

2021年中国运动健身市场分析报告- 市场规模与未来动向研究

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年中国运动健身市场分析报告-市场规模与未来动向研究》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/547405547405.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

运动健身指人民大众进行的不包含竞技元素的身体锻炼行为，泛指以增强体能、减肥塑形等提升身心健康为目的的运动。

一、发展模式分析

我国运动健身发展主要有四大模式：力量型健身、有氧健身、时尚健身与专业健身。随着用户需求逐渐多元化，我国运动健身行业发展向专业化方向发展，更加专业的工作室将成为行业发展主要增长点。

运动健身行业发展模式变化

资料来源：观研天下整理

近两年随着Keep等互联网企业带动大众运动健身生活方式的转变升级，我国互联网健身服务开始兴起，线上健身成为行业发展新风口。

我国运动健身行业发展历程分析 资料来源：观研天下整理

二、融资情况分析

从行业融资情况来看，近五年来，尤其是2020年在疫情冲击下，我国运动健身行业资本热情依旧高涨。数据显示，2020年全年我国运动健身行业相关投融资事件发生42起，主要集中于下半年。

2016-2020年我国运动健身行业融资事件次数

数据来源：观研天下整理

2020年我国运动健身行业投融资事件汇总（一）

时间

融资项目

融资轮次

融资金额

所属领域

2月

Dig Potency潜能挖掘

首次融资

1000万元

私教健身工作室

TT直播健身

A轮

1000万元

线上直播健身平台

人马线

A轮

千万级

私教健身工作室

3月

Smeal

天使轮

未透露

营养奶昔

Justin&ulie Fitness

A轮

数千万元

主打精品团操健身工作室

超级零

A轮

未透露

断糖代餐品牌

4月

光猪圈健身

Pre-B轮

未透露

智能健身平台

王饱饱

B轮

近亿元

主打麦片产品的健康食品

爱动健身

B轮

数千万元

健身课程内容生产与运营服务商

薄荷健康

C轮

亿元及以上

互联网体重与健康服务公司

5月

超能鹿战队

首次融资

1200万元

商业健身餐连锁品牌

Keep

E轮

8000万美元

运动科技公司

怦怦健身

最新一轮

未透露

智能健身云平台

6月

鲨鱼菲特

天使轮

1000万元

健康速食品牌

The Daily cut热沙拉中国

天使轮

数百万元

沙拉健康餐

7月

快快健身

战略投资

未透露

运动APP+智能健身门店

ffitB

天使轮

数千万元

代餐品牌

南怀智能

Pre-A轮

千万级

专注于身心健康内容平台建设和智能科技开发应用的公司

明霓菲

Pre-A轮

千万元

女性运动服饰品牌

Smeal

Pre-A轮

未透露

代餐奶昔

咚吃

A轮

数千万元

低卡营养餐

wonderLab

A+轮

未透露

营养代餐食品，主打奶昔资料来源：观研天下整理

2020年我国运动健身行业投融资事件汇总（二）

时间

融资项目

融资轮次

融资金额

所属领域

8月

Shape

A+轮

2000万元

互联网健身品牌

酷瑜

种子轮

500万元

瑜伽5aaS管理系统品牌

coachAI

Pre-A轮

未透露

AI真人教练运动健身平台

9月

云麦

战略投资

数千万元

智能运动品牌

鲨鱼菲特

A轮

1500万元

健康即食品牌

FITURE

A轮

6500万美元

家庭科技健身品牌，产品为智能健身镜

金史密斯

D轮

近亿元

家用健身品牌

10月

食验室

天使轮

千万元

健康零食品牌

霸符Buffx

Pre-A轮

数千万元

功能性食品品牌

优复门诊

B轮

5000万元

骨科康复与运动医学门诊

11月

绿瘦健康

Pre-A轮

未透露

瘦身产品服务商

ffitB

A轮

数千万元

代餐品牌

MAIA ACTIVE

B轮

近亿元

女性运动品牌

粒子狂热

轮

1亿元

运动服装品牌

金史密斯

E轮

亿元

家用健身品牌

12月

好麦多

B轮

1.5亿元

主打谷物产品的健康食品

金史密斯

F轮

亿元以上

家用健身品牌

王饱饱

C轮

数亿元

主打麦片产品的健康食品

舒华体育

上市

募资3.64亿元

健身器材品牌

FITURE

A+轮

2000万美元

家庭科技健身品牌，产品为智能健身镜资料来源：观研天下整理

在融资轮次分布方面，我国运动健身行业多数企业尚处于早期融资阶段。数据显示，2020年我国运动健身行业42起投融资事件中，获得A轮融资的数量最多，为8起，占比高达19%；其次则为Pre-A轮、天使轮和B轮，数量分别为6起、5起，占比分别为14%、12%。

2020年我国运动健身行业融资轮次分布

数据来源：观研天下整理

在融资金额方面，我国运动健身行业融资金额分布两极分化现象明显。数据显示，2020年我国运动健身行业42起投融资事件中，5千万以下的数量最多，为19起，占比高达45%；其次则为融资过亿元，数量为9起，占比为21%。

2020年我国运动健身行业融资金额分布

数据来源：观研天下整理

在细分领域分布方面，我国运动健身行业融资集中于健康食品、实体门店与智能健身领域，三者合计占比高达72%，其中健康食品领域占比最大，2020年其相关融资数量为16起，占比高达38.1%。

2020年我国运动健身行业融资细分领域情况

数据来源：观研天下整理（shz）

观研报告网发布的《2021年中国运动健身市场分析报告-市场规模与未来动向研究》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年中国运动健身行业发展概述

第一节 运动健身行业发展情况概述

- 一、运动健身行业相关定义
- 二、运动健身行业基本情况介绍
- 三、运动健身行业发展特点分析
- 四、运动健身行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、运动健身行业需求主体分析

第二节 中国运动健身行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、运动健身行业产业链条分析
- 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、中国运动健身行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国运动健身行业生命周期分析

- 一、运动健身行业生命周期理论概述
- 二、运动健身行业所属的生命周期分析

第四节 运动健身行业经济指标分析

- 一、运动健身行业的赢利性分析
- 二、运动健身行业的经济周期分析
- 三、运动健身行业附加值的提升空间分析

第五节 中国运动健身行业进入壁垒分析

- 一、运动健身行业资金壁垒分析
- 二、运动健身行业技术壁垒分析
- 三、运动健身行业人才壁垒分析

四、运动健身行业品牌壁垒分析

五、运动健身行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球运动健身行业市场发展现状分析

第一节 全球运动健身行业发展历程回顾

第二节 全球运动健身行业市场区域分布情况

第三节 亚洲运动健身行业地区市场分析

一、亚洲运动健身行业市场现状分析

二、亚洲运动健身行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲运动健身行业市场前景分析

第四节 北美运动健身行业地区市场分析

一、北美运动健身行业市场现状分析

二、北美运动健身行业市场规模与市场需求分析

三、北美运动健身行业市场前景分析

第五节 欧洲运动健身行业地区市场分析

一、欧洲运动健身行业市场现状分析

二、欧洲运动健身行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲运动健身行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界运动健身行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球运动健身行业市场规模预测

第三章 中国运动健身产业发展环境分析

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、全社会消费品运动健身总额

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 中国运动健身行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国运动健身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 中国运动健身行业运行情况

第一节 中国运动健身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 中国运动健身行业市场规模分析

第三节 中国运动健身行业供应情况分析

第四节 中国运动健身行业需求情况分析

第五节 我国运动健身行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国运动健身行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国运动健身行业供需平衡分析

第八节 中国运动健身行业发展趋势分析

第五章 中国运动健身所属行业运行数据监测

第一节 中国运动健身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 中国运动健身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 中国运动健身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年中国运动健身市场格局分析

第一节 中国运动健身行业竞争现状分析

一、中国运动健身行业竞争情况分析

二、中国运动健身行业主要品牌分析

第二节 中国运动健身行业集中度分析

一、中国运动健身行业市场集中度影响因素分析

二、中国运动健身行业市场集中度分析

第三节 中国运动健身行业存在的问题

第四节 中国运动健身行业解决问题的策略分析

第五节 中国运动健身行业钻石模型分析

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年中国运动健身行业需求特点与动态分析

第一节 中国运动健身行业消费市场动态情况

第二节 中国运动健身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 运动健身行业成本结构分析

第四节 运动健身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 中国运动健身行业价格现状分析

第六节 中国运动健身行业平均价格走势预测

一、中国运动健身行业价格影响因素

二、中国运动健身行业平均价格走势预测

三、中国运动健身行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国运动健身行业区域市场现状分析

第一节 中国运动健身行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区运动健身市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区运动健身市场规模分析

四、华东地区运动健身市场规模预测

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、华中地区运动健身市场规模分析

四、华中地区运动健身市场规模预测

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、华南地区运动健身市场规模分析

四、华南地区运动健身市场规模预测

第九章 2017-2021年中国运动健身行业竞争情况

第一节 中国运动健身行业竞争结构分析（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 中国运动健身行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国运动健身行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 运动健身行业企业分析（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年中国运动健身行业发展前景分析与预测

第一节 中国运动健身行业未来发展前景分析

- 一、运动健身行业国内投资环境分析
- 二、中国运动健身行业市场机会分析
- 三、中国运动健身行业投资增速预测

第二节 中国运动健身行业未来发展趋势预测

第三节 中国运动健身行业市场发展预测

- 一、中国运动健身行业市场规模预测
- 二、中国运动健身行业市场规模增速预测
- 三、中国运动健身行业产值规模预测
- 四、中国运动健身行业产值增速预测
- 五、中国运动健身行业供需情况预测

第四节 中国运动健身行业盈利走势预测

- 一、中国运动健身行业毛利润同比增速预测
- 二、中国运动健身行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国运动健身行业投资风险与营销分析

第一节 运动健身行业投资风险分析

- 一、运动健身行业政策风险分析
- 二、运动健身行业技术风险分析
- 三、运动健身行业竞争风险分析
- 四、运动健身行业其他风险分析

第二节 运动健身行业应对策略

- 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年中国运动健身行业发展战略及规划建议

第一节 中国运动健身行业品牌战略分析

- 一、运动健身企业品牌的重要性

二、运动健身企业实施品牌战略的意义

三、运动健身企业品牌的现状分析

四、运动健身企业的品牌战略

五、运动健身品牌战略管理的策略

第二节 中国运动健身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 中国运动健身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年中国运动健身行业发展策略及投资建议

第一节 中国运动健身行业产品策略分析

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 中国运动健身行业营销渠道策略

一、运动健身行业渠道选择策略

二、运动健身行业营销策略

第三节 中国运动健身行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国运动健身行业重点投资区域分析

二、中国运动健身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/wentiyule/547405547405.html>