



线上健身：家里的健身房



2020年新冠疫情爆发,更多人关注到日常锻炼对于生活质量的重要性,居民健身意识逐步提高,宅家运动、“云健身”需求被激发,线上健身运动类APP用户活跃度显著上升。健身视频在疫情期间播放量暴涨,促使各类健身房加速布局线上,通过直播、视频训练、社群交流等形式增强现有客户粘性、打响品牌效应来进行引流。国内城市化进程的持续推进,城市人口的继续增加,推动了消费升级,叠加疫情影响,人们对健康的关注与日俱增,健身成为越来越多人用以解压及改善健康的方式与消费。政策也在为健身行业的发展助力,例如,国务院推出了《全民健身计划》,为深化体育改革、提高健身活动的参与度提供指导;国家体育总局发布了《“十四五”体育发展规划》,鼓励发展“互联网+健身”和“物联网+健身”模式,优化线上线下健身互动一体化。随着时代的发展,人们健身方式也发生了变化,大数据、人工智能以及广泛的数字化正在不断改变人们的健身方式并且人们对线上服务的依赖性逐渐提高,在互联网普及率提高及健身行业数字化的推动下,中国的在线健身市场取得了较快发展。居家健身正在逐渐成为健身房健身的替代选择,人们对线上健身内容的需求不断提高。国内移动互联网基础设施较为完善,并且手机已在日常生活中广泛使用,这使得人们能够方便地获取线上健身内容,进一步推动了中国线上健身人群的增长。线上健身平台的健身社区为用户创造了社交和互动空间,持续吸引着健身人群,线上健身凭借其“足不出户”的优势,获得了长足的发展。基于此,本报告致力于解决以下两个问题:1)什么是线上健身,其与线下健身的关键区别在哪里?2)在传统互联网流量增长见顶的大趋势下,

为什么我们仍然对线上健身行业的投资机会持乐观态度？

1.什么是线上健身，其与线下健身的关键区别在哪里？

I.线上健身指的是通过健身 APP、视频、直播等线上内容进行健身，以及线上购买健身设备、健身服饰、健康食品等相关运动产品，其区别于线下健身的关键之处在于线上健身通过网络渠道为用户提供吃穿用练等健身服务，而线下健身则主要通过健身房、健身设备及食品的线下销售为用户提供健身服务。随着大数据、人工智能等先进技术的发展以及健身行业数字化，线上健身发展迅速，正在逐渐成为线下健身的替代选择。

II.线上健身市场包括线上健身会员及健身内容，以及智能健身设备、健身装备和服饰、健康食品的在线销售所产生的收入；相应的，线下健身市场包括线下健身会员及健身课程，以及智能健身设备、健身装备和服饰、健康食品的线下销售所产生的收入。

通过上述线上线下健身市场的界定可看出，两者都包含了智能健身设备、健身装备和服饰、健康食品的销售所产生的收入，线上健身市场通过网络渠道进行销售，线下健身市场则通过线下实体店进行销售；同时，两者有各自的特有部分：线上健身市场的特有部分是线上健身会员及健身内容，主要包含结构化课程、录播课、直播课、健身训练计划等；线下健身市场的特有部分是健身会员及健身课程，主要指线下健身房的健身会员以及相关健身课程。

2.在传统互联网流量增长见顶的大趋势下，为什么我们仍然对线上健身行业的投资机会持乐观态度？

1.虽然传统互联网面临流量增长见顶的困境，但从健身人群及线上健身人群渗透率、健身人群年均开支、健身消费意愿增强、健身行业线上化趋势明显等角度来看，线上健身行业仍有较大的投资机会。健身人群及线上健身人群渗透率方面，2021年中国健身人群渗透率为21.5%，而美国和欧洲分别为48.2%、41.2%，2021年中国线上健身人群渗透率为45.5%，而美国为67.9%；从健身人群年均开支来看，2021年中国为2,596元/人，而美国则达到了14,268元/人；健身消费意愿方面，根据《2021年大众健身行为与消费研究报告》，2021年大众健身年平均总消费相比2020年提升35%，健身消费意愿进一步增强；健身行业线上化方面，2020年中国体育产业峰会的数据显示，我国健身人群中超过75%的人正在使用在线健身App，这其中在家跟随视频运动和打卡的比率合计占到了九成以上，同时根据《2021年大众健身行为与消费研究报告》，70%的受访者借助运动软件APP锻炼。

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_40919

