

健身行业市场环境 回顾分析

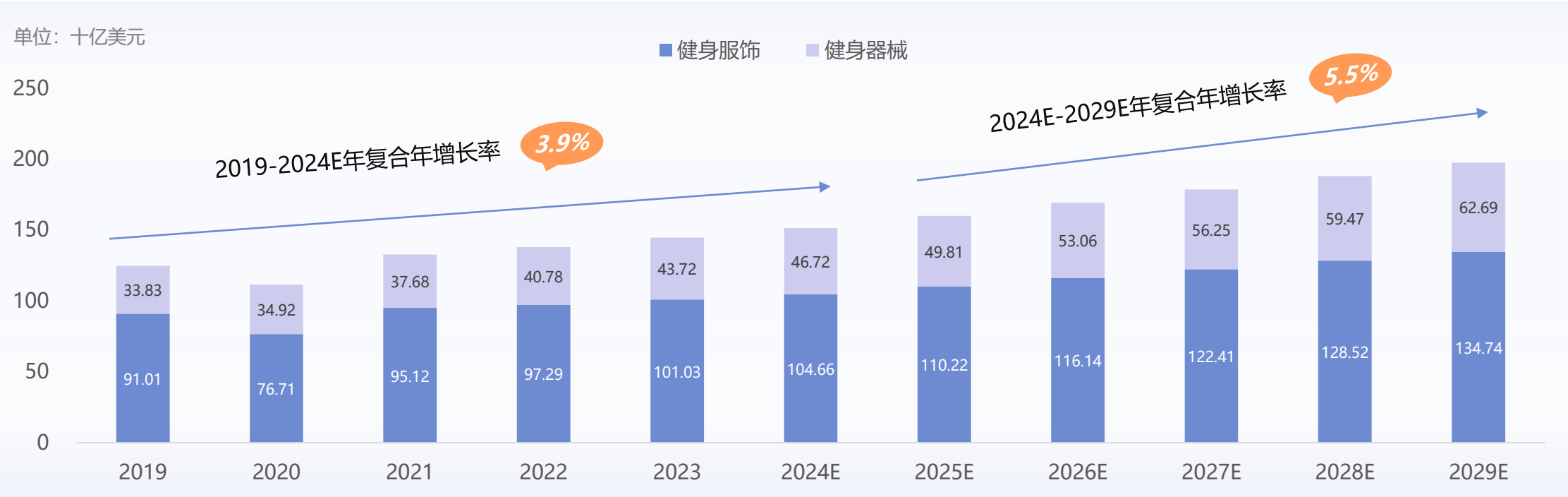
- 全球健身市场发展及趋势预测
- 我国居民运动健身意愿度及消费开支调研
- 天猫健身市场整体表现



全球健身消费市场持续性增长，行业进入快速发展阶段

近年来，全球健身消费市场保持持续增长态势，据数据统计显示，2024年全球健身消费市场预计达到1514亿美元，健身服饰、健身器械分别为1102亿美元、498亿美元，2019-2024年整体市场复合年增长率为3.9%，2029年有望增长至1974亿美元。

2019-2029E 全球健身消费市场规模及发展趋势预测



数据来源：statista、Euromonitor International

*注：健身服饰包含健身/舞蹈、跑步、骑行、球类运动等功能性运动服装，不包含户外功能服饰

中国体育产业规模高速高质增长，参加体育锻炼人数稳步提升，全民运动热潮高涨

近年来，国家发改委、国家体育总局等部门制定并发布多项政策举措，推动完善健身行业发展。我国体育行业迎来黄金时代，获得飞速增长。广大群众的体育健身意识不断增强，我国经常参加体育锻炼人数逐年增加，预计2025年经常参加体育锻炼人数比例将达到38.5%。

政策措施全国运动健身发展

政策/措施	发布单位	核心内容
《全民健身场地设施提升行动方案(2023-2025年)》	体育总局	到2025年，县、乡镇、行政村三级公共健身设施和社区15分钟健身圈实现全覆盖。
《关于推进体育助力乡村振兴工作的指导意见》	体育总局	要实施乡村公共健身设施提升专项行动、运动健康中心建设专项行动等五大行动计划。
《“十四五”扩大内需战略实施方案》	国家发改委	广泛开展全民健身运动，普及科学健身知识和健身方法。
《户外运动产业发展规划（2022-2025年）》	体育总局	完善以户外竞赛表演和健身休闲为核心，户外教育与培训等业态共同发展、量质齐升的户外运动服务业发展体系。
《全民健身计划（2021-2025）》	国务院	推动线上体育赛事活动开展，支持开展智能健身、云赛事登新兴运动

数据来源：整理自网络公开资料

我国经常参加体育锻炼人口比例

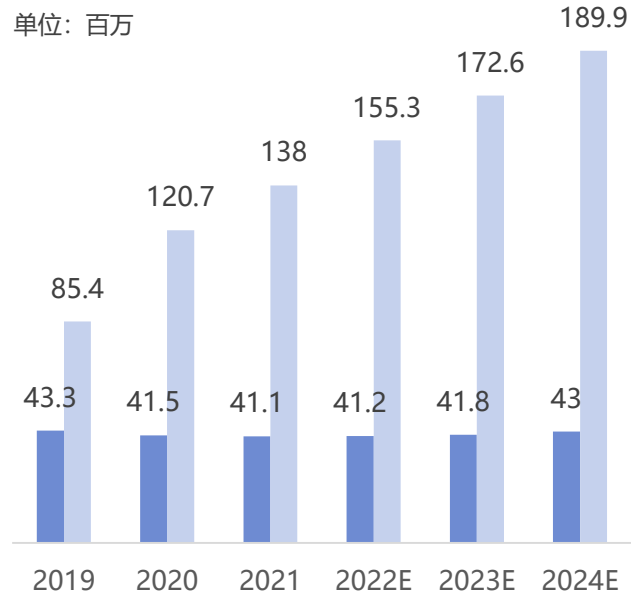


数据来源：国家统计局

线上运动健身用户日益活跃，运动健身消费意愿度提升，运动服饰、器械是主要消费诉求

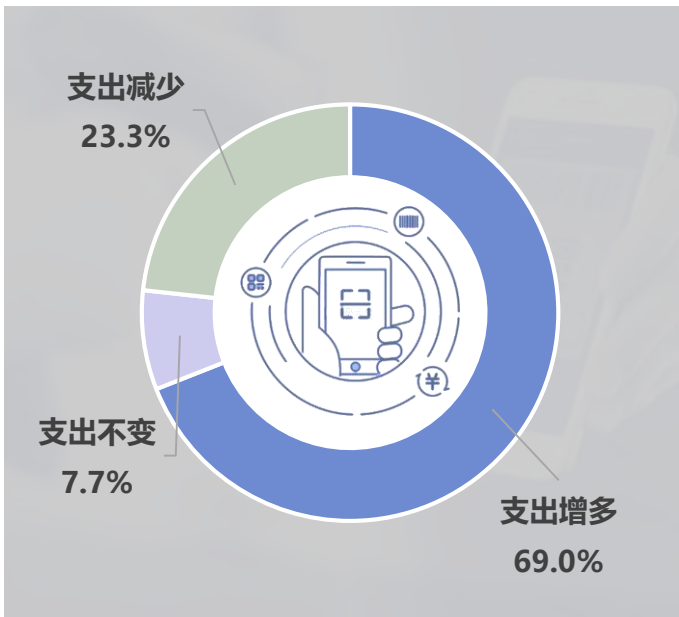
中国线上健身市场一直在快速增长，国内线上健身月活用户人数逐年提升，2019-2024年平均年复合增速达17.3%。伴随着运动健身习惯的养成，用户在运动健身方面的消费意愿度提升。约七成调研用户表示他们在运动健身方面的开支相比过去增多，并主要用于购买专业的运动服饰、装备以及相关器械。

2019-2024E 中国线上健身月活用户及
线下健身房会员人数变化



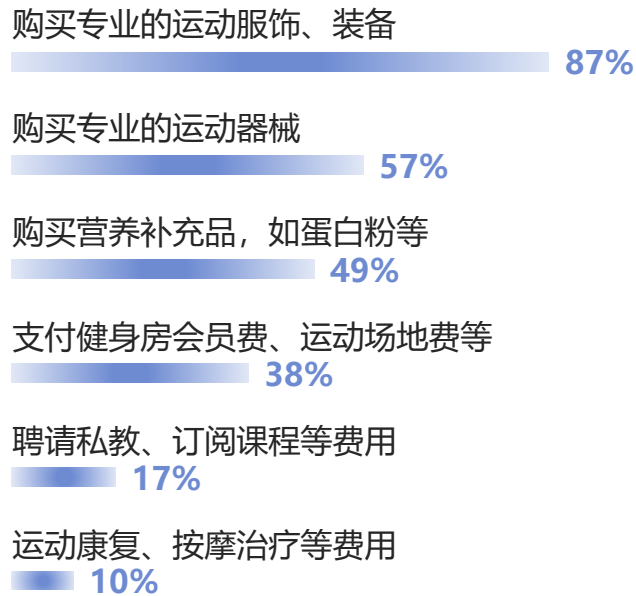
数据来源：灼识咨询

用户在运动健身方面的消费开支变化



数据来源：TMIC消费者调研，N=1147

用户在运动健身方面主要的开支分布

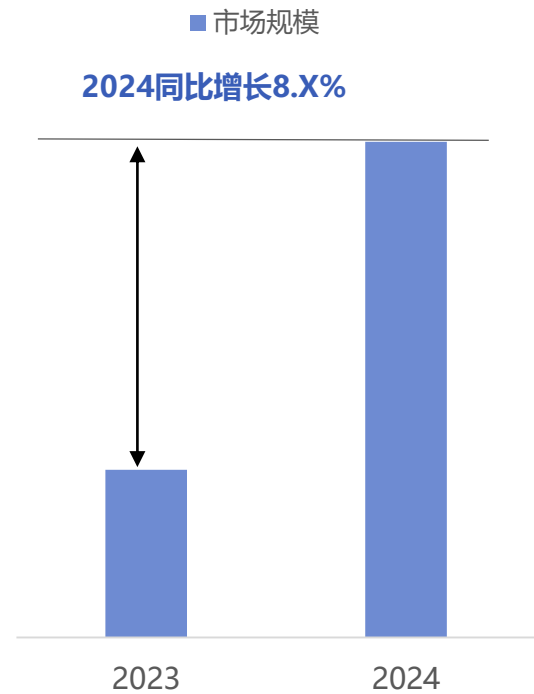


数据来源：TMIC消费者调研，N=1147

天猫健身市场规模持续增长，商品丰富多样、质价比、高品质满足消费多元需求

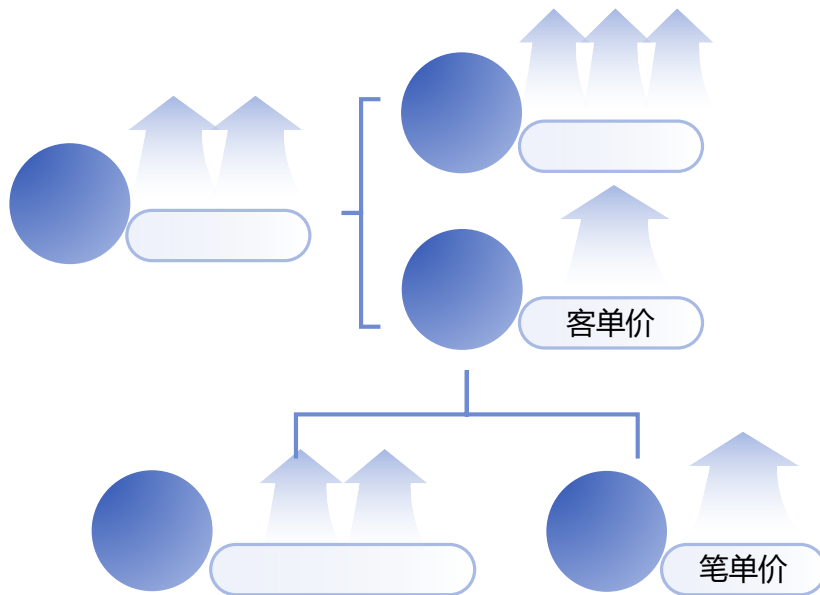
2024年天猫健身行业市场规模持续增长，用户消费需求释放，购买人数的增多和人均购买频次增长成为市场核心驱动力。消费者对于天猫平台健身消费心智主要体现在能选购到丰富多样性的品类和品牌；同时认为天猫商品具备一定价格优势、性价比高；商品高品质，好口碑也受到消费者认可。

2024年天猫健身品类市场规模



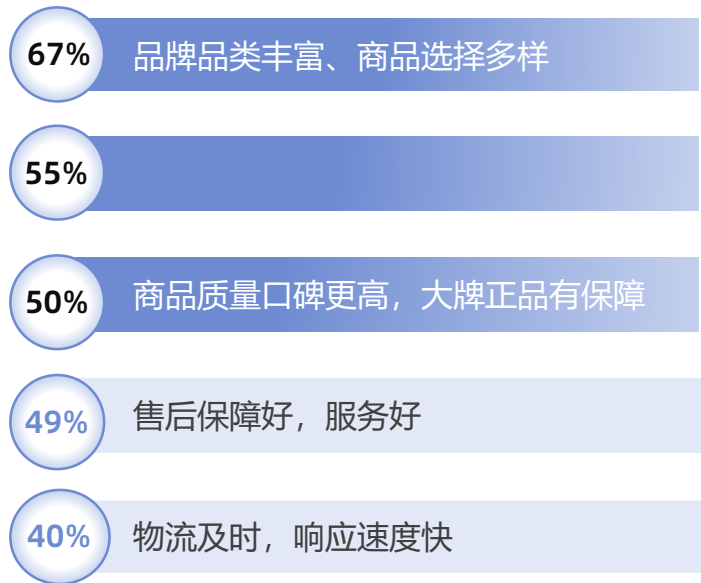
数据来源：阿里消费洞察

2023-2024天猫健身行业增长驱动因素拆解



数据来源：阿里消费洞察

天猫健身消费者心智TOP取向

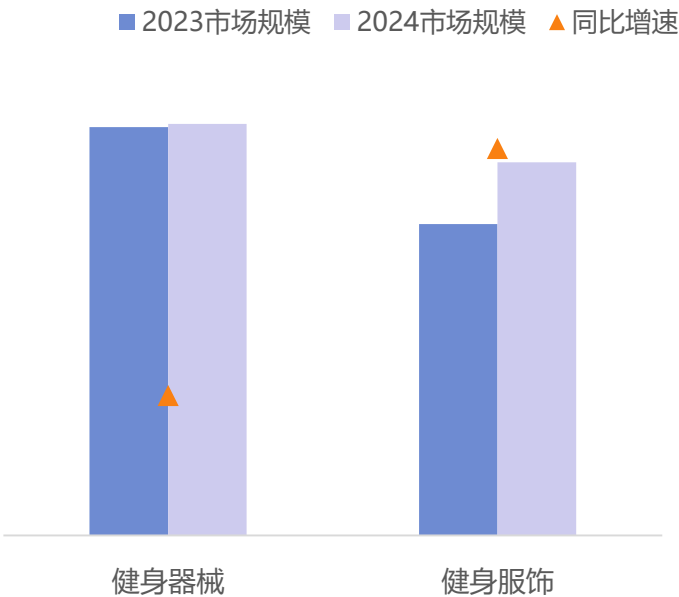


数据来源：TMIC消费者调研，N=1147

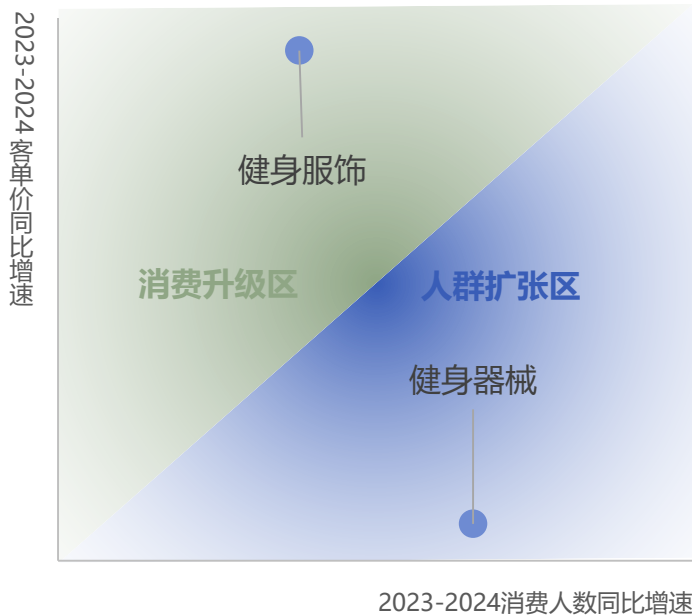
健身器械市场人群快速扩张，健身服饰市场引领消费升级

健身细分市场中，健身器械市场规模相对较大，2024年购买人数快速增长，新客不断涌入驱动市场扩张；健身服饰市场增长趋势显著，2024年同比增长近2成，消费人数增长的同时客单价大幅增长，消费升级驱动市场规模扩大。

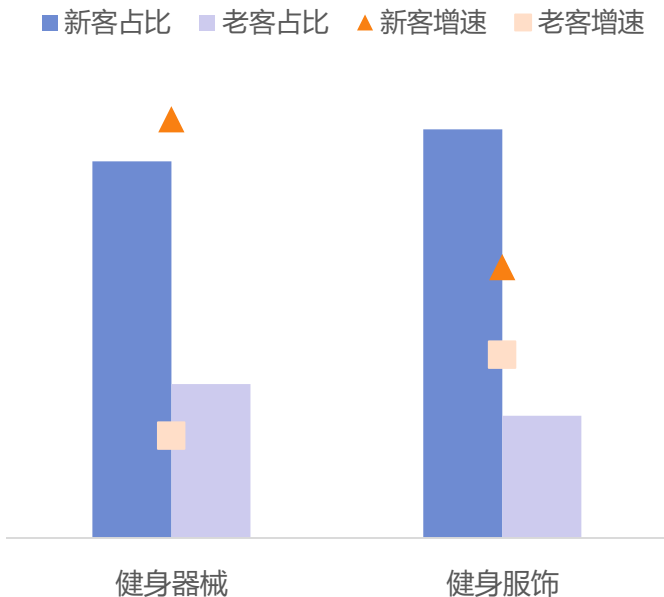
2024年天猫健身市场两大主要品类
市场规模及同比增速



2024年天猫健身市场两大主要品类
市场规模及同比增速



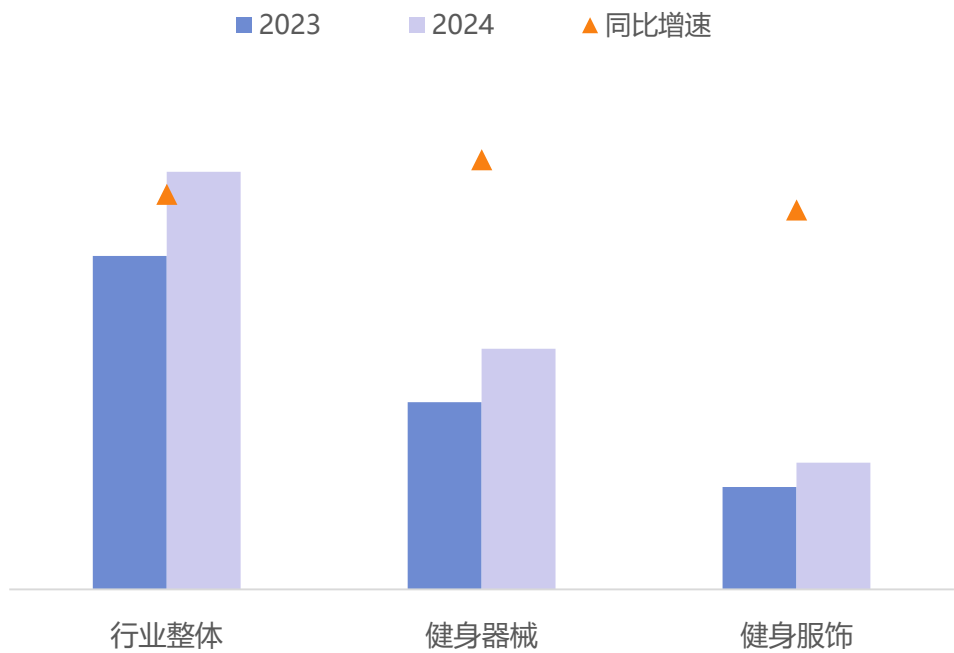
2024年天猫健身市场两大主要品类
新老客占比及同比增速



知名品牌稳固市场地位，新锐品牌积极入局健身市场，注入蓬勃生机

天猫健身以丰富货品供给与多元品牌类型吸引大量消费者。目前健身行业入驻品牌数量达5000个，2024年入驻品牌数量增速达25%。各细分市场头部商家仍以知名品牌为主，但近年来大量新锐品牌涌入，带动了整体市场的进一步蓬勃发展。数据显示，2024年新锐健身器械、健身服饰品牌天猫销售规模快速增长，市场份额进一步提升。

2023-2024年天猫健身市场入驻品牌及商家数量增长趋势



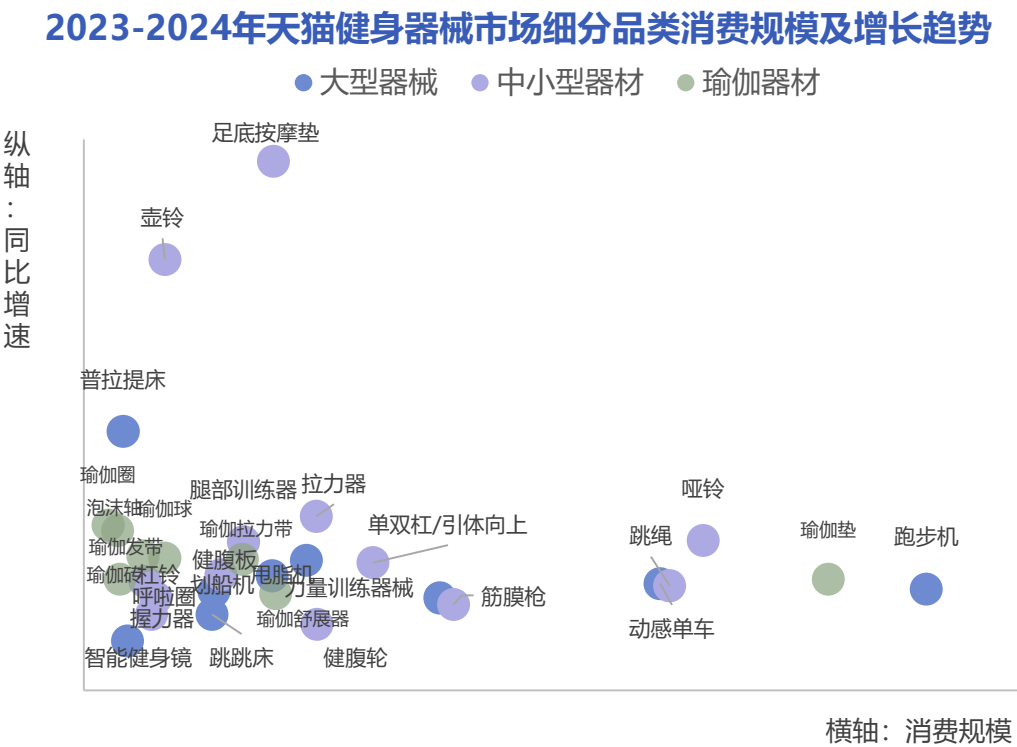
数据来源：阿里消费洞察

品牌	健身器械	健身服饰
行业整体	MERACH/麦瑞克	lululemon/露露乐蒙
	Umay/佑美	Nike/耐克
	Keep	ANTA/安踏
	yottoy	vfu
	Lining/李宁	Decathlon/迪卡侬
新锐品牌	mokfitness	vuori
	飞利浦	jsc
	gymgest	neverme
	一恋普拉提	wiskii
	夺冠体育	gigt
新锐健身器械品牌市场增速 +7X%		新锐健身服饰品牌市场增速 +12X%

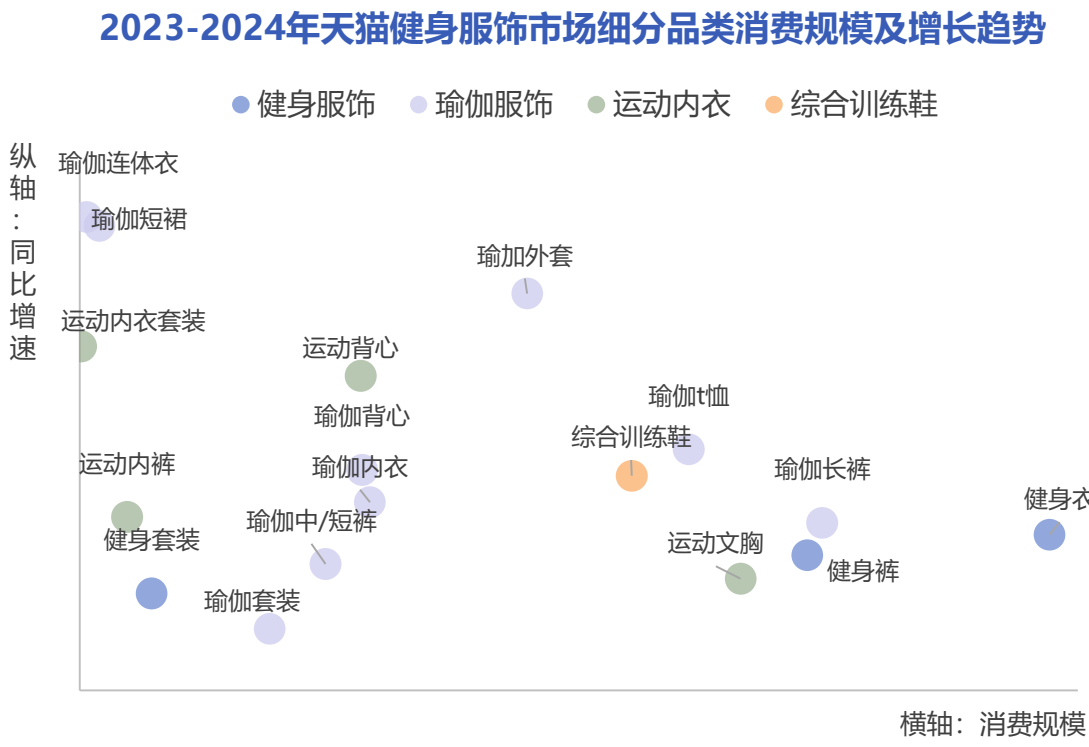
数据来源：阿里消费洞察

天猫健身商品供给丰富，细分市场品类多样化发展

健身器械市场中，跑步机、动感单车、哑铃、跳绳、瑜伽垫是目前市场主流品类，普拉提床、壶铃、足底按摩垫增长快速，是市场趋势类目；健身服饰市场中，健身衣/裤、运动文胸，瑜伽T恤，综合训练鞋市场规模较大，瑜伽外套具备一定市场体量且增长显著，瑜伽连体衣、瑜伽短裙在未来存在增长潜力。



数据来源：阿里消费洞察



数据来源：阿里消费洞察

健身服饰洞察

Fitness
apparel



健身服饰策略人群聚类及表现



健身服饰人群市场分析

根据健身服饰消费人群画像及健身服饰和健身器械消费人群重叠率不到2成，区分健身服饰市场单独聚类



健身服饰人群需求场景分层

根据健身服饰市场消费者潮流化货品和功能性货品消费，划分客单前TOP50%，均件数3件以上的深度潮流化和功能性人群

人群聚类

01 消费者圈定

2023-2024健身服饰市场消费者

02 特征值提取

选定基础消费特征：消费者年龄、购买力、消费需求、场景需求四大维度，共计7个特征值

03 人群聚类

利用k-means聚类方法，生成聚类人群

04 人群定位

基于人群特征显著性，划分4类人群

2024天猫健身行业健身服饰市场策略人群分布

人数增速



优选性能



资深潮流



实享主义



入门体验

进阶

资深潮流

市场核心人群，消费水平高，贵价健身服饰，场景多元潮搭

金额贡献

4x%

人数占比

1x%

优选性能

市场高增潜力人群，中等消费水平，注重服饰的功能和性能

金额贡献

1x%

人数占比

1x%

实享主义

实用消费群体，偏好基础健身服饰，实用套装

金额贡献

2x%

人数占比

3x%

入门体验

年轻健身人群，平价颜值健身服饰搭配

金额贡献

1x%

人数占比

3x%