

中国智能运动健身行业研究报告

©2021.10 iResearch Inc.



概念界定：智能运动健身是一种以科学健身技术为核心，以智能化健身硬件为载体，以满足个性化、高效健身需求为目标的新型健身方式。智能运动健身产品利用人工智能技术，通过图像传感技术、动作识别和语音识别等方式，为用户提供更为专业化、个性化的健身方案。



行业发展现状：基于智能运动健身方式的定义，目前智能运动健身行业的应用形态主要有智能健身硬件、智能运动软件、智能健身房三种。其中，智能健身硬件与智能运动软件行业竞争较为激烈，目前智能健身房业态还处在不断探索成型的阶段中。



行业市场规模：在人工智能技术更迭及后疫情时代居民生活模式改变的背景之下，智能运动健身行业得到了极大的发展。2021年中国智能运动健身行业市场规模预计约人民币180亿元，智能健身镜行业市场规模预计约人民币0.3亿元；2025年智能运动健身行业市场规模预计达到约人民币820亿元，智能健身镜赛道正处于发展元年，其产品形态有望对中国家庭的居家健身场景进行深度发掘，充分释放市场空间。预计2025年智能健身镜市场规模将达到约人民币112亿元。



行业趋势展望：随着人工智能技术在运动健身领域的应用愈加广泛，智能运动健身行业整体呈现出更加专业化、个性化的趋势，预计未来将涵盖球类及阻力训练等更多种运动项目，同时不断增强社交属性，打造更为开放的线上运动生态。以智能健身镜细分赛道为例，行业或将呈现人工智能技术进一步升级、课程内容扩充、运动社区优化、配套服务集成等趋势。

智能运动健身行业发展现状

1

智能运动健身各赛道潜力分析

2

智能运动健身APP分析及案例

3

智能健身镜行业分析及案例

4

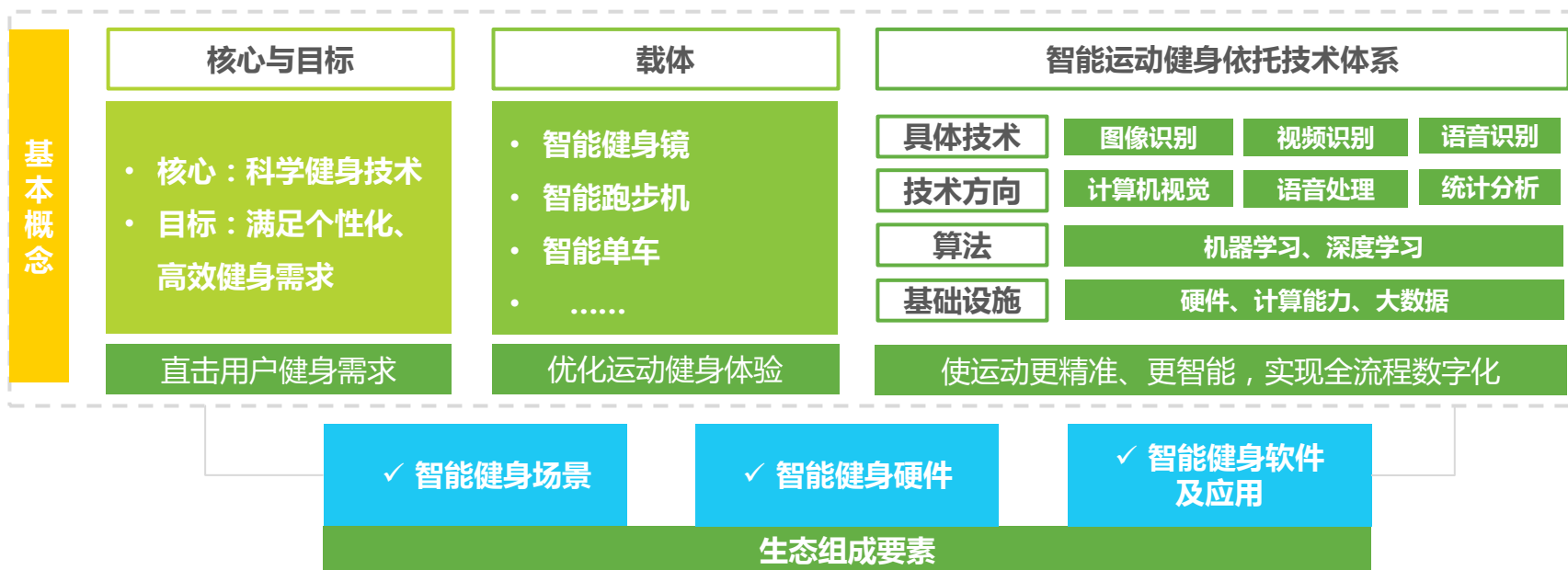
智能运动健身行业未来发展趋势

5

拓展运动健身边界，融合科技满足用户个性化健身需求

智能运动健身是以科学健身技术为核心，以智能健身镜、智能跑步机等智能化健身硬件为载体，以满足个性化、高效的健身需求为目标的新型健身方式。智能运动健身的生态组成有三个要素，场景、硬件和应用。现有智能健身依托的技术体系根植于硬件、计算能力与大数据的基础设施，通过采用图像、视频、语音识别等具体技术，为运动健身人群提供更深层的个性化健身服务。

智能运动健身概念示意图

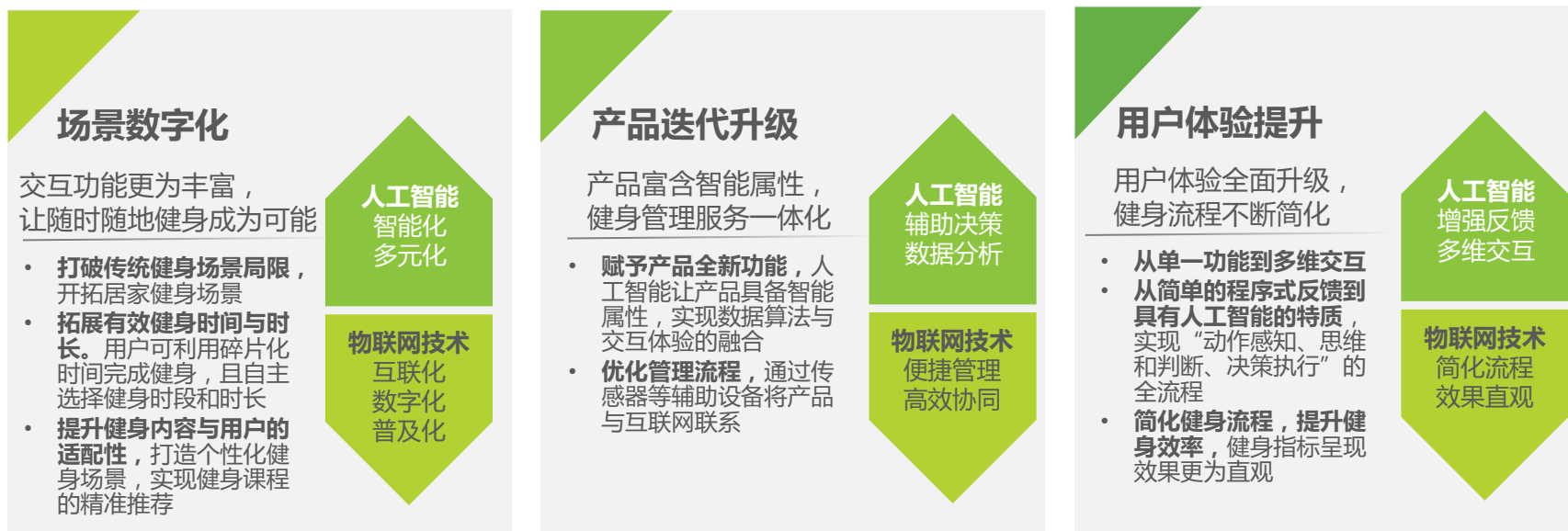


智能运动健身行业的发展背景

背景1：人工智能、物联网技术推动传统健身智能化发展

随着人工智能和物联网技术的发展，运动健身行业与人工智能技术的联系愈发紧密，主要变化集中于场景、产品与用户体验。目前人工智能技术在智能运动健身行业中得到不同程度应用。在智能健身硬件上，人工智能可通过动作识别等方式对运动姿态给予纠正，同时还可通过分析用户的运动表现为其提供健身课程的个性化建议。物联网可通过结合基础层面的芯片、传感器、计算平台部分与技术层面的计算机视觉、语音识别和机器学习等技术，为用户全面提升智能健身的体验。

人工智能及物联网技术对智能运动健身行业的影响



新兴技术的优势

1) 提升用户健身效率 2) 优化健身数据管理与挖掘 3) 增强健身交互体验

智能运动健身行业的发展背景

背景2：疫情影响下智能运动健身产品重构原有健身行业

新冠肺炎疫情成为了推动智能运动健身产品发展的催化因素。一方面，用户对个人健康的关注与运动健身意识的唤醒均为智能运动健身产品带来无限潜力；另一方面，健身场景的细化与更迭使智能健身的价值得到挖掘。后疫情时代，用户与场景的改变对原有健身行业提出了优化需求，于此进一步印证了智能健身产品的价值。

疫情影响下智能运动健身产品重构行业动因分析

疫情影响成为催化因素

用户健康意识激发

- ✓ **健康意识完善**：疫情让人们重新意识到了健康的重要性，群众健康观念与健身习惯产生转变，纷纷投入到运动健身的行列中
- ✓ **健康价值观更迭**：随着大众对健康关注程度的提升，运动健康逐渐成为一种新式时髦，生活方式不断调整，运动健身演变为新型健康社交方式
- ✓ **外部正向激励**：国家体育政策不断升级，营造运动健康氛围，掀起全民运动健身浪潮

健身场景细化更迭

- ✓ **健身场景的改变**：从“户外+健身房”到“户外+健身房+居家”，产品考虑居家健身场景需求，满足更为个性化、私人化、专业化的体验
- ✓ **健身场景的更迭**：健身场景不再仅仅是“健身者+健身场所+健身硬件+健身教练”，还迎来了“AI虚拟教练”的加入
- ✓ **居家健身场景的价值**：在线健身的主要受众存在于居家健身场景，家庭场景人群对在线健身的科技附加值有更高的需求，也营造了更大的价值空间

智能健身产品为用户提供价值

- ✓ **产品宣传助推**：疫情影响大众健康认知，对具有创新性的智能健身产品需求产生催化作用，进一步验证了智能运动健身产品的应用场景及为用户提供的价值。

来源：艾瑞咨询研究院自主研究及绘制。

智能运动健身行业的发展历程

智能技术融合深度发展，健身服务场景逐渐细化

中国智能运动健身行业的发展，根植于我国体育健身行业的快速发展与智能技术的应用。随着行业的孕育与发展，智能技术与健身的融合由起初简单的模式创新演变至场地、硬件设备的不断更迭，由单一的健身房场景进化至健身房与居家健身场景结合的健身服务组合，整体呈现出技术运用面更广、服务健身场景更具针对性、智能健身硬件应用领域划分更细致的趋势。

智能运动健身行业的发展历程

阶段一

智能运动健身1.0时代： 健身O2O热潮催生创新健身项目

- 全城热炼、小熊快跑、初炼、约教练等项目初出现，受到市场欢迎
- 通过智能技术的运用，实现按次付费、约场地、约教练等形式全线上操作，极大地冲击了传统健身房预付年卡的模式

阶段二

智能运动健身2.0时代： 新型健身房兴起，智能健身逐渐普及

- 超级猩猩、光猪圈健身、乐刻运动等新型健身房兴起，改变付费模式、健身理念及健身环境
- 新型智能健身通过APP、微信公众号或微信小程序将智能硬件和智能管理系统（SaaS）联系在一起，实现前端、后台、硬件的融合，即互联网和物联网的集合
- 可穿戴设备的发展为运动数据的应用提供了便利

阶段三

智能运动健身3.0时代： 围绕居家健身场景，展开智能硬件研发

- FITURE智能健身镜、小乔智能跑步机、Keep智能动感单车、小米的米家走步机、NEXGIM AI健身车等硬件出现并兴起，改变传统健身模式
- 随着智能健身应用与智能健身硬件的研发和创新，不同品类的智能健身硬件开始在国内争夺市场份额

传统运动健身行业的业态特征（一）

消费升级趋势下，运动健身行业供给端亟需第二增长曲线

传统运动健身行业经过几十年的沉淀，逐渐形成了以运动器材生产和销售、提供运动健身场所、输出健身课程为主的业态模式。传统运动健身行业能够满足消费者基础的运动健身需求，但随着全民健身的广泛普及和消费升级趋势的显露，运动健身行业需要寻求突破第二增长曲线。

传统运动健身行业市场参与者特征

运动器材供应商

- 运动器材形式多样，品牌集中度低
- 本土供应商起步较晚，缺少针对不同客户群体的多元化产品

运动健身场馆

- 不同地区健身场馆数量及规模存在较大差异
- 连锁化的运动健身场馆占比不高，品牌认知度有限

运动课程服务商

- 线下缺乏大型课程服务商，各类私教素质不一
- 线上课程标准化程度更高，但体验感有限

供给层面痛点分析

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_28921

