

IWF第11届中国上海健身展览会

产品名称	IWF第11届中国上海健身展览会
公司名称	暄日策划
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	上海市奉贤区海坤路1号1幢（住所）
联系电话	17867946664 13917986994

产品详情

2024年2月29日-3月2日

上海新国际博览中心第十一届IWF上海国际健身展请您拭目以待！

6月24日，“洞见趋势·领航创新”高峰论坛暨10周年开幕典礼圆满举办，正式拉开IWF2023上海国际健身展的序幕。

此次庆典围绕十周年的主题，主要探讨行业当下热点与未来发展趋势，勇立潮头。在全球各地运动健身行业/商业协会代表，来自世界各地的参展商和采购商以及媒体界的朋友们到场支持下，话题讨论如火如荼，众人共襄周年盛典。

行业趋势报告会

近年来，我国体育事业蓬勃发展，体育产业规模水平不断提高，体育消费市场稳步增长。随着人们对体育需求的不断增加，健身产业也步入了发展的快车道。行业优秀代表在这里探讨前沿动态，以专业视角解析趋势，发表真知灼见。

01

《2023居家健身产业及消费发展报告》

一、居家健身市场持续扩容

从2021年开始，中国成为全球健身人群最多的国家，到2022年已经接近3.5亿，基本超过了美国人口。我们的健身人口按国家来排名的话，排名全球第三的超大规模人群。到2026年，人群将达到4.16亿。针对京东运动用户做了调研，有20%受访人群每天健身，每周2次以上等于行业里所认定的健身人群，每周2-3次人群大概是30%。调研用户健身人群比例接近50%。

二、居家健身人群消费特征

京东健身的成交用户仍然以男性为主，但可以特别明显地看到，女性增速更快，占比持续提升。2019年，京东健身女性用户比例是30%多一点，2023年超过了40%，有10%左右的提升。女性消费者人均成交额高出男性10%左右，这是很有意思的现象。

一方面她们是家庭健身的决策者，另一方面她们在服饰（特别是瑜伽）方面愿意投入更多。

35岁以下是最大的消费群体，从用户年龄可以看到，16-35岁用户比例占到了55%，超过一半。同时也是购买力最强的人群。

三、居家健身带动健身产品细分升级

轻量化引领，居家健身进入智能时代。轻量化、便携化、可折叠化是近年来居家健身器材的显著特色，通过数字化赋能实现功能的灵活切换，在有限的空间实现多种运动方式和收纳方式受到欢迎。

四、未来可期，京东运动与行业共同成长

从2021年开始，我们拥有全球最大的健身人群，健身行业发展持续驱动特别足。尤其是随着去年社会经济生活的全面恢复，持续增加的可支配收入，包括不断扩大的富裕阶层和新兴中产阶级，不断推进的城市化，持续增强的健身意识及政府的大力支持，都助推着中国健身行业的高质量可持续发展。

居家健身发展方向：

- (1) 硬件轻量化。
- (2) 场景精细化。
- (3) 智能技术升级。
- (4) 社交圈层化。

02

以数字化创新普及科学运动，推进健康生活

华为智能穿戴与运动健康产品线副总裁 龚元松

加快数字中国建设，数字技术正以新的理念、业态和模式全面深入地融入我们生活的各个方面。在数字技术的时代背景下，数字科技与全民健身的深度融合赋予了全民健康发展新的理念、业态和模式。

龚元松先生讲述了产品服务理念和，华为运动健康产业希望通过不断的技术创新、开放的生态平台，把消费者身体的信息数字化，之后再引入更多的服务，形成一整套体系，把数字健康带给每个人、每个家庭、每个产业。

“ 在过去一段时间的积累基础上，和国家体育总局体科所合作，今年4月16日正式上线了国家体育锻炼标准线上平台，广大消费者只要下载华为运动健康App就可以随时随地基于《国家体育锻炼标准》的五维身体素质评估模型进行线上测验，测试达标后可以拿到国家体育总局群众体育司颁发的证书，特别希望通过公益性平台和活动，能够让广大人民群众科学锻炼，通过“ 尺子 ”更好地衡量怎样锻炼是好的，怎样提升锻炼能力，不断一步一步地提升。通过积累和各种伙伴的合作，不断扩展运动类型，不断扩展我们能够给出消费者运动的建议。 ”

最后，IWF希望整合全平台行业资源，发布更多深度报告，致力于体育产业结构优化，下届凝心聚力，精彩继续哟~

2024年2月29日-3月2日上海新国际博览中心第十一届IWF上海国际健身展请您拭目以待！