

中国线上健身行业发展现状分析与投资前景预测报告（2024-2031年）

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《中国线上健身行业发展现状分析与投资前景预测报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202312/679880.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

一、线上健身概述

线上健身市场由健身应用程序、视频应用程序、直播应用程序、健身视频博主、智能健身设备品牌及制造商以及运动产品品牌组成。线上健身平台在整合线上线下体验及开发健身社区方面具备竞争优势，内容的体系化、专业化及使用的品质和一致性远超其他线上渠道如视频应用程序、直播应用等。中国线上健身行业分为四个阶段：探索期、竞争期、成长期和成熟期。

我国线上健身行业发展历程

资料来源：观研天下整理

二、线上健身行业背景分析

1、国家对健身产业提供资金和基础设施支持和指导，助推线上健身行业发展

近年来，国家对健身产业提供极大的资金、基础设施支持与指导，在一定程度上助推了线上健身行业发展。例如，2016年，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、促进全国健身活动的开展提供指导；国家体育总局发布《“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，增加运动产品及服务资源，优化线上线下健身互动一体化，以及推广家庭健身场景及线上健身活动。

我国线上健身行业相关政策

政策名称

发布部门

发布时间

相关内容

全民健身计划（2016-2020年）

国务院

2016.6

到2020年，群众体育健身意识普遍增强，参加体育锻炼的人数明显增加，每周参加1次及以上体育锻炼的人数达到7亿，经常参加体育锻炼的人数达到4.35亿

体育强国建设纲领

国务院办公厅

2019.8

到2020年，建立与全面建成小康社会相适应的体育发展新机制；到2035年，经常参加体育锻炼人数比例达到45%以上，人均体育场地面积达到2.5平方米，城乡居民达到《国民体质测定标准》合格以上的人数比例超过92%。

关于加强全民健身场地设施建设发展群众体育的意见

国务院办公厅

2020.1

提及用好城市公益性建设用地、推动设施开放、加强信息化建设、推进"互联网+健身"等具体内容。

关于加强公共场地全民健身器材配建管理工作的意见

体育总局、财政部、市场监管总局

2021.12

加快解决有关问题，保障人民群众的合法健身权益，更好地发挥器材在构建更高水平的全民健身公共服务体系中的作用。

关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见

中共中央办公厅、国务院办公厅

2022.3

到2025年，人均体育场地面积达到2.6平方米，经常参加体育锻炼人数比例达到38.5%;到2035年，经常参加体育锻炼人数比例达到45%以上，体育健身和运动休闲成为普遍生活方式，人民身体素养和健康水平居于世界前列。

关于推进“十四五”农民体育高质量发展的指导意见

农业农村部、体育总局、国家乡村振兴局

2022.6

到2025年，农村青年普遍掌握1-2项运动技能；农村健身场地设施基本健全，人均场地面积接近全国平均水平。

扩大内需战略规划纲要(2022-2035年)

中共中央、国务院

2022.12

促进群众体育消费。深入实施全民健身战略，建设国家步道体系，推动体育公园建设

资料来源：观研天下整理

2、我国健身人数及渗透率稳步提升，为线上健身行业奠定良好的用户基础

同时，在国家大力支持鼓励全民健身、以及疫情，使得国内居民健身意识不断提高，再加上现代人身材焦虑、“全民健身日”的设立及短视频平台对健身进行宣传，均为运动营造良好环境，促进健身行业发展，健身爱好者人群数量及消费水平持续增长，为线上健身行业奠定良好社会环境。

根据数据显示，2022年我国健身爱好者数量达7.1亿人，健身人群渗透率为26.5%，而美国为47.8%，欧洲为42.5%，提升空间大。同时，2022年，中国健身人群的年均开支为人民币2518元/人，远低于美国的年均开支人民币16425元。

数据来源：观研天下整理

三、我国线上健身行业现状分析

1、我国线上健身人群渗透率超过40%，呈现稳定增长

现阶段，2016年，我国线上健身人群渗透率不足5%，到2022年上升至41.3%。但是，与美国的58.1%，我国线上健身市场渗透率有较大的提升空间。

数据来源：观研天下整理

2、线上健身行业空间大，其相关产品市场规模不断扩大

同时，在国家对健身产业支持力度不断加快、短视频平台内容宣传覆盖面扩大等因素影响下，我国线上健身及其相关产品市场规模不断扩大，并且伴随着健身人群对健身效果重视程度加深，个性化健身课程的增加，需求有望持续高速增长。根据数据，2022-2027年，我国在线健身会员及健身内容市场规模将从29.85亿元增加至104.75亿元，复合增长率达28.5%；智能健身设备2022年线上销售额为211.62亿元；配套运动产品的线上销售额2022年为4314亿元，到2027年将达到12288亿元。

数据来源：观研天下整理

3、超级猩猩、乐刻运动、NTC等积极布局线上健身领域，Keep占据龙头地位

此外，越来越多互联网健身房积极布局线上健身领域，如超级猩猩推出线上愈加训练营；乐刻运动以自研团课、燃脂HIIT为主并尝试布局线上私教课程。而NTC作为传统线上健身企业也不断扩大自身业务，尤其是Keep凭借其平台丰富多样的健身内容在线上健身平台中占据绝对优势。数据显示，2022年5月的运动健身APP中，Keep的月活跃用户达到2953万人，是第二名的糖豆MAU的4倍以上，并且2021年平均月活跃用户以及平均月订阅会员数统计中，Keep是中国排名第一的线上健身平台。

数据来源：观研天下整理

部分企业布局线上健身业务情况

数据来源：观研天下整理（WYD）

注：上述信息仅供参考，具体内容请以报告正文为准。

观研报告网发布的《中国线上健身行业发展现状分析与投资前景预测报告（2024-2031年）》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，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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国线上健身行业发展概述

第一节 线上健身行业发展情况概述

一、线上健身行业相关定义

二、线上健身特点分析

三、线上健身行业基本情况介绍

四、线上健身行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、线上健身行业需求主体分析

第二节 中国线上健身行业生命周期分析

一、线上健身行业生命周期理论概述

二、线上健身行业所属的生命周期分析

第三节 线上健身行业经济指标分析

一、线上健身行业的赢利性分析

二、线上健身行业的经济周期分析

三、线上健身行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球线上健身行业市场发展现状分析

第一节 全球线上健身行业发展历程回顾

第二节 全球线上健身行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲线上健身行业地区市场分析

一、亚洲线上健身行业市场现状分析

二、亚洲线上健身行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲线上健身行业市场前景分析

第四节北美线上健身行业地区市场分析

- 一、北美线上健身行业市场现状分析
- 二、北美线上健身行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美线上健身行业市场前景分析

第五节欧洲线上健身行业地区市场分析

- 一、欧洲线上健身行业市场现状分析
- 二、欧洲线上健身行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲线上健身行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界线上健身行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球线上健身行业市场规模预测

第三章 中国线上健身行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对线上健身行业的影响分析

第三节中国线上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
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对线上健身行业的影响分析

第五节中国线上健身行业产业社会环境分析

第四章 中国线上健身行业运行情况

第一节中国线上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
- 三、行业发展特点分析

第二节中国线上健身行业市场规模分析

- 一、影响中国线上健身行业市场规模的因素
- 二、中国线上健身行业市场规模
- 三、中国线上健身行业市场规模解析

第三节中国线上健身行业供应情况分析

- 一、中国线上健身行业供应规模
- 二、中国线上健身行业供应特点

第四节中国线上健身行业需求情况分析

- 一、中国线上健身行业需求规模

二、中国线上健身行业需求特点

第五节中国线上健身行业供需平衡分析

第五章 中国线上健身行业产业链和细分市场分析

第一节中国线上健身行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、线上健身行业产业链图解

第二节中国线上健身行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对线上健身行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对线上健身行业的影响分析

第三节我国线上健身行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国线上健身行业市场竞争分析

第一节中国线上健身行业竞争现状分析

一、中国线上健身行业竞争格局分析

二、中国线上健身行业主要品牌分析

第二节中国线上健身行业集中度分析

一、中国线上健身行业市场集中度影响因素分析

二、中国线上健身行业市场集中度分析

第三节中国线上健身行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国线上健身行业模型分析

第一节中国线上健身行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国线上健身行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国线上健身行业SWOT分析结论

第三节中国线上健身行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国线上健身行业需求特点与动态分析

第一节中国线上健身行业市场动态情况

第二节中国线上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

第三节线上健身行业成本结构分析

第四节线上健身行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国线上健身行业价格现状分析

第六节中国线上健身行业平均价格走势预测

一、中国线上健身行业平均价格趋势分析

二、中国线上健身行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国线上健身行业所属行业运行数据监测

第一节 中国线上健身行业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 中国线上健身行业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 中国线上健身行业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

第十章 2019-2023年中国线上健身行业区域市场现状分析

第一节 中国线上健身行业区域市场规模分析

一、影响线上健身行业区域市场分布的因素

二、中国线上健身行业区域市场分布

第二节 中国华东地区线上健身行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区线上健身行业市场分析

(1) 华东地区线上健身行业市场规模

(2) 华南地区线上健身行业市场现状

(3) 华东地区线上健身行业市场规模预测

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、华中地区线上健身行业市场分析

(1) 华中地区线上健身行业市场规模

(2) 华中地区线上健身行业市场现状

(3) 华中地区线上健身行业市场规模预测

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、华南地区线上健身行业市场分析

(1) 华南地区线上健身行业市场规模

(2) 华南地区线上健身行业市场现状

(3) 华南地区线上健身行业市场规模预测

第五节华北地区线上健身行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区线上健身行业市场分析

(1) 华北地区线上健身行业市场规模

(2) 华北地区线上健身行业市场现状

(3) 华北地区线上健身行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区线上健身行业市场分析

(1) 东北地区线上健身行业市场规模

(2) 东北地区线上健身行业市场现状

(3) 东北地区线上健身行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区线上健身行业市场分析

(1) 西南地区线上健身行业市场规模

(2) 西南地区线上健身行业市场现状

(3) 西南地区线上健身行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区线上健身行业市场分析

(1) 西北地区线上健身行业市场规模

(2) 西北地区线上健身行业市场现状

(3) 西北地区线上健身行业市场规模预测

第十一章 线上健身行业企业分析（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、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国线上健身行业发展前景分析与预测

第一节中国线上健身行业未来发展前景分析

一、线上健身行业国内投资环境分析

二、中国线上健身行业市场机会分析

三、中国线上健身行业投资增速预测

第二节中国线上健身行业未来发展趋势预测

第三节中国线上健身行业规模发展预测

一、中国线上健身行业市场规模预测

二、中国线上健身行业市场规模增速预测

三、中国线上健身行业产值规模预测

四、中国线上健身行业产值增速预测

五、中国线上健身行业供需情况预测

第四节中国线上健身行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国线上健身行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国线上健身行业进入壁垒分析

- 一、线上健身行业资金壁垒分析
- 二、线上健身行业技术壁垒分析
- 三、线上健身行业人才壁垒分析
- 四、线上健身行业品牌壁垒分析
- 五、线上健身行业其他壁垒分析

第二节线上健身行业风险分析

- 一、线上健身行业宏观环境风险
- 二、线上健身行业技术风险
- 三、线上健身行业竞争风险
- 四、线上健身行业其他风险

第三节中国线上健身行业存在的问题

第四节中国线上健身行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国线上健身行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国线上健身行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国线上健身行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节线上健身行业营销策略分析

- 一、线上健身行业产品策略
- 二、线上健身行业定价策略
- 三、线上健身行业渠道策略
- 四、线上健身行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202312/679880.html>