

运动

健身

2020

国民运动健康趋势报告

CBNDATA ×  keep
第一财经商业数据中心

© 2020 CBNDATA. All rights reserved.





目录

TABLE OF CONTENTS

- 01** 健康意识再升级，全民运动正当时
- 02** 国民运动健康“新面相”
- 03** 国民运动健康“新风尚”
- 04** 运动活力城市图鉴



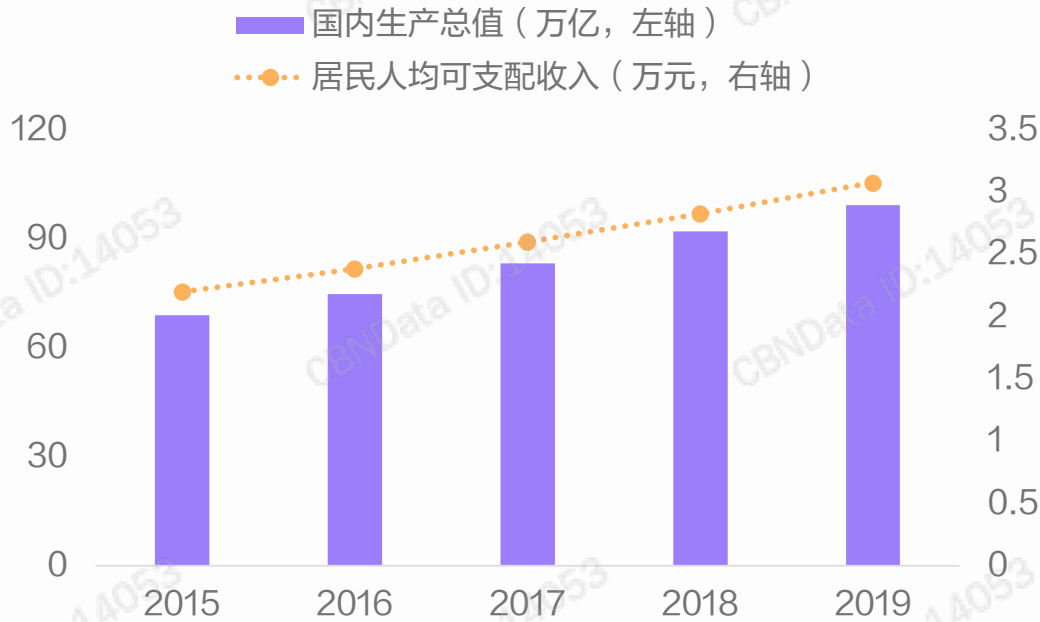
01

健康意识再升级 全民运动正当时

国民生活水平不断提高，大众愈加重视身体健康

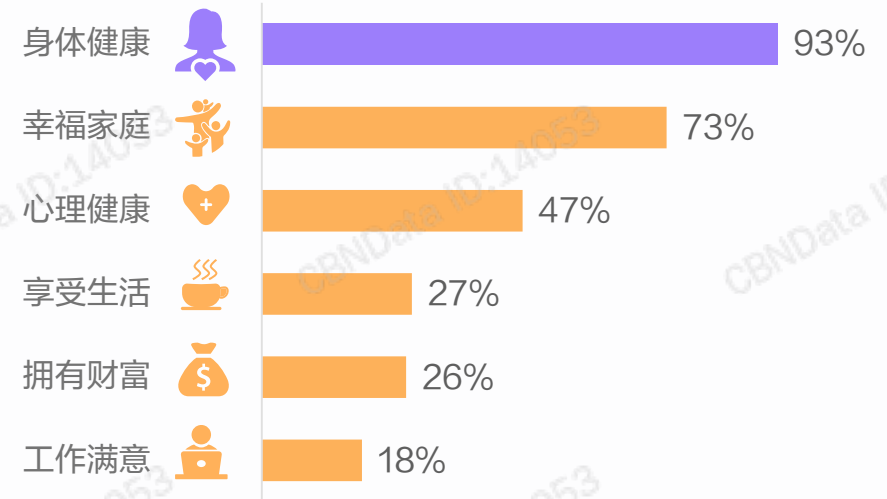
全国经济稳定发展，国民生活水平不断提高，带动大众健康意识开始觉醒。相比家庭幸福、拥有财富和工作满意，我国国民更加重视身体健康，数据显示超过九成人认为身体健康于己而言是最重要的事。

2015-2019 中国国内生产总值和居民可支配收入



数据来源：国家统计局

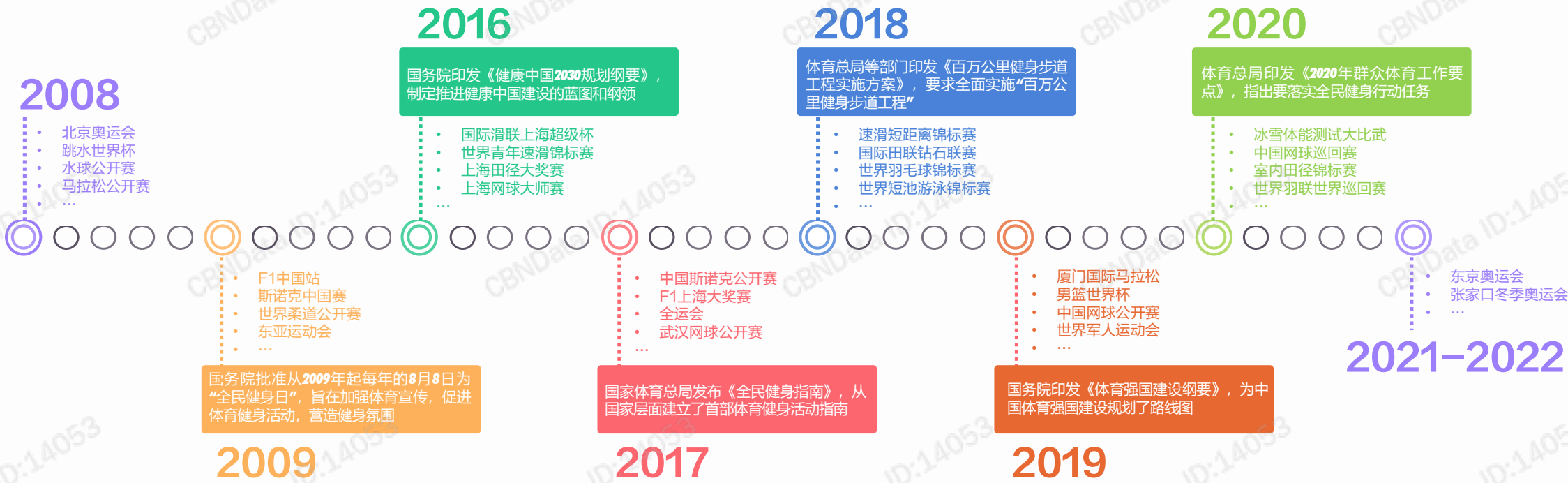
公众认为较为重要的生活态度



数据来源：丁香医生《2019国民健康洞察报告》

政府为全民健身持续加码，国民运动积极性不断提高

健康意识的提升推动运动健身的理念渐入人心，自2009年国务院批准设立“全民健身日”后，国家不断加强体育战略层面的统筹规划引导，通过落实细化政策和举办大型赛事活动等方式来推动体育运动文化发展；而行业供给端也积极响应并参与，多类型商业运动场所供给增加，民间赛事活动不断丰富，因此大众运动健身的积极性被有效激发，运动健身已经成为全民追求美好生活的重要载体。



资料来源：网络公开资料
资料说明：赛事和重要政策规划仅为列举

多类型体育场所大幅扩容，运动场地愈加丰富多样

全民健身的推广将民众获取健康的方式由被动化为主动，综合型和专业型运动场馆纷纷涌现，多类型体育场所实现大幅扩容，从传统的健身房、游泳馆到小众运动场所如攀岩馆、滑板场，国民对于可以健身的场地有了更多选择。

多类型运动场所列举



2019年全国体育场地高达

316.2万个

平均每人体育场地面积为

1.86平方米

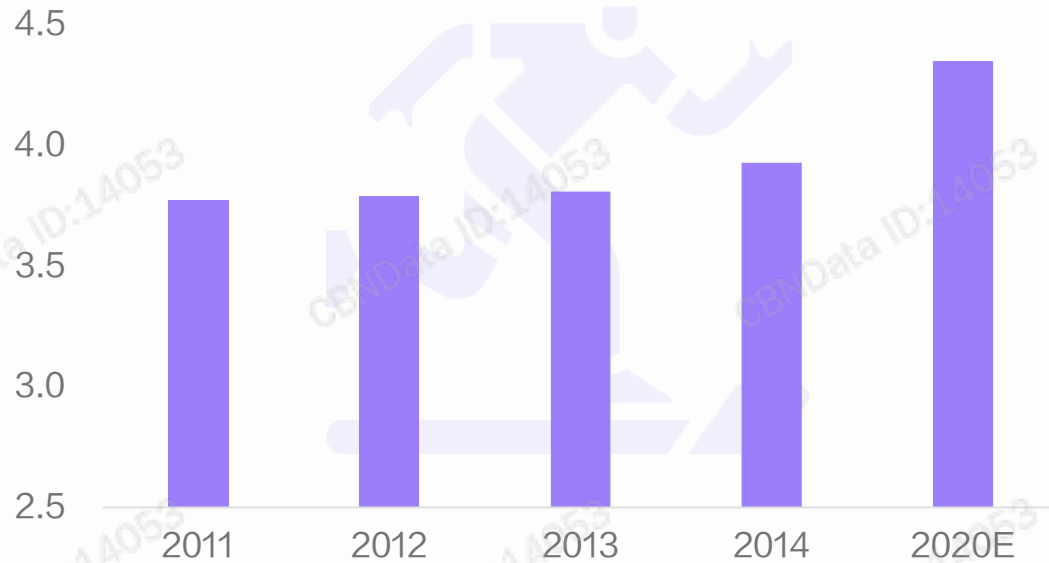
数据来源：国家统计局

全民运动浪潮持续火热，运动健身成为生活中重要的组成部分

高涨的运动热情和友好便利的运动环境共同推动全民运动浪潮持续火热，预计2020年中国参加体育锻炼的人数将达4.35亿，国内体育消费市场预计将达到1.5万亿。

2011-2020E 国内参加体育锻炼的人数

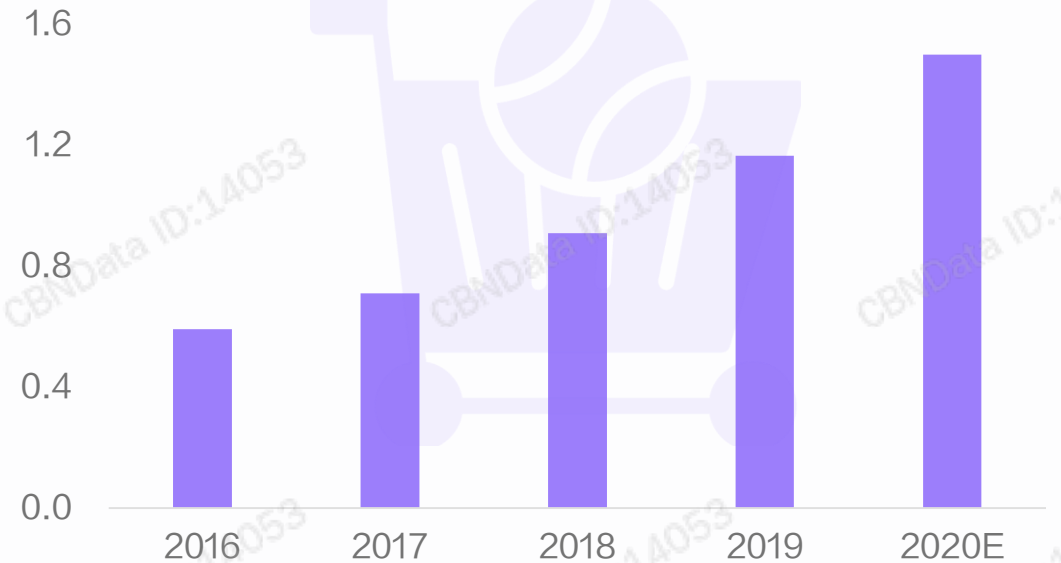
单位：亿



数据来源：MobData研究院《运动健身人群画像报告》，国务院，国家体育总局

2016-2020E 中国体育消费市场概览

单位：万亿



数据来源：前瞻产业研究院

互联网发展推动运动健身数字化升级，国民运动生活更加智能化和多元化

运动健身开始呈现
大众**自发化和休闲化**



运动健身
1.0时代

2008年北京奥运会的成功举办激发了大众对运动健身的热情，亚健康问题也受到广泛关注，该阶段多为自发休闲式的大众运动健身方式

精细化和专业化指导
模式形成一股风潮



运动健身
2.0时代

大众对专业运动健身服务的需求逐渐增多，专业型体育场所数量随之井喷式爆发，越来越多的健身教练、私教老师开始提供有特色和更专业的指导服务

互联网推动运动健身
走向**智能化和多元化**



运动健身
3.0时代

技术更新驱动运动健身产业向全渠道化、智能化、数字化发展，互联网通过线上线下技术联动为国民提供了更多元的运动场景，降低了运动的门槛，国民运动生活更加丰富多彩

资料来源：网络公开资料

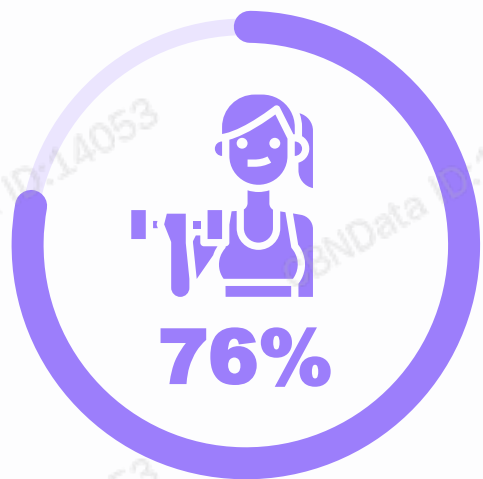
互联网+健身助力宅家抗疫，云打卡式生活逐渐兴起

新冠肺炎疫情爆发期间，大众对健康的关注度大幅提升，希望通过运动增强免疫力。运动健身类App使用更加高频，彰显全民健身抗疫的热情。数据显示，有近八成人表示疫情后自己更重视也更愿意运动了。

有近八成人觉得疫情后更重视也更愿意运动了

疫情期间宅家运动话题声量

疫情期间运动健身App使用情况



#宅家健康运动计划# 阅读量6.2亿次



#健康dou起来# 点击量19.8亿次



#宅家也爱做运动# 阅读量12.8亿次



月活规模

2019.2

2020.2

X1.9倍



使用时长

2019.3

2020.3

X2.5倍

数据来源：CBNDATA&Keep 调研数据，Q请问疫情后你的运动意愿如何，N=1952

数据来源：网络公开资料

数据来源：QuestMobile《2020年新冠疫情对生活的影响与启示洞察报告》；极光大数据《2020年Q1移动互联网行业数据研究报告》

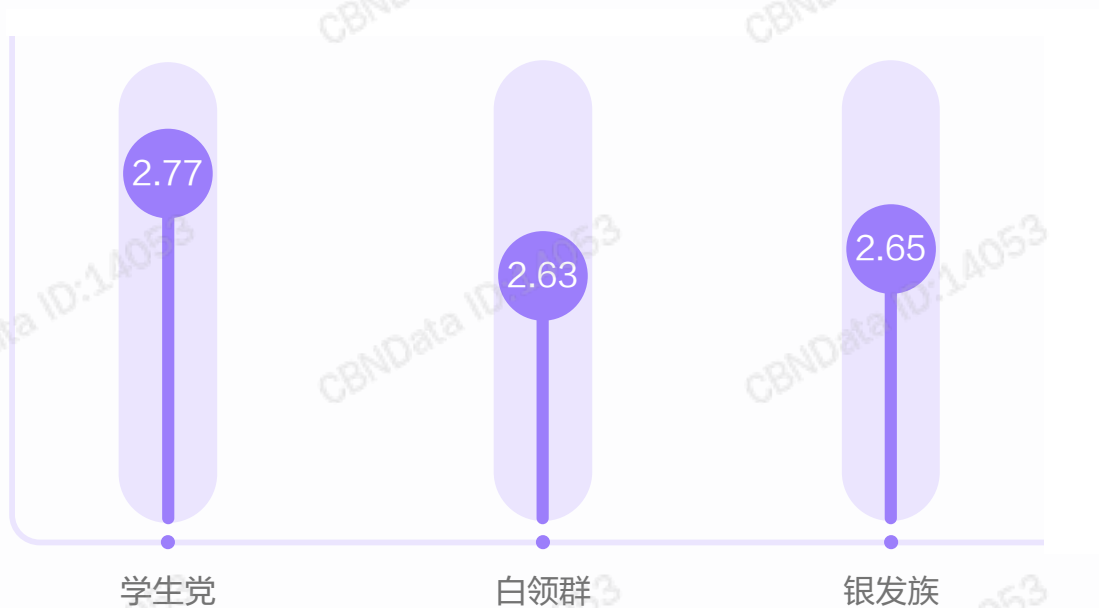


02 ——— 国民运动健康 “新面相”

学生党运动愿尝鲜，热爱既“轻量”又“硬核”的组合输出

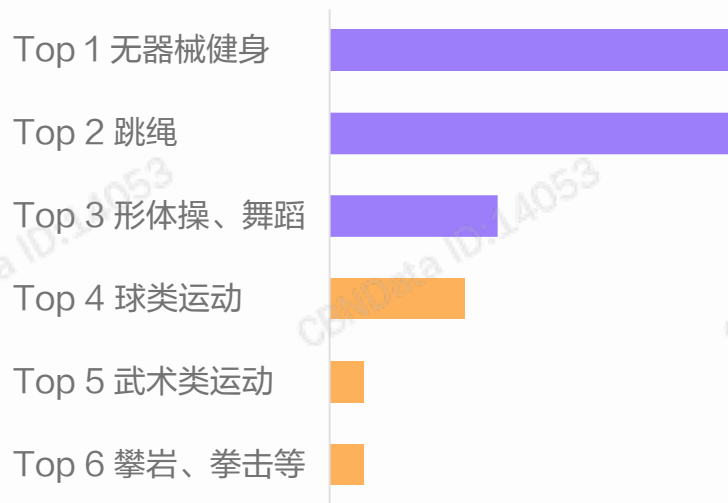
学生党偏爱的运动类型较为广泛，爱尝鲜的他们不愿意只“死磕”一种运动项目，他们的人均运动类型数量高于其他人群。相比整体人群，他们同时拥有“轻量”和“硬核”两种特征，既偏好自重健身、跳绳等轻量运动，也会尝试攀岩、拳击等挑战自我的运动。

学生党人均运动项目高达2.77个



数据来源：CBNData&Keep 调研数据，Q 请问您常做的运动项目是什么，N=1952

学生党偏好的运动项目



数据来源：CBNData&Keep 调研数据，N=535

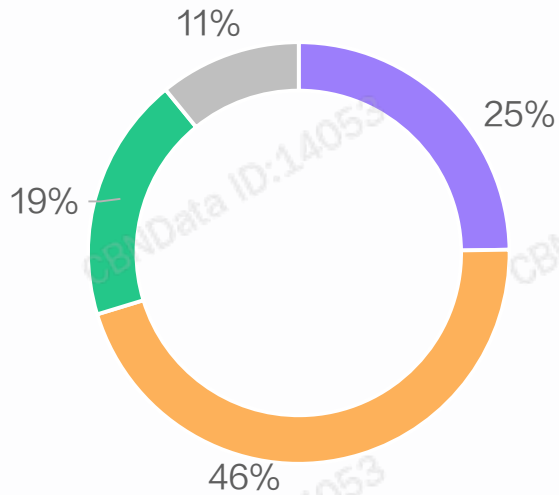
数据说明：偏好度根据TGI测算， $TGI = (\text{学生党在不同运动项目的渗透率} - \text{整体人群在不同运动项目的渗透率}) * 100$

白领人群运动健身更有范儿，追求高效专业指导

白领人群加班成为常态，工作任务繁重，可以分配给自己的生活时间相对较少，因此他们在运动健身上呈现出更高效、更精细和更专业的追求。数据显示相比于整体人群，白领人群更喜欢去健身房、健身工作室进行运动，他们期望通过专业教练的指导，借助健身器械辅助，达到运动目标。

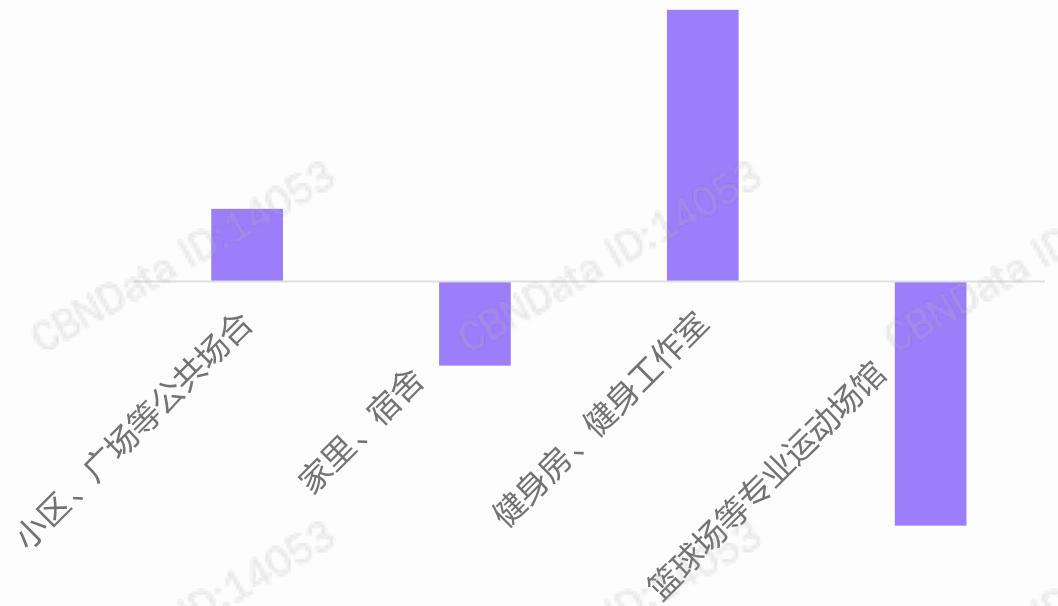
2019 职场人加班现状

■ 每天都加班 ■ 每周加班2-3天 ■ 每周加班1次 ■ 基本不加班



数据来源：Boss直聘《2019职场人加班现状调查报告》

白领偏好的运动场所



数据来源：CBNData&Keep 调研数据，Q请问您一般在哪里运动，N=590
数据说明：偏好度根据TGI测算，TGI=（白领党在不同运动场合的渗透率/整体人群在不同运动场所的渗透率-1）*100

银发族热忱高，重视运动的“全链路”防护

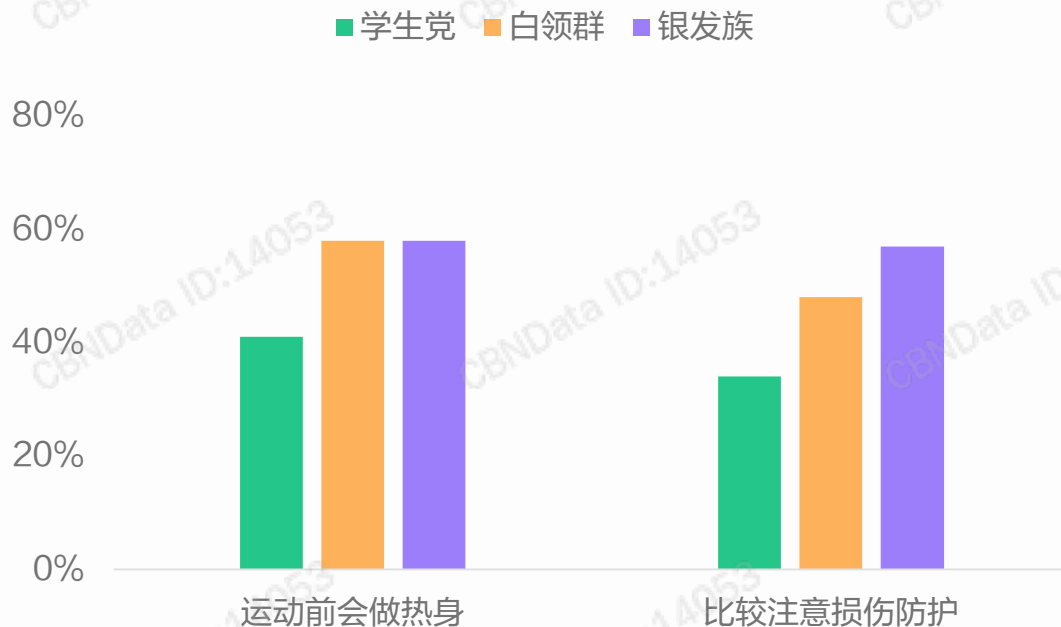
运动不存在“适宜年龄”一说，小到Z世代大到银发族，爱好者们总能找到运动的乐趣。相对于学生和公司白领，银发族的运动时间更为充裕，他们也具备更强的行动力，其运动频率高于其他两类群体。随着年龄增大，运动人群的自我保护意识加强，银发族特别重视运前热身、运中防护和运后拉伸的全链路防护。

54%的银发族每周至少运动三次



数据来源：CBNData&Keep 调研数据，Q请问您多久运动一次，N=1952

运前会热身、运中注重损伤防护的人数占比



数据来源：CBNData&Keep 调研数据，Q请问您运动前会做热身吗？请问您运动时是否会注意损伤防护，N=1952



03

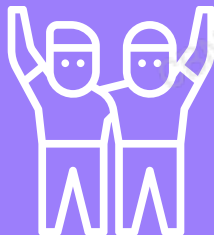
国民运动健康 “新风尚”

THE NEW
FASHION
新风尚

第一部分：
运动有针对



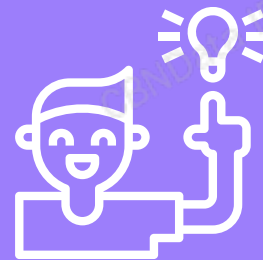
第二部分：
运动有陪伴



第三部分：
运动有借力



第四部分：
运动有共鸣



1

2

3

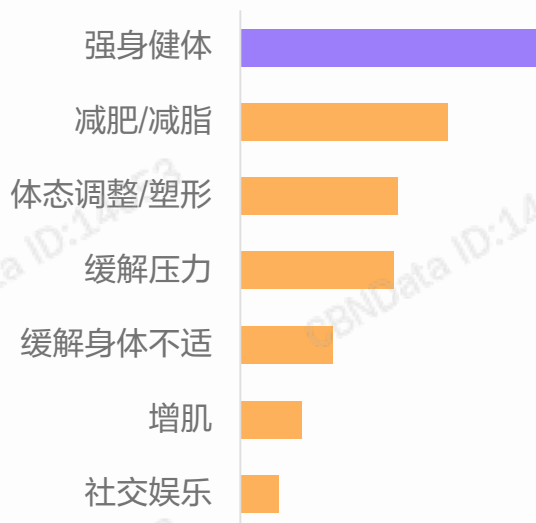
4

强身健体是运动健身的第一要义，运动可针对性改善身体机能

从运动目的来看，强身健体是大众运动健身的第一要义，减肥塑形和体态调整也是重要目的。运动可有针对性地调节身体各部分机能，如提高心肺功能、增强肌肉力量、促进身体新陈代谢、缓解身心压力、增强抵抗力和免疫力等。

运动有针对性
运动有陪伴
运动有借力
运动有共鸣

大众运动健身的目的



运动健身对健康的好处

- 提高心肺功能
- 促进皮肤血液循环
- 强健肌肉和骨骼的功能
- 加强关节灵活性
- 释放情绪
- 增强身体新陈代谢效率
- 增强肌肉力量
- 增加结缔组织的弹性
- 改善睡眠
- 增强体抗力和免疫力

强身健体课程示例

	达成效果	相应课程	课程示例
1	保持健康	太极fit	
2	缓解关节不适	膝关节自我恢复	
3	体能提升	下肢运动能力提升	

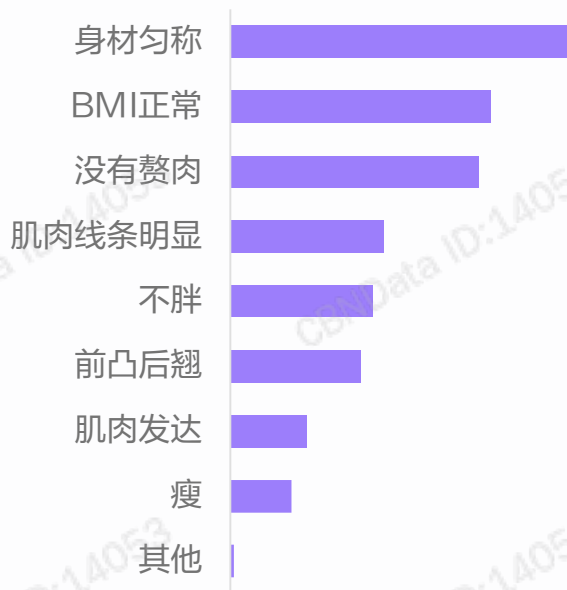
数据来源：CBNData&Keep 调研数据，Q请问您运动的目的是什么，N=1952

资料来源：网络公开信息

美出气质，局部塑形打造优雅体态

现如今大众的审美愈加多元，大众对于好身材的定义涵盖了身材匀称、BMI正常等符合运动型审美的维度，瘦不再是衡量身材美的唯一标准。今年疫情期间，直角肩、斜方肌等局部塑形的内容在社交平台热度高涨，大众对局部塑形的诉求更为强烈，由此可看出，对体态改善的需求本质也是对于自我体态及审美认知的升级。

大众对好身材的定义



数据来源：丁香医生《2020国民健康调查》

局部塑形相关话题网络热度



数据来源：抖音

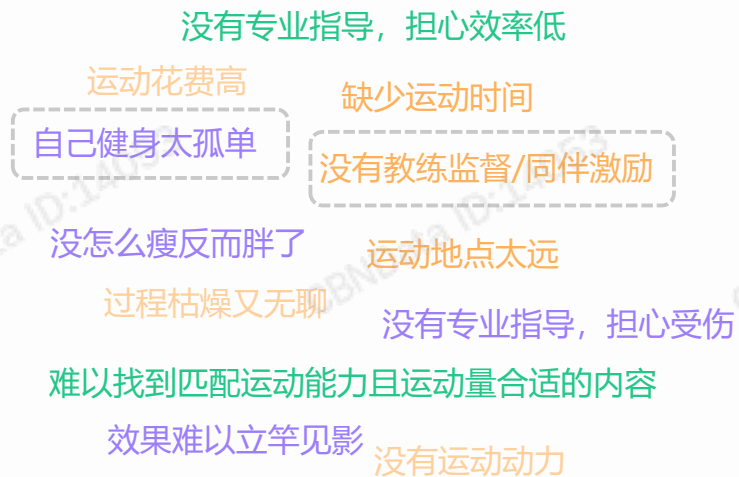
体态塑造课程示例

- 1 帕梅拉燃脂课 
- 2 周六野瘦腿课 
- 3 气质芭蕾 
- 4 美丽直角肩塑造·就叫我小A 

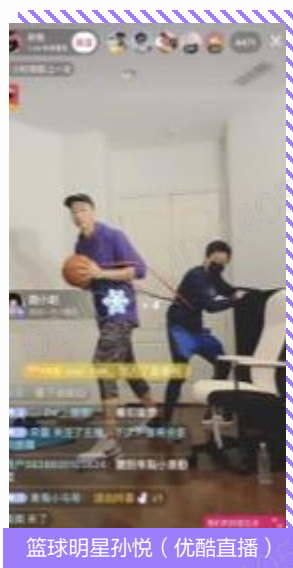
直播云感参与，同屏对抗孤独和惰性，越呐喊越积极

防疫期间，“直播健身”兴起，除了健身教练和运动KOL外，体育冠军和娱乐明星也相继加入。他们化身在线云伙伴，通过线上直播带领宅家人群开启运动生活，不仅刷新了居家运动的新形式，也提升了大众的参与感，运动爱好者表示健身直播为其注入了强心针。

运动较难坚持的原因



线上健身直播课列举



大众体验健身直播的感受

- 老师我想拜你为师
- 和教练一起，感觉地都快跳裂了
- 自己跳都没这么费鞋
- 看着简单，练起来有点难度
- 按博主说的做，居然成功了
- 喊我起来，我还能骑
- 我：想休息，老师：不，你不想
- 跟着一起练，比平时坚持的时间更长了
- 姐姐跳的好有力度，再坚持几天应该就能学会
- ...

数据来源：CBNData&Keep 调研数据，Q您认为运动门槛较高的原因是什么，N=1952

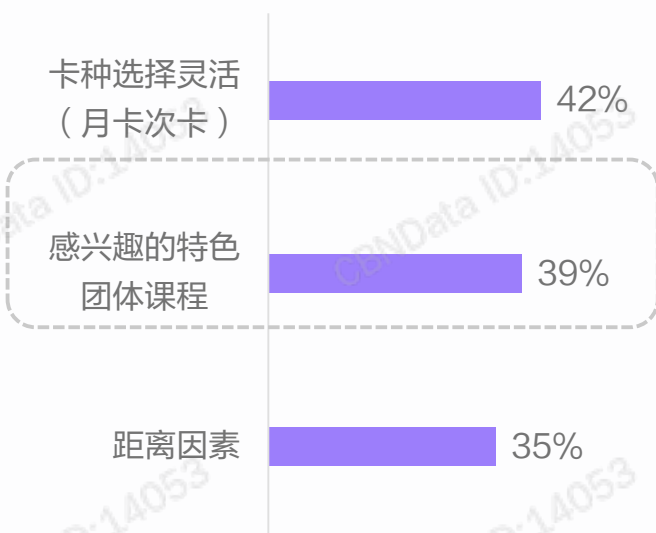
资料来源：网络公开资料

资料来源：线上运动直播用户实时互动评论

有趣味、有氛围的团操课更贴近大众运动体验，吸引更多人动起来

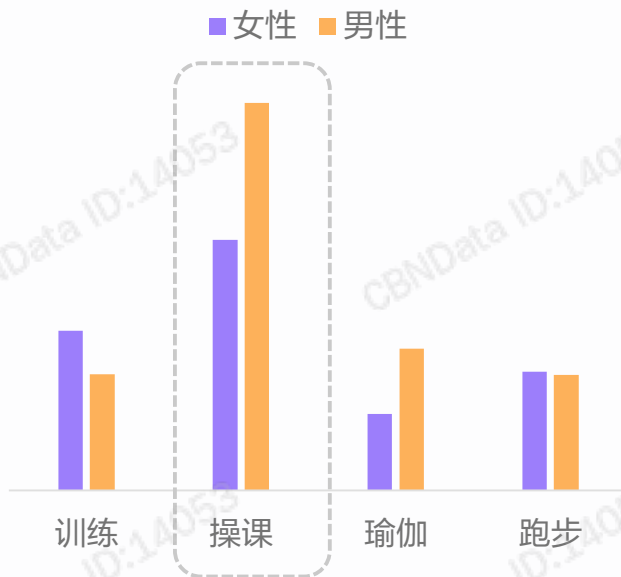
团操课是一种融合了音乐、多人互动、视觉、舞蹈等多种元素，将动作进行组合编排的新型训练课程。目前，线上的操课和健身房的团操课都将社交、欢乐因素融入到运动过程中，数据显示近一年操课用户增速超过了训练、瑜伽和跑步品类，健身房开设的特色团课也成为潜在用户挑选健身房的考虑因素之一，团操课有望成为大众主流的运动项目。

潜在用户未来选择健身房的关键考虑因素



数据来源：36氪

2019.7-2020.6 Keep 各运动品类不同性别用户同比增速



数据来源：Keep 运动研究院

运动操课示例

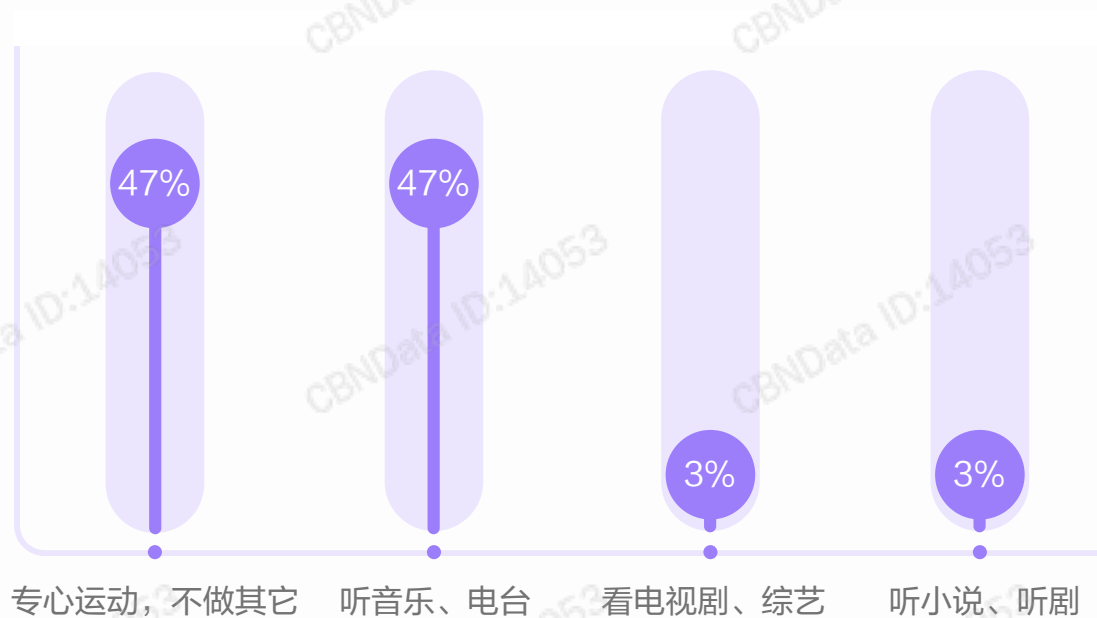
- 1 有氧操 · 燃脂派对 
- 2 节奏燃脂 
- 3 热舞操 · 动感舞步入门 

摆脱无聊和枯燥，沉浸式音乐让运动充满“节奏感”

为减少运动过程中的单调和乏味，近五成的运动人群会选择边听音乐边运动。在强节奏音乐、剧情音效和节奏鼓点的加持和渲染下，大众的运动欲望不断被激发，娱乐、轻松的沉浸体感逐渐减轻了枯燥感，坚持打卡不间断不再是难事。

运动有针对
运动有陪伴
运动有借力
运动有共鸣

在运动健身时会做什么



数据来源：CBNData&Keep 调研数据，N=1748

运动人群参加音乐类项目的“运后感”

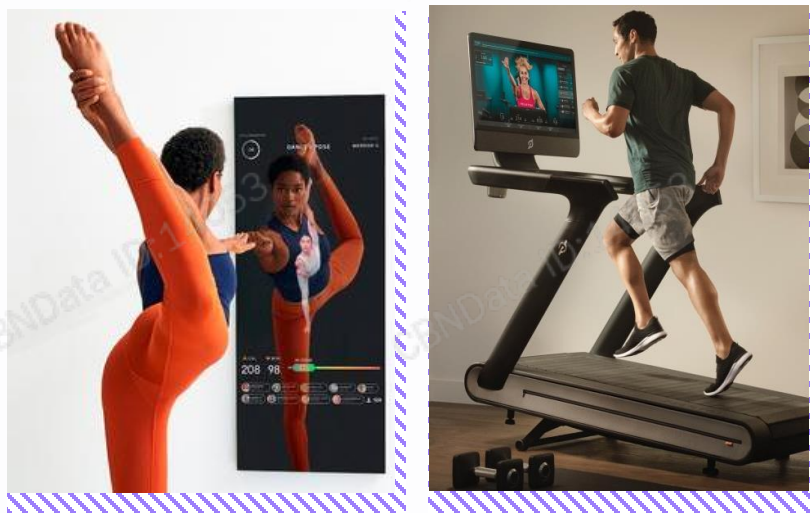


资料来源：Keep 音乐类运动项目的用户评论

内容和硬件双向加持，智能运动产品科学助力，运动乐趣加倍

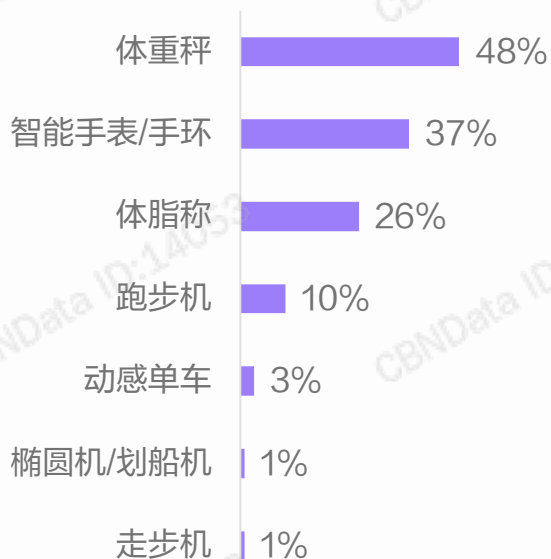
智能硬件产品让更多人在家可以享受专业的运动服务，该产品通过匹配有效的内容，对运动数据进行监测并做到实时反馈，从而达到科学化的指导。国民运动健身趋势从休闲化向专业化发展，硬件和内容双向升级的智能硬件产品未来有望成为国民家庭中的健身标配。

内容+产品打通的智能硬件列举



资料说明：配图分别为美国家用健身镜Mirror，美国健身公司Peloton跑步机

运动人群购买的智能运动产品



数据来源：CBNData&Keep 调研数据，N=1952

Keep 动感单车直播课程



数据监测：
路程、时长、踏频、卡路里等

ETM智能控阻：
随运动节奏变动智能调节阻力

内容和硬件打通：
适配单车课程，激发骑行乐趣

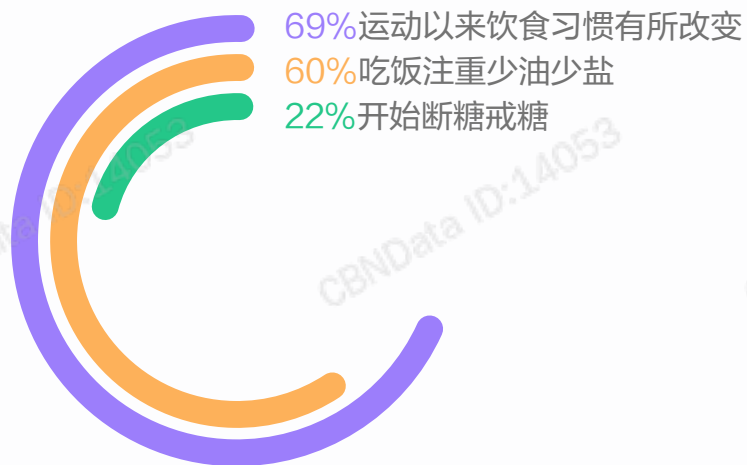
骑行能力测评：
测试用户骑行水平精准匹配内容

资料来源：Keep

三分练，七分吃，科学精细的运动代餐引领饮食新风潮

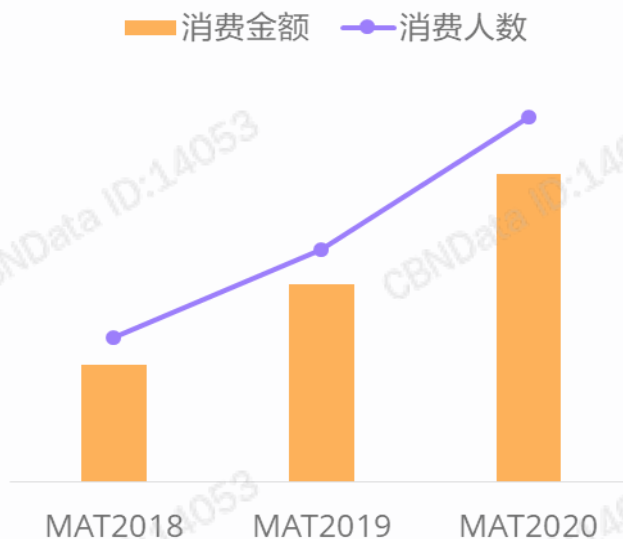
饮食也是运动健康生活方式的重要方面，运动人群深知健身须得“迈开腿，管住嘴”的道理，日常的饮食习惯逐渐向少油、少盐、低糖倾斜，他们也会为了强化运动效果而尝试轻食、代餐等健身食物，数据显示过去三年代餐线上消费人数不断提高，消费金额持续扩容。满足国人对主食依赖的新型魔芋粉类主食代餐，最受大众追捧。

运动后饮食习惯的改变



数据来源：CBNData&Keep 调研数据，N=1952

MAT2018-2020 线上代餐市场
消费趋势



数据来源：CBNData《功能营养代餐市场消费趋势》
数据说明：MAT2018为2017年4月到2018年3月整个滚动年，MAT2019指代2018年4月到2019年3月，依次类推
大数据·全洞察

1H20 Keep 最受欢迎的代餐食品

类型	优势
1 主食代餐 (螺蛳粉、酸辣粉)	满足追求健康饮食的国人对主食的依赖
2 奶昔代餐 (奶昔)	提供了用餐的便利便携以及口味的新鲜感
3 肉类代餐 (即食鸡胸肉)	能够解决日常蛋白质摄入过少的问题
4 代餐套餐 (三日纤体计划)	提供与训练计划有效适配的科学饮食搭配

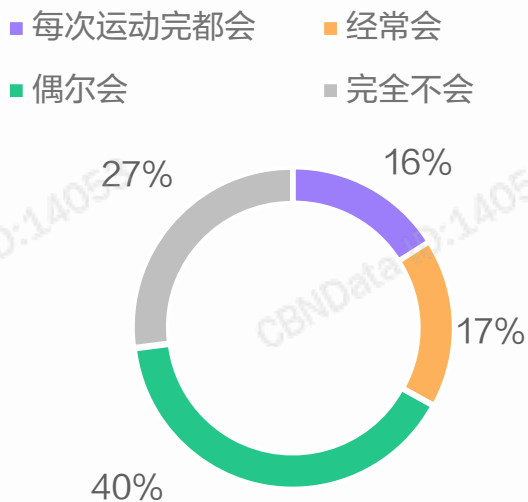
数据来源：Keep 运动研究院

运动成为新型社交货币，常与“同好”聊心得

运动已然成为国民的新社交货币，除了晒数据秀身材，无数运动爱好者也基于对运动本身的兴趣和体验找到了同圈好友，大家会在课程下评论对课程的体验、在社区参与话题互动、分享自己的蜕变过程。基于共同兴趣产生的社交粘性，他们更易找到健康生活方式中的归属感。

运动有针对性
运动有陪伴
运动有借力
运动有共鸣

七成人会对外分享自己的运动记录和成果



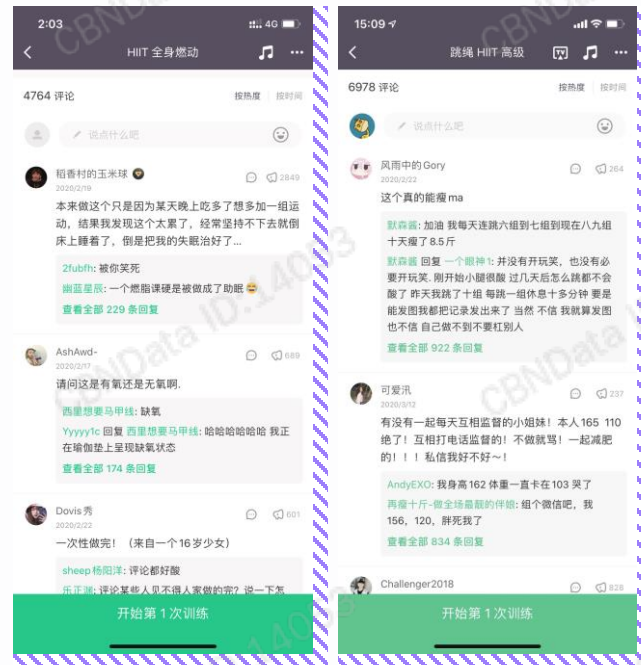
数据来源：CBNData&Keep 调研数据，Q请问您会分享自己的运动记录、成果吗，N=1952

2019.7-2020.6 运动人群最喜欢参与的话题



数据来源：Keep 运动研究院
数据说明：根据话题参与人数进行排名

大众参与运动课程的互动



资料来源：运动课程的用户互动评论

运动持续实现圈层泛化，重塑社交价值结构

运动逐渐突破圈层壁垒，与其他兴趣标签叠加组合，展现运动人群的精神全貌。爱运动的饭圈女孩以爱豆的名义保持自律，爱运动的时尚达人在线安利运动穿搭.....越来越多的人通过运动彰显自我个性，分享美好生活方式。

bilibili健身类视频部分艺人粉丝打卡弹幕列举



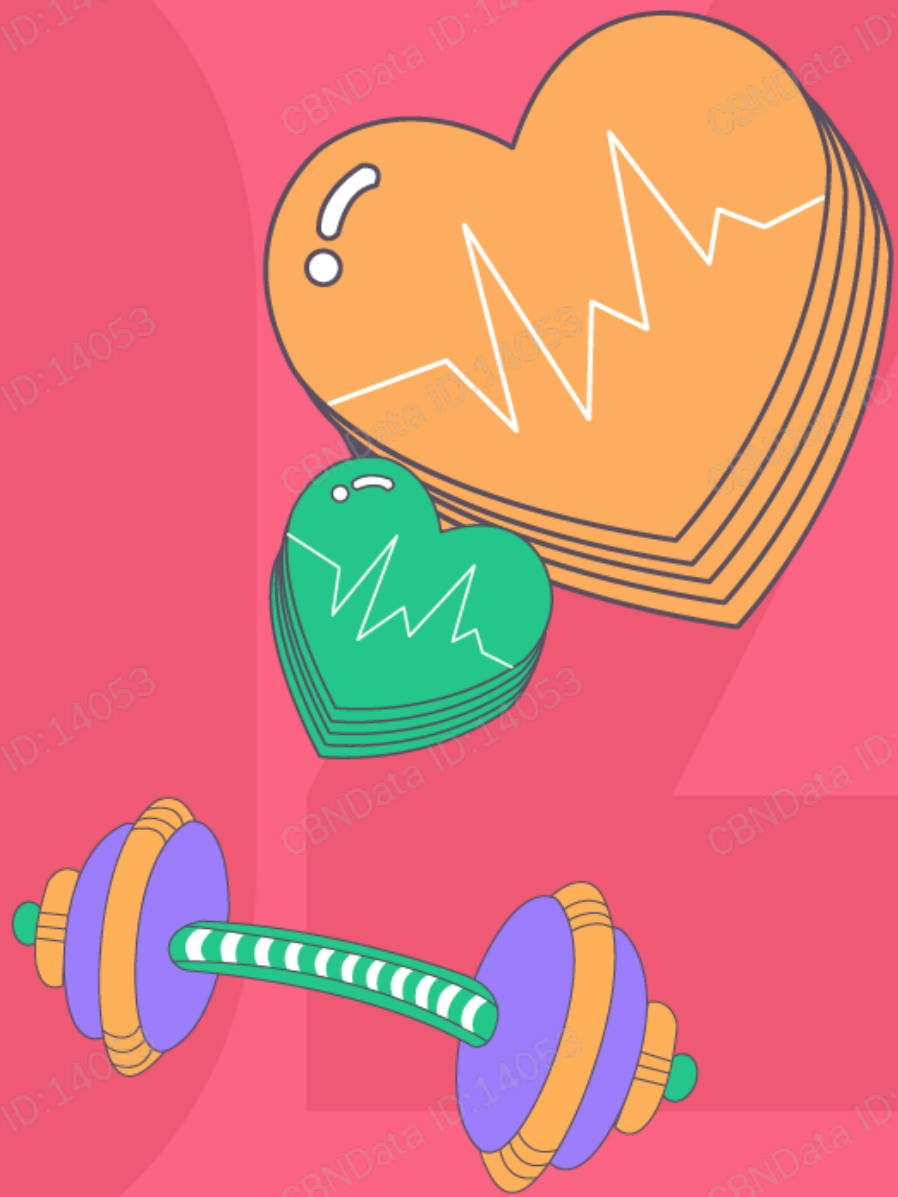
资料来源：FUNJI种瓜基地，配图女团舞教学

运动爱好者的多样关注话题列举



资料来源：Keep

运动有针对
运动有陪伴
运动有借力
运动有共鸣

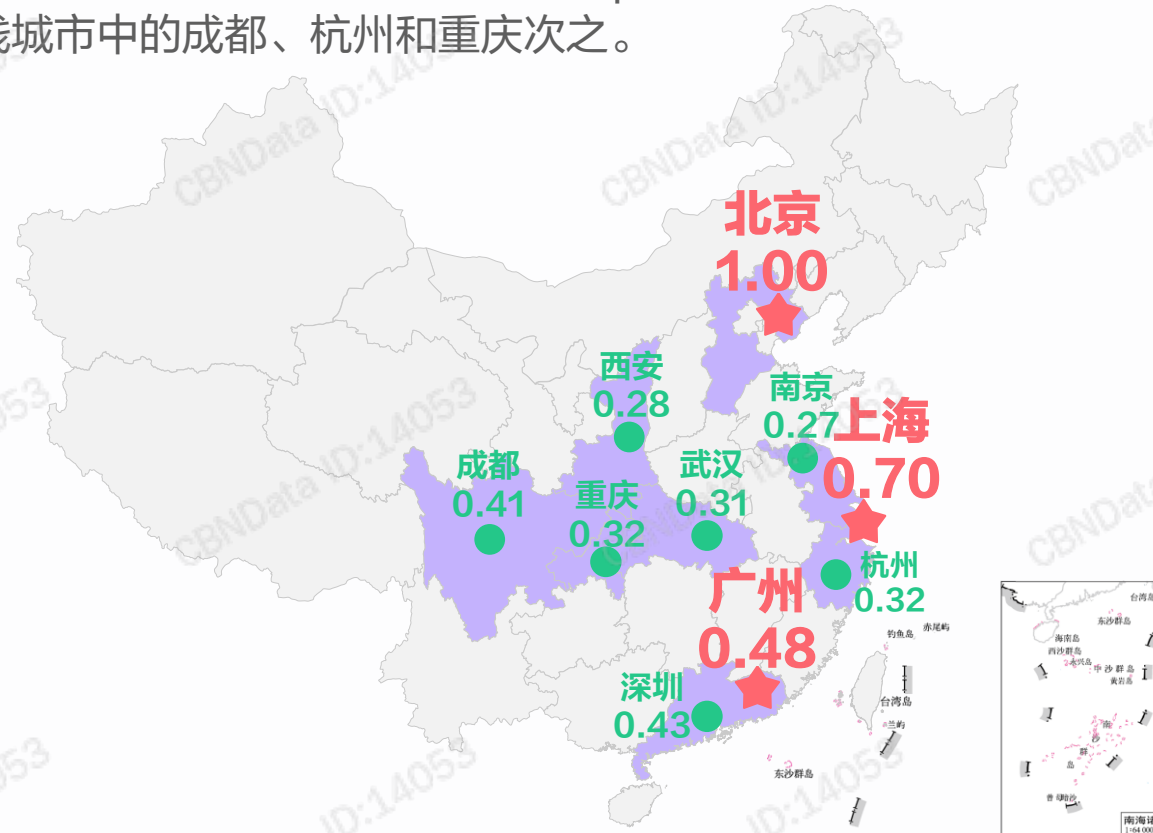


04

运动活力城市 图鉴

最爱运动的城市Top 10

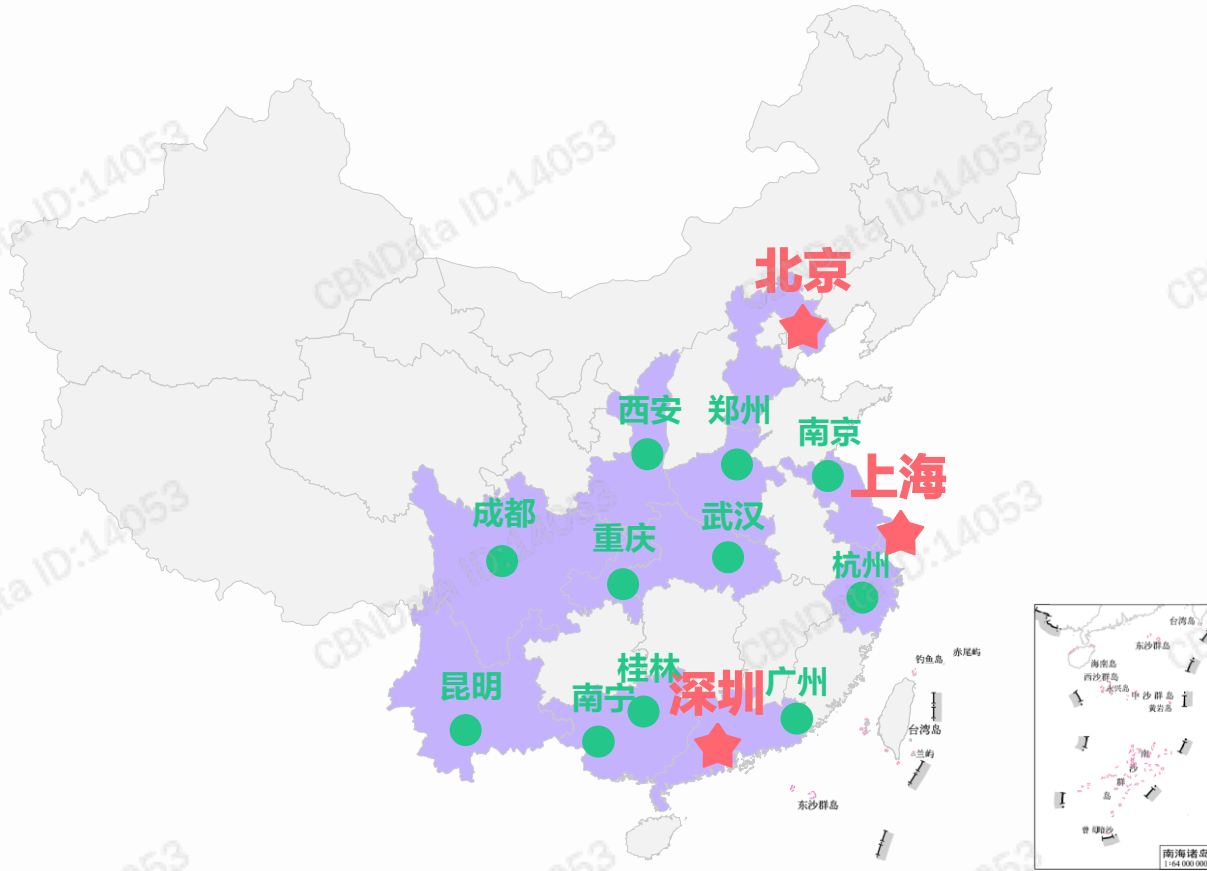
城市是“人的场所”，生活在城市的人们对空间和生态提出了自己的要求，城市积极响应，两者的互相作用塑造了城市独特的个性，一线城市如北京、上海、广东和深圳的Keep运动指数位列全国运动城市排行榜前四，是“最具有运动活力”的城市，而新一线城市中的成都、杭州和重庆次之。



数据来源：第一财经·新一线城市研究所《2020城市商业魅力排行榜》

数据说明：数值为2019年的Keep运动指数（归一化），运动指数=Keep全年跑步公里数*0.5+Keep高频运动打卡人数*0.5

最受欢迎的跑步路线Top 20



最受欢迎跑步路线TOP20

1	北京	奥林匹克森林公园	11	郑州	郑东新区商务内环跑道
2	深圳	深圳人才公园	12	北京	北京航空航天大学田径场
3	上海	环世纪公园	13	广州	广州天河体育中心
4	西安	曲江池遗址公园	14	深圳	荔香公园
5	重庆	重庆交通大学双福校区田径场	15	昆明	环翠湖公园
6	南宁	南宁南湖公园	16	广州	中山大学东校区西田径场
7	西安	西安城市运动公园	17	西安	大明宫国家遗址公园
8	上海	环天河公园	18	深圳	宝安公园
9	深圳	深圳大学田径场	19	北京	红领巾公园
10	桂林	桂林理工大学雁山校区跑道	20	广州	华南师范石牌校区田径场

数据来源: Keep 运动研究院

DATA COVERAGE 数据说明

■ 数据来源:

1) 调研问卷数据

2020年7月针对运动爱好者进行运动健康相关问题的问卷调研，共计1952个样本

2) **Keep**运动研究院

为了保护消费者隐私和商家机密，本报告所用数据均经过脱敏处理。



COPYRIGHT DECLARATION

版权声明

■ 本数据报告页面内容、页面设计的所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、标志、标识、商标、商号等）版权均归上海第一财经数据科技有限公司（以下简称“我司”）所有。

凡未经我司书面授权，任何单位或个人不得复制、转载、重制、修改、展示或以任何形式提供给第三方使用本数据报告的局部或全部的内容。

任何单位或个人违反前述规定的，均属于侵犯我司版权的行为，我司将追究其法律责任，并根据实际情况追究侵权者赔偿责任。

ABOUT US 关于我们

视觉设计：祝碧晨

联系我们：Data@cbndata.com

商务合作：BD@cbndata.com

加入我们：JOB@cbndata.com

■ 第一财经商业数据中心介绍：

关于**第一财经商业数据中心 (CBNData)** 成立于**2015**年，是由第一财经和阿里巴巴共同发起成立的国内领先的消费大数据研究机构、数据传播服务商和金融资讯运营服务商。依托阿里巴巴和第一财经的优势资源，**CBNData**以科技为驱动，以场景为延展，面向市场全面输出数据服务、内容服务、整合营销服务、**MCN**整合运营服务四大核心能力。**CBNData**始终致力于用数据驱动商业，用内容连接用户，以“数据+媒体”的倍增效应，全面提升中国商业世界的运行效率。

**FOLLOW
US**
关注我们

更多数据 扫码关注



CBNDATA官网



CBNDATA官方微信号



CBN'DATA

第一财经商业数据中心

大数据·全洞察