

中国全民运动健身行业报告 -产业价值探索

2016年

www.iresearch.cn



海量行研报告免费读

导语

46号文发布2周年之际，国家再发《“健康中国2030”规划纲要》

这意味着，2014年上升为国家战略的全民运动健身

现在成为顶层国家战略了！

所以，全民运动健身行业，现在发展如何了？

中国与发达国家体育水平差距无需赘言

这一次，我们贴近用户，贴近创业者，

看行业态势，梳理商业逻辑，探寻产业价值点

分水岭处深思考

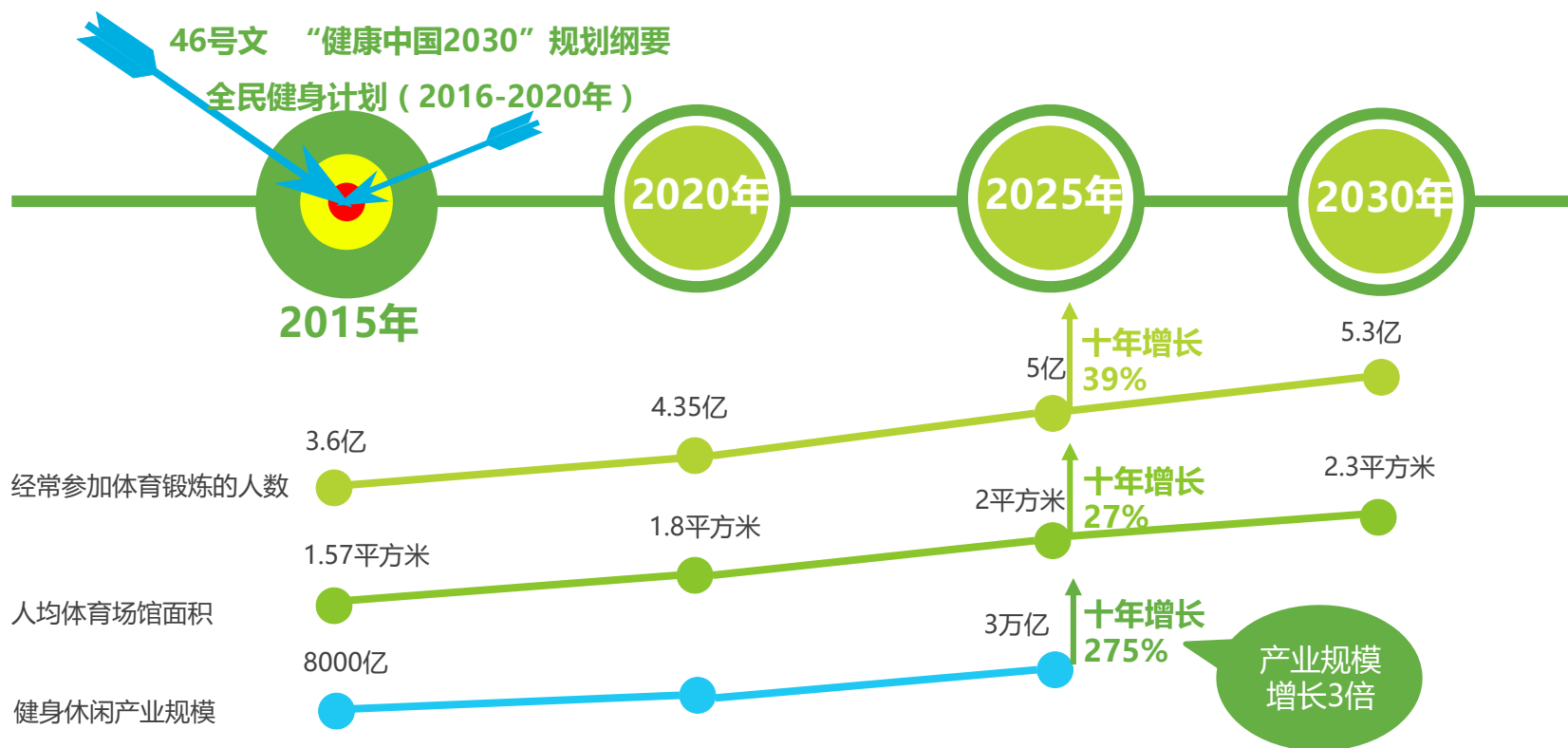
产业现状：热潮之下，基础薄弱	1
产业逻辑：价值探索与商业模式	2
用户洞察：运动需求与运动消费	3
运动纵切：跑步、足球、滑雪、健身	4
行业纵切：制造、场馆、培训、旅游	5
关键趋势：场景构建与多业融合	6

发展目标：承载体育产值6成任务，十年大规模产业化进程开启，10年内产业规模将增3倍

iResearch

艾瑞咨询

2016-2030年中国运动健身产业发展目标



来源：艾瑞根据国家体育总局数据自主研究绘制

政府定调：体育被列入国民幸福产业，全民运动健身成顶层国家战略，各省市强力落实

2014-2016年11月中国体育行业主要政策文件

2014.10 《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》

2016.6 《全民健身计划（2016-2020年）》

2016.7 《体育产业发展“十三五”规划》

2016.10 《“健康中国2030”规划纲要》

2016.10 《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》

31省市 《全民健身实施计划（2016-2020年）》

2015.3 《中国足球改革发展总体方案》

2016.4 《中国足球中长期发展规划（2016-2050年）》

2016.5 《关于强化学校体育促进学生身心健康全面发展的意见》

2016.9 《青少年体育“十三五”规划》

2016.11 《冰雪运动发展计划（2016-2025年）》

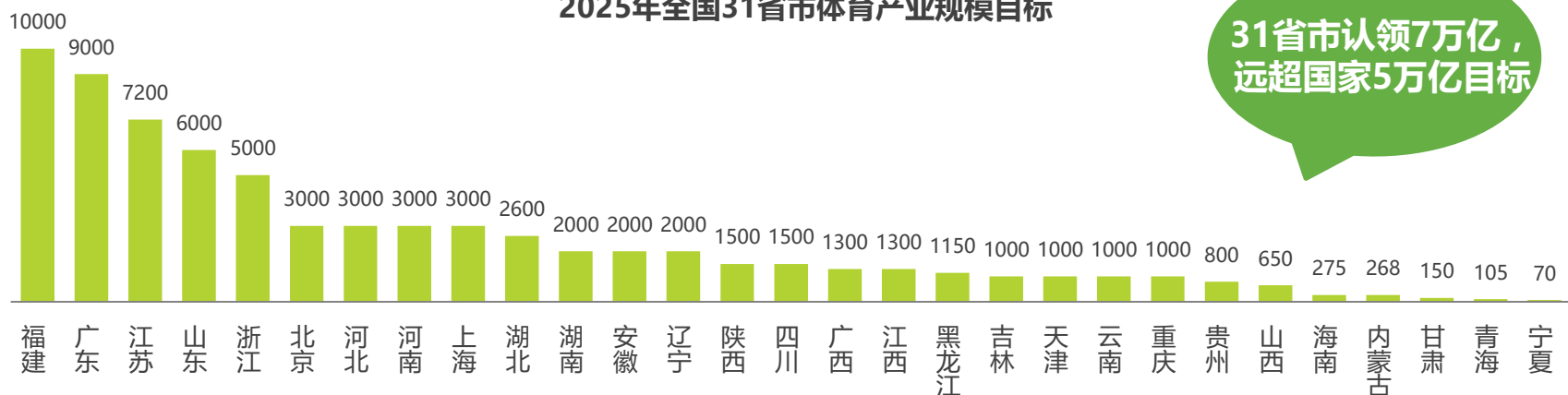
2016.11 《群众冬季运动推广普及计划（2016-2020年）》

足球

青少年
体育

冰雪

2025年全国31省市体育产业规模目标



31省市认领7万亿，
远超国家5万亿目标

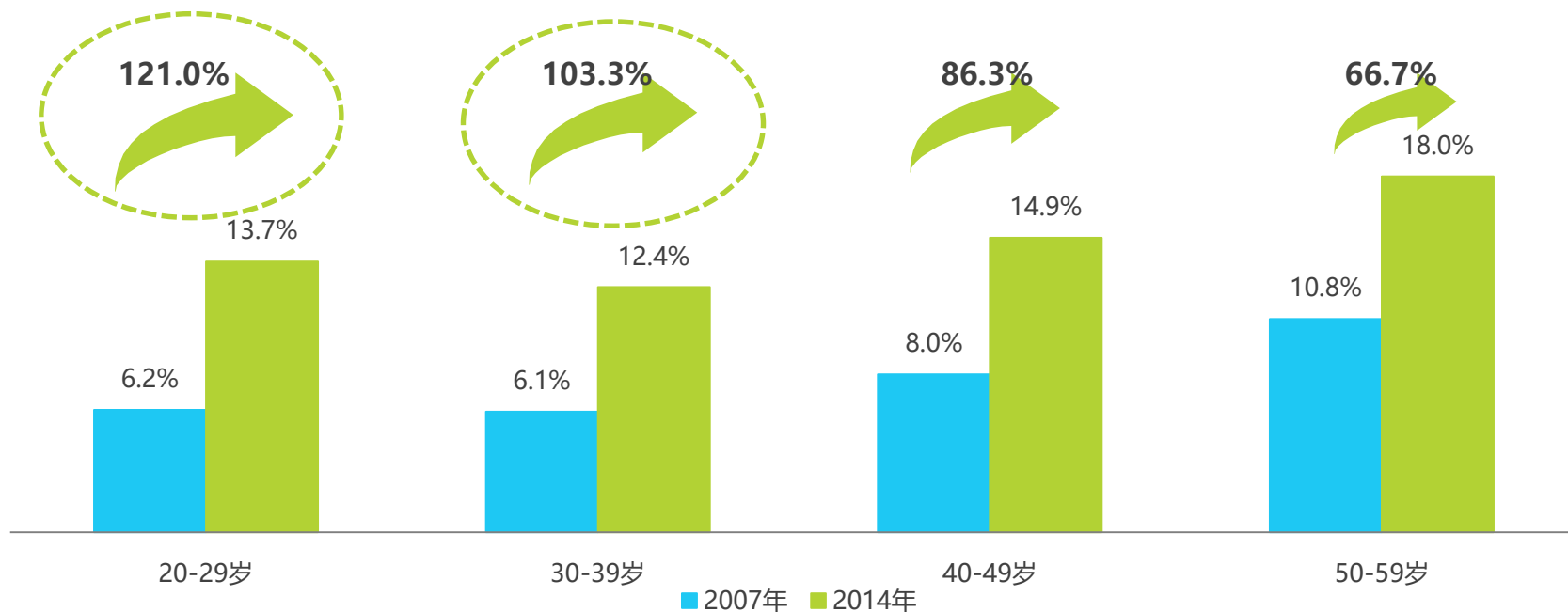
■ 2025年体育产业规模目标（亿元）

来源：国家体育总局。

用户基础：全民运动健身意识觉醒，高净值人群运动参与比例上升，带来更多产业价值

- 根据2014年国家最新全民健身状况调查公报数据，相比2007年，整体全民运动健身的人群比例增长近8个百分点。尤其是20-40岁人群，锻炼人群比例翻了一番。
- 20-40岁人群是社会的中坚力量，具有旺盛的娱乐和消费需求，相对而言，C端消费价值更高。中青年人群运动需求的崛起，将为产业带来更多附加值和产业价值拓展空间。

2007和2014年中国经常参加锻炼的人口比例

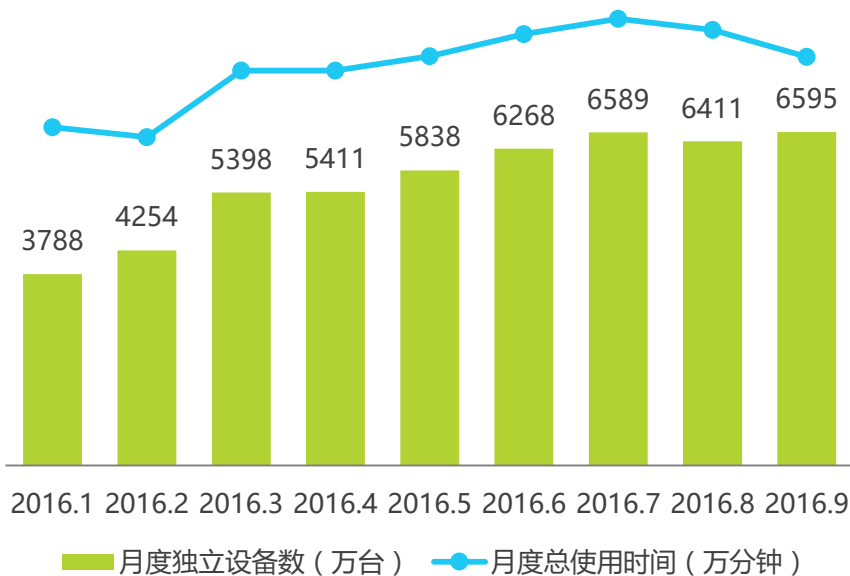


来源：国家体育总局，2014年全国全民健身活动状况调查公报。

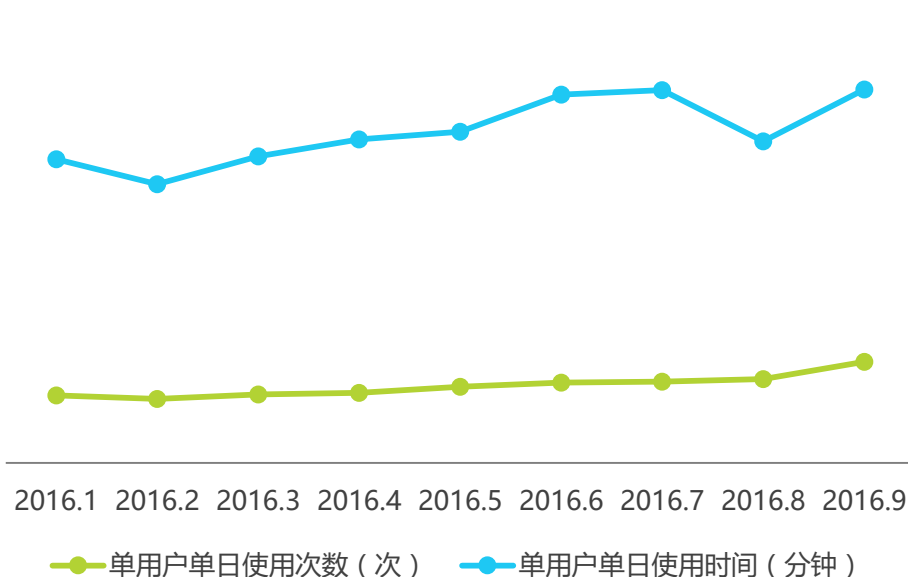
用户基础：运动App覆盖人群、运动频次和运动时长稳步增长，用户运动热情日渐上升

- 2016年1-9月，运动健身类App的用户规模和总使用时长稳步增加，单用户使用频次和使用时长也处于稳步增长态势。这意味着，越来越多人选择使用互联网运动服务工具辅助自己的运动锻炼，用户每天的运动App启动次数和使用时长增多，用户运动锻炼更频繁了，锻炼时间更长了。

2016年1-9月运动类App月度总覆盖人数和总使用时间



2016年1-9月运动类App单用户单日使用次数和时长



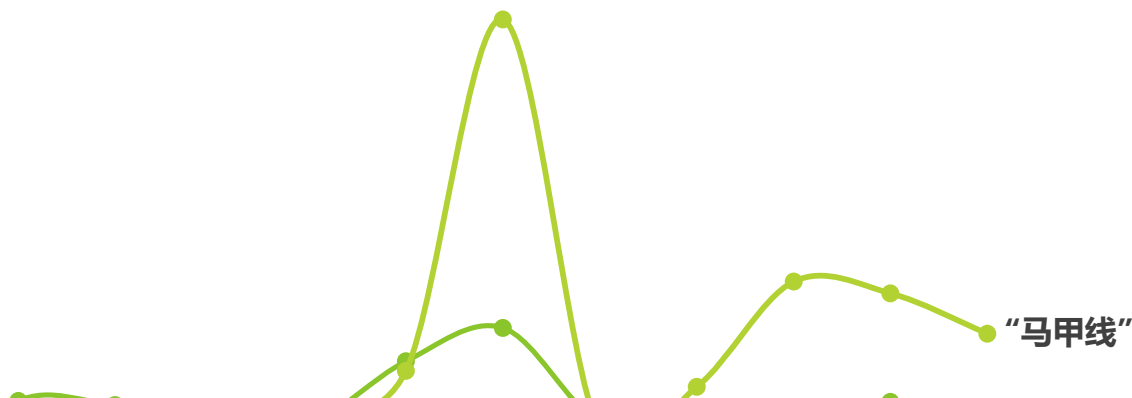
来源：艾瑞mUserTracker监测数据，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。App时长为产品前台激活时间。

来源：艾瑞mUserTracker监测数据，基于日均400万手机、平板移动设备软件监测数据，与超过1亿移动设备的通讯监测数据，联合计算研究获得。App时长为产品前台激活时间。

社会关注：健身风潮频起，民众关注热情上升，运动健身成健康正能量的时尚生活方式

- 2014年46号文发布，全民健身上升为国家战略后，民众对运动健身的关注度也迅速上升。
- 得益于移动互联网的快速传播、微信微博渠道的社交分享功能，娱乐明星带动下，马甲线成为全民话题，频上热搜榜，全民晒马甲线、A4腰成为潮流。健身理念的普及和运动氛围的带动，有利于全民运动健身参与度提升。

2012年10月-2016年10月“运动健身”相关关键词的百度搜索指数图



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21526

