电机结构较为相似 ,另外也都运用到了锂电技术。正阳公司技术总监徐飞好表示。

哈雷公司同样看好这一产业 ,近两年从原先的园林工具逐渐将生产重心转移到了健身器材 ,筋膜枪更是其定位的未来发展重头戏。就在最近 ,该公司刚上新的一款重350克、个头仅有小瓶矿泉水大小的便携迷你筋膜枪在京东上一度卖到了脱销。

哈雷公司负责人童建成介绍 ,这款迷你筋膜枪是基于去年一款相对普通筋膜枪已实现部分轻量化的产品上再做减法。因为去年那款产品市场反馈非常好 ,今年该公司研发团队又将筋膜枪进一步轻量化 ,且核心部件电机实现无级变速。接下来 ,该公司还将加入文创因子 ,结合十二星座、青花瓷、故宫等元素 ,争取占有更大的市场份额。

市场如此火热的反应 ,让童建成既惊喜又意外。两年前 ,筋膜枪刚引入国内时 ,使用门槛很高 ,一把筋膜枪售价高达3000美元 ,他一度担心这是昙花一现的网红产品。或许是永康的上下游配套齐全的缘故 ,筋膜枪打进永康制造圈没多久 ,成本就有了大幅降低 ,目前终端消费价格已普遍为人所接受。童建成说。

今年以来 ,我市筋膜枪行业电商成交额、增长率以及全国销售排名逐月攀升 ,销售排名连续4个月位列全国第二、全省第一。其中 2月份零售电商成交额增长达到了208.7%。

筋膜枪火出圈已是事实 ,但如何将这一产业从新兴爆款产业延续为永康长红产业却有待深思。对此 ,天鑫公司、哈雷公司等生产企业均有共识 :不打价格战 ,创新制胜 ,提高产品在市场上续航能力 。也正因这些企业如此珍视 ,使得筋膜枪产业得以不断分化、升级 ,向按摩类、颜值类、迷你类、专业类等快速冲击健身器材的细分市场。或许 ,继门业、杯业、电动工具等产业后 ,筋膜枪将会是永康又一可持续发展的朝阳产业。

50余家企业组团赴甬参展 高颜值高科技产品很抢眼 中东欧博览会 劲吹 永康风

融媒记者 应柳依

本报讯 11日 ,第二届中国 中东欧国家博览会暨国际消费品博览会在宁波落下帷幕。这届展会上 ,50余家永企通过亮相 永康制造 、飘香 永康味道 ,劲吹起了别具一格的 永康风 。

据悉 ,这是我市首次组团参展中东欧博览会 ,永康五金特色馆是金华唯一的县(市、区)单设区域品牌馆。因此 ,不论是市委、市政府还是企业都尤为重视这次初体验。

为打响永康品牌知名度 ,我市对永康五金特色馆的设计颇费心思 ,采用海景花园别墅主题 ,重点围绕永康五金特色产品的展出营造浓郁氛围。展会上 ,我市向往来客商发放了精美伴手礼 刻有 世界五金之都 ,品质活力永康 字样的定制款口袋保温杯 ,立体展示永康 口杯之都 的官方形象。

伴手礼仅是敲门砖 ,透过展会窗口向全世界展示 永康五金 美好生活供应商 的特质才是我市政企组团参展的主要目的。展会上 ,浙江爱你多电器科技有限公司带去了内外贸一体化的代表作 一款迷你破壁机 ,外形清新 ,兼具烧水、清洗以及制豆浆、米糊、果汁、养生粥六大功能 ,最重要的是因为足够小巧 ,还支持随身便携。

浙江飞剑工贸有限公司带去的 千元杯 万元壶 是发力日用五金从传统易耗品提升为高端工艺品的结晶。高溢价背后 ,钛材料是这家企业别出心裁的营销法宝。这次博览会展出的 万元壶 就属于该公司高端定制传家宝保温系列产品 ,内胆采用纯钛材质 ,拥有 晶钻科技 技术加持 ,具备保鲜、抑菌等功效 ,不仅可以容装牛奶、果汁等液体 ,还可用于焖茶 ,茶汤原色 ,口感更为香醇清爽。

当宜兴紫砂遇到永康五金 ,会碰撞出怎样的火花?来自 掌声工坊 的非遗传承人程志芳用其制作的金光闪闪茶具给出了答案 :以银为壶身主体 ,杯具则完美结合了银和紫砂材质 ,全套均采用了古法鎏金工艺、大面积运用了荷花雕花元素 ,不仅彰显了永康源远流长的五金技艺 ,还展现了宜兴灵秀似水的吴文化。

另外 ,作为国内 杯壶行业第一股 的浙江哈尔斯真空器皿股份有限公司 ,以技术革命引领门锁业潮流的王力集团有限公司 ,中国第一台欧式油烟机制造商安德电器有限公司 ,曾为 G20 峰会量身定制过金属地雕的浙江神雕雕塑工艺有限公司 ,有着 因为炊大皇 ,爱上中国菜 美称的浙江炊大王炊具有限公司 ,定位高端时尚轻中式的浙江豪族工贸有限公司等企业通过品质化产品、场景化布展、生态化布局纷纷卖力吆喝 ,为往来客商带去了全方位互动感官体验。

据悉 ,今年1月至4月 ,我市对中东欧国家进出口总额 5.91 亿元 ,同比增长 28.5% ;出口额 5.89 亿元 ,同比增长 28.4% ;进口额 119 万元 ,同比增长 37.2%。接下来 ,我市还将借助这次展会进一步挖掘新机遇 ,推进内外贸一体化 ,提高 永康制造 美誉度和知名度。