

2021年中国智能健身镜市场分析报告- 行业发展监测与发展战略咨询

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国智能健身镜市场分析报告-行业发展监测与发展战略咨询》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/552209552209.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

智能健身镜，是指装有摄像头和传感器的健身屏幕，可在屏幕上播放各类健身课程视频，同时可实时纠正用户健身动作的一类家用健身设备。根据形态不同，其产品大致分为三类：力臂式、储械式、立式/壁挂式。

智能健身镜产品形态

资料来源：观研天下整理

其中，只有立式/壁挂式具备镜面成像功能，用户在跟着录播或直播课程进行健身锻炼时，可清晰地看见自身动作并进行比对及纠正，是当前健身镜产品的主流形态，其占比高达96%。

智能健身镜产品结构

数据来源：观研天下整理

一、我国智能健身镜市场总体竞争情况

我国智能健身镜行业发展起始于2018年，部分智能健身镜企业相继成立；2019年后，FITURE品牌成立并在2020年10月发布首款健身镜产品；2021年5月，在疫情催化以及政策扶持体育健身产业消费驱动下，咕咚、乐刻运动、亿健相继入局市场并发布健身镜产品；2021年下半年开始，7月国内科技巨头华为申请注册健身器材商标“为鉴”，对智能健身镜产品进行布局；至此我国智能健身镜行业竞争逐渐白热化，“百镜大战”已经打响。

我国智能健身镜竞争赛道变化情况

资料来源：观研天下整理

当前，我国智能健身镜行业主要代表品牌有Mirror AI、沸腾时刻、FITURE、FITMORE、LITTA与亿健魔镜。

我国智能健身镜行业主要代表品牌介绍

代表品牌

所属企业

产品推出时间

竞争优势

Mirror AI

myshape

2020年9月

软硬件结合提供健身体验服务，融资金额巨大

沸腾时刻

沸腾时刻

2020年9月

FITURE

拟合未来

2020年10月

FITMORE

咕咚

2021年5月

拥有互联网基因；用户体量庞大；线上生态体系完整流量变现能力强

LITTA

乐刻运动

2021年5月

亿健魔镜

亿健

2021年5月

硬件制造方面具有较深经验积累；渠道能力强资料来源：观研天下整理

从产品定价来看，目前我国智能健身镜产品定价均在千元以上，其中Fiture SiLM的售价也是目前国内最昂贵的一款健身镜。而随着市场竞争逐渐白热化，“价格战”将成为企业抢占份额的重要策略，我国智能健身镜产品定价空间或将下沉；同时随着“价格战”打响，我国智能健身镜市场竞争也将更为激烈。

我国智能健身镜主要产品及售价情况

产品名称

产品售价

会员收费情况

Fiture SiLM

7800元

首年免费，次年最低1188元/年

Fiture魔镜旗舰版

4800元

前三个月免费，之后最低1188元/年

咕咚Fitmore

标准版3999元

/

3D摄像机版4999元

乐刻LITTA Mirror

2499元

Yupp

3999元

18元/月资料来源：观研天下整理

二、国内外智能健身镜品牌融资情况对比

从各大品牌融资情况来看，目前智能健身镜产品在海外市场发展较成熟，相关品牌融资已进入中期阶段；而国内市场，智能健身镜产品仍处于导入期，相关品牌发展尚未成熟，融资大都处于早前期项目。

智能健身镜行业主要代表品牌融资情况

品牌

融资时间

融资轮次

融资金额

投资机构

融资总额

国外品牌

Mirror*（已被Lulumelon收购）

2016年11月

天使轮

280万美元

Lerer Hippeau Venture领投，First Round Capital参投

7480万美元

2018年2月

A轮

1300万美元

Spark Capital领投

2018年9月

B轮

2500万美元

Spark Capital领投

2019年10月

B-1轮

3400万美元

Point72 ventures

Tonal

2015年10月

天使轮

300万美元

sMayfield及Bolt参投

4.5亿美元

2016年10月

A轮

1200万美元

Shasta Ventures

2018年6月

B轮

3000万美元

Mayfield

Shasta Ventures及Sapphire Ventures参投

2019年4月

C轮

4500万美元

L Catterton领投，Shasta Ventures、Mayfield 及Sapphire Venture参投

2020年9月

D轮

1.1亿美元

L Catterton领投，Alexa基金、Delta-V Capital等跟投

2021年3月

E轮

2.5亿美元

Dragoneer领投，Cobalt Capital、L Catterton及Sapphire Ventures等参投

Tempo

2015年6月

天使轮

180万美元

Y Combinator、Khosla Ventures及SignalFire等参投

2.993亿美元

2019年7月

A轮

1750万美元

Founders Fund、Khosla ventures .DCM和Bling Capital等参投

2020年7月

B轮

6000万美元

Norwest Venture Partners及General Catalyst领投，DCM、Bling Capital及SignalFire等参投

2021年4月

C轮

2.2亿美元

SoftBank领投，Bling Capital、DCM、GeneralCatalyst及Norwest Venture Partners参投
国内品牌

FITURE

2019年8月

天使轮

600万美元

红杉资本

3.91亿美元

2020年9月

A轮

6500万美元

腾讯领投，C资本、凯辉基金、黑蚁资本、CPE（中信产业基金）、BAI（贝塔斯曼亚洲投资基金）、全明星基金等跟投

2020年12月

A+轮

2000万美元

蔚来资本、金沙江创投、Z1资本联合投资

2021年4月

B轮

3亿美元

全明星基金、君联资本、DSTGlobal及Coatue领投，红杉中国、腾讯、C资本、高鹄资本、蔚来资本、金沙江创投、黑蚁资本、Z1资本、CPE、BAI资本等参投

数智引力

2021年3月

战略融资

未披露

奥佳华

/

2021年6月

战略融资

550万元

新龙脉资本、清大华树合伙人赵愚领投

形趣信息科技有限公司 (myShape)

2017年4月

天使轮

未披露

摩拜创始人CTO夏一平

/

2018年1月

Pre-A轮

2000万元

天奇创投领投，远洋集团、七熹资本等跟投

沸腾时刻

2019年9月

天使轮

数百万元

前海伽德资本

数百万元

鑒玥 (Emotion)

2018年4月

天使轮

500万元

个人投资者

500万元

速境 (SPEEDIANCE)

2021年5月

天使轮

数千万元

创想未来资本

数千万元资料来源：观研天下整理

三、美国头部Mirror和中国头部Fiture智能健身镜企业对比

美国品牌Mirro于2016年创建，是世界第一块健身镜的创造者，目前已被Lululemon收购；国产品牌Fiture于2019年7月成立，成功突破Mirror的封锁，成为中国行业头部的存在，是现阶段国内智能健身镜赛道的领跑者。

从美国头部Mirror和中国头部Fiture智能健身镜企业发展对比来看，在用户流量方面，受邀请张继科作为代言人的明星效应影响，Fiture整体用户流量要高于Mirror；但在转化率以及支付人数（销量）方面，Fiture整体要低于Mirror，国产智能健身镜企业竞争力仍待提升。

2021年1-3月Mirror与Fiture用户流量对比

数据来源：观研天下整理

2021年1-3月Mirror与Fiture转化率对比

数据来源：观研天下整理

2021年1-3月Mirror与Fiture智能健身镜支付人数对比

数据来源：观研天下整理（shz）

观研报告网发布的《2021年中国智能健身镜市场分析报告-行业发展监测与发展战略咨询》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国家统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国智能健身镜行业发展概述

第一节 智能健身镜行业发展情况概述

一、智能健身镜行业相关定义

二、智能健身镜行业基本情况介绍

三、智能健身镜行业发展特点分析

四、智能健身镜行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、智能健身镜行业需求主体分析

第二节 中国智能健身镜行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、智能健身镜行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国智能健身镜行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国智能健身镜行业生命周期分析

一、智能健身镜行业生命周期理论概述

二、智能健身镜行业所属的生命周期分析

第四节 智能健身镜行业经济指标分析

一、智能健身镜行业的赢利性分析

二、智能健身镜行业的经济周期分析

三、智能健身镜行业附加值的提升空间分析

第五节 中国智能健身镜行业进入壁垒分析

一、智能健身镜行业资金壁垒分析

二、智能健身镜行业技术壁垒分析

三、智能健身镜行业人才壁垒分析

四、智能健身镜行业品牌壁垒分析

五、智能健身镜行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球智能健身镜行业市场发展现状分析

第一节 全球智能健身镜行业发展历程回顾

第二节 全球智能健身镜行业市场区域分布情况

第三节 亚洲智能健身镜行业地区市场分析

- 一、亚洲智能健身镜行业市场现状分析
- 二、亚洲智能健身镜行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲智能健身镜行业市场前景分析

第四节 北美智能健身镜行业地区市场分析

- 一、北美智能健身镜行业市场现状分析
- 二、北美智能健身镜行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美智能健身镜行业市场前景分析

第五节 欧洲智能健身镜行业地区市场分析

- 一、欧洲智能健身镜行业市场现状分析
- 二、欧洲智能健身镜行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲智能健身镜行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界智能健身镜行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球智能健身镜行业市场规模预测

第三章 中国智能健身镜产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国智能健身镜行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国智能健身镜产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国智能健身镜行业运行情况

第一节 中国智能健身镜行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国智能健身镜行业市场规模分析

第三节 中国智能健身镜行业供应情况分析

第四节 中国智能健身镜行业需求情况分析

第五节 我国智能健身镜行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国智能健身镜行业供需平衡分析

第七节 中国智能健身镜行业发展趋势分析

第五章 中国智能健身镜所属行业运行数据监测

第一节 中国智能健身镜所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国智能健身镜所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国智能健身镜所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国智能健身镜市场格局分析

第一节 中国智能健身镜行业竞争现状分析

一、中国智能健身镜行业竞争情况分析

二、中国智能健身镜行业主要品牌分析

第二节 中国智能健身镜行业集中度分析

一、中国智能健身镜行业市场集中度影响因素分析

二、中国智能健身镜行业市场集中度分析

第三节 中国智能健身镜行业存在的问题

第四节 中国智能健身镜行业解决问题的策略分析

第五节 中国智能健身镜行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国智能健身镜行业需求特点与动态分析

第一节 中国智能健身镜行业消费市场动态情况

第二节 中国智能健身镜行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 智能健身镜行业成本结构分析

第四节 智能健身镜行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国智能健身镜行业价格现状分析

第六节 中国智能健身镜行业平均价格走势预测

一、中国智能健身镜行业价格影响因素

二、中国智能健身镜行业平均价格走势预测

三、中国智能健身镜行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国智能健身镜行业区域市场现状分析

第一节 中国智能健身镜行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区智能健身镜市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区智能健身镜市场规模分析
- 四、华东地区智能健身镜市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区智能健身镜市场规模分析
- 四、华中地区智能健身镜市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区智能健身镜市场规模分析
- 四、华南地区智能健身镜市场规模预测

第九章 2017-2021年中国智能健身镜行业竞争情况

第一节 中国智能健身镜行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国智能健身镜行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国智能健身镜行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 智能健身镜行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国智能健身镜行业发展前景分析与预测

第一节 中国智能健身镜行业未来发展前景分析

一、智能健身镜行业国内投资环境分析

二、中国智能健身镜行业市场机会分析

三、中国智能健身镜行业投资增速预测

第二节 中国智能健身镜行业未来发展趋势预测

第三节 中国智能健身镜行业市场发展预测

一、中国智能健身镜行业市场规模预测

二、中国智能健身镜行业市场规模增速预测

三、中国智能健身镜行业产值规模预测

四、中国智能健身镜行业产值增速预测

五、中国智能健身镜行业供需情况预测

第四节 中国智能健身镜行业盈利走势预测

一、中国智能健身镜行业毛利润同比增速预测

二、中国智能健身镜行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国智能健身镜行业投资风险与营销分析

第一节 智能健身镜行业投资风险分析

一、智能健身镜行业政策风险分析

二、智能健身镜行业技术风险分析

三、智能健身镜行业竞争风险

四、智能健身镜行业其他风险分析

第二节 智能健身镜行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国智能健身镜行业发展战略及规划建议

第一节 中国智能健身镜行业品牌战略分析

一、智能健身镜企业品牌的重要性

二、智能健身镜企业实施品牌战略的意义

三、智能健身镜企业品牌的现状分析

四、智能健身镜企业的品牌战略

五、智能健身镜品牌战略管理的策略

第二节 中国智能健身镜行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国智能健身镜行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国智能健身镜行业发展策略及投资建议

第一节 中国智能健身镜行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国智能健身镜行业营销渠道策略

一、智能健身镜行业渠道选择策略

二、智能健身镜行业营销策略

第三节 中国智能健身镜行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国智能健身镜行业重点投资区域分析

二、中国智能健身镜行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/552209552209.html>