# 2026-2031年中国科技健身行业全景调研及发展战略规划研究报告

## 报告简介

科技健身是物联网、人工智能、传感技术与健身服务深度融合形成的新兴业态，依托智能硬件、数字内容平台、体质监测系统与运动算法体系，打通体质测评、训练实施、数据反馈、效果追踪全流程，覆盖商用场馆智慧改造、家庭智能健身、社区公共健身、运动康复等多元场景，区别于传统健身单纯依靠器械与线下教练的模式，以数据驱动实现训练方案的个性化、训练过程的可视化与健身服务的可追溯，属于体育健康产业数字化转型的核心细分赛道。

当前国内科技健身行业已经走过早期概念普及阶段，进入硬件迭代、内容运营、场景落地协同发展的阶段。市场主体类型丰富，既有传统健身装备厂商向智能化方案服务商转型，也有数字内容平台、AI科技企业跨界布局，行业需求同时来自商业健身房数字化升级、家庭健身消费、公共体育配套建设以及运动康复领域。行业竞争不再局限于硬件产品本身，而是延伸到算法模型、课程内容生态、场馆运营管理系统、用户长期服务能力的综合比拼，不同场景下的产品标准、商业模式与用户诉求差异明显，市场格局持续动态调整。未来行业将沿着AI大模型赋能、多传感融合、虚实交互体验的方向持续演进，逐步从单一设备智能化，转向软硬件一体化、多设备数据互通的完整智慧健身生态。产品开发更加面向细分人群，围绕青少年体测、中老年康养、术后运动康复等方向形成定制化方案，行业价值重心由一次性硬件销售，逐步向订阅制内容服务、持续健康管理、场馆数字化运维等长期服务模式延伸，产业链上下游协同持续加深，传感器、动作识别算法、数字课程等配套能力成为企业构建壁垒的关键。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及科技健身行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国科技健身行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外科技健身行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、

行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了科技健身行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于科技健身产品生产企业、经销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国科技健身行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。

本报告也可以用于专精特新、小巨人、单项冠军、行业地位证明，申请申报。

**报告目录**

**第一章 科技健身行业研究概述**

第一节 行业界定与研究边界

一、科技健身行业定义

二、行业研究范畴界定

三、报告研究口径与研究周期

第二节 研究思路与分析框架

一、研究逻辑框架

二、定量分析路径

三、定性分析路径

第三节 数据来源与研究方法

一、一手调研数据采集方法

二、二手数据整理与校验方法

三、预测模型构建方法

**第二章 科技健身行业产业链全景分析**

第一节 产业链整体结构梳理

一、产业链层级划分

二、产业链价值流转逻辑

三、产业链协同关系特征

第二节 上游供给环节分析

一、核心硬件零部件供给

二、算法与软件技术供给

三、数据采集模块供给

第三节 中游产品与服务环节分析

一、智能硬件产品供给

二、数字化健身内容服务

三、saas场馆管理系统服务

第四节 下游应用与需求环节分析

一、c端家用消费场景

二、b端商用场馆场景

三、其他垂直应用场景

**第三章 全球科技健身行业发展态势分析**

第一节 全球科技健身行业发展历程

一、基础数字化起步阶段

二、硬件联网融合阶段

三、ai驱动智能化阶段

第二节 全球科技健身行业市场规模及增速

一、2024-2026年全球市场规模统计

二、2026-2031年全球市场规模预测

三、全球市场增长驱动因子测算

第三节 全球主要区域市场格局

一、北美区域市场发展特征

二、欧洲区域市场发展特征

三、亚太区域市场发展特征

第四节 全球行业技术演进路线

一、传感采集技术迭代

二、运动姿态识别技术迭代

三、个性化训练算法迭代

**第四章 中国科技健身行业发展环境与行业基础**

第一节 行业发展基础条件

一、居民消费能力基础

二、数字基础设施基础

三、健身消费认知基础

第二节 行业技术配套环境

一、计算机视觉技术配套

二、边缘计算模块配套

三、人体生物识别技术配套

第三节 行业消费行为环境

一、健身消费行为变化特征

二、线上健身使用习惯变化

三、付费服务接受度变化

**第五章 中国科技健身行业发展历程与行业特征**

第一节 国内科技健身行业发展阶段

一、传统健身器材数字化改造阶段

二、联网健身硬件规模化落地阶段

三、ai沉浸式科技健身融合阶段

第二节 行业核心特征分析

一、软硬件一体化特征

二、数据闭环化特征

三、场景融合化特征

第三节 行业商业模式演化

一、硬件单品售卖模式

二、硬件+订阅服务模式

三、场馆数字化整体解决方案模式

**第六章 中国科技健身行业整体市场规模测算与预测**

第一节 2024-2026年行业整体市场规模

一、行业营收规模统计

二、行业用户规模统计

三、行业付费渗透率统计

第二节 2026-2031年行业整体规模预测

一、营收规模预测

二、活跃用户规模预测

三、市场容量增量测算

第三节 市场结构数据分析

一、硬件与服务收入结构占比

二、存量市场与增量市场结构

三、市场规模增长弹性分析

**第七章 科技健身行业细分赛道市场分析**

第一节 智能健身硬件赛道

一、智能有氧健身设备

二、智能力量训练设备

三、可穿戴健身监测设备

第二节 数字化健身内容与ai教练赛道

一、录播健身课程服务

二、实时互动直播课程服务

三、ai自适应训练方案服务

第三节 健身场馆数字化saas赛道

一、场馆运营管理系统

二、体测数据评估系统

三、会员数字化运营系统

第四节 各细分赛道规模对比与增速对比

一、各细分赛道2024-2026年规模数据

二、各细分赛道2026-2031年增速预测

三、细分赛道生命周期判断

**第八章 中国科技健身行业区域市场需求分析**

第一节 国内区域市场分层划分

一、一线核心区域市场

二、新一线及二线区域市场

三、下沉市场区域

第二节 各区域市场需求特征

一、一线市场需求特征

二、新一线及二线市场需求特征

三、下沉市场需求特征

第三节 区域市场规模对比及潜力评估

一、各区域营收规模对比

二、各区域用户规模对比

三、区域市场增长潜力评估

**第九章 科技健身行业渠道结构分析**

第一节 销售渠道分类框架

一、线上直营渠道

二、线上分销渠道

三、线下渠道

第二节 不同渠道销售规模与占比

一、线上渠道营收规模与占比

二、线下经销商渠道营收规模与占比

三、b端直供渠道营收规模与占比

第三节 渠道发展趋势研判

一、渠道融合发展趋势

二、渠道成本结构变化

三、渠道布局重心转移方向

**第十章 科技健身行业用户画像与需求偏好分析**

第一节 用户群体分层结构

一、年轻消费用户群体

二、家庭健身用户群体

三、商用机构专业用户群体

第二节 用户需求偏好数据分析

一、硬件功能需求偏好

二、内容服务需求偏好

三、付费模式偏好

第三节 用户转化与留存数据分析

一、用户获客转化数据

二、用户活跃留存数据

三、用户流失特征分析

**第十一章 科技健身行业竞争格局分析**

第一节 行业竞争分层结构

一、头部综合型厂商

二、垂直赛道专精厂商

三、跨界入局厂商

第二节 行业市场份额格局(按2026年营收口径)

一、硬件赛道份额分布

二、内容服务赛道份额分布

三、saas系统赛道份额分布

第三节 行业竞争五力模型分析

一、上游供应商议价能力

二、下游采购方议价能力

三、新进入者威胁

四、替代方案威胁

五、行业内部竞争烈度

第四节 行业竞争焦点演变

一、早期竞争焦点

二、当前竞争焦点

三、未来竞争焦点

**第十二章 领先企业深度分析**

第一节 舒华体育股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品与业务布局

三、核心竞争优势

四、业务发展动态

第二节 青岛英派斯健康科技股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品与业务布局

三、核心竞争优势

四、业务发展动态

第三节 维塑科技(厦门)有限公司

一、企业概况

二、主营产品与业务布局

三、核心竞争优势

四、业务发展动态

第四节 keep(北京卡路里科技有限公司)

一、企业概况

二、主营产品与业务布局

三、核心竞争优势

四、业务发展动态

第五节 苏州骑巴科技有限公司

一、企业概况

二、主营产品与业务布局

三、核心竞争优势

四、业务发展动态

第六节 杭州易启未来科技有限公司

一、企业概况

二、主营产品与业务布局

三、核心竞争优势

四、业务发展动态

第七节 木卫六(杭州)科技有限公司

一、企业概况

二、主营产品与业务布局

三、核心竞争优势

四、业务发展动态

第八节 云麦科技有限公司

一、企业概况

二、主营产品与业务布局

三、核心竞争优势

四、业务发展动态

第九节 小乔体育科技有限公司

一、企业概况

二、主营产品与业务布局

三、核心竞争优势

四、业务发展动态

**第十三章 科技健身行业技术迭代与研发分析**

第一节 行业核心技术矩阵

一、人体动作识别技术

二、生物体征感知技术

三、运动数据建模算法

第二节 行业研发投入数据分析

一、头部厂商研发投入规模

二、行业研发投入占营收比重

三、专利产出数量统计

第三节 技术落地痛点与瓶颈

一、识别精度瓶颈

二、算力成本瓶颈

三、数据互通瓶颈

第四节 下一代技术落地方向

一、多模态融合感知方向

二、轻量化本地ai方向

三、跨设备数据互通方向

**第十四章 科技健身行业供给成本与盈利分析**

第一节 行业成本结构拆解

一、硬件产品成本结构

二、数字化内容服务成本结构

三、saas系统服务成本结构

第二节 行业盈利指标数据分析

一、行业整体毛利率水平

二、细分赛道毛利率对比

三、费用率结构分析

第三节 盈利模式优化路径

一、硬件端盈利优化路径

二、订阅服务盈利优化路径

三、整体解决方案盈利优化路径

**第十五章 科技健身行业风险与约束因素分析**

第一节 市场需求端风险

一、消费需求波动风险

二、用户付费意愿波动风险

三、用户使用频次下滑风险

第二节 供给端经营风险

一、硬件供应链波动风险

二、内容迭代滞后风险

三、技术迭代淘汰风险

第三节 行业经营约束因素

一、用户数据安全约束

二、产品同质化约束

三、线下服务履约约束

**第十六章 2026-2031年科技健身行业发展趋势研判**

第一节 产品形态发展趋势

一、硬件轻量化、集成化趋势

二、训练方案千人千面趋势

三、多场景互通联动趋势

第二节 商业模式发展趋势

一、长期订阅占比提升趋势

二、b端整体解决方案占比提升趋势

三、软硬件打包一体化趋势

第三节 市场格局演变趋势

一、垂直赛道集中度提升趋势

二、跨界融合竞争加剧趋势

三、出海业务扩张趋势

**第十七章 行业投资机会与投资价值分析**

第一节 赛道投资机会识别

一、硬件细分赛道机会

二、ai内容算法赛道机会

三、场馆数字化saas赛道机会

第二节 投资回报周期测算

一、硬件业务回报周期

二、订阅服务业务回报周期

三、saas业务回报周期

第三节 投资进入策略建议

一、初创企业布局策略

二、产业资本布局策略

三、渠道商转型布局策略

**第十八章 行业发展战略与落地建议**

第一节 产品端发展建议

一、硬件产品迭代策略

二、内容服务迭代策略

三、数据产品开发策略

第二节 市场端发展建议

一、c端市场推广策略

二、b端客户拓展策略

三、渠道布局优化策略

第三节 企业长期发展战略建议

一、技术研发战略

二、用户运营战略

三、产业链协同战略

**图表目录**

图表：科技健身行业产业链结构

图表：2024-2026年全球科技健身行业市场规模及增速

图表：2024-2026年中国科技健身行业整体市场规模统计

图表：2026-2031年中国科技健身行业市场规模预测曲线

图表：科技健身细分赛道市场规模对比

图表：国内科技健身区域市场规模分布饼图

图表：科技健身行业渠道营收占比结构

图表：科技健身行业用户分层结构分布

图表：科技健身行业竞争格局分层示意图

图表：科技健身行业五力竞争模型

图表：科技健身行业成本结构拆解

图表：科技健身行业各细分赛道毛利率对比柱状图

图表：科技健身行业技术演进路线图

图表：科技健身行业市场份额分布(按2026营收口径)

图表：科技健身行业研究范围界定

图表：2024-2026年全球主要区域市场规模统计

图表：2024-2026年中国科技健身细分赛道规模数据

图表：2026-2031年各细分赛道市场规模预测

图表：国内各区域科技健身用户规模统计

图表：不同渠道营收规模及占比统计

图表：科技健身行业用户需求偏好调研统计

图表：10家重点企业核心业务指标简

图表：行业核心技术落地进度对比

图表：行业盈利指标对比统计

图表：行业风险因素影响程度评估

图表：重点赛道投资回报测算

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

报告编号：4070333

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20261029/4070333.shtml

在线订购：点击这里