

2021年 中国运动健身人群洞察报告

2021年12月

Mob研究院出品

©2021 MobTech. All rights reserved.

01 研究背景

中国体育产业关注度逐年上升，规模预计突破三万亿元，且经常参加体育锻炼人数持续上升，国家持续推进“互联网+健身”计划，运动健身用户规模超两亿，掀起国民运动热潮，数字化、智能化、多元化健身时代到来

02 研究内容

本报告主要从画像和行为方面研究运动健身人群的现状，研究对象运动健身人群包括移动设备中安装着运动健身类APP的所有用户

03 研究意义

本报告旨在解读运动健身人群现状，深入洞察运动健身人群的画像分布情况以及行为偏好，挖掘其特征，了解这群运动健身人群，总结运动健身行业的主要发展趋势



CONTENTS

录

1

运动健身行业发展现状

2

运动健身人群画像分析

3

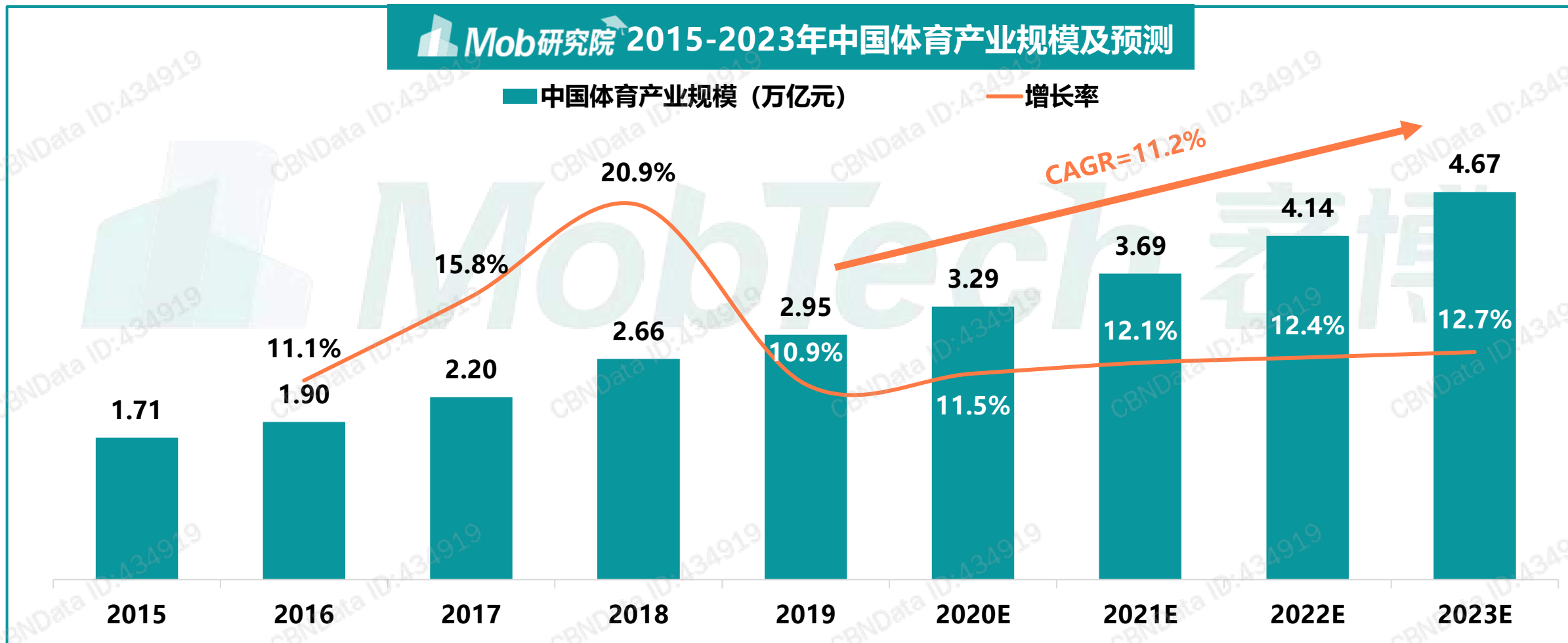
运动健身人群行为分析

4

运动健身行业发展趋势

体育产业规模将突破三万亿，逐渐掀起全民运动热潮

中国体育产业关注度逐年上升，规模预计突破三万亿元，且将持续增长，逐渐掀起全民运动热潮，运动健身市场在此背景下拥有巨大潜力



注：体育产业规模，指一个国家（或地区）所有常住单位在一定时期内生产的所有体育货物和服务的价值，反映常住单位从事体育生产活动的总规模

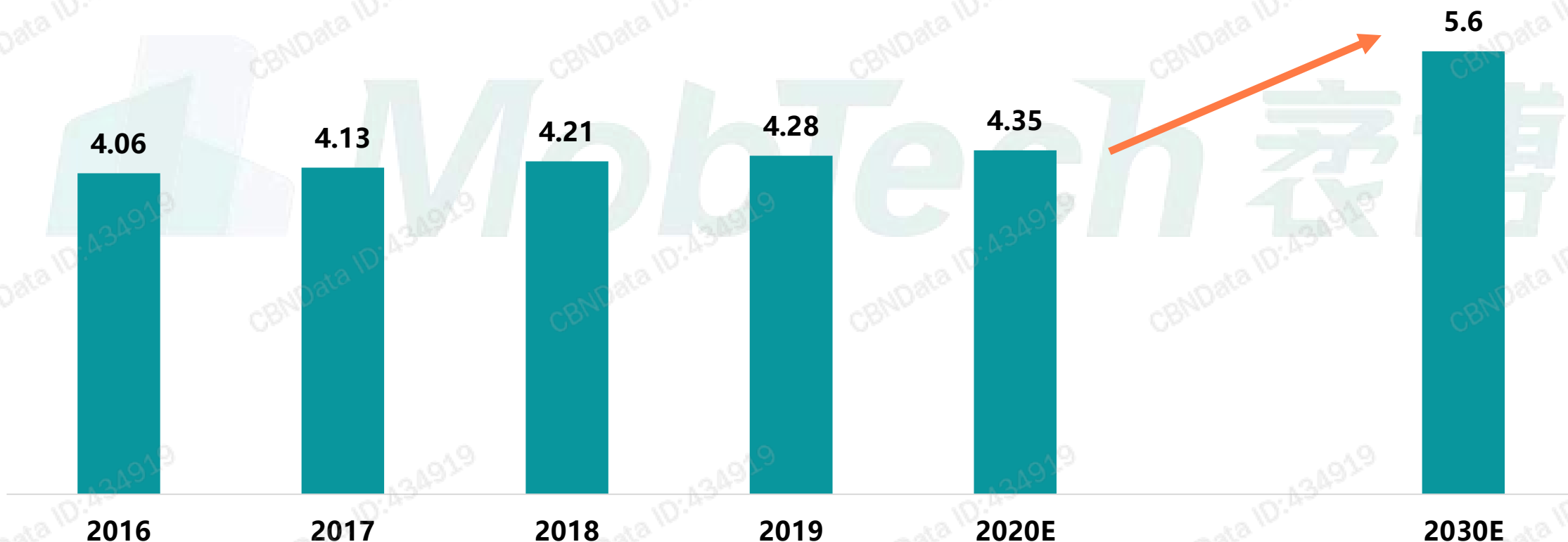
Source：国家统计局，MobTech自有模型估算

参加体育锻炼人数稳步增长，全民健身计划稳步推进

中国经常参加体育锻炼人数持续上升，2016年至2019年，从 4.06 亿人上升至 4.28 亿人，国家持续推进全民健身计划，预计2030年该人数将达到5.6亿人

Mob研究院 历年经常参加体育锻炼人数变化及趋势预测

■ 中国经常参加体育锻炼人数（亿）



注：将每周参加体育锻炼频率3次以上，每次时间持续30分钟及以上，每次强度达到中等及以上的人称为经常参加体育锻炼人口

Source：国家体育总局，Mob研究院整理

运动健身进入3.0时代，运动生活更智能化和多元化

2020年10月10日，国务院办公厅下发《关于加强全民健身场地设施建设发展群众体育的意见》，明确提出要推进“互联网+健身”，伴随着当下互联网推动，数字化、智能化、多元化健身时代到来

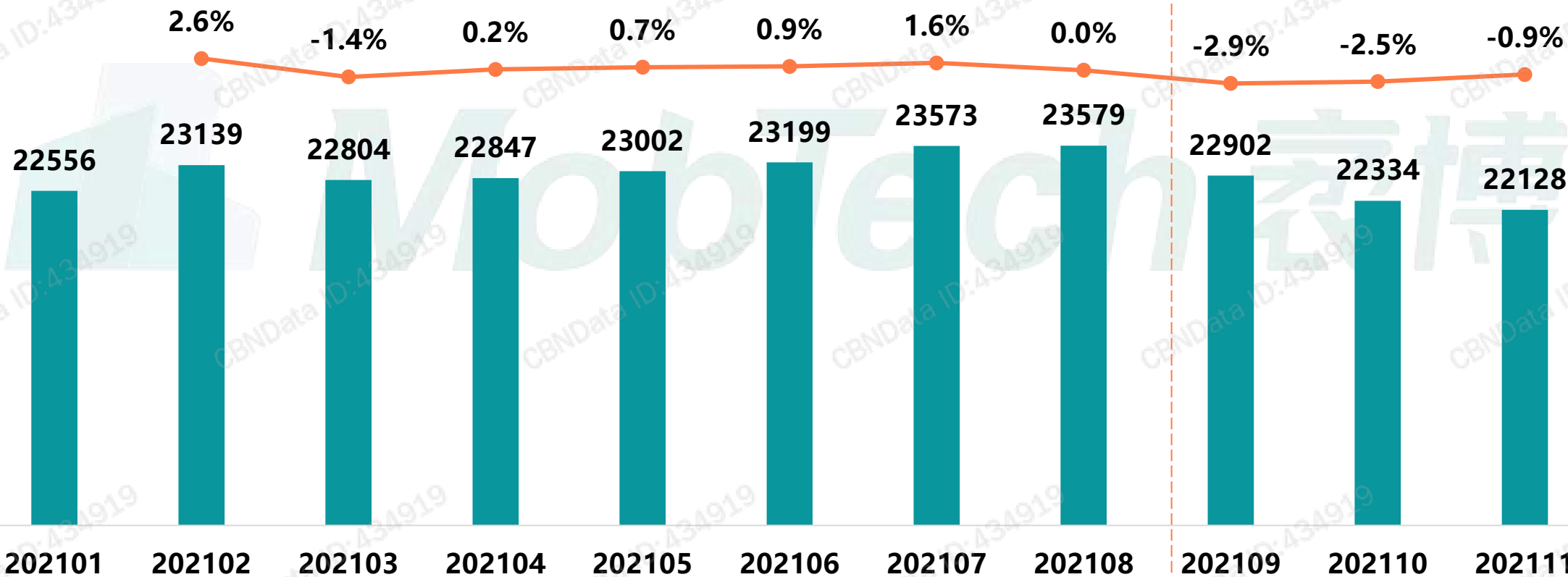


中国运动健身用户规模稳定，近一年保持在两亿以上

随着人们对健康及运动的重视程度加深，运动App和智能装备的功能也逐渐完善，运动健身APP用户规模持续稳定在2亿以上，近月有所下降，或因局部地区疫情反复导致

Mob研究院 历年运动健身APP月活跃用户规模及增速

运动健身APP用户规模 (万) 增速





CONTENTS

录

1

运动健身行业发展现状

2

运动健身人群画像分析

3

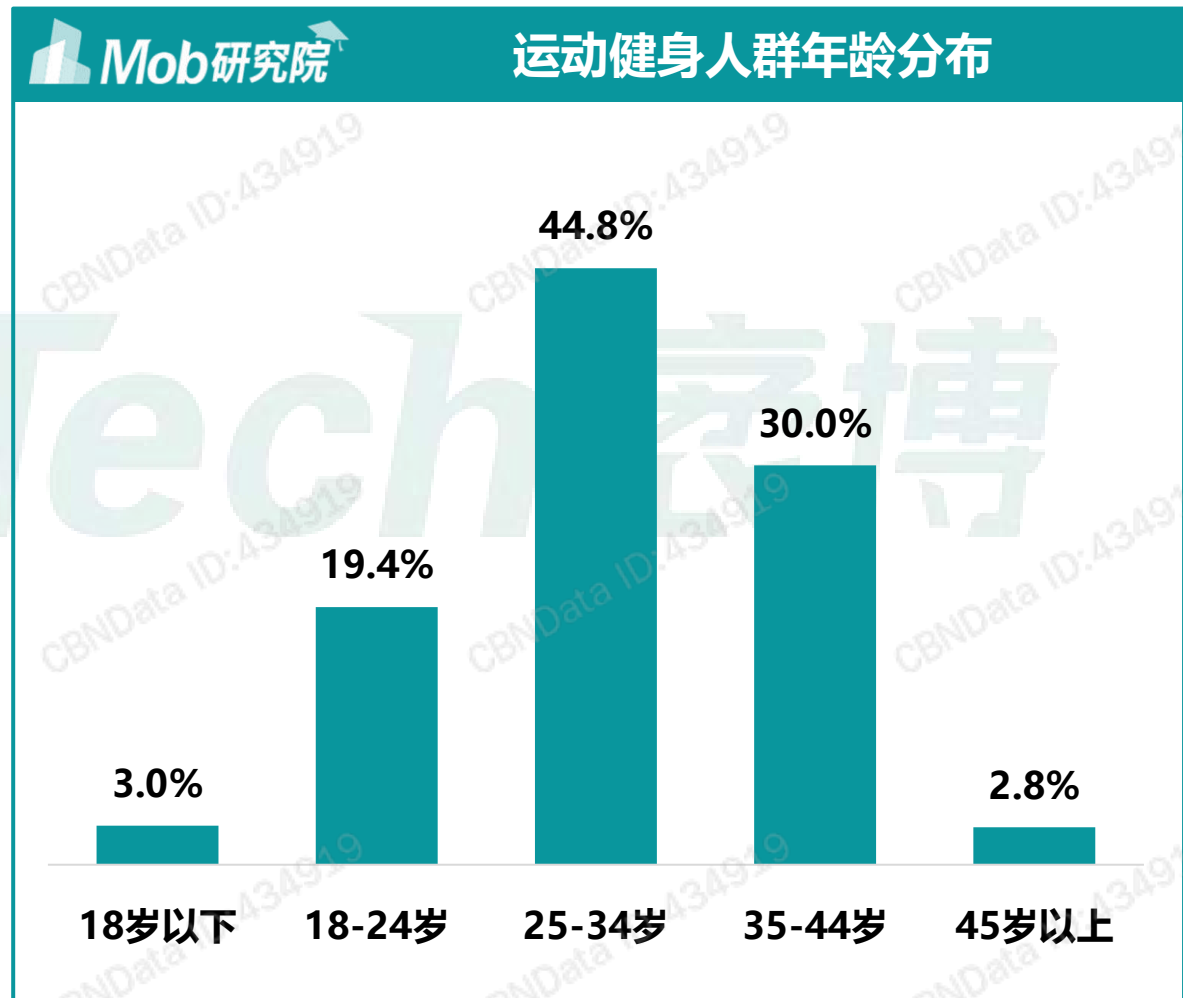
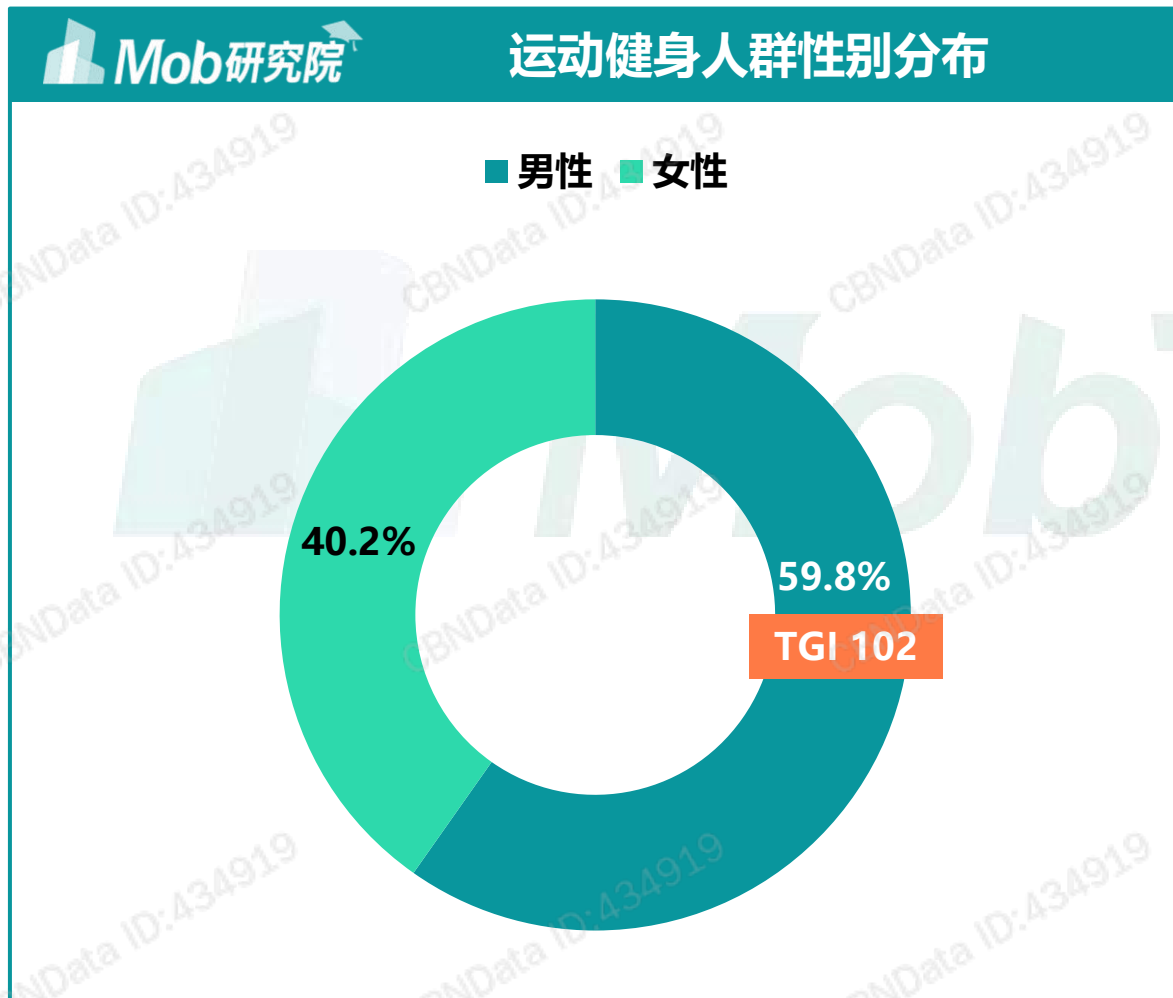
运动健身人群行为分析

4

运动健身行业发展趋势

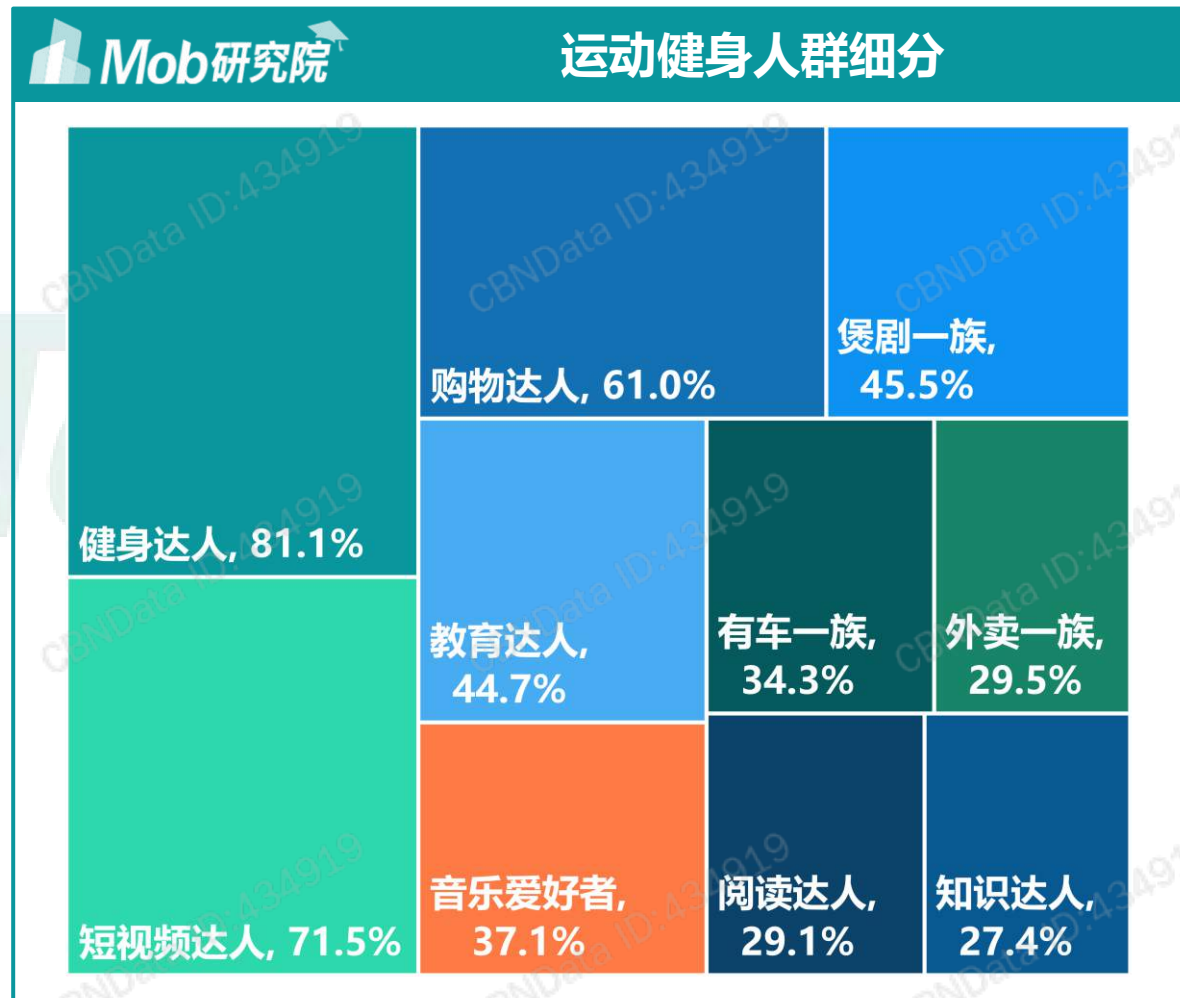
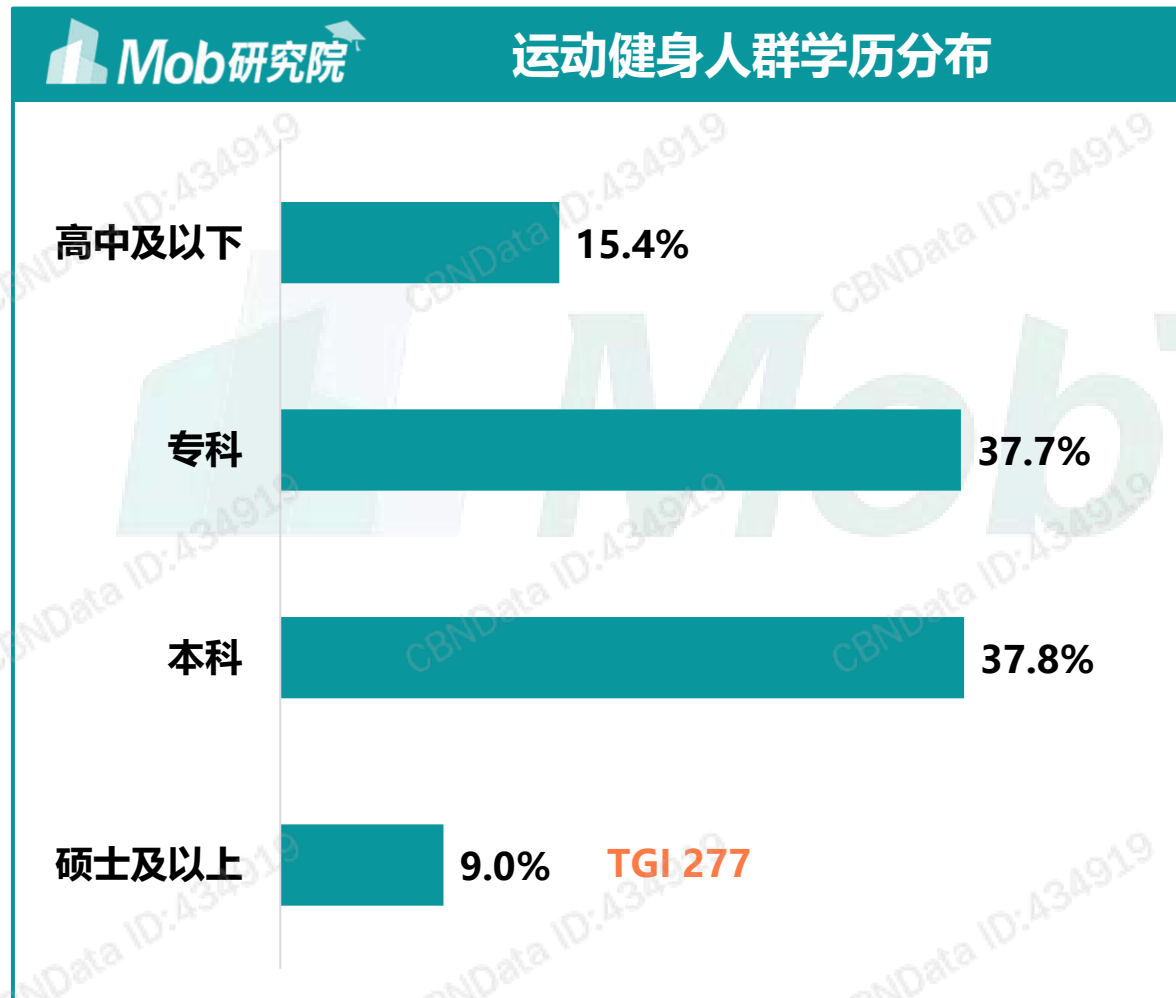
中青年男性健身大军来袭，和“油腻”说再见

运动健身人群的性别分布中，男性占比高于女性，达59.8%，年龄分布中，25-44岁占比超7成，中青年扛起运动健身主力大旗



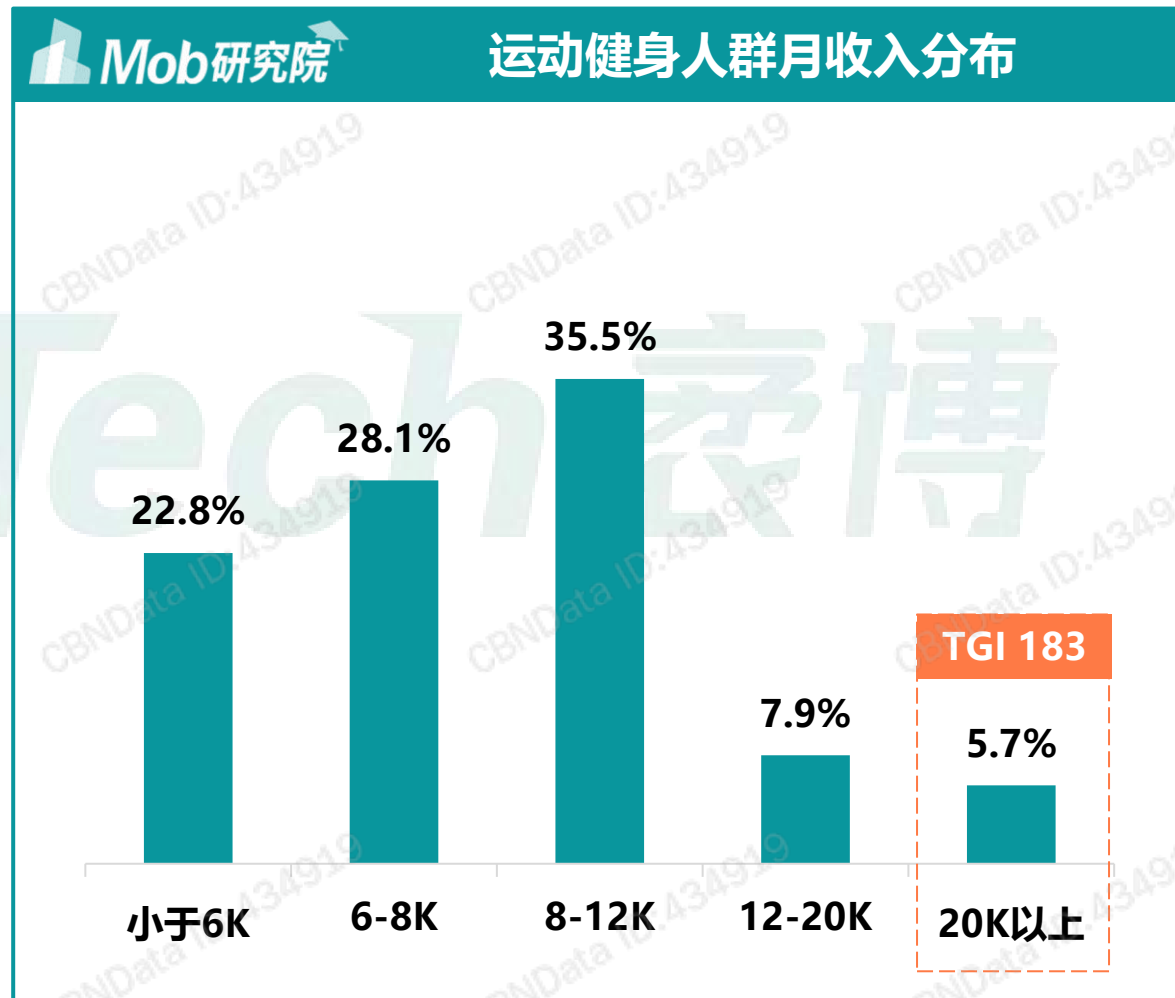
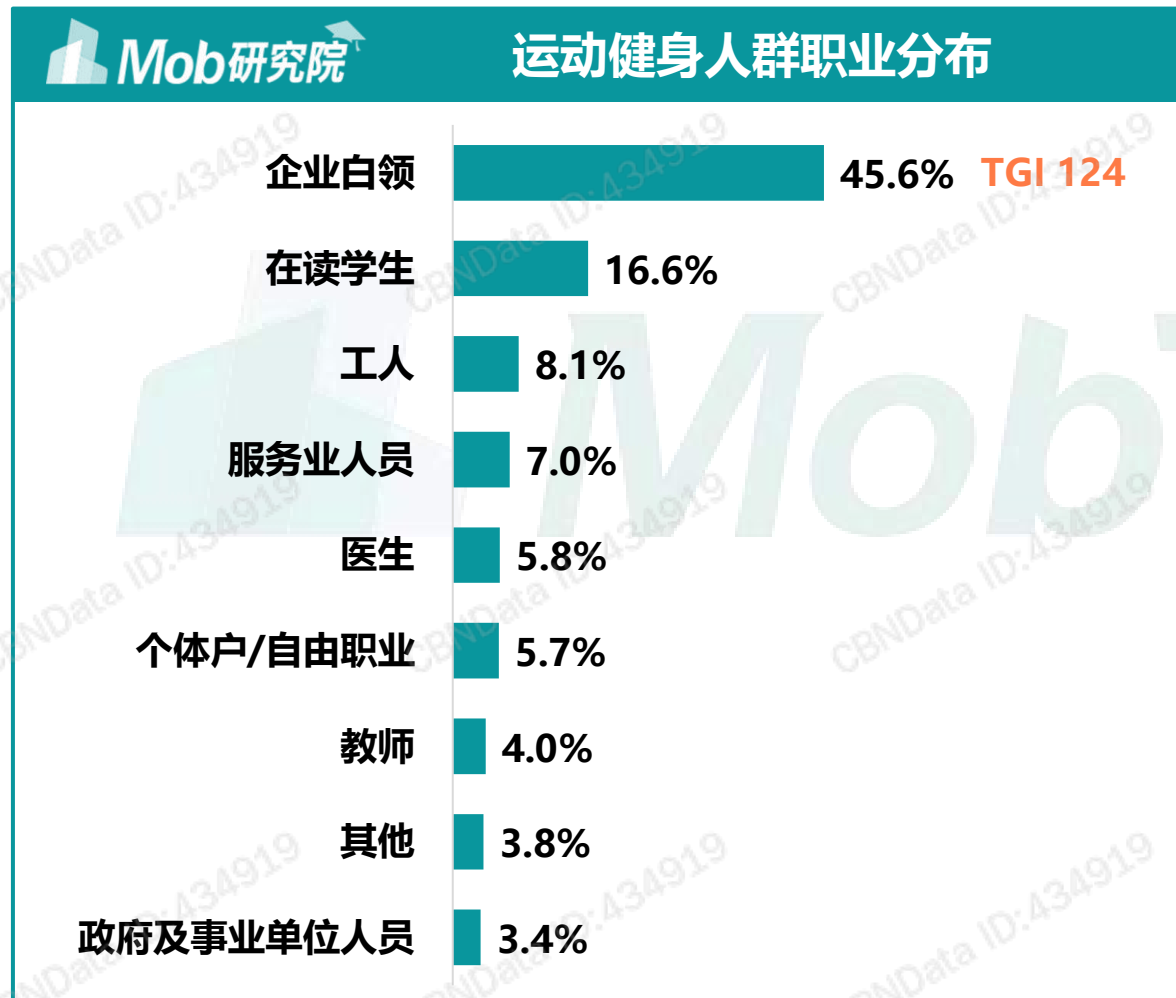
高学历娱乐生活图鉴：运动、购物、短视频

随着健身热的兴起，各层次学历者纷纷投入健身大军，其中硕士及以上的占比达9%，显著高于市场平均水平，他们热爱健身的同时也爱短视频、购物、煲剧等娱乐方式



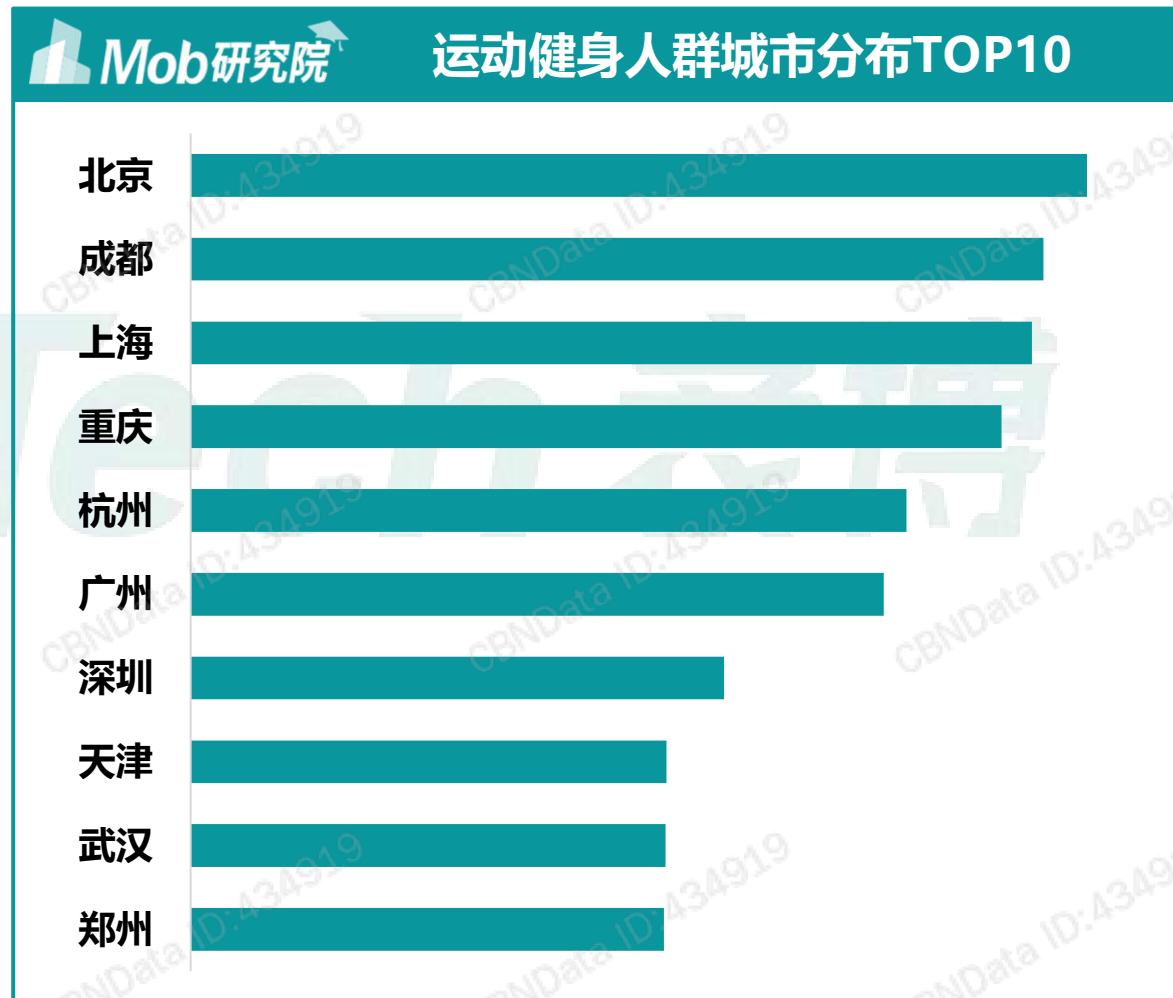
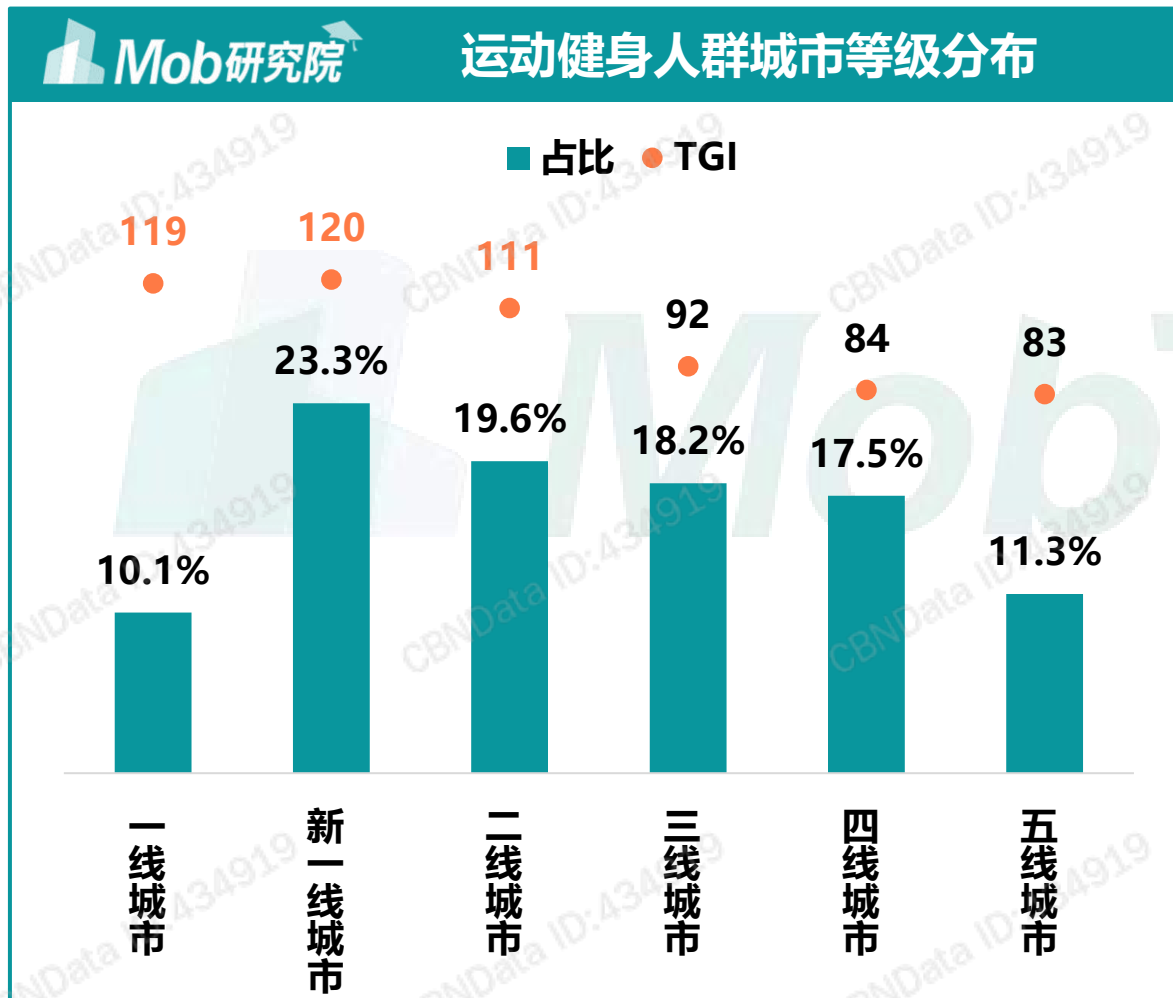
什么是快乐星球：健身是月薪20k的终极快乐

运动健身人群的职业分布中，企业白领占比最高，达45.6%，月收入分布中以中高收入为主，6K以上占比超7成，20K以上的人群对运动健身的关注度高



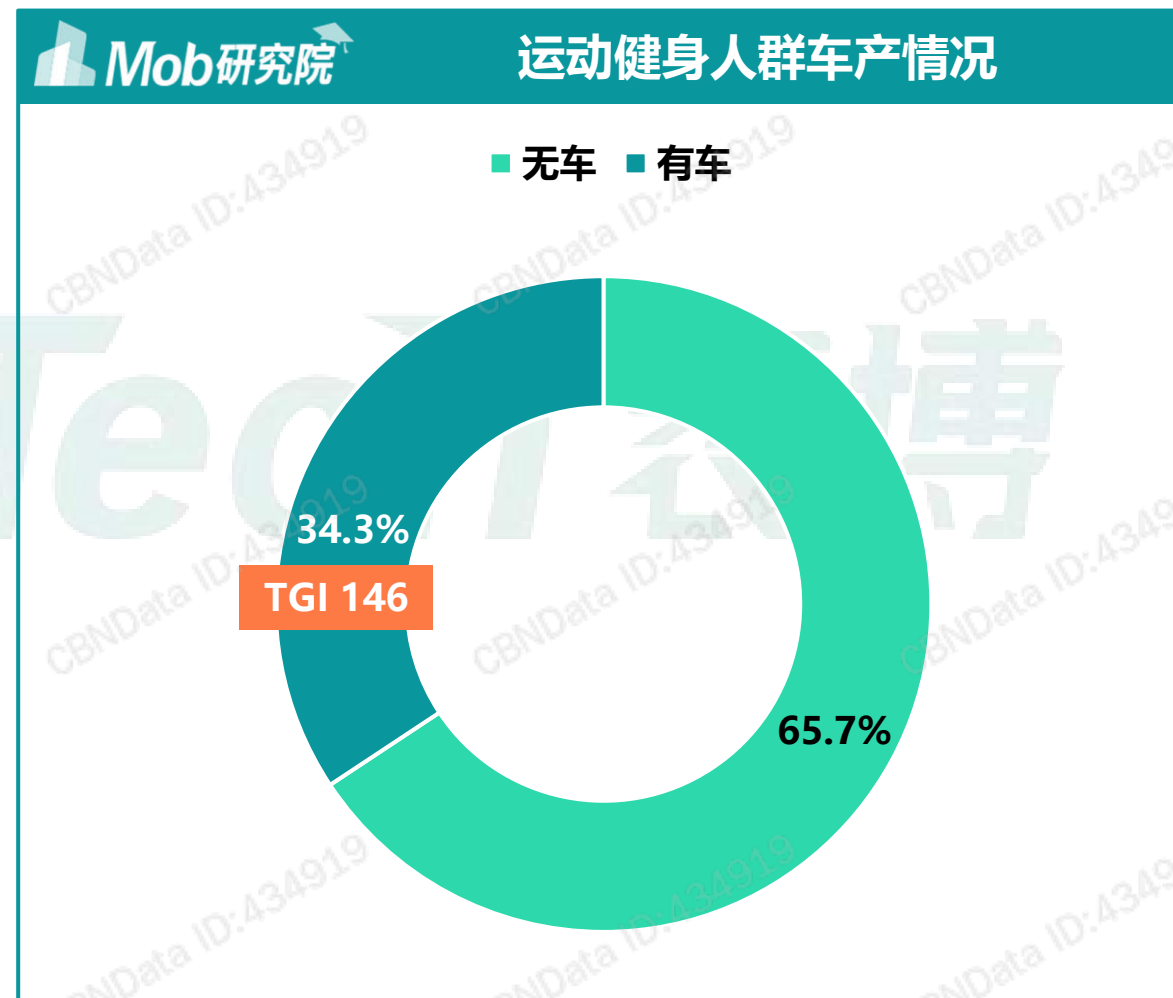
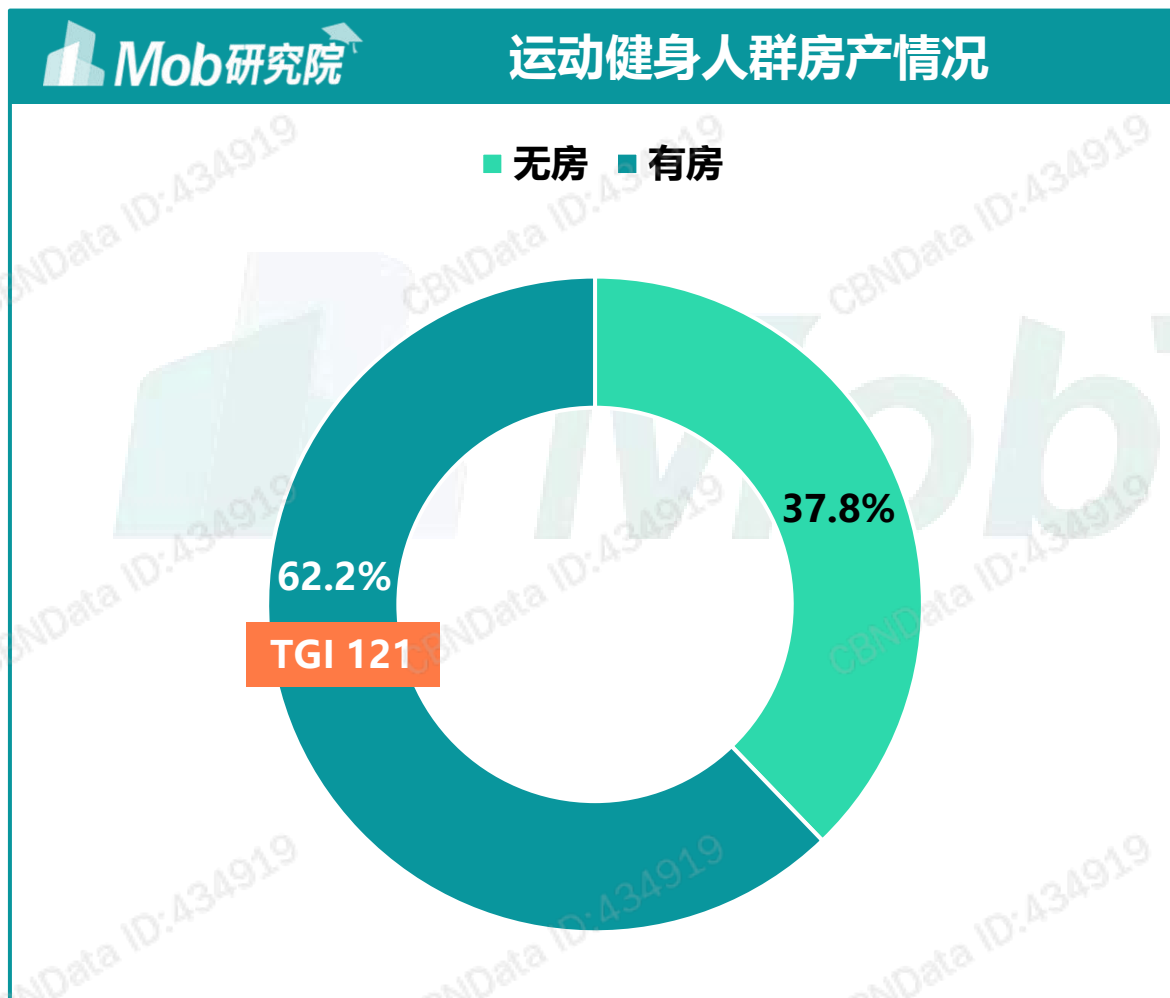
身在一二线，心在健身房

超5成运动健身人群分布于一线、新一线以及二线城市；城市分布中占比最高分别为北京、成都、上海、重庆



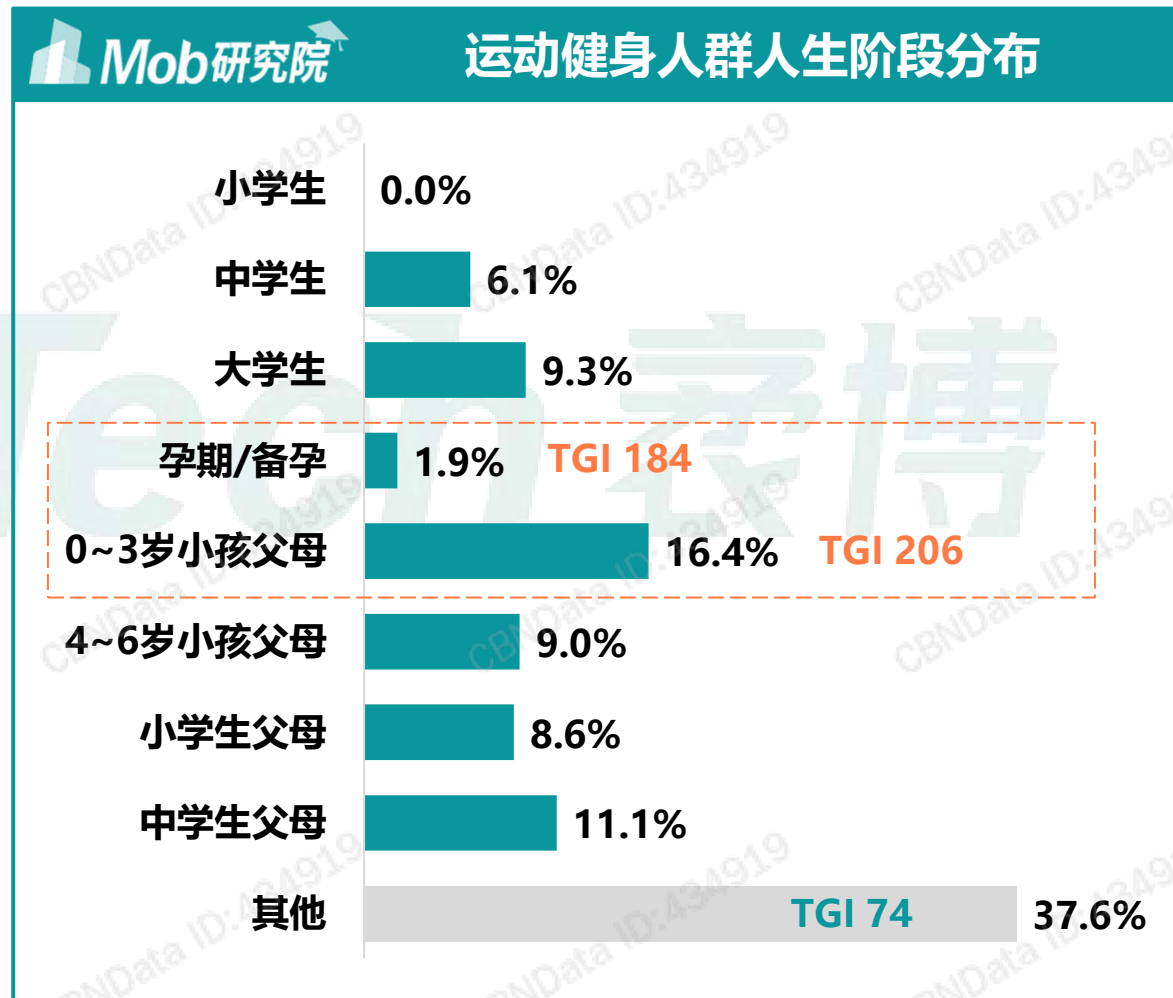
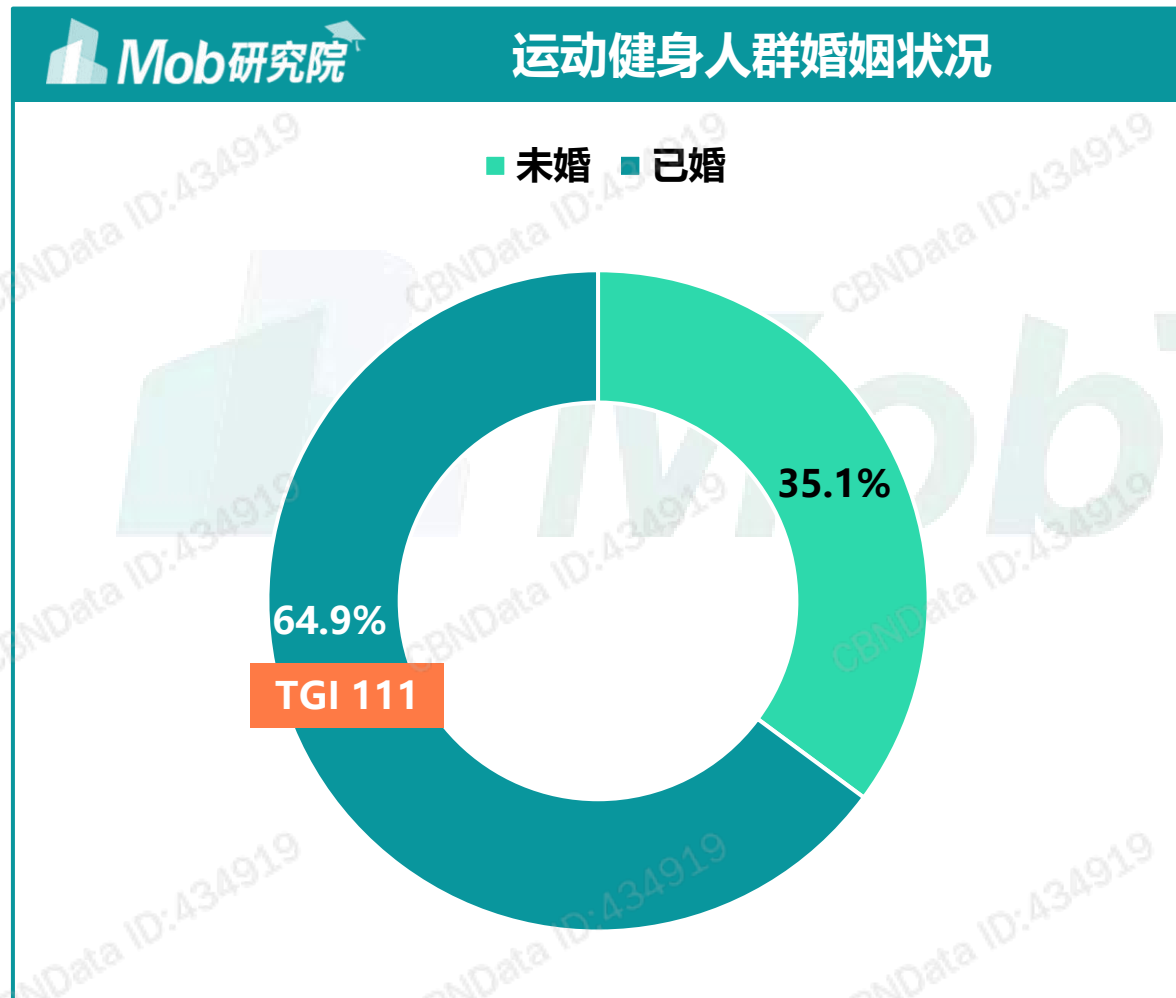
有房有车不稀奇，有muscle无人能敌

运动健身人群中，在满足了有房有车的基本生活需求的同时也增加了对健康和身材的需求，有房的占比超6成，有车的比例也高于整体水平



优生优育健身响应，有娃后更不愿躺平

运动健身人群中，已婚占比超6成；人生阶段分布中，处于孕期/备孕以及低龄子女父母阶段对于运动健身的关注度高，优生优育、恢复身材或为主要因素





CONTENTS

录

1

运动健身行业发展现状

2

运动健身人群画像分析

3

运动健身人群行为分析

4

运动健身行业发展趋势

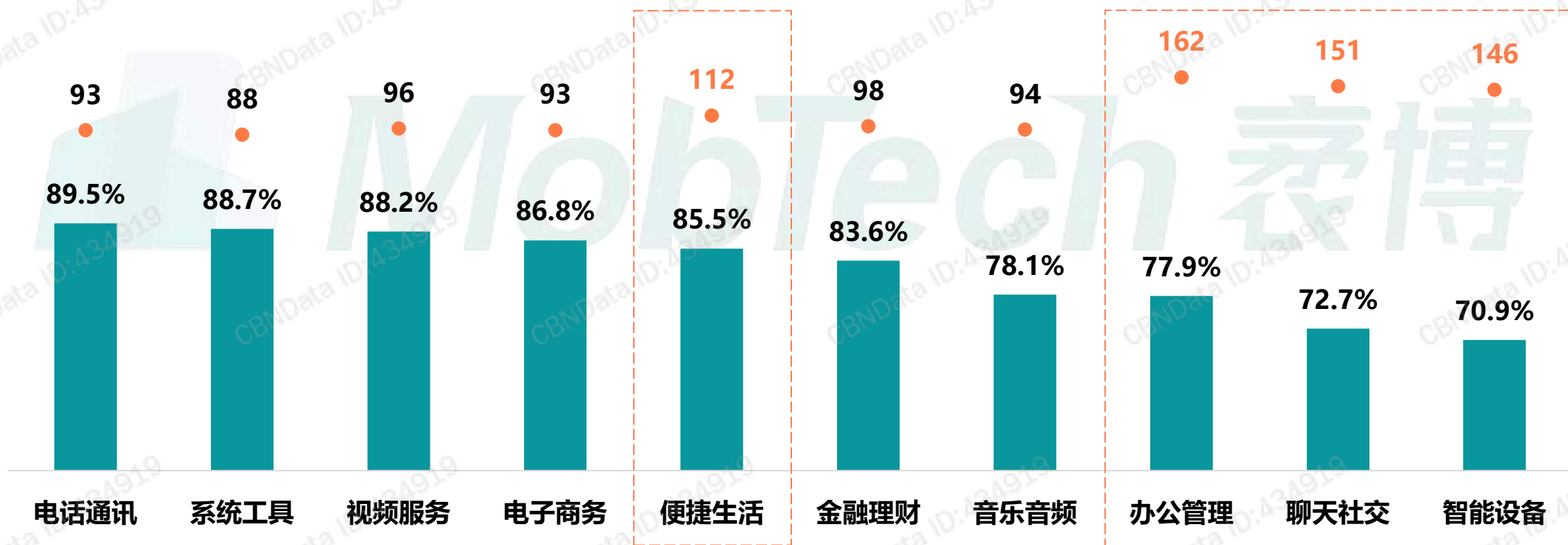
应用偏好类型：精细化生活，开放式社交

运动健身人群对便捷生活、办公管理、聊天社交以及智能设备App偏好明显，他们关注身体健康的同时也会关注生活和社交

Mob研究院

2021年运动健身人群媒介偏好 (TGI)

■ 占比 ● TGI

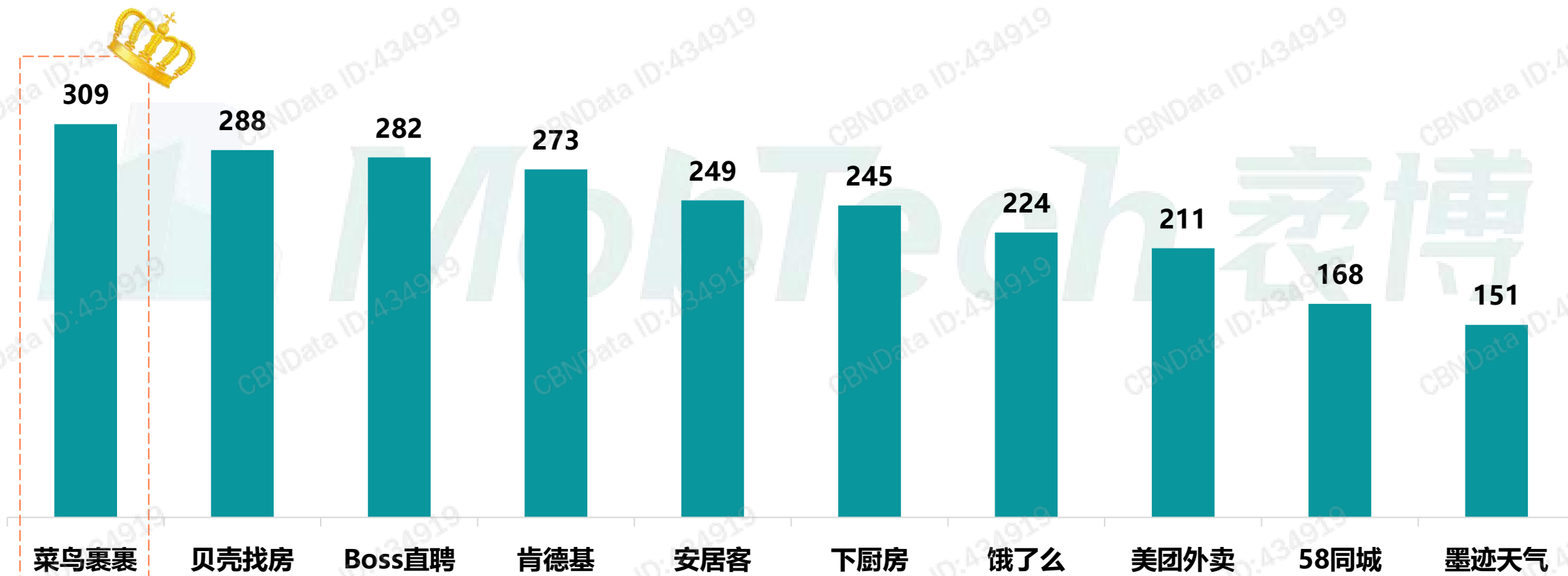


便捷生活应用偏好：装备需备齐，包裹不停歇

菜鸟裹裹作为快递物流类App深受运动健身人群的喜爱，他们通常需要在网上购买运动装备等物品

Mob研究院

2021年运动健身人群便捷生活App偏好 (TGI)



聊天社交应用偏好：日常保持好奇心，线上分享找不停

运动健身人群最爱的社交应用是知乎，他们生活中对事物保持好奇，对知识充满渴望，时常会在线上寻找内容型分享

Mob研究院

2021年运动健身人群聊天社交App偏好 (TGI)

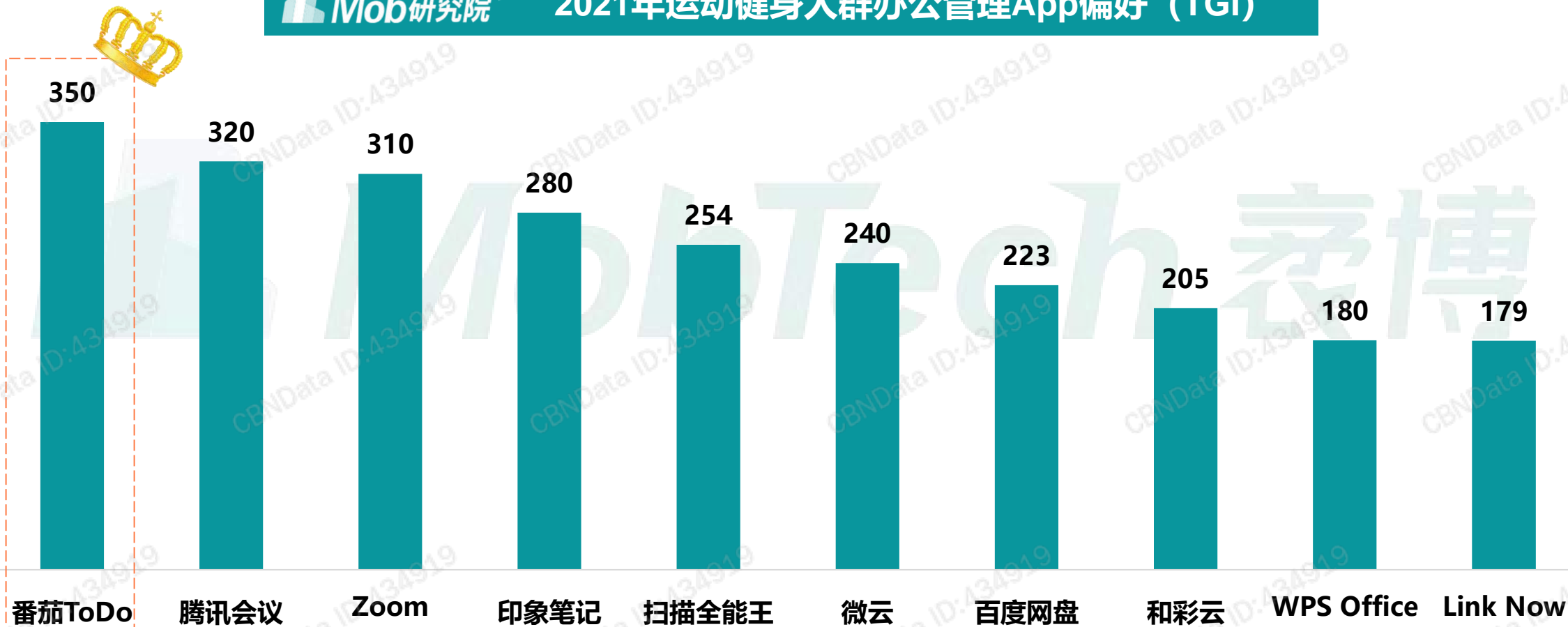


办公管理应用偏好：生活不拖延，自律且积极

番茄ToDo作为一款“培养专注习惯，告别拖延”的时间管理应用深受运动健康人群喜爱，它可以多维度促进习惯的养成

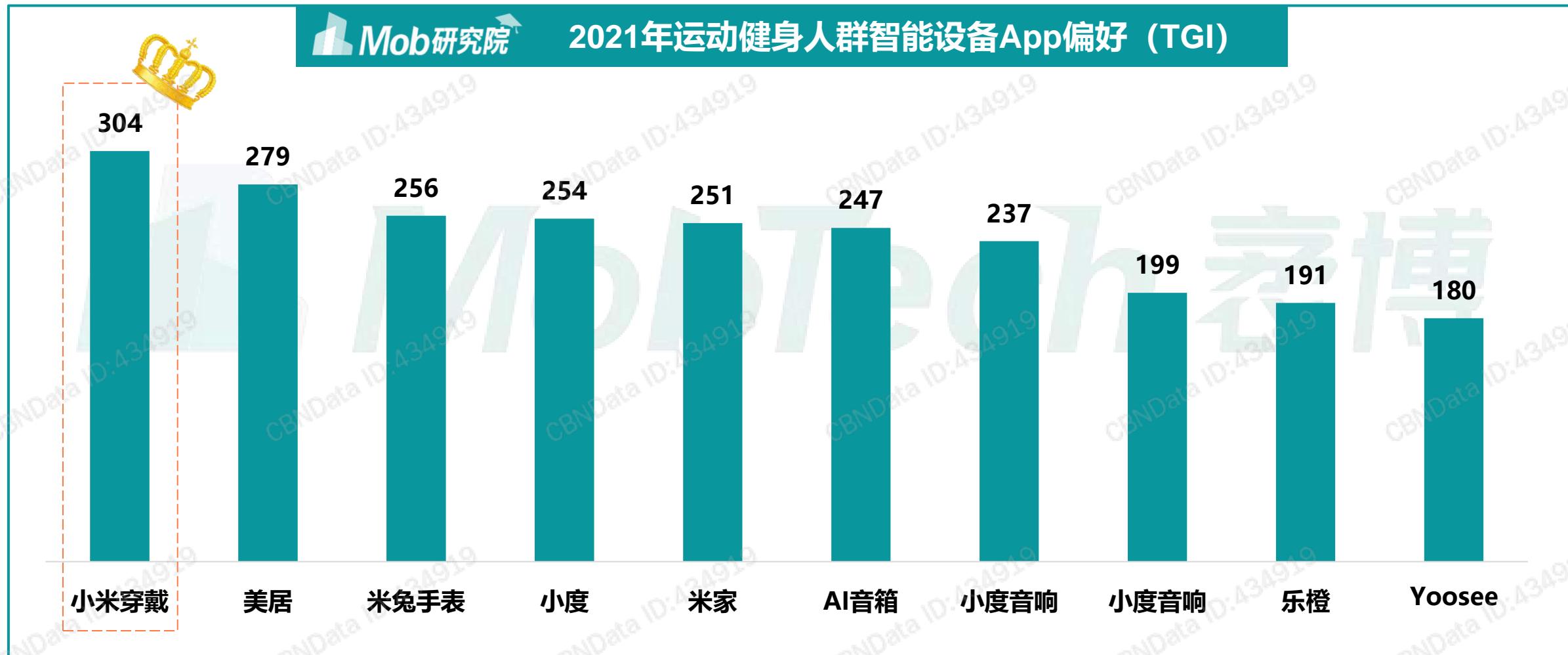
Mob研究院

2021年运动健身人群办公管理App偏好（TGI）



智能设备应用偏好：跑的每一步，都值得记录

小米穿戴作为一款运动数据与健康服务的应用程序深受运动健康人群喜爱，它可以为用户提供专业、精准的数据记录，成为运动人群的贴身智能助理





CONTENTS

录

1

运动健身行业发展概览

2

运动健身人群画像分析

3

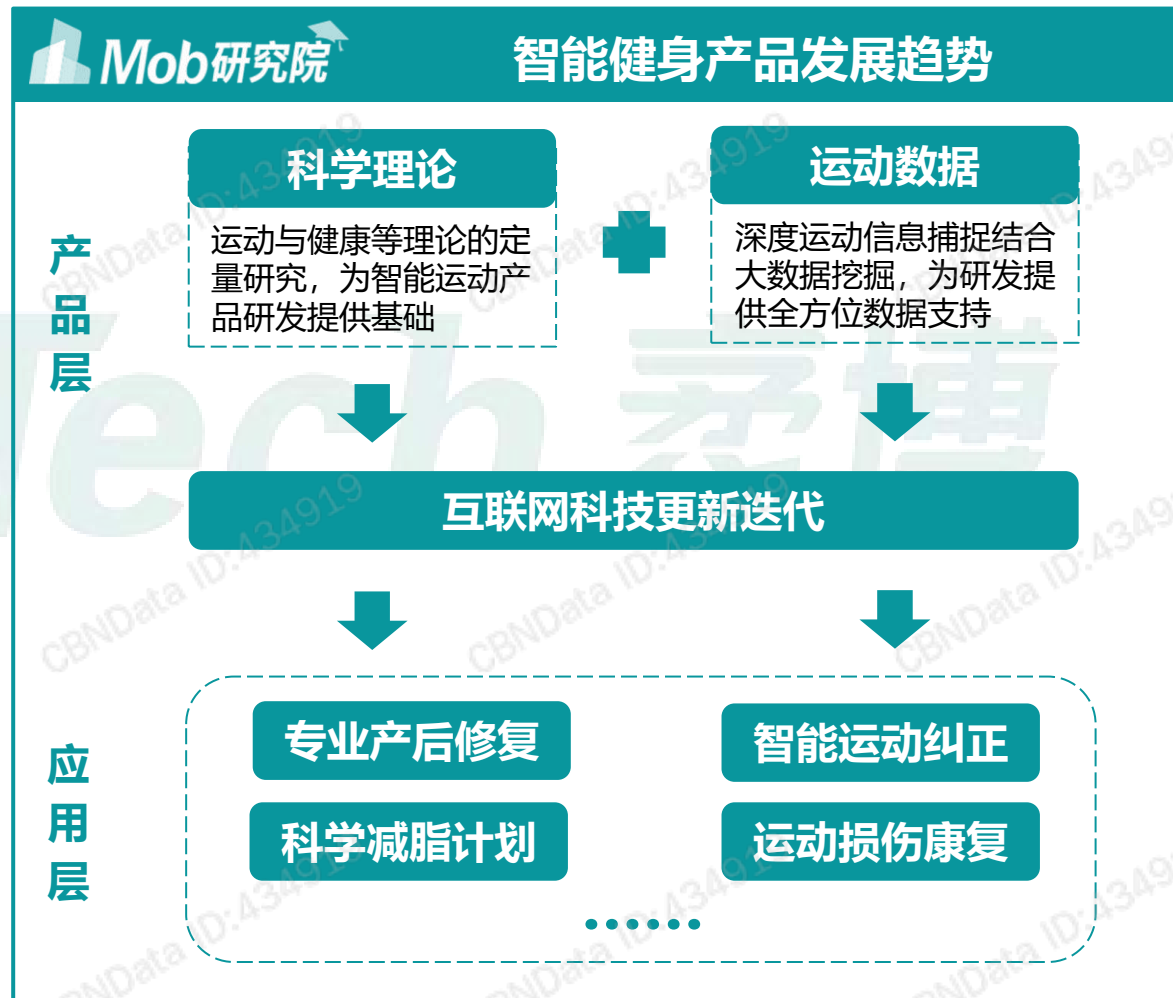
运动健身人群行为分析

4

运动健身行业发展趋势

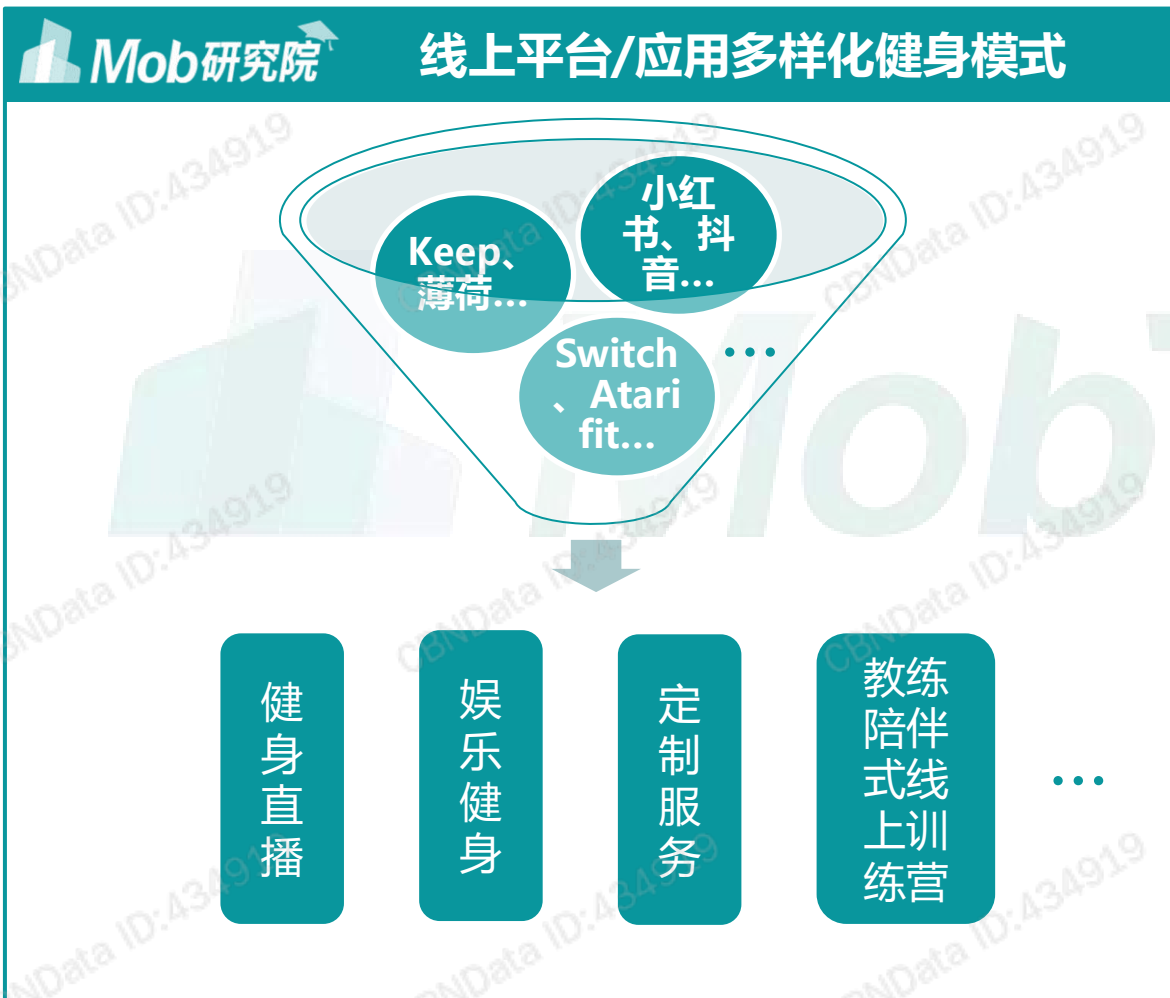
科技发展：智能健身产品定制化，满足需求多样化

健身需求趋向多样化，不同人群对于运动健身具有细分需求，强身健体到追求身形塑造等，结合科学理论及运动数据，智能健身产品将会趋向定制化、精细化，满足各类需求



场景拓展：线上线下融合，打造健身新生态

高达87%的线上健身用户，是一年内曾为线下健身服务付费的健身人群，健身App、社交App等推出健身直播、娱乐健身、定制化服务模式，结合线下智能化场景及产品，正在构成中国健身的新生态



报告说明

1.数据来源

MobTech报告数据基于市场公开信息，MobTech自有监测数据，以及MobTech研究模型估算等来源。

2.数据周期及指标说明

报告整体时间段：2015-2021.12

具体数据指标请参考各页标注

3.版权声明

本报告为MobTech制作，报告中所有的文字、图片、表格均受有关商标和著作权的法律保护，部分文字和数据采集于公开信息，所有权为原作者所有。没有经过本公司新媒体许可，任何组织和个人不得以任何形式复制或传递。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

4.免责条款

本报告中行业数据及市场预测主要为分析师采用桌面研究、行业访谈及其他研究方法，并且结合MobTech监测产品数据，通过统计预测模型估算获得，仅供参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。任何机构或个人援引或基于上述数据信息所采取的任何行动所造成的法律后果均与MobTech无关，由此引发的相关争议或法律责任皆由行为人承担。



全球领先的数据智能科技平台



关注我们

研究报告合作

021-64702051

marketing@mob.com