

健身器材行业分析

需求攀升 市场扩容

MARKET ANALYSIS

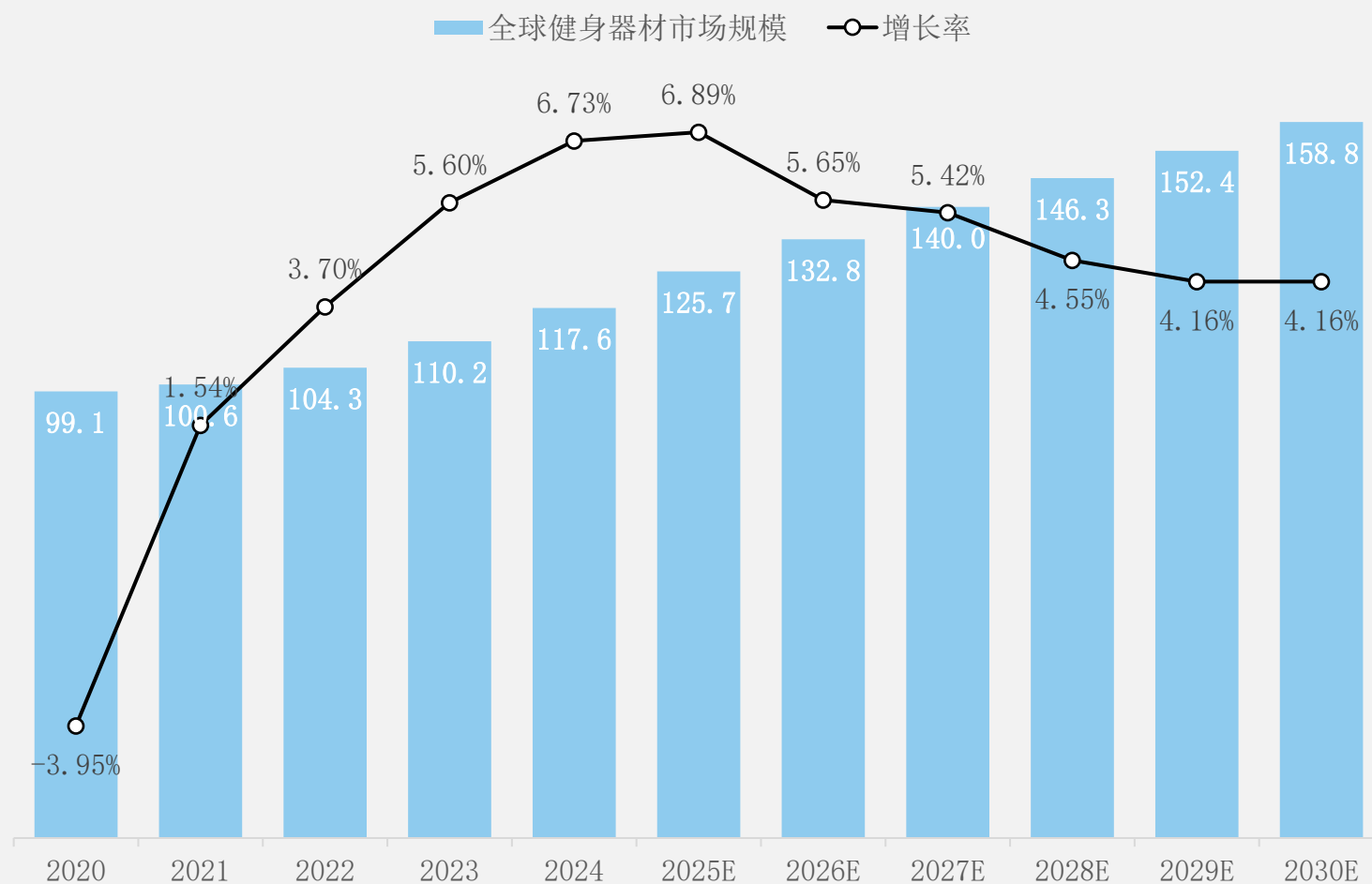
1. 全球健身行业现状
2. 全球健身器材市场规模
3. 全球各地区健身器材市场份额
4. 中国健身行业现状
5. 中国健身人群规模及渗透率
6. 中国健身器材市场规模
7. 中国健身器材制造行业集中度
8. 中国与欧美健身产业规模对比
9. 中国健身器材产业链
10. 健身器材品类划分
11. 健身器材购买渠道
12. 线上健身器材用户画像
13. 健身器材品牌矩阵
14. 健身大型器械Top品牌
15. 健身大型器械线上用户消费趋势
16. 健身大型器械核心品类价格
17. 舒华体育企业介绍
18. 舒华体育营业收入分析
19. 舒华体育健身器材收入分析
20. 舒华体育主要产品销量分析

全球健身器材行业

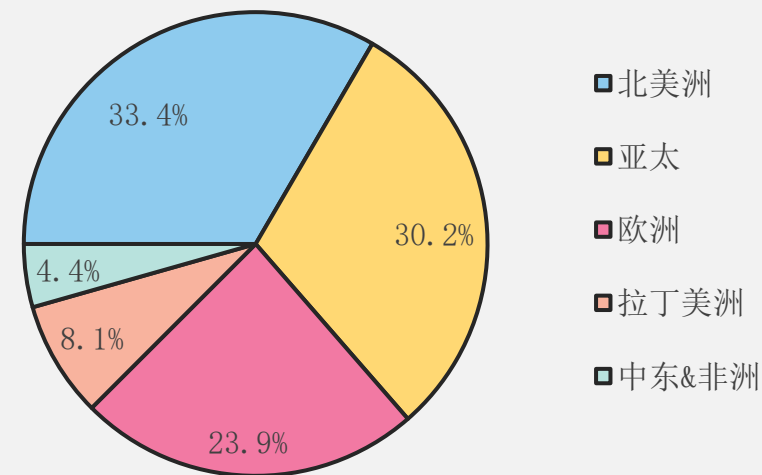


- 全球健身行业发展呈现区域差异。北美和欧洲市场成熟，智能健身房、线上训练平台、高端私教增长显著；亚太地区（尤其是中国、印度）因城市化和健康意识提升，健身房连锁、居家健身、健身科技产品成为增长点；拉美和中东市场受政府健康政策和中产阶级增长推动，发展迅速。
- 消费者趋于多元化，25-40岁年轻人为主力，老年人健身需求上升，银发市场增长明显。女性健身偏好瑜伽、普拉提、功能性训练，企业健身福利吸引职场人士，Z世代更青睐社交化、娱乐化健身。
- 智能健身设备、可穿戴设备、居家健身器材需求旺盛，如跑步机、动感单车、智能哑铃等。健身补剂市场扩大，蛋白粉、BCAA等成刚需。VR/AR沉浸式健身产品逐步推广，提升健身体验。

2020-2030年 全球健身器材市场规模（单位：亿美元）



2023年按地区划分的健身器材市场份额

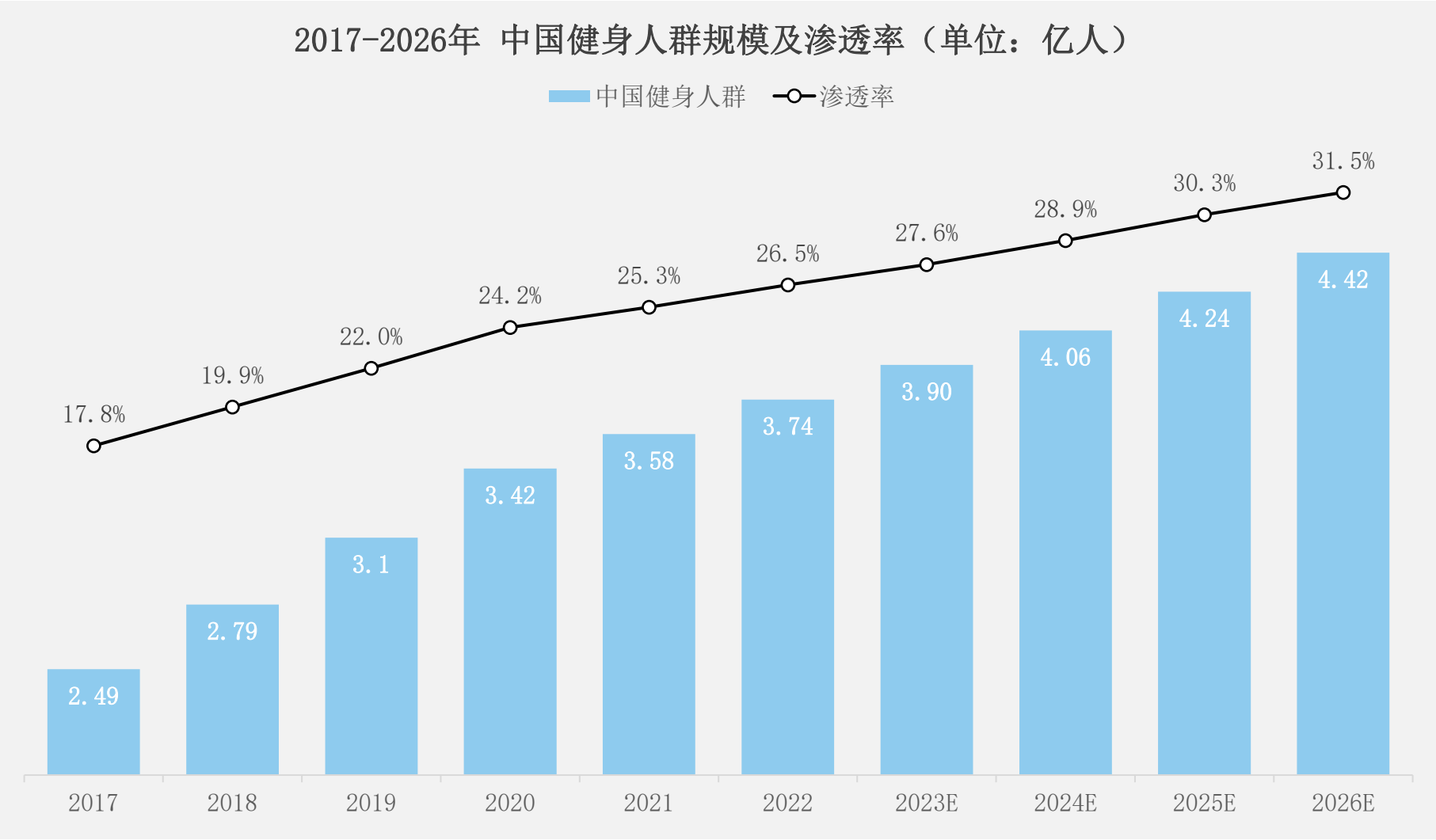


- 全球健身器材市场在2020-2030年间稳步增长。2020年受疫情影响下滑后逐步恢复，预计2030年规模达158.8亿美元。
- 2023年北美市场占比33.4%，领先全球，受健身文化成熟和高端设备需求推动。亚太占30.2%，中国、印度等市场增长迅速。欧洲占23.9%，需求稳定。拉美和中东&非洲分别占8.1%和4.4%，增长潜力较大。

中国健身器材行业



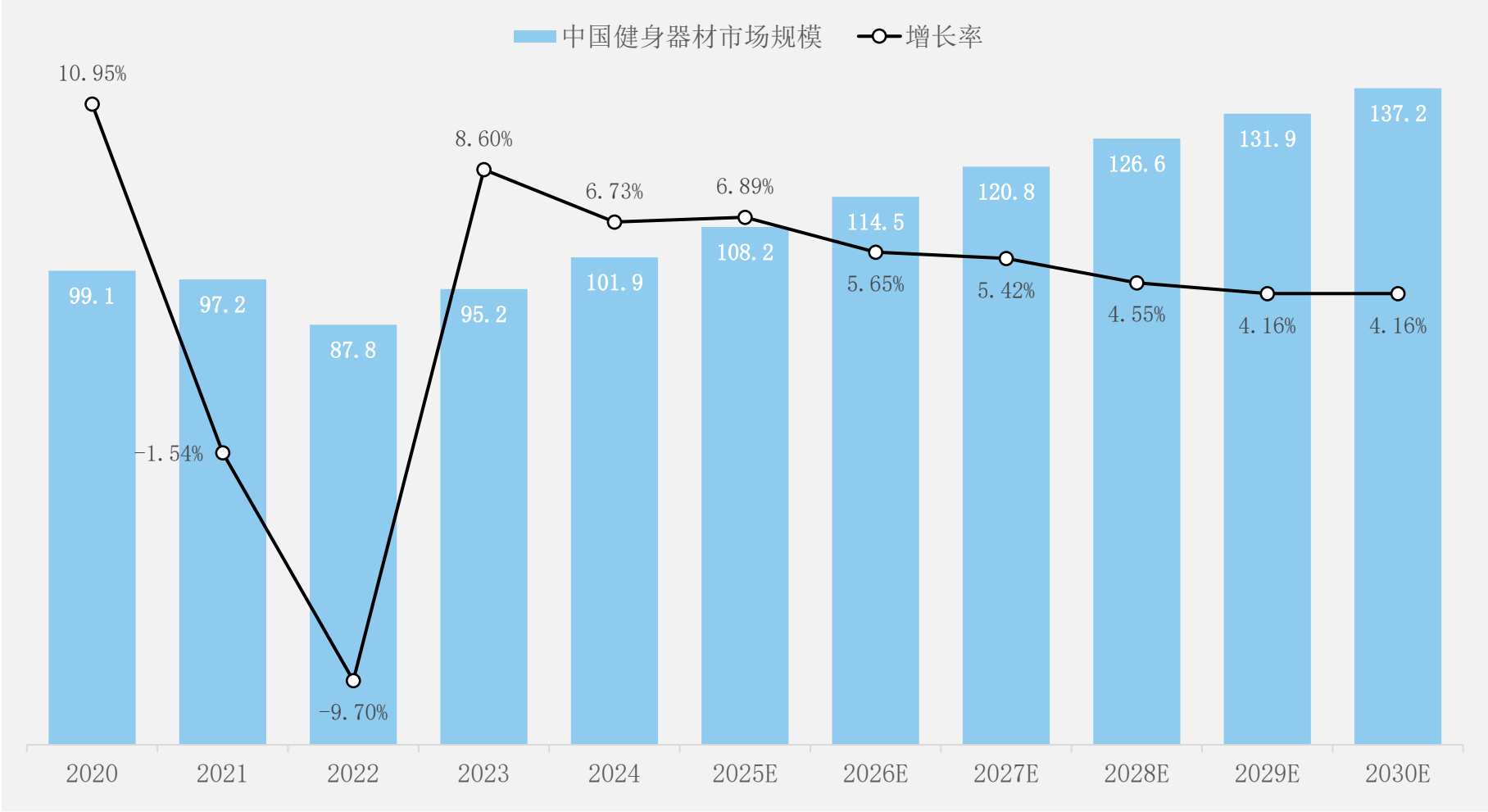
- 中国健身行业快速增长，不同地区发展水平不同。一线城市健身产业成熟，高端健身房、私教和智能设备需求旺盛。二三线城市健身房和社区健身设施加速扩张，推动市场下沉。四五线城市及农村市场仍处初步发展阶段，主要依赖公共健身设施建设。
- 健身消费人群日趋多元。18-35岁群体偏好健身房、团课和线上训练，中年人关注健康管理，推动康养型健身增长。银发健身市场兴起，广场舞、太极等受欢迎。女性健身需求旺盛，瑜伽、普拉提等细分市场增长明显，Z世代更青睐智能、社交化健身。
- 健身器材消费多元化。居家健身设备如跑步机、划船机、动感单车热销，智能健身镜、智能哑铃等受欢迎。可穿戴设备需求旺盛，智能手环、运动手表流行。健身营养品市场扩大，蛋白粉、氨基酸补剂等成为刚需，整体向科技化、智能化、健康化发展。



- 从2017年到2026年，中国健身人群规模持续增长。2017年健身人群为2.49亿，预计到2026年将达到4.42亿人。随着健身意识的提升和市场需求的扩大，渗透率也逐年提高，从2017年的17.8%增长至2026年的31.5%。
- 预计未来几年，健身人群规模和渗透率仍将保持稳定增长，尤其是在二三线城市和银发群体中，健身行业将迎来新的增长点。

资料来源: Keep招股说明书, 问可汇研究整理, 2025年

2020-2030年 中国健身器材市场规模（单位：亿元）



- 2020-2030年，中国健身器材市场呈现波动增长。2020年市场规模为99.1亿元，随后在2021年和2022年出现下滑，主要受到疫情和市场调整的影响。但从2023年开始，市场回升，预计到2030年将达到137.2亿元。
- 中国健身器材市场的增长潜力仍然较大，尤其是智能健身设备和高品质居家健身器材的需求将推动市场向前发展。随着消费者健康需求的多元化和市场规模的扩大，预计未来市场将保持稳步上升。

资料来源：问可汇研究整理，2025年



1、山东省宁津县

- 宁津拥有健身器材生产企业**2000余家**，其中规模以上企业28家，高新技术企业5家。
- 宁津生产的**商用健身器材**国内市场份额达到**70%以上**，是全国最大的商用健身器材生产基地。
- 宁津健身器材产品**50%以上**出口到国际市场。
- 产品涵盖**商用、家用、医疗、保健设备**等十几个系列、300多个品种。
- 宁金的健身器材销往**美国、法国、印度、俄罗斯、意大利、东南亚**等全球170多个国家和地区。



2、福建省厦门市

- 厦门聚集了**80多家**健身器材企业和**500多家**体育用品相关工厂。
- 厦门是国家唯一的出口健身器材质量安全示范区。

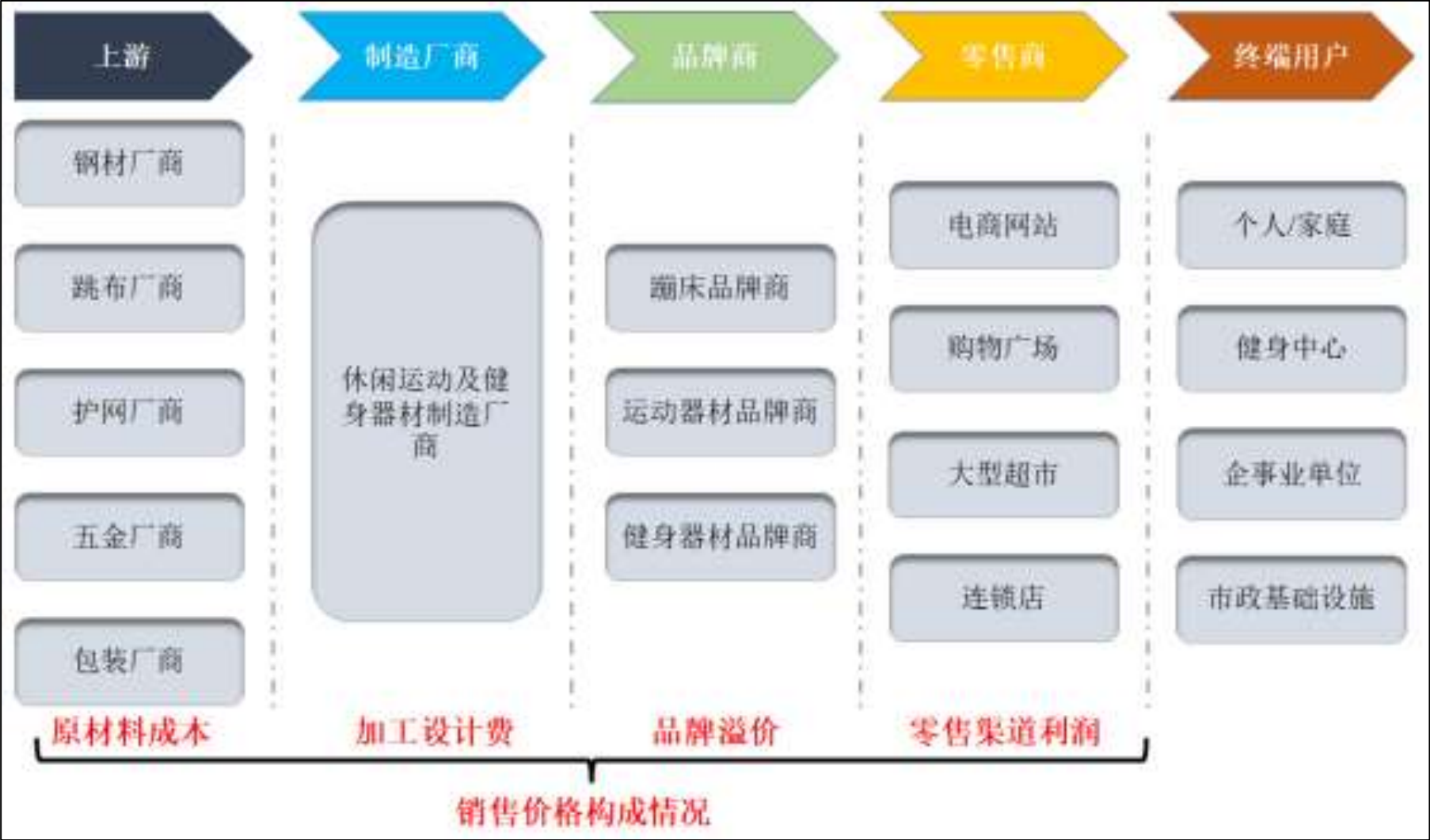
3、其他省份

- **广东、江苏、浙江**：这些地区是创新和生产的中心，拥有生产各种健身器材的工厂。

地区	俱乐部	总人口	健身人口	渗透率	
美国	39125家	3. 29亿人	5000万	15. 20%	
中国	44305家	14亿人	7029万	5. 02%	
中国香港	756家	748万人	53万	7. 09%	
中国台湾	305家	2358万人	71万	3. 01%	
德国	9669家	8320万人	1166万	14. 00%	
英国	7239家	6643万人	1040万	15. 60%	
法国	4540家	6706万人	620万	9. 20%	
意大利	7760家	6080万人	551万	9. 10%	
西班牙	4743家	4708万人	551万	11. 70%	

资料来源：中国健身行业数据报告，问可汇研究整理，2025年

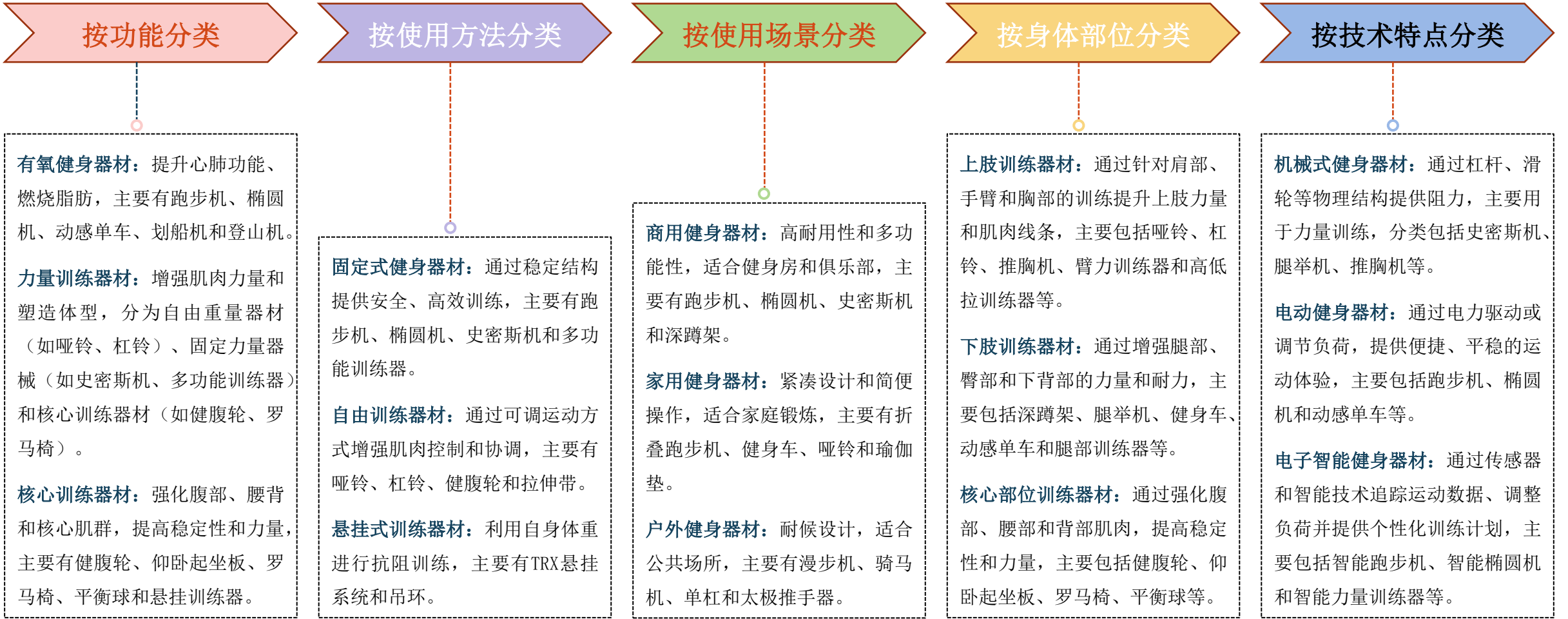




- 健身器材产业链从上游原材料供应商开始，包括钢材厂商、跳布厂商、护网厂商、五金厂商和包装厂商，为制造厂商提供必需的原材料。
- 中游的制造厂商则专注于生产各类休闲运动及健身器材，随后这些产品通过下游的品牌商进行推广和销售，形成蹦床、运动器材、健身器材等品牌。
- 零售商通过电商网站、购物广场、大型超市和连锁店将产品推向市场，最终将健身器材销售给终端用户，包括个人/家庭、健身中心、企事业单位和市政基础设施等。

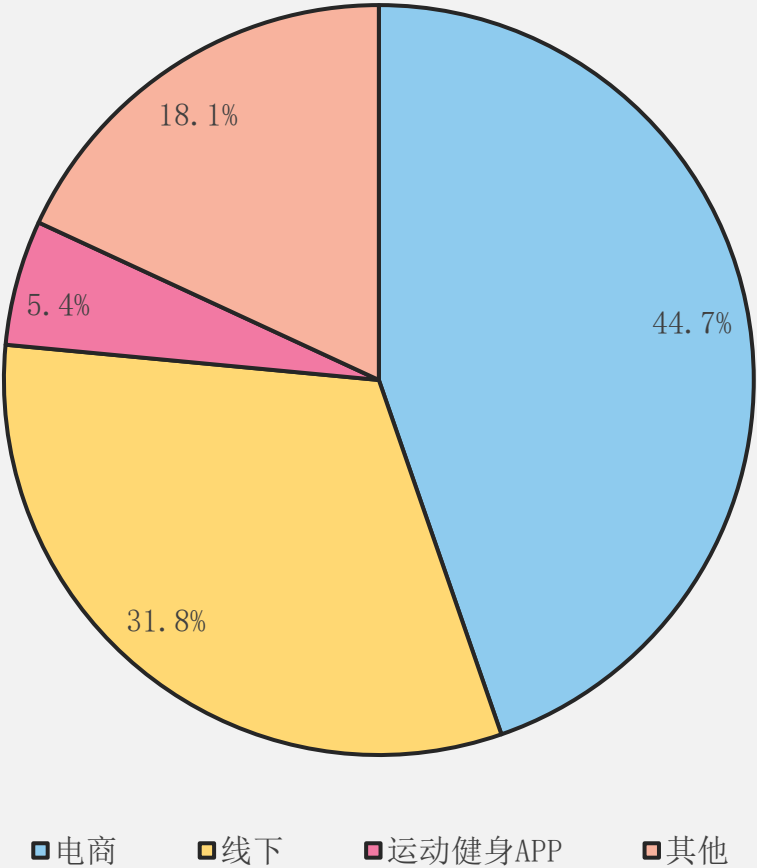
资料来源：三柏硕招股说明书，问可汇研究整理，2025年

➤ 健身器材可以根据功能、使用方法、使用场景、目标身体部位和技术特点进行分类，以满足不同用户的健身需求和运动目标。

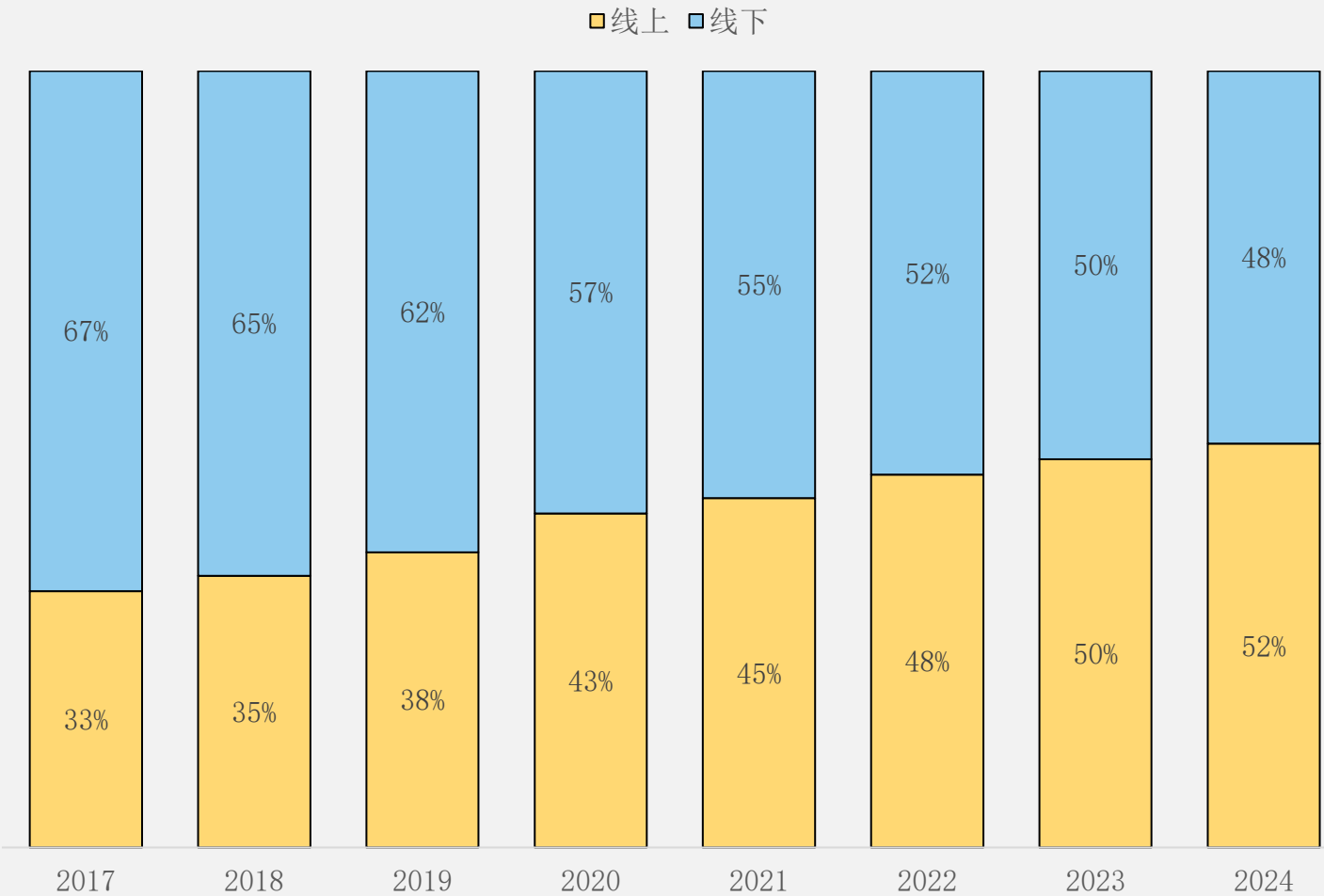




2023年 健身器材购买渠道占比

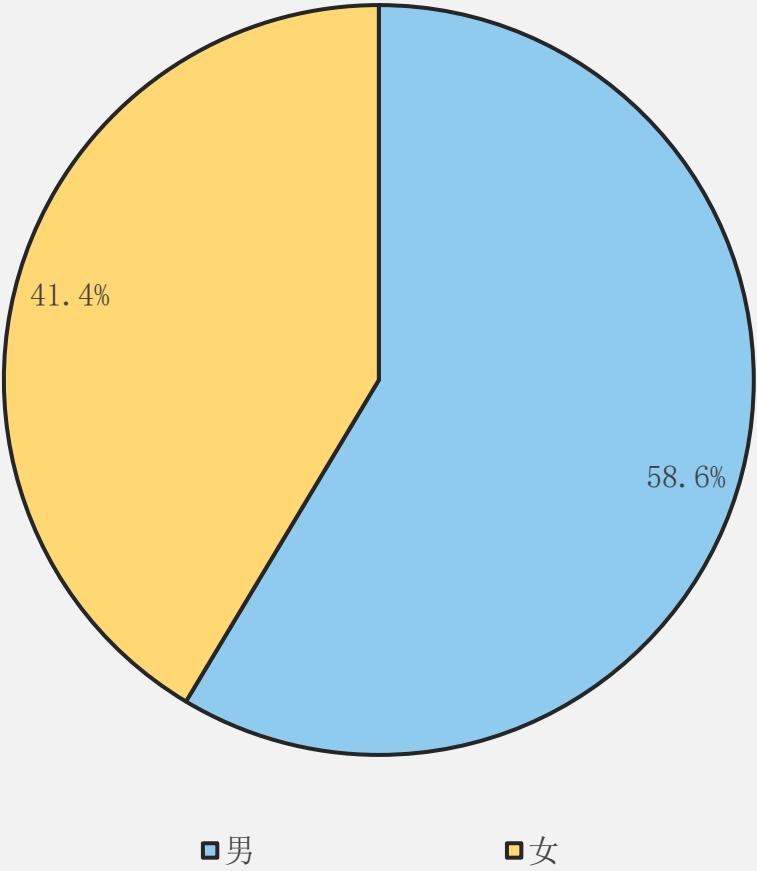


2017-2024年 健身器材市场结构

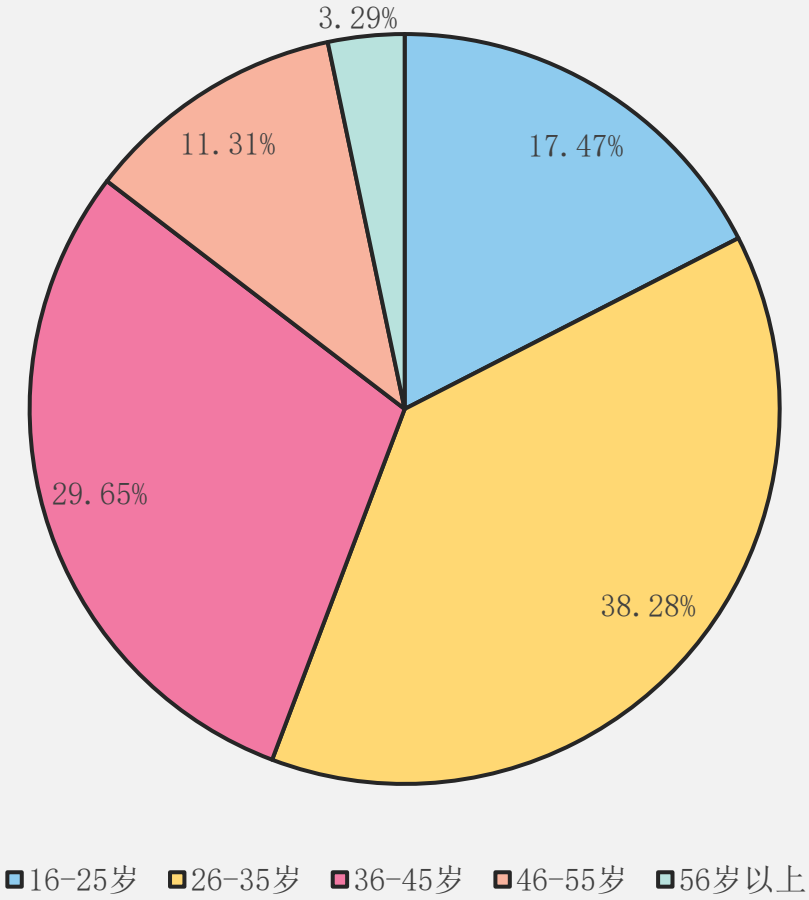


资料来源: Keep招股书, 问可汇研究整理, 2025年

2023年 线上健身器材用户性别占比



2023年 线上健身器材用户年龄结构

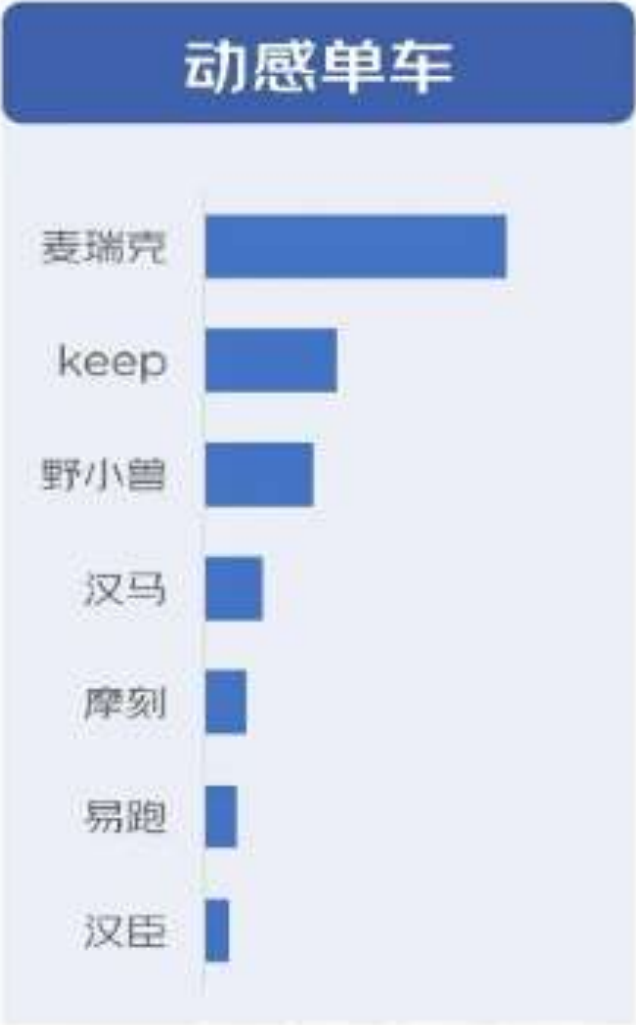


- 2023年，线上健身器材用户中，男性占58.6%，女性占41.4%。
- 在年龄结构方面，26-35岁群体是线上健身器材的主要消费者，占38.28%。16-25岁和36-45岁的消费者分别占17.47%和29.65%，显示出年轻人和中年群体对健身器材的广泛需求。46岁以上的用户占比相对较小，分别为11.31%和3.29%，但随着健康意识的提升，老年群体的需求也在逐步增长。

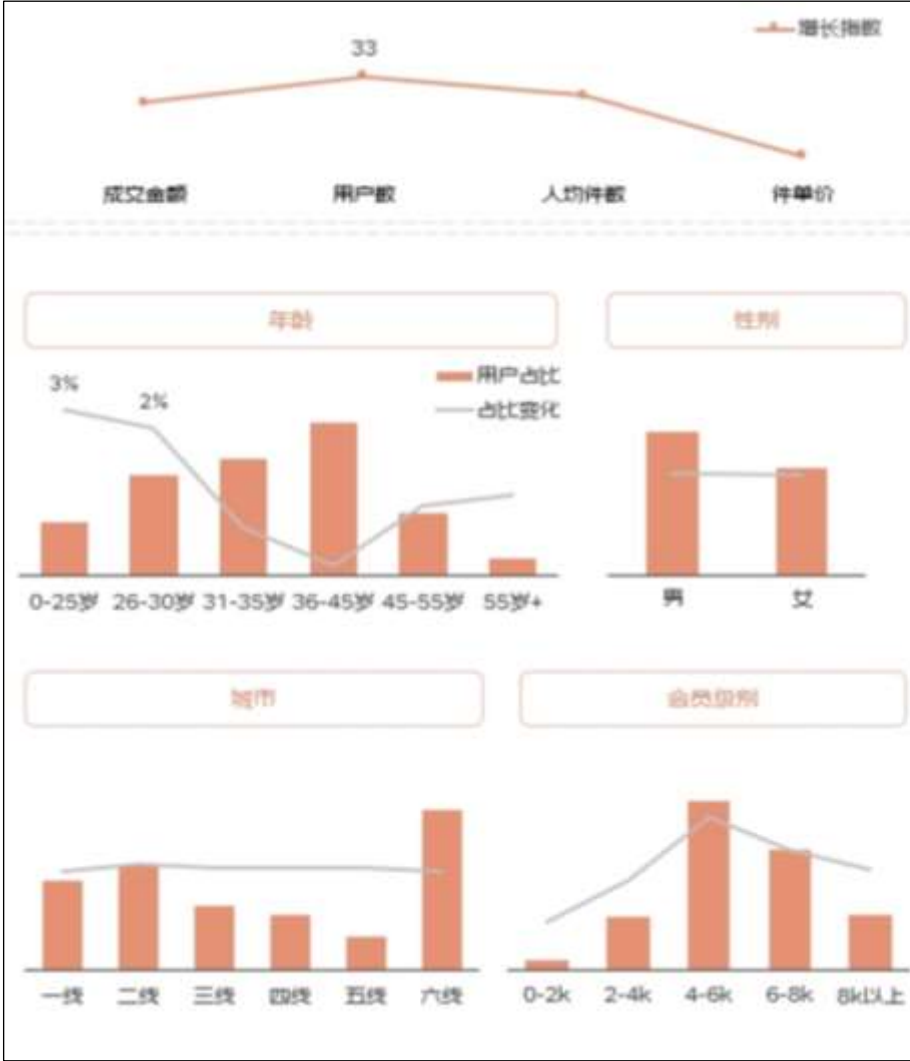
资料来源：问可汇研究整理，2025年



资料来源：京东大数据，问可汇研究整理，2025年

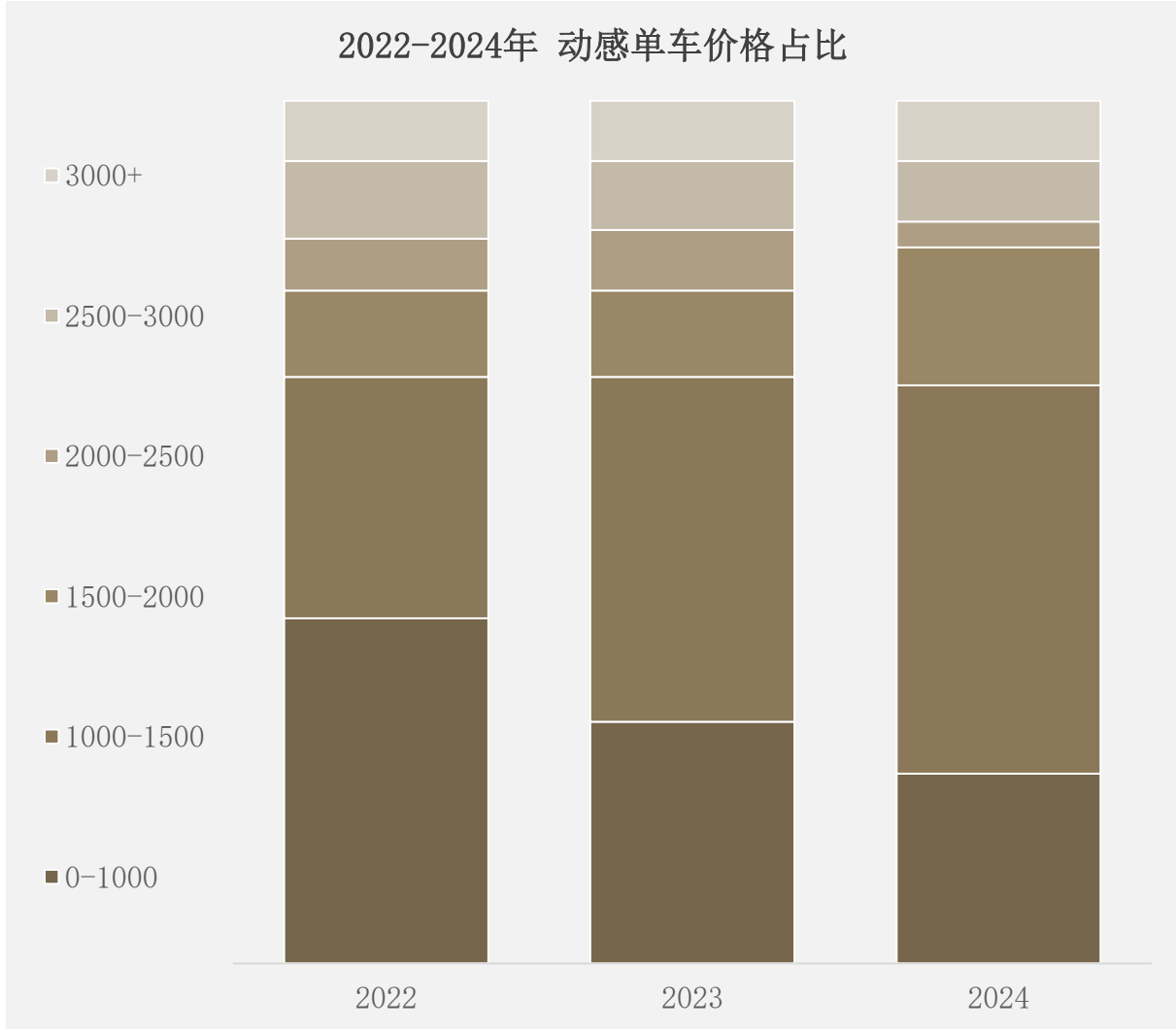
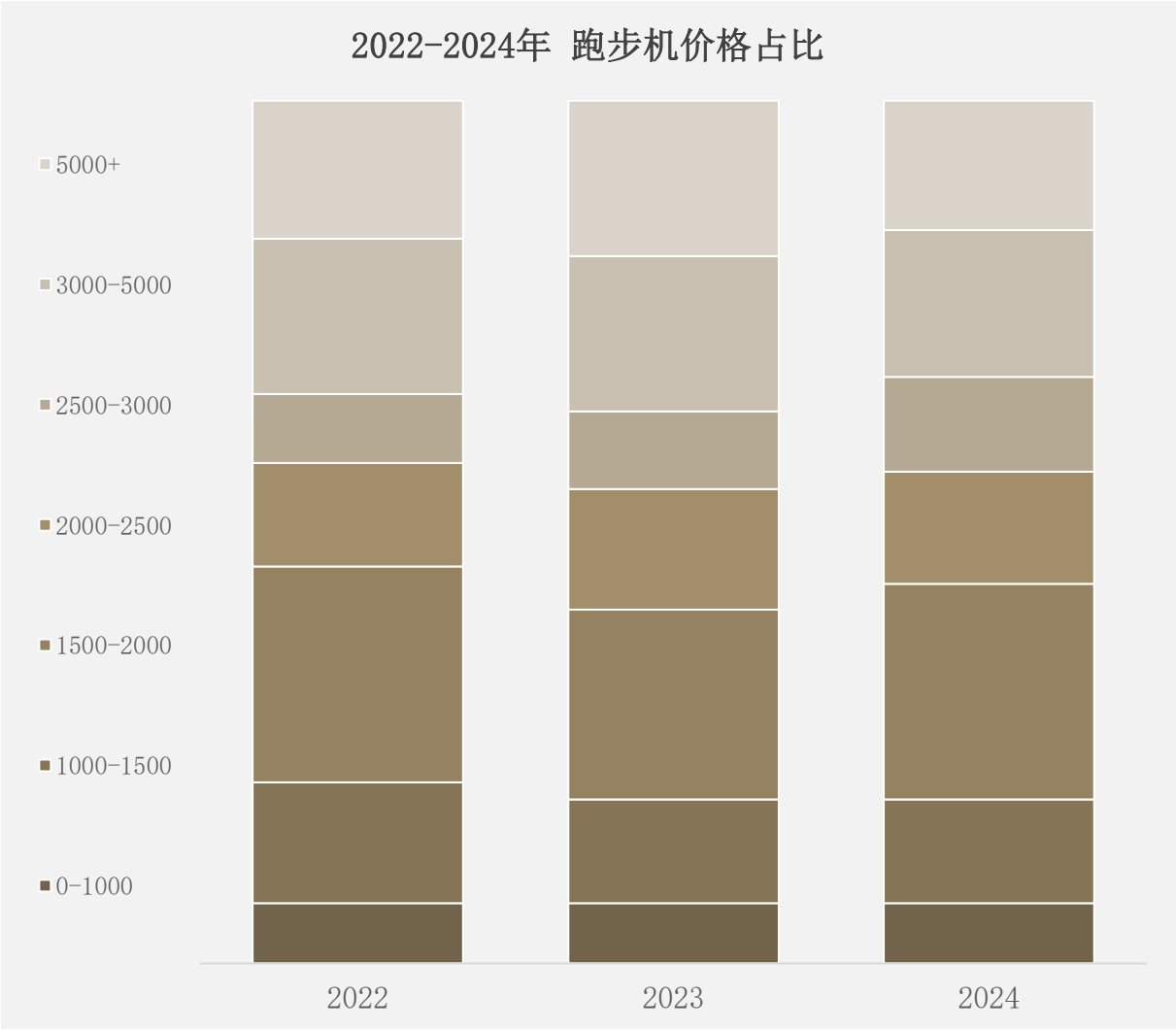


资料来源：京东大数据，问可汇研究整理，2025年



- 36-45岁年龄段的用户是健身大型器械的主要消费群体，其次是31-35岁和26-30岁。25岁以下和55岁以上的消费较少，表明中年人更倾向于购买健身器械。男性占主导地位，六线城市的消费较高，显示市场正在向低线城市扩展。
- 年收入在4-6K的用户是主要消费群体，偏好实用入门型产品，其次是运动爱好者和性价比均衡型。跑步机和动感单车的销售也以实用入门型为主，专业运动型和运动爱好者型产品需求较低。
- 不同器械有不同的消费趋势。跑步机、动感单车和椭圆机偏向实用入门型，其他健身器械则更受专业运动型用户青睐。整体来看，消费者更注重器械的实用性和性价比，对潮流和外观关注较少。

资料来源：2025健身训练行业趋势洞察，问可汇研究整理，2025年



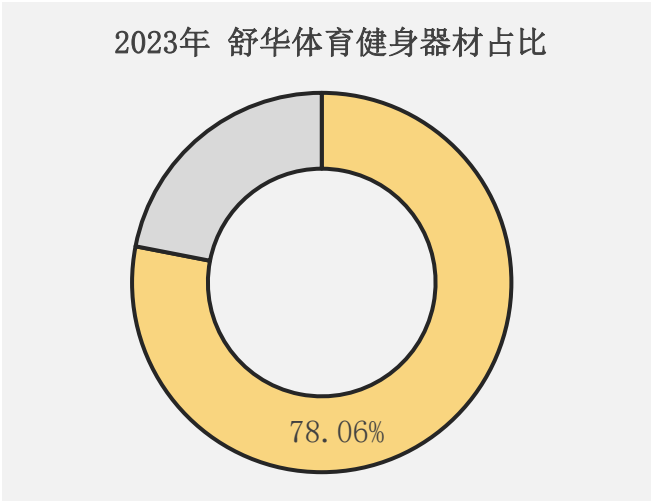
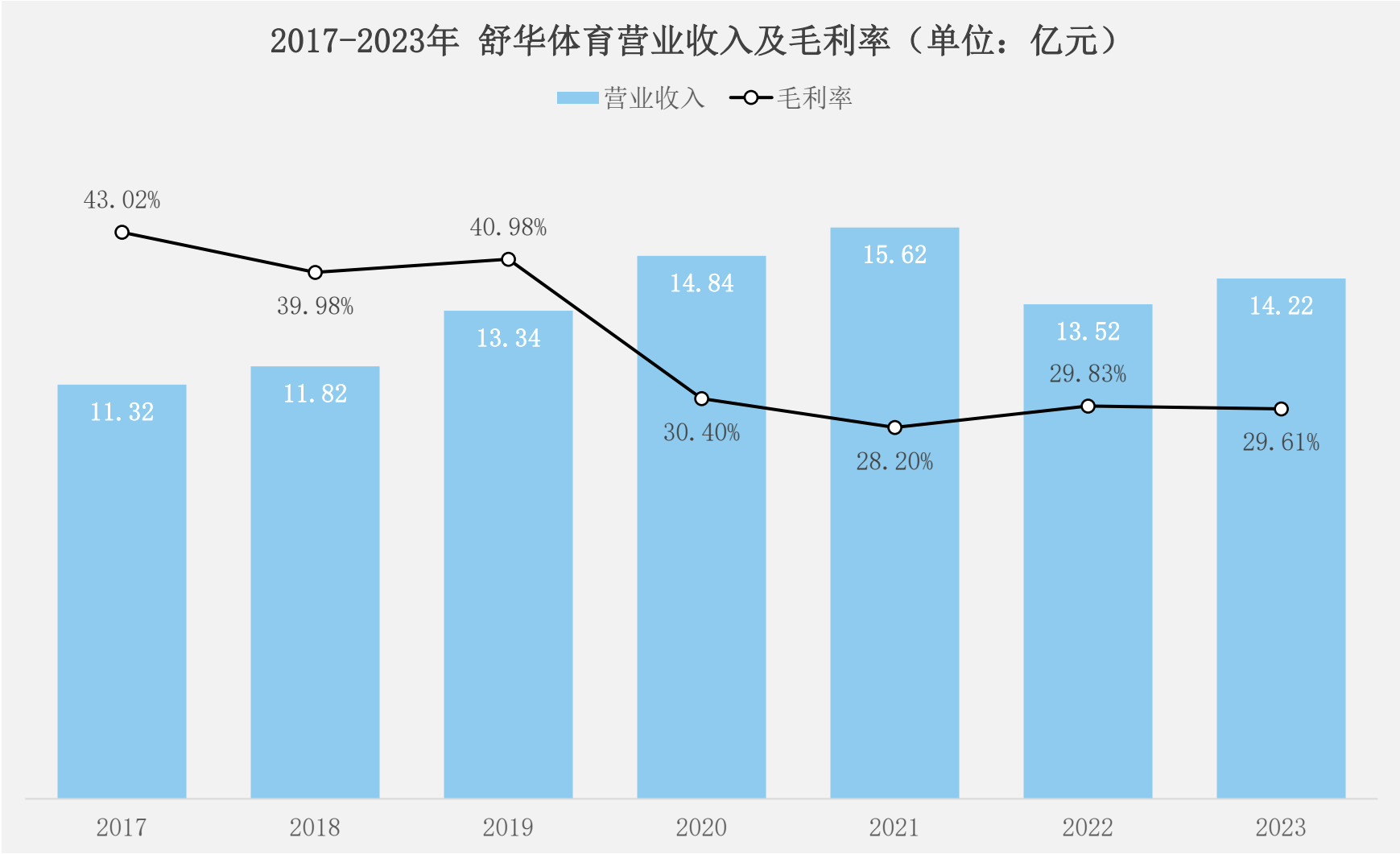
资料来源：京东大数据，问可汇研究整理，2025年



中国健身器材企业



- 舒华体育是中国领先的健身器材制造商之一，成立于1996年，专注于研发、生产和销售高品质的健身设备。凭借多年的技术积累和创新，舒华体育在国内健身器材行业中占据了重要地位，尤其在家用和商用健身器材市场中具有显著的影响力。
- 舒华体育在国内健身器材市场的份额稳步增长，成为市场的主要参与者之一。公司产品涵盖跑步机、动感单车、力量训练设备等多个类别，广泛应用于家庭健身、商业健身房、酒店等场所。舒华的产品不仅在功能和质量上具备竞争优势，而且在设计和用户体验上也不断创新，以满足不同消费者的需求。
- 舒华体育还积极布局线上市场，通过电商平台提升品牌曝光度，并不断优化售后服务体系，增强客户忠诚度。随着健身产业的快速发展，舒华体育凭借其强大的研发能力、品牌影响力和市场适应性，继续稳步巩固其在中国健身器材行业的市场地位。

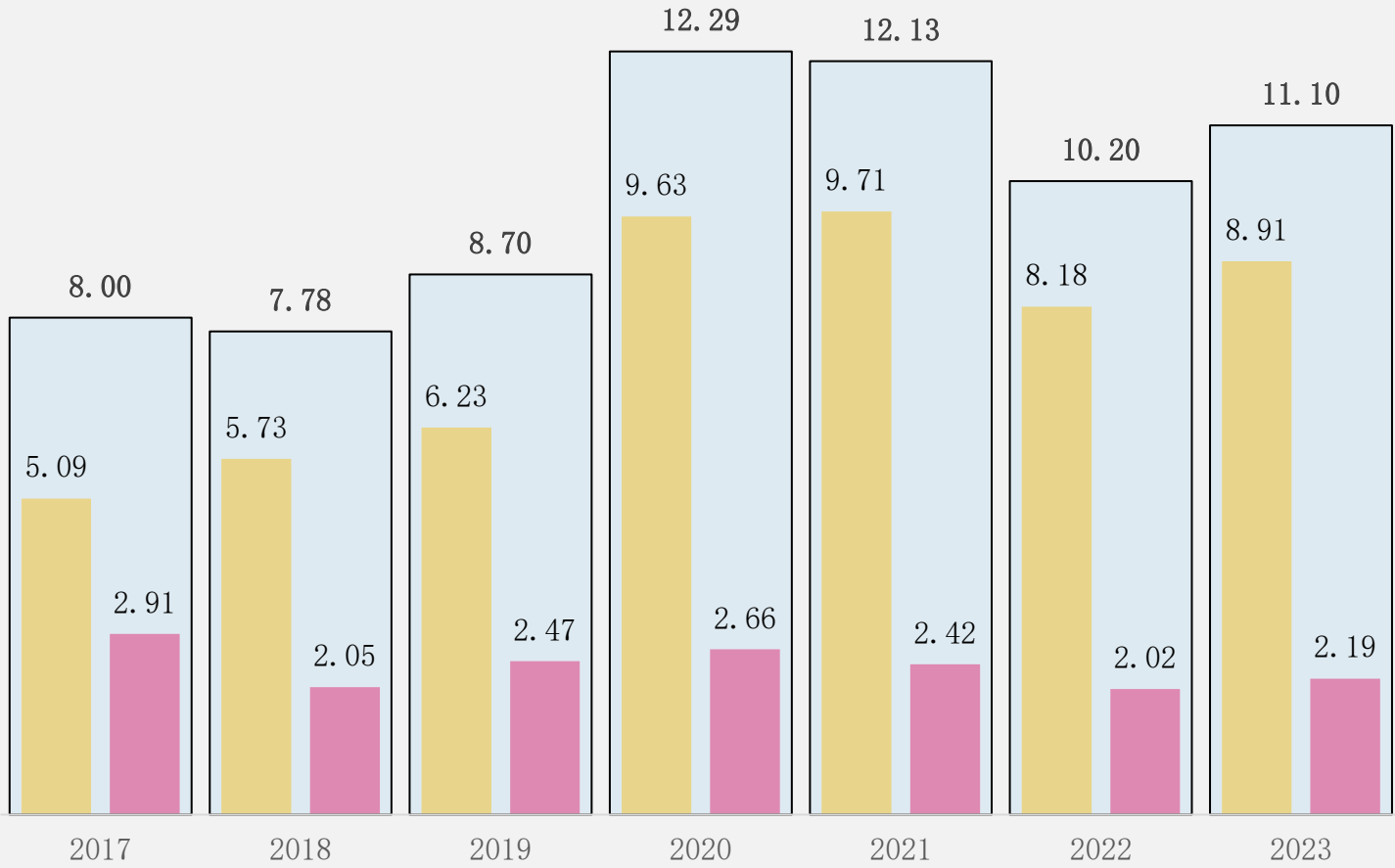


- 2020年受疫情推动，舒华体育收入增长至14.84亿元，2022年有所回落，2023年小幅回升至14.22亿元。
- 毛利率方面，2017-2019年维持在40%以上，但2020年起显著下降，2023年为29.61%。
- 2023年，健身器材业务占公司总收入的78.06%，仍为核心业务支撑。

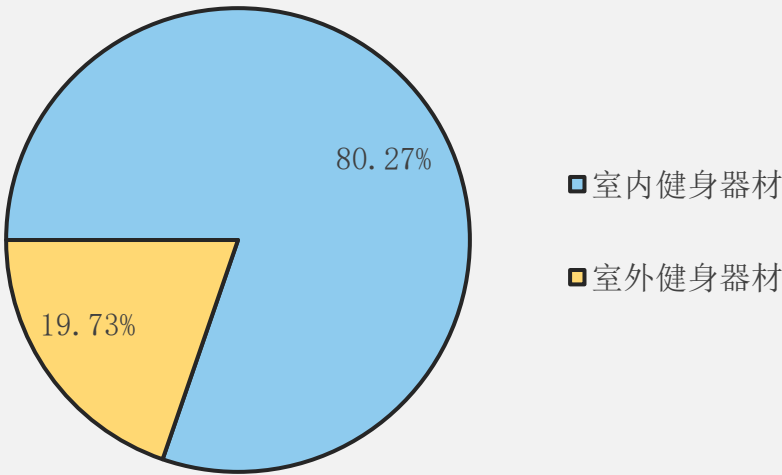
资料来源：企业年报，问可汇研究整理，2025年

2017-2023年 舒华体育健身器材收入（单位：亿元）

■ 室内健身器材 ■ 室外健身器材 □ 健身器材



2023年 舒华体育室内外健身器材占比



- 2020年，受疫情推动，舒华体育健身器材收入大幅增长至12.29亿元，2022年回落至10.20亿元，2023年回升至11.10亿元，显示出一定的市场恢复趋势。
- 从产品结构来看，室内健身器材是公司主要收入来源，2023年占比达80.27%，收入为8.91亿元，说明居家健身需求仍保持较高水平。室外健身器材收入相对稳定，但整体规模较小，2023年为2.19亿元，占比19.73%。

资料来源：企业年报，问可汇研究整理，2025年

问可汇

- 问可汇是问渠汇知信息科技有限公司旗下高端咨询品牌，精研细分行业研究。在化工、电子和半导体、医疗、机械设备、消费等领域提供市场研究报告、定制化调研、行业白皮书、专项调研、可行性报告等，专注于市场现状及预测、企业竞争分析、市场前景分析、企业定位。以专业数据与深刻洞察助力企业决策，推动合作共赢。

电话：027-85566566

邮箱：sales@wenkh.com

地址：湖北省武汉市香港路远洋大厦19层

