健身人士 - 中国 - 2020年9月

报告价格: £3302.97 | $4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变



“对中国健身行业来说，新冠疫情带来的机遇大于挑战。身心健康、体验和科技将会是关键消费者驱动力。消费者会从自己日常所做的每件事中寻求健身方案。同时，健身的目的不仅是增强体质，还有情绪管理（如远离压力）。此外，消费者会进一步依赖科技更好地了解自己，并更高效地达成健身效果。品牌可把握住这些领域的机遇，从而在未来市场中蓬勃发展。”

– 顾菁，品类总监

在这篇报告中我们探讨了以下议题:

- 不同类型的健身人士消费者画像，比如时髦健身人群、户外跑者、徒步者和线上健身用户（如使用网络直播、健身app应用程序健身的人群）
- 哪些类型的情感动因能最有效地鼓励人们进行健身活动
- 除了健身活动，人们采取怎样的生活方式帮助自己达成健身效果
- 新冠疫情对消费者参与运动/健身的频率和方式的影响
- 居家健身服务有待提升的地方

截至2019年底，约29%的中国消费者（4亿人）经常参加不同类型的体育运动，4.9%（6,800万人）常去健身房。由于大多数消费者在新冠疫情后认为"锻炼增强体质体态"更加重要了，健身人口预计将加速增长。除了身体健康，心理健康（如压力和自信心管理）也变得同等重要。

消费者将在健身活动上投入更多时间和金钱。消费者有兴趣参加各种不同的健身活动，同时还会采取全方位的方式——尝试各类产品和服务（如运动营养、保健服务和健身咨询），助力自己更高效地达成健身效果。

购买这篇报告

地址:
store.mintel.com

电话:
欧洲，中东，非洲
+44 (0) 20 7606 4533

巴西
0800 095 9094

美洲
+1 (312) 943 5250

中国
+86 (21) 6032 7300

亚洲
+61 (0) 2 8284 8100

邮件:
reports@mintel.com

想要了解更多内容？

这篇报告只是一系列报告中其中的一篇，整个系列可以提供你整个市场的历史

reports.mintel.com © 2020 Mintel Group Ltd. 所有版权归英敏特公司所有

健身人士 - 中国 - 2020年9月

报告价格: £3302.97 | $4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

目录

概述

您所需要了解的

本报告涵盖的关键议题

报告研究范围

细分群体定义

综述

健身市场和消费者概览

"全民健身"是国家战略目标

健身行业的起起伏伏

部分健身人士细分的消费者画像概要

新冠疫情推动市场演变

"健身"的重要性升高

数据1: 新冠疫情后休闲开支的前三大优先项，2020年7月

居家运动蓬勃发展

数据2: 新冠疫情前后的健身频率，2020年6月

数据3: 新冠疫情前后的健身活动参与情况，2020年6月

商业健身场馆将缓慢恢复增长

数据4: 新冠疫情后在运动和健身上的休闲时间安排，2020年5月

数据5: 新冠疫情对健身市场和消费者的短期、中期和长期影响，2020年9月

机遇

凭借情感动因刺激提升健身参与度

数据6: 运动和健身的目的，2020年6月

解读消费者对"整体健身方案"的需求

数据7: 达成健身效果的方式，2020年6月

运动营养产品迎合不同消费者需求

挑战

居家健身的主要阻碍——场地和氛围

数据8: 居家健身的阻碍，2020年6月

消费降级——高端运动服饰品牌面临的难题

数据9: 运动服饰或鞋类品牌的知名度与渗透率，2020年6月

我们的观点

议题与洞察

凭借情感动因提升健身参与度

现状

启示

结合健身和音乐来解压

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

健身人士 - 中国 - 2020年9月

报告价格: £3302.97 | $4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

数据10: 运动时尚品牌融合健身与音乐的示例，中国，2020年

为增强自信心培养健身习惯

数据11: 阿里巴巴1分钟活力挑战活动示例，中国，2019-2020年

解读消费者对"整体健身方案"的需求

现状

启示

数据12: 提供食品和健康服务的健身俱乐部示例，中国和英国，2020年

数据13: 以身体复健和恢复课程为特色的健身俱乐部示例，美国，2020年

将健身与科技和"人"的专业技术相结合

现状

启示

数据14: 快快健身与咖啡店推出的结合人类专业技术的智能健身服务，中国，2020年

市场概览

"全民健身"是一项国家发展目标

新冠疫情后，消费者更加重视"健身"

数据15: 新冠疫情以来生活重要性变化情况——锻炼增强体质体态，2020年7月

数据16: 新冠疫情后休闲开支的前三大优先项，2020年7月

健身会员人数比健身房数量的增速更快

健身房拥抱新商业模式

健身行业过去20年的起伏回顾

数据17: 乐刻通过微信公众号提供的灵活课程套餐，中国，2020年

数据18: 超级猩猩为健身教练设计的"超级香蕉计划"，中国，2018年

专业精品健身俱乐部发展势头强劲

数据19: 专业运动/健身俱乐部示例，中国，2020年

"共享经济"在健身行业的兴起

数据20: "共享健身空间"示例，中国，2020年

新冠疫情后的市场未来展望

数据21: 新冠疫情后在运动和健身上的休闲时间安排，2020年5月

数据22: 新冠疫情对健身市场和消费者的短期、中期和长期影响，2020年9月

消费者——您所需要了解的

增强体质和缓解压力是首要目的

整体健身方案有需求

新冠疫情对运动健身参与度影响不大

居家健身的壁垒——场地有限和缺乏氛围

高端健身服饰品牌难以留住顾客

新冠疫情对运动参与程度的影响

短期影响：健身频率小幅降低

数据23: 新冠疫情前后的健身频率，2020年6月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

健身人士 - 中国 - 2020年9月

报告价格: £3302.97 | $4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

新冠疫情后，"线上健身"人士显著增多

数据24: 新冠疫情前后的健身活动参与情况，2020年6月

网络直播或将勾起消费者对互动式训练体验的兴趣

数据25: 新冠疫情前的健身参与程度（按"线上健身新人"细分），2020年6月

不同类型的健身人士画像

所选各细分人群简介

享受居家运动的人："线上健身"人士

数据26: 线上健身人士的渗透率，2020年6月

数据27: 健身追踪产品的使用率（按消费者细分区分），2020年6月

享受健身房互动式服务的人：团课爱好者和私教用户

数据28: 健身房消费者的渗透率，2020年6月

数据29: 运动和健身的目的（按消费者细分区分），2020年6月

数据30: 部分运动营养产品和保健服务的使用率（按消费者细分区分），2020年6月

户外运动爱好者：户外跑者和徒步者

数据31: 户外运动者的渗透率，2020年6月

数据32: 户外运动者和健身房用户的重合度（按消费者细分区分），2020年6月

运动健身的目的

增强体质和缓解压力是首要目的

数据33: 运动和健身的目的，2020年6月

年轻人看重结果，年长者寻求情感动因

数据34: 运动和健身的部分目的（按年龄区分），2020年6月

达成健身效果的方式

运动数据追踪app占主导地位

数据35: 达成健身效果的方式，2020年6月

运动营养产品迎合不同消费者需求

数据36: 部分达成健身效果的方式（按目的区分：减肥和增肌），2020年6月

数据37: 部分达成健身效果的方式（按目的区分：挑战自己），2020年6月

数据38: 部分达成健身效果的方式（按目的区分：追赶潮流），2020年6月

可穿戴设备和理疗服务可利用"社交健身"趋势

数据39: 部分达成健身效果的方式（按目的区分：增进和家人朋友的联系），2020年6月

运动服饰或鞋类品牌的知名度与渗透率

品牌概述

数据40: 运动服饰或鞋类品牌的知名度与渗透率，2020年6月

大多数品牌面临用户流失的问题

数据41: 运动服饰或鞋类品牌的知名度与流失率，2020年6月

数据42: 过去1年购买过的运动服饰/鞋类品牌（按部分品牌的流失用户区分），2020年6月

消费降级——高端品牌面临的难题

数据43: 过去1年购买过的运动服饰/鞋类品牌（按部分品牌的流失用户区分），2020年6月

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com

健身人士 - 中国 - 2020年9月

报告价格: £3302.97 | $4460.00 | €3717.16

以上是报告发表时候的价格，但是也可能因为汇率的改变而有所改变

居家健身的壁垒

场地和氛围是主要拦路虎

数据44: 居家健身的阻碍，2020年6月

高收入者希望居家健身时能有专业支持

数据45: 居家健身的部分阻碍（按个人收入水平区分），2020年6月

认识英敏特城市精英人群

健身房课程和线上健身的尝鲜者

数据46: 健身参与程度*，2020年6月

科技发挥更大作用

身体恢复服务需求增多

数据47: 达成健身效果的方式，2020年6月

"社交健康"的重要性将提升

数据48: 运动和健身的目的（按消费者细分区分），2020年6月

附录——研究方法与缩写

研究方法

缩写

现在购买这篇报告

网址: store.mintel.com

电话: 欧洲，中东，非洲 +44 (0) 20 7606 4533 | 巴西 0800 095 9094

美洲 +1 (312) 943 5250 | 中国 +86 (21) 6032 7300

亚洲 +61 (0) 2 8284 8100 |

邮件: reports@mintel.com