



传媒互联网行业周报：在线健身行业空间广阔 内容社区加速布局



走势概览:

本周 (2022.4.18-2022.4.24)), SW 传媒板块指数下跌 5.36%, 上证指数下跌 3.87%, 恒生科技指数下跌 7.38%, 恒生中国企业指数下跌 5.59%, 恒生指数下跌 4.09%, 纳斯达克中国科技股指数下跌 9.39%。

重点事件跟踪:

在线健身行业快速增长, 内容社区加速布局健身赛道。2020 年初新冠疫情催化下, 健身行业加速向线上渗透。据 KEEP 招股书, 2020 年中国线上健身市场占比由 2019 年的 35.6% 提升至 44%, 并预计 2026 年进一步提升至 60.6%。2021 年, 中国线上健身市场规模为 370 亿元, 预计 2026 年达到 896 亿元, GAGR 为 19.3%。抖音、小红书、B 站等内容社区加速布局在线健身赛道, 除刘畊宏外, 知名运动博主帕梅拉也在 4 月入驻抖音, “周六野 Zoey” 在 B 站粉丝超过 900 万; 小红书也积累了多位粉丝过百万的瑜伽、健身类博主。

抖音、快手运动健身垂类均快速增长, 但快手尚未产生相关领域现象级博主。

据《抖音运动健身报告》, 2021 年, 抖音运动健身视频数量同比增长 134%, 创作者数同比增长 39%, 粉丝过万的运动健身创作者数超 6 万; 健身类主播涨粉同比增加 208%, 直播收入同比增加 141%。快手方面, 据 2021 快手健身新秀达人论坛, 2020 年 6 月至 2021 年 6 月的一年中,

有超 2300 万人在快手发布运动健身相关视频,超 3.4 亿人在快手观看并点赞运动相关视频,快手直播健身主播突破 60 万人,直播云健身用户超 1100 万人。截至 2021 年 6 月,快手已拥有超 1.5 万名专注运动健身的达人,每天累计生产近 2 万多条短视频和 1 万多场直播。

风险提示: 监管政策变化, 宏观经济大幅波动, 行业增速不及预期, 疫情反复对细分行业造成影响等

关键词: 健身 疫情 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_40792

