



非银与金融科技行业：一文读懂 KEEP 招股书：以内容和社区为核心打造一体化线上健身生态圈



线上健身行业空间大，Keep 是中国领先的线上健身服务提供商。根据灼识咨询数据，2021 年中国健身市场总体规模达 7866 亿，其中健身人群渗透率 21.5% (美国 48.2%)，年均开支为人民币 2596 元/人 (美国 14268 元)，线上化率 42.7% (美国 67.9%)。

对比美国市场，中国健身市场特别是线上健身未来仍有较大发展空间。Keep 是中国最大的线上健身服务提供商，平均月活跃用户及订阅会员数均为竞争对手的两倍以上，用户净推荐值亦排名第一。

以健身内容和社区为基础，通过订阅服务、DTC 自有品牌、广告等变现。Keep 拥有丰富的健身内容，截至 2021 年底 Keep 拥有超过 10000 节录播课，并提供 13000 节直播课。这些免费与付费的内容吸引并留存大量用户，同时 Keep 亦通过社区留存用户，2021 年 Keep 社区的互动（包括帖子、点赞和评论）总数达到 17 亿次。Keep 通过内容与社区吸引与留存用户，并通过销售自有品牌商品、付费用户的订阅会员费以及广告等方式变现。2021 年前 3 季度，Keep 营业收入达 11.59 亿元，同比增长 41%，其中自有品牌、订阅会员、广告服务收入占比分别为占比 55%、33%、12%。2021 年前 3 季度，Keep 月活跃用户达到 3616 万，订阅用户、DTC 用户渗透率分别达到 9.2% 和 1.0%，对应 ARPPU 分别为 115、1692 元/人。

2021 年战略性投入大量营销费用导致亏损，但仍具备一定盈利能力。2021 年前 3 季度公司总毛利达 4.93 亿元，毛利率 43%，其中会员订阅毛利 2.24 亿，毛利率 59%；自有品牌毛利 1.87 亿，毛利率 29%；广告服务

费毛利 8328 万元, 毛利率 60%。2021 年前 3 季度公司经调整净亏损 6.96 亿元, 经调整净亏损率 60%, 这主要是由于 2021 年战略性加大营销费用投入以吸引用户, 2021 年前 3 季度销售费用率由 2020 年同期的 23% 提升至 71%。常态下的 2020 年前 3 季度数据显示, 公司经调整亏损 1555 万, 经调整亏损率 2%, 基本接近盈亏平衡。随着未来公司营销费用回归常态, 预计稳态下公司具备一定盈利能力。

风险提示: 1) 用户获取与留存不如预期风险、2) 线上健身渗透率提升不如预期、3) 行业竞争加剧风险。

关键词: AR 健身 直播

预览已结束, 完整报告链接和二维码如下:

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_39747

