仅供内部参考，请勿外传

渤海证券 Bohai Securities

乘体育消费东风，健身器材发展进入新阶段

——健身器材行业专题报告

分析师：袁艺博 SAC NO：S1150521120002 2026 年 09 月 15 日

专题研究小组
证券分析师
袁艺博
SAC NO: S1150521120002
yuanyb@bhzq.com
022-23839135

投资要点：

- **全球健身器材市场规模超 400 亿美元，但集中度相对不高**

根据 Statista 数据，全球健身器材市场规模于 2022 年突破 400 亿美元，并在近年维持增长态势，预计到 2030 年市场规模将接近 650 亿美元。Fortune business insights 数据显示，2025 年，北美地区为全球第一大健身器材消费市场，占比为 34.72%。2025 年，力健（Life Fitness）为全球健身器材行业领军企业，市场份额为 7.5%，与乔森健康科技、Technogym、康体健康等 4 家头部企业合计占据 25.2%的市场份额。

- **未来中国健身器材行业规模将突破千亿，呈现“大行业、小公司”格局**

艾媒咨询数据显示，国内健身器材行业规模到 2025 年已接近 900 亿元，预计到 2029 年规模将超过 1,100 亿元。中国体育用品业联合会数据显示，出口是我国健身器材产品的主要销售渠道之一，2025 年，国内健身器材出口额同比增长 16.06%。目前我国健身器材市场参与者众多，市场较分散，2025 年，以健身器材为核心主业的上市公司合计营收 42.04 亿元，占国内行业整体规模的比例较小，行业呈现“大行业、小公司”格局，海外市场对于行业发展具有重要意义。

- **健身器材行业高端化、适老化、智能化发展趋势明确**

目前，我国健身行业已从“跑马圈地”的规模扩张期，全面转向“精耕细作”的质量竞争期。近年来，我国健身渗透率虽有提升，但远低于欧美发达国家水平，随着居民收入稳定增长，对标发达国家，我国健身渗透率仍有提升空间。国家层面先后出台多项政策支持体育产业、全民健身等领域发展，并重视适老化发展，激发银发市场消费。我国银发经济市场潜力较大，预计到 2035 年将达到 30 万亿元左右。适老型健身器材需求释放，2025 年上半年，适老类健身器材制造销售收入同比增长 14.7%。《全民健身计划（2026—2030 年）》明确指出，运用人工智能赋能全民健身发展。根据钛媒体 APP 信息，2025 年，国内智能运动健身市场规模将超过 800 亿元，全球市场超过千亿美元。舒华体育、英派斯、康力源等上市公司正利用 AI 技术积极布局智能健身领域。政策明确+企业布局之下，国内健身器材行业正从“制造”迈向“智造”。

- **总结**

国内健身行业进入质量竞争阶段，高质量、高端化健身器材有助于增强消费者粘性。体育产业作为国家扩大内需战略的抓手之一，在适老化、智能化的趋势下，政策层面在供需两端发力，既提升健身器材质量又推动需求释放。高端化、适老化、智能化将共同带动国内健身器材行业发展。

- **风险提示**

海外政策变动风险、汇率波动风险、市场竞争风险、下游需求不及预期的风险、原材料价格波动风险。

仅供内部参考，请勿外传

目 录

1. 全球健身器材市场规模超 400 亿美元，但集中度相对不高 4
1.1 健身器材有多个类型，下游覆盖多元场景 4
1.2 全球健身器材行业稳增长，领军企业市占率为 7.5% 5
2. 未来中国健身器材行业规模将突破千亿，呈现“大行业、小公司”格局 7
2.1 国内市场规模近 900 亿，美国仍暂为出口第一大目的地国 7
2.2 我国健身器材主要产区，上市公司多以海外市场销售为主 8
3. 健身器材行业高端化、适老化、智能化发展趋势明确 10
3.1 国内健身行业进入品质竞争阶段，渗透率提升有空间 10
3.2 政策推动体育产业发展与银发健身需求释放 12
3.3 智能健身为千亿级潜力赛道，上市公司积极布局中 15
4. 健身器材行业上市公司基本情况介绍 16
4.1 舒华体育 16
4.2 英派斯 16
4.3 金陵体育 17
4.4 康力源 17
4.5 三柏硕 18
5. 总结 18
6. 风险提示 19

仅供内部参考，请勿外传

图 目 录

图 1： 健身器材分类情况 4
图 2： 健身器材产业链情况 5
图 3： 全球健身器材行业规模 5
图 4： 全球健身器材行业分区域市场情况（2025 年） 6
图 5： 全球健身器材行业分渠道销售情况（2025 年） 6
图 6： 国内健身器材行业规模情况 7
图 7： 国内健身器材产品出口情况 7
图 8： 国内健身器材出口额前十名国家情况（亿美元） 8
图 9： 国内健身器材出口前十名国家份额情况 8
图 10： 我国健身器材企业三大梯队情况 8
图 11： 我国健身器材主要产区情况 9
图 12： A 股健身器材上市公司营收增长情况（%） 9
图 13： A 股健身器材上市公司营收规模情况（亿元） 9
图 14： A 股健身器材上市公司海外收入占比情况 10
图 15： 中国广义健身类场馆和健身房数量情况 11
图 16： 全国健身会员总数情况 11
图 17： 全国健身会员渗透率情况 11
图 18： 健身房活跃会员月均到店次数情况（次） 11
图 19： 中国 VS 部分发达国家健身渗透率情况（2025 年） 12
图 20： 我国 60 岁及以上人口数量情况 14
图 21： 我国人口预期寿命情况 14
图 22： 我国银发经济市场规模情况 14
图 23： 我国银发消费各领域消费及需求情况（2025 年） 15
图 24： 舒华体育官网智能商用跑步机 15
图 25： 舒华体育官网智能有氧健身站 15
图 26： 舒华体育营收情况 16
图 27： 舒华体育归母净利润情况 16
图 28： 英派斯营收情况 17
图 29： 英派斯归母净利润情况 17
图 30： 金陵体育营收情况 17
图 31： 金陵体育归母净利润情况 17
图 32： 康力源营收情况 18
图 33： 康力源归母净利润情况 18
图 34： 三柏硕营收情况 18
图 35： 三柏硕归母净利润情况 18

表 目 录

表 1： 全球健身器材头部企业情况 6
表 2： 近年已出台的与体育产业、健身器材相关的政策情况 12

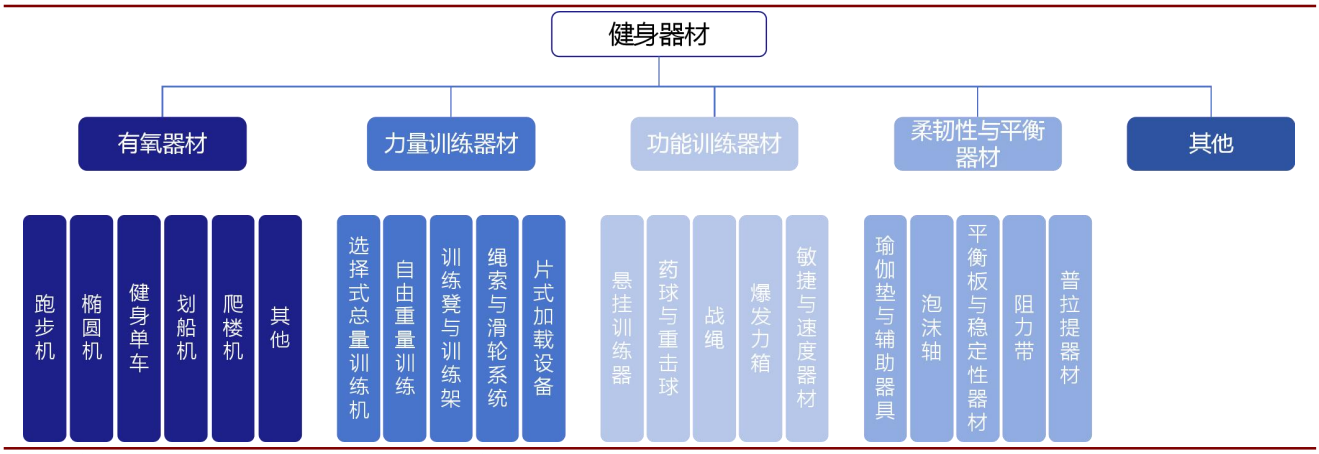
仅供内部参考，请勿外传

1.全球健身器材市场规模超 400 亿美元，但集中度相对不高

1.1健身器材有多个类型，下游覆盖多元场景

健身器材按训练目的可分为四个大类。健身器材是指用于体育锻炼、增强体能、塑造体型的器械与设备，主要可从训练目的、使用场景等维度分类。按训练目的，可分为有氧训练器材（跑步机、椭圆机、动感单车、划船机、踏步机等）、力量训练器材（综合训练器、自由力量器械、哑铃、杠铃等）、功能性训练器材以及平衡与柔韧训练器材等。按使用场景，可分为家用健身器材和商用健身器材，其中，商用健身器材又可按应用场景细分为健身房、酒店、企事业单位、学校及公共设施等场所。

图 1：健身器材分类情况

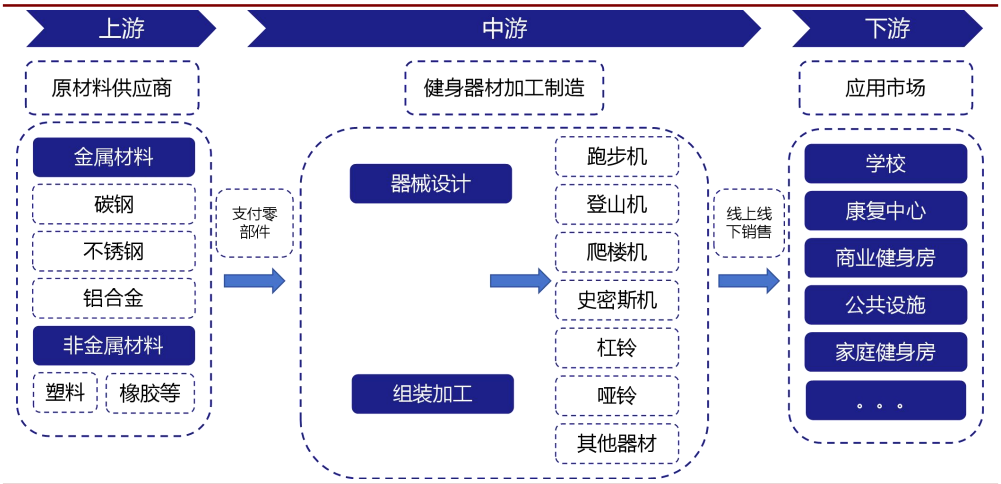


资料来源：global market insights，渤海证券研究所

健身器材以金属原材料为主，下游覆盖多元场景。健身器材产业链上游主要是健身器材原材料供应商，负责为健身器材生产厂商提供钢铁、橡胶、绳索、显示器等原材料及零部件，供其生产；中游为各类健身器材生产厂商，负责制造各类训练器材，并向用户提供使用说明等资料；下游则通过线上、线下等渠道，将健身器材提供给个人消费者，以及健身工作室、康复中心等机构客户，并为其提供相应的售后服务。

仅供内部参考，请勿外传

图 2：健身器材产业链情况



资料来源：前瞻产业研究院，渤海证券研究所

1.2全球健身器材行业稳增长，领军企业市占率为 7.5%

全球健身器材行业稳健增长。在全球人均消费水平不断提高、健康意识逐步增强以及智能化浪潮兴起等多重因素作用下，其市场规模已达上百亿美元。根据 Statista 的数据，全球健身器材市场规模于 2022 年突破 400 亿美元，并在近年保持增长态势，预计到 2030 年市场规模将接近 650 亿美元。

图 3：全球健身器材行业规模

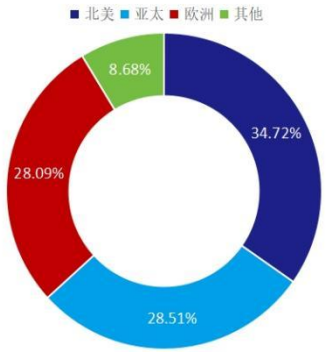


资料来源：Statista，渤海证券研究所

北美为全球健身器材第一大市场，线下销售渠道占据主导。Fortune Business Insights 数据显示，2025 年北美地区在全球健身器材消费中占比 34.72%，位居第一；亚太地区次之，占比 28.51%。分渠道看，得益于消费者信任店能够为消费者提供个性化服务的独特优势，线下渠道仍是全球健售渠道。Global Market Insights 数据显示，2025 年全球健身器材比为 57.10%。

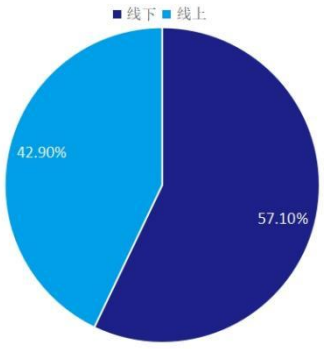
仅供内部参考，请勿外传

图 4：全球健身器材行业分区域市场情况（2025 年）



资料来源：fortune business insights，渤海证券研究所

图 5：全球健身器材行业分渠道销售情况（2025 年）



资料来源：global market insights，渤海证券研究所

全球头部健身器材企业市占率在 25%左右。头部企业通过生物力学工程设计、商用级耐用性以及智能互联功能，持续优化产品表现、安全性和用户体验，从而实现差异化。此外，头部企业依托广泛的分销网络优势，为商业健身房、精品工作室、酒店、大学、企业及快速增长的家庭健身渠道供应设备，并通过线上零售、经销商网络及直销模式推动产品销售。根据 Global Market Insights 的数据，2025 年，力健（Life Fitness）是全球健身器材行业领军企业，市场份额为 7.5%；力健（Life Fitness）、乔森健康科技、Technogym、康体健康等 5 家头部企业合计占据 25.2%的市场份额，全球健身器材市场整体集中度不高。

表 1：全球健身器材头部企业情况

企业	基本情况	2025 年市占率
力健	商用健身领域的主导者，通过与主要连锁健身房的深度合作及长期建立的 B2B 生态系统（注重耐用性与运营灵活性）得到强化。公司凭借其广泛的商业足迹--在美国主要健身连锁中占据 35%以上份额--在高端俱乐部、企业健康设施及大型健康网络中巩固其相关性	7.50%
乔森健康科技	通过覆盖商用、轻商用及家庭健身解决方案的多品牌组合参与健身器材市场。该公司始终被公认为全球顶级竞争者，常与 Technogym、力健及 ICON 等品牌并列，成为塑造全球健身设备行业的领军制造商之一。	17.70%
Technogym	在健身器材市场中占据高端、性能导向的领先地位，以“健康科技”与“健康科学”领导者自居，并凭借其作为米兰-科尔蒂纳 2026 年冬奥会官方供应商等重大全球里程碑得到背书。公司通过高端智能生态系统、AI 驱动的个性化服务及设计导向的设备（广泛应用于豪华住宅、精品工作室及医疗健康设施）实现差异化，强化其作为市场高创新标杆的定位。	
康体健康	总部位于美国，是全球最大的商用健身器材供应商之一。康体健康不只制造器材，更致力于定义现代健身房的标准。透过整合健身史上最具代表性的四大传奇品牌——Star Trac、StairMaster、Nautilus 与 Schwinn，Core Health&Fitness 为全球顶级健身俱乐部、饭店、企业及医疗机构提供全方位的运动解决方案。	
Rogue Fitness	创立于 2006 年，总部位于美国俄亥俄州哥伦布市，2025 年计划扩建工厂使总厂区面积超过 100 万平方英尺。专注于高强度、高精度的工业级健身设备制造，产品涵盖力量训练器材、自由重量、橡胶垫等领域，以“无妥协的耐用性”为设计理念。Rogue Fitness 长期为 CrossFit 赛事、职业体能中心提供认证装备，双方共同推动了健身设备从精英运动员向大众 mainstream 的普及。	

资料来源：global market insights、百度百科，渤海证券研究所

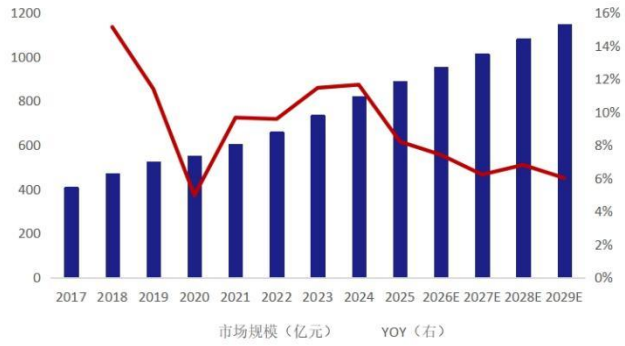
仅供内部参考，请勿外传

2.未来中国健身器材行业规模将突破千亿，呈现“大行业、小公司”格局

2.1国内市场规模近 900 亿，美国仍暂为出口第一大目的地国

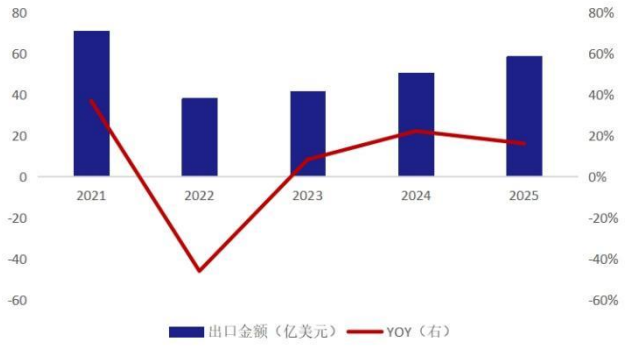
国内健身器材行业规模扩张，出口实现较快增长。我国健身器材制造行业起步于 20 世纪 80 年代，行业发展初期以“贴牌”生产为主。进入 21 世纪后，随着国内独立健身器材制造企业先后成立并逐步形成自主品牌，其影响力日益增强。艾媒咨询数据显示，2024 年国内健身器材行业规模超过 800 亿元，2025 年已接近 900 亿元，预计到 2029 年市场规模将超过 1,100 亿元。中国体育用品业联合会数据显示，出口是我国健身器材产品的主要销售渠道之一。2025 年，国内健身器材出口额为 58.57 亿美元，同比增长 16.05%。

图 6：国内健身器材行业规模情况



资料来源：艾媒咨询，渤海证券研究所

图 7：国内健身器材产品出口情况

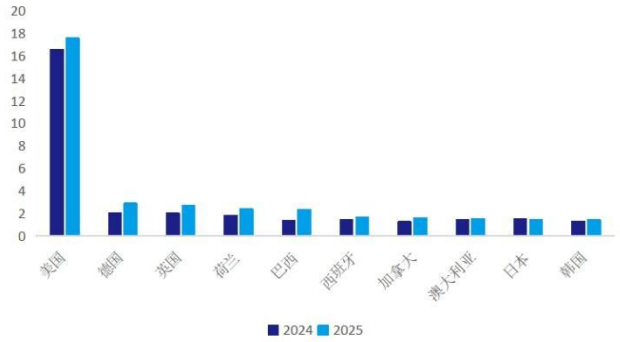


资料来源：中国体育用品业联合会，渤海证券研究所

美国为现阶段我国健身器材出口第一大目的地国家，但占比已有下降。从我国健身器材出口的区域国别看，中国体育用品业联合会数据显示，2025 年，排名前十的国家市场中，仅日本下降 6.72%，其他国家全部实现增长。其中，巴西和德国增长较快，同比分别增长 72.06%和 40.10%。从出口份额看，2025 年，我国对美国出口额占全部出口额的 30.03%，美国市场份额较上年再次下降。而德国、英国、荷兰、巴西、西班牙、加拿大自 2023 年以来市场份额持续上升，成为填补美国市场份额下降缺口的关键力量。澳大利亚、日本、韩国市场表现较弱，市场份额连续下降。近三年，前十大出口市场的合计份额在 60%-61%之间波动，基本保持稳定；美国与欧洲市场呈现此消彼长的态势。

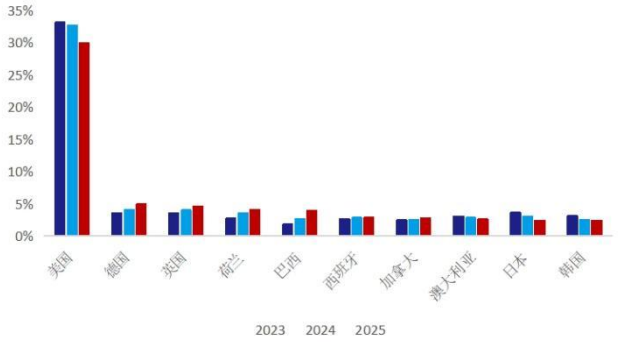
仅供内部参考，请勿外传

图 8：国内健身器材出口额前十名国家情况（亿美元）



资料来源：中国体育用品业联合会，渤海证券研究所

图 9：国内健身器材出口前十名国家份额情况

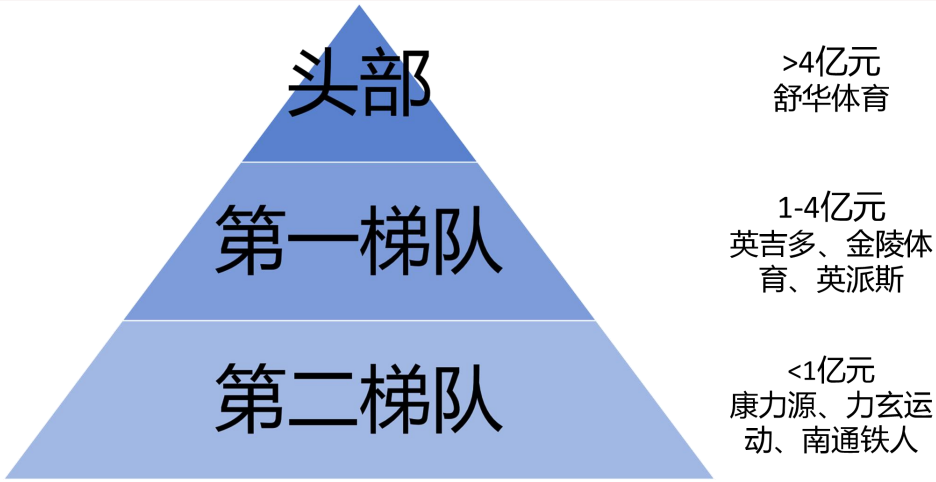


资料来源：中国体育用品业联合会，渤海证券研究所

2.2我国健身器材主要产区，上市公司多以海外市场销售为主

国内健身器材行业格局分散，企业可划分为三个梯队。目前我国健身器材市场参与者众多，集中度较低；由于低端产品领域不存在资金和技术壁垒，进入该领域的企业大多体量较小。国内健身器材高端市场主要由海外品牌占据，同时部分国内行业头部企业参与高端市场竞争，如青岛英派斯布局数字化健身房、舒华体育设计专项训练器械，以填补水上运动、爆发性运动等专项运动训练器械的空白。根据前瞻产业研究院信息，按注册资本划分，国内健身器材企业可分为三个梯队，其中，舒华体育注册资本超过 4 亿元，位列头部梯队；注册资本在 1 亿-4 亿元之间的企业包括英吉多、英派斯、金陵体育等。

图 10：我国健身器材企业三大梯队情况



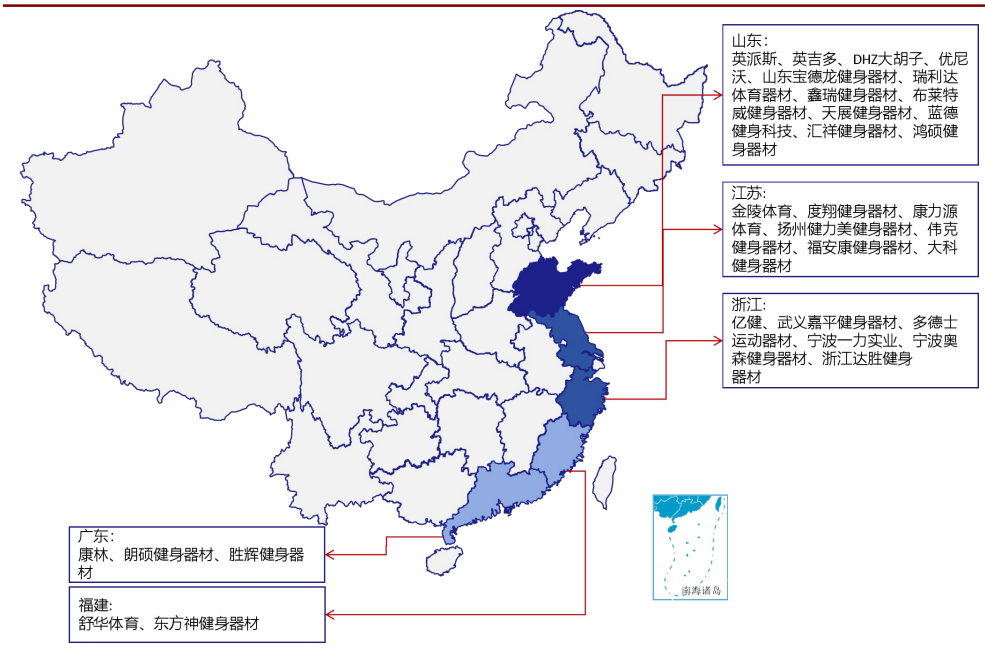
资料来源：前瞻产业研究院、ifind，渤海证券研究所

山东是我国健身器材的主要产区。在产业集聚效应下，目前国内健身器材生产主要集中在山东。根据网信德州公众号信息，山东省德州市宁津县拥有健身器材及配套企业 3,000 余家，产品涵盖商用、家用、户外等品类，共有 1,000 多个品种，约占国内商用健身器材市场份额的 70%。除山东外，国内主要健身器材生产企业还

仅供内部参考，请勿外传

分布于江苏、福建、浙江、广东等地。

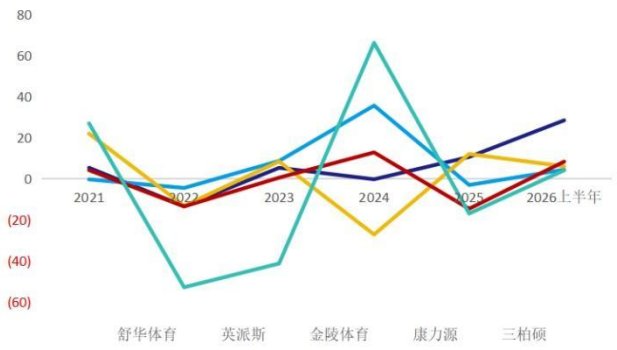
图 11：我国健身器材主要产区情况



资料来源：前瞻产业研究院，渤海证券研究所，注：颜色越深表示企业数量越多

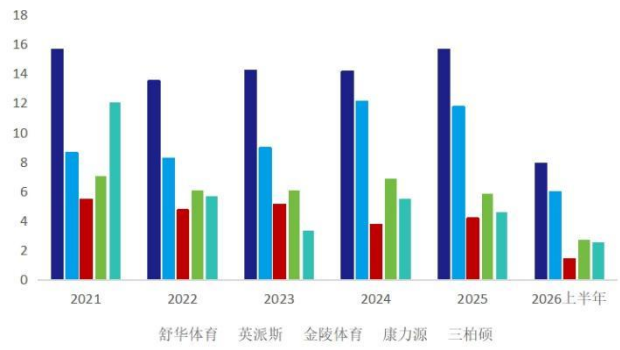
上市公司营收占行业比重较小，海外市场是多数上市企业的重要收入来源。从 A 股上市公司看，2025 年，以健身器材为核心主业的上市公司合计营收 42.04 亿元，占国内行业整体规模的比例较小，进一步印证了行业格局较为分散。今年上半年，5 家上市公司营收均实现同比增长，平均增幅为 10.17%，其中，舒华体育同比增长 28.37%。2021-2025 年，舒华体育与金陵体育海外收入占比较小，但其余三家公司海外收入占比均超过 50%，其中，三柏硕海外收入占比最高，期间均值超过 85%。综合来看，我国健身器材行业呈现“大行业、小公司”格局，海外市场对行业发展具有重要意义。

图 12：A 股健身器材上市公司营收增长情况（%）



资料来源：ifind，渤海证券研究所

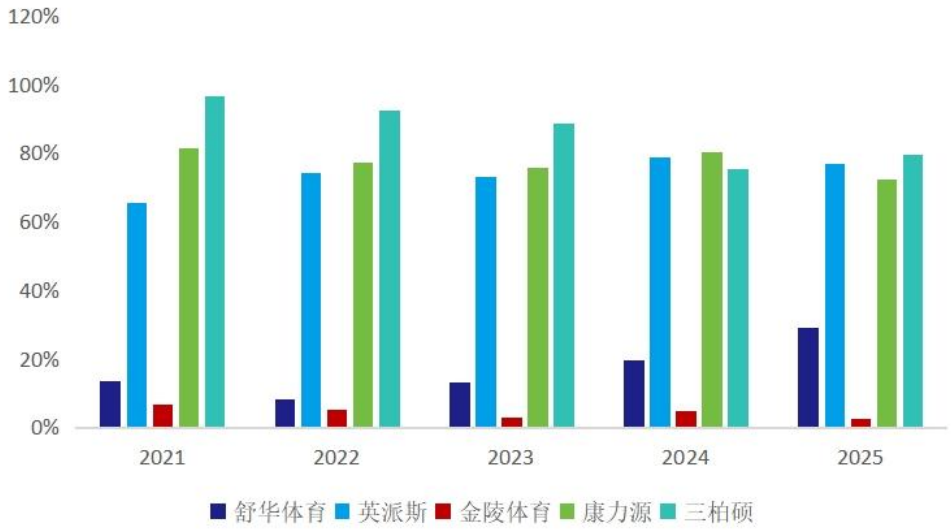
图 13：A 股健身器材上市公司营收规模情况（亿元）



资料来源：ifind，渤海证券研究所

仅供内部参考，请勿外传

图 14：A 股健身器材上市公司海外收入占比情况



资料来源：ifind，渤海证券研究所

3.健身器材行业高端化、适老化、智能化发展趋势明确

3.1国内健身行业进入品质竞争阶段，渗透率提升有空间

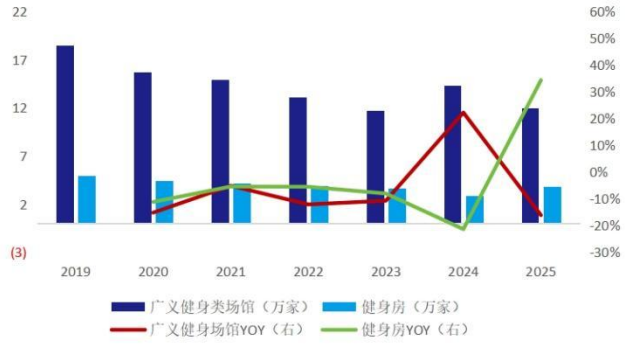
健身房行业进入质量竞争期，消费者粘性提升。根据《中国健身行业数据报告》数据，2019-2025 年，国内广义健身类场馆和健身房数量均有下降，但 2025 年，国内健身房数量回升到 3.85 万家，同比增长 34.31%。从健身的场馆数量上看，我国健身行业已从“跑马圈地”的规模扩张期，全面转向“精耕细作”的质量竞争期。

2019-2025 年，全国健身会员总数在波动中实现提升，2024 和 2025 年均维持在 8,500 万人左右，渗透率在 6%左右。2023-2025 年，健身房活跃会员月均到店次数显著提升，2025 年为 7.56 次，同比提升 2.24 次。

我们认为，现有商业模式下，健身人口的扩张已遇到瓶颈，单纯靠“拉新”驱动增长的难度越来越大。但另一方面看，经过多年市场教育，活跃用户的健身频率显著增加，用户粘性显著提升。

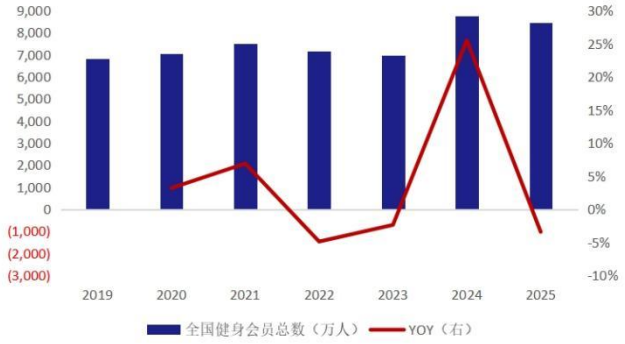
仅供内部参考，请勿外传

图 15：中国广义健身类场馆和健身房数量情况



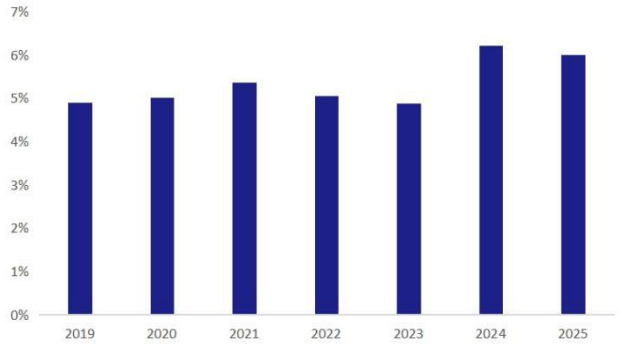
资料来源：历年《中国健身行业数据报告》，渤海证券研究所

图 16：全国健身会员总数情况



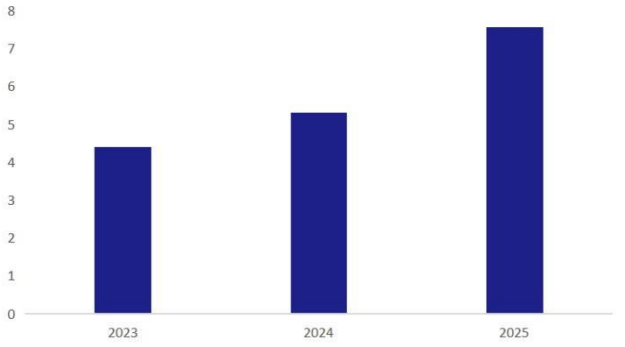
资料来源：历年《中国健身行业数据报告》，渤海证券研究所

图 17：全国健身会员渗透率情况



资料来源：历年《中国健身行业数据报告》，渤海证券研究所

图 18：健身房活跃会员月均到店次数情况（次）

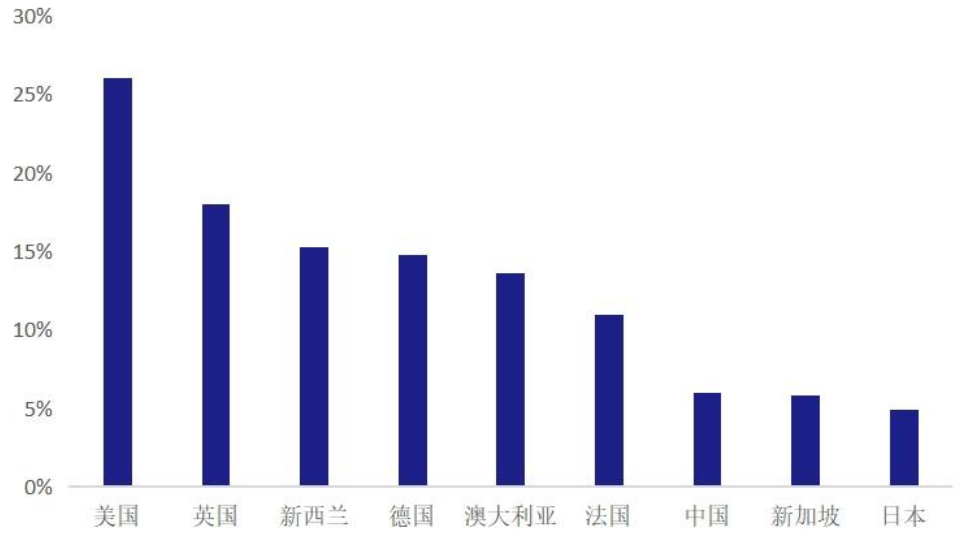


资料来源：历年《中国健身行业数据报告》，渤海证券研究所

我国健身渗透率仍有提升空间。美国健康与健身协会、德勤以及《欧洲健康与健身市场报告》等发布的数据显示，欧美发达国家健身渗透率处于较高水平，2025 年美国健身渗透率为 26.10%，法国健身渗透率虽未达到欧洲平均水平，但也超过 10%。近年来，我国健身渗透率虽有提升，但远低于欧美发达国家水平，在亚太地区也仅高于日本和新加坡。随着居民收入稳定增长，对标发达国家，我国健身渗透率仍有提升空间。

仅供内部参考，请勿外传

图 19：中国 VS 部分发达国家健身渗透率情况（2025 年）



资料来源：美国健康与健身协会、德勤、《2026 年英国健康与健身市场报告》、《欧洲健康与健身市场报告》、日本健身产业协会，渤海证券研究所，注：日本与法国原始数据为区间值，图中取其均值

3.2政策推动体育产业发展与银发健身需求释放

政策发力推动市场需求与产品升级，重视适老化，激发银发市场消费。近年来，国家层面先后出台多项政策支持体育产业、全民健身等领域发展。从政策脉络来看，国家正通过新国标推动标准升级、淘汰落后产能，同时以全民健身设施建设直接扩大市场需求，并以产业高质量发展相关意见引导体育器材、健身器材等向智能化、品质化、品牌化方向升级。此外，国家在健身器材新国标中强化适老化标准，并叠加《全民健身计划（2026—2030 年）》等政策，将推动银发健身市场需求释放。

表 2：近年已出台的与体育产业、健身器材相关的政策情况

时间	部门	政策名称	内容
2024 年 2 月	国家体育总局	《2024 年群众体育工作要点》	联合发展改革、财政、住建等部门，统筹用好资金，建设小型健身中心、小型体育公园、小型健身设施、群众滑冰场、县级多功能运动场等，持续开展“国球进社区”“国球进公园”等活动。重点抓好老旧城区和人口密集区、农村地区以及适老化、适儿化场地设施建设。
2024 年 8 月	国务院	《关于促进服务消费高质量发展的意见》	盘活空置场馆场地资源，引导社会力量依法依规改造旧厂房、仓库、老旧商业设施等，增加体育消费场所。
2024 年 10 月	国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会	《老年人室内运动健康设施要求》（GB/T 44691—2024）	本标准给出了老年人室内运动健康设施（以下简称“设施”）的基本要求、要求、附加要求、标志、使用说明，描述了试验方法；将老年人室内运动健康设施按使用功能分为老年人体质检测设备和老年人健身器材，对设施的风险评估、安全性、易用性、可靠性、舒适性提出要求；在结构设计方面，对老年使用者的无障碍设计、调节操作装置、防护装置、交互（操作）要求做了规定；充分考虑到老年人身体功能、反应能力和认知水平，以及老年人使用的安全性，对老年人常用的电动跑步机、健身车、力量训练器材、律动健身器材、老年人体质检测设备、拉伸类器材、智能化要求等方面提出具体参数设计要求。
2024 年 11 月发布	国家市场监督管理总	《室外健身器材的安全 通用	强制性国标。对器材全链条提出安全要求，新增适老化、适儿化、绿色

仅供内部参考，请勿外传

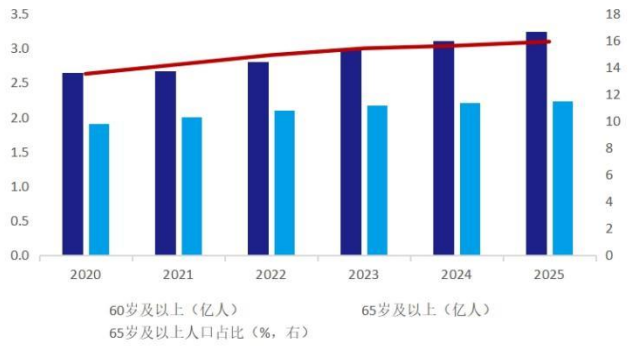
/2025 年 9 月实施	局、国家标准化管理委员会	要求》（GB 19272—2024）	环保等 11 项内容
2024 年 12 月发布/2026 年 1 月实施	国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会	《健身器材适老化通用要求》（GB/T 45180—2024）	推荐性国家标准规定了健身器材适老化的通用要求，以及电动跑步机、曲柄踏板类器材、健身车、力量训练器材、拉伸类器材和律动健身器材适老化的特殊要求。该标准的实施将更好地满足老年人使用健身器材的新要求，推动适老型健身器材产业健康发展。
2025 年 3 月	国家体育总局	《老年人健身器材配置指南（试行）》	老年人室外健身器材按照功能分为心肺类、力量类、平衡类、手脑协调类、按摩类、牵引类、休闲益智类；老年人室内健身器材按照功能分为心肺类、力量类、律动训练类和柔韧拉伸类。器材应结合老年人身体特点，具有运动轻缓、操作简便、负荷适宜、可及时中止运动等特点，应充分评估器材安全风险、机械安全风险、电气安全风险以及运营管理安全等，避免老年人在体育锻炼中发生运动伤害。
2025 年 9 月	国务院	《关于释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见》	到 2030 年，培育一批具有世界影响力的体育企业和体育赛事，体育产业发展水平大幅跃升，总规模超过 7 万亿元，在构建新发展格局中发挥重要作用。发布新周期全民健身计划，加快构建更高水平的全民健身公共服务体系。鼓励改造升级公共体育场馆，加快绿色、低碳、智能转型，支持将符合条件的体育场馆设备纳入大规模设备更新支持范围。
2026 年 4 月发布/2027 年 10 月实施	国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会	《室内固定式健身器材安全要求》（GB 47368—2026）	明确器材设计制造须满足整体稳定性、无尖角棱边、无挤压剪切、防滑防脱、承受足够载荷等 11 项安全要求，从源头避免结构缺陷导致人体伤害。配套 9 项推荐性国家标准，针对力量型训练器材、健身车、跑步机、划船器等主流器材，分别制定细化附加要求，形成“强标兜底、推标细分”的全品类安全保障体系。
2026 年 7 月	国务院	《全民健身计划（2026—2030 年）》	到 2030 年，人均体育场地面积达到 4 平方米左右，每千人拥有社会体育指导员达到 3.3 名左右，经常参加体育锻炼人数比例达到 40%左右，国民体质水平持续提高。深入实施“人工智能+”行动，加快人工智能在全民健身场地设施、赛事活动、健身指导、宣传推广等方面的应用。加大对全民健身消费场景建设和设施提档升级的投资力度，鼓励发展赛事经济，释放体育消费潜力。

资料来源：国家体育总局、国务院、中国政府网、国家市场监督管理总局、国家标准化管理委员会，渤海证券研究所

我国已步入中度老龄化，老年群体健康管理需求增长。2025 年，我国 60 岁及以上人口为 3.23 亿，其中，65 岁及以上人口为 2.24 亿，占比 15.90%，我国已进入中度老龄化阶段。国家卫生健康委测算，到 2035 年左右我国 60 岁及以上老年人口将突破 4 亿，在总人口中的占比将超过 30%，进入重度老龄化阶段。与此同时，2025 年全国出生人口为 792 万人，自然增长率为-2.41‰，少子化趋势延续。国家卫生健康委数据显示，我国人口预期寿命 2025 年进一步提高至 79.25 岁，较 2020 年提升 1.32 岁，并提出在“十五五”期间继续向 80 岁迈进。随着老年阶段持续延长，老年人群的生活周期和消费周期同步拉长，老年群体对健康管理、康复护理等需求不断增长。

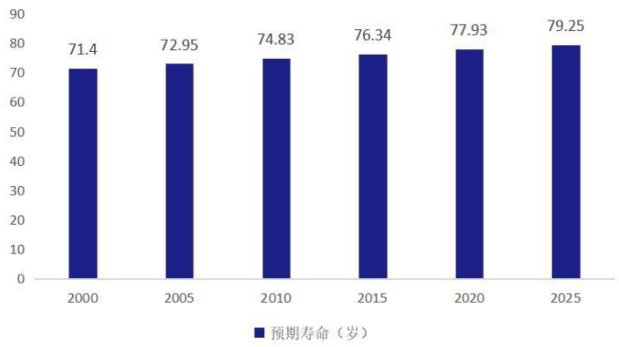
仅供内部参考，请勿外传

图 20：我国 60 岁及以上人口数量情况



资料来源：ifind，渤海证券研究所

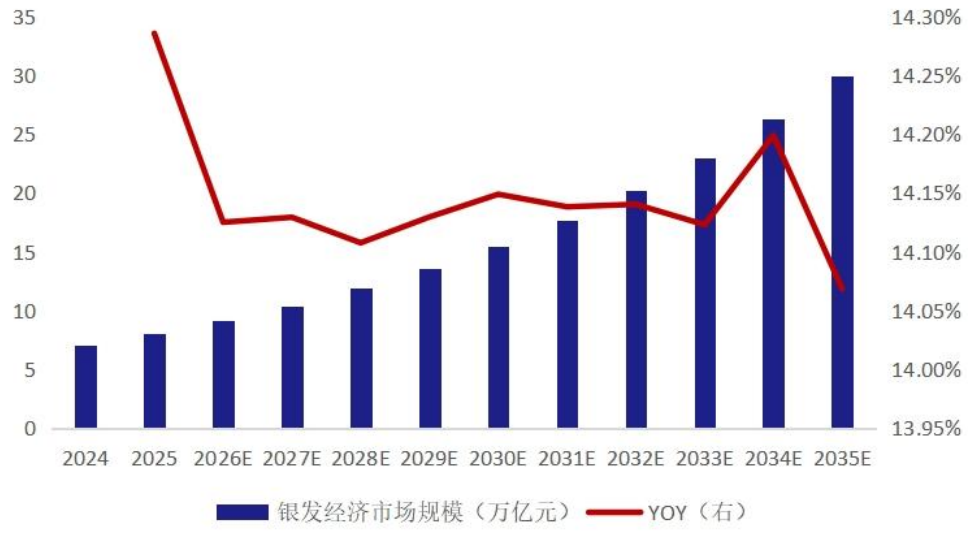
图 21：我国人口预期寿命情况



资料来源：国家统计局、国家卫生健康委，渤海证券研究所

我国银发经济市场具备较大潜力。中国银发经济整体保持较快增长态势，正逐步成为拉动国民经济高质量发展的新引擎，市场规模增长潜力大。根据《2026 年中国银发经济产业研究报告》数据，2025 年，我国银发经济规模约为 8 万亿元，占同期 GDP 比重约 6%，预计到 2035 年将达到 30 万亿元左右，占同期 GDP 比重约 10%。

图 22：我国银发经济市场规模情况

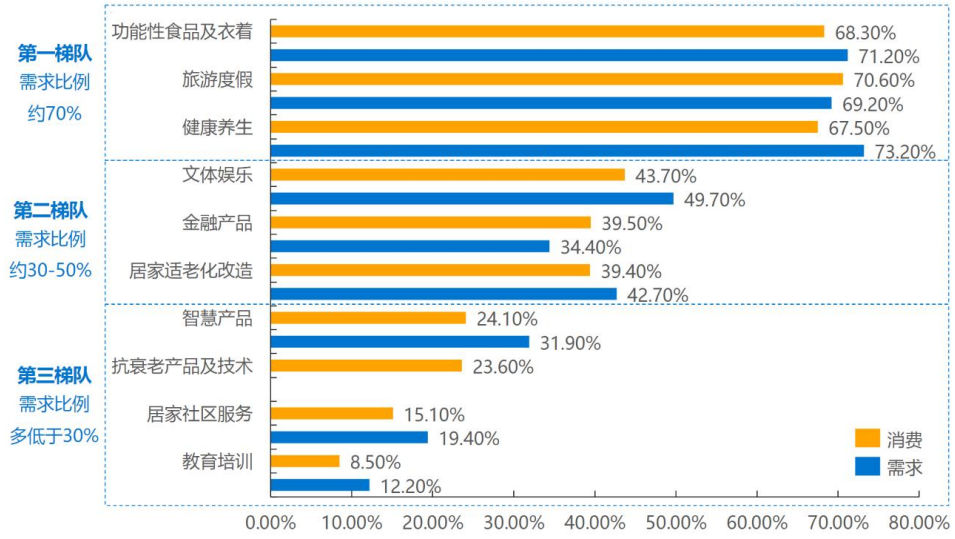


资料来源：《2026 年中国银发经济产业研究报告》，渤海证券研究所

适老型健身器材需求释放，政策优化供给，带动细分领域高质量发展。根据《2026 年中国银发经济产业研究报告》援引的中国老龄协会相关信息，低龄、健康、活力型的新老年群体，更关注旅游度假、学习培训、社交参与、文化娱乐和主动健康管理；高龄、慢病及失能老年群体，则更依赖适老化改造、社区助餐助医、康复护理和长期照护等服务。国家税务总局数据显示，2025 年上半年，适老类健身器材制造、康复辅具制造、营养保健食品制造销售收入同比分别增长 14.7%、12.1%、6.9%，较全国制造业平均增速分别高出 9.5 个、6.9 个和 1.7 个百分点。银发经济下，老年群体对自身健康日益重视，带动适老型健身器材需求释放。同时，国家层面亦通过标准升级等形式，优化相关产品供给，助力适老型健身器材领域高质量发展。

仅供内部参考，请勿外传

图 23：我国银发消费各领域消费及需求情况（2025 年）



资料来源：《2026 年中国银发经济产业研究报告》，渤海证券研究所

3.3智能健身为千亿级潜力赛道，上市公司积极布局中

健身器材企业积极布局智能健身赛道。《全民健身计划（2026—2030 年）》明确指出，运用人工智能赋能全民健身发展，为国内健身器材行业发展指明方向。根据钛媒体 APP 信息，2025 年，国内智能运动健身市场规模将超过 800 亿元，全球市场规模预计突破千亿美元。舒华体育、英派斯、康力源等上市公司正利用 AI 技术积极布局智能健身领域，各公司在推出智能跑步机等硬件设备的同时，也正推出 AI 健身房、数字化健身房等专业化、智能化、系统化解决方案。政策明确+企业布局之下，国内健身器材行业正从“制造”迈向“智造”。

图 24：舒华体育官网智能商用跑步机



资料来源：舒华体育官网，渤海证券研究所

图 25：舒华体育官网智能有氧健身站



资料来源：舒华体育官网，渤海证券研究所

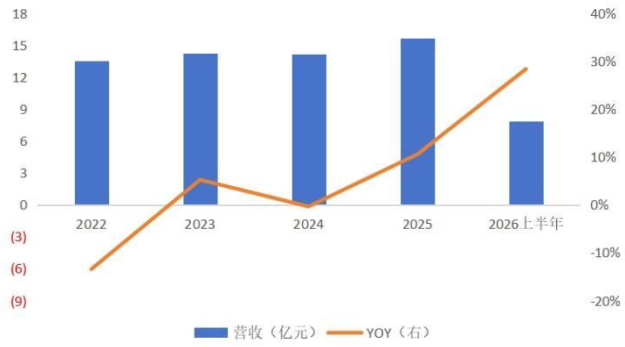
仅供内部参考，请勿外传

4.健身器材行业上市公司基本情况介绍

4.1舒华体育

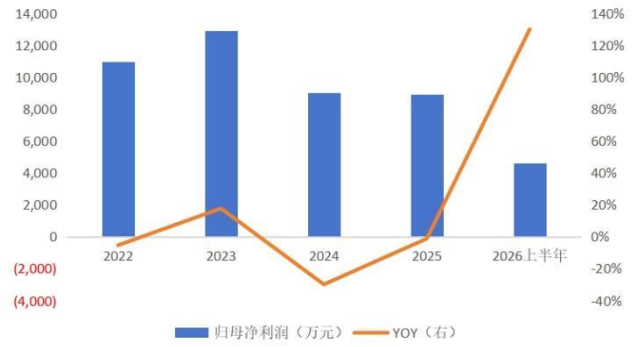
公司是国内领先的科学运动服务商，产品涵盖家庭健身、商用健身、全民健身、体能训练、校园体育、康养健身六大解决方案和舒华健身服务、培训服务、商业空间道具等领域。公司持续推进产品数字化改造，积极推动 AI 技术在健身领域的运用，构建了从“智能硬件”到“智慧生态”的全新格局。2025 年，公司首家 AI 智能健身房落地，并持续完善舒华运动 APP、来一场小程序、速度力量反馈系统及智能管理系统等软件平台，构建全方位智能运动生态。今年上半年，公司营收为 7.89 亿元，同比增长 28.37%，归母净利润为 4,642.34 万元，同比增长 130.05%。

图 26：舒华体育营收情况



资料来源：ifind，渤海证券研究所

图 27：舒华体育归母净利润情况



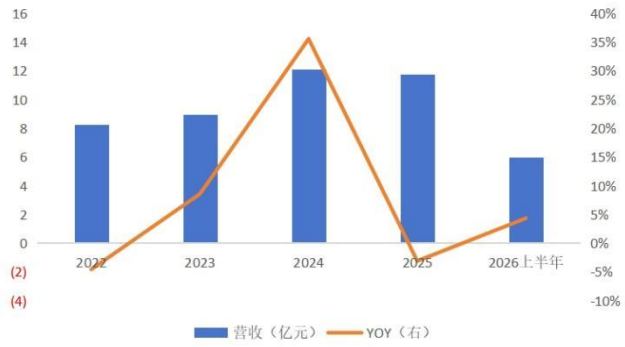
资料来源：ifind，渤海证券研究所

4.2英派斯

公司是一家专注于全品类、多系列健身器材开发制造及销售、品牌化运营的知名厂商，致力于满足消费者多样化的健身需求，提供兼具功能性、智能化与安全性的各式健身器材。公司强化精细化运营，立足区域市场特点与自身优势精准布局，打造“器械硬件+AI 大模型科学健康平台+云运维后台”一体化解决方案。今年上半年，公司多款核心产品表现亮眼，其中，AC4050 智能电跑功能配置完备，跑台运行稳定，搭载智能操控系统，兼具实用性与时尚质感，人机交互体验流畅、市场表现良好。今年上半年，公司营收为 5.99 亿元，同比增长 4.32%，实现归母净利润 2,348.78 万元，同比下降 25.84%。

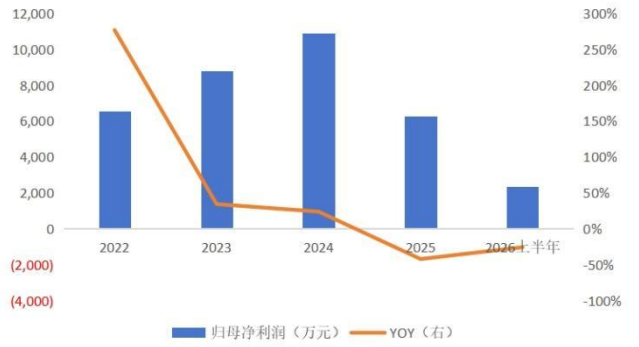
仅供内部参考，请勿外传

图 28：英派斯营收情况



资料来源：ifind，渤海证券研究所

图 29：英派斯归母净利润情况

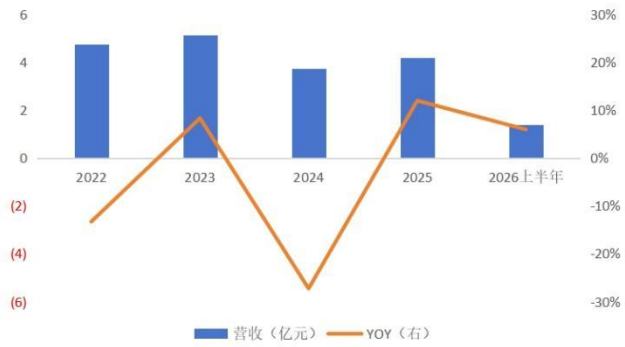


资料来源：ifind，渤海证券研究所

4.3金陵体育

公司专注于体育文化设施系统集成以及体育资源整合综合服务，核心业务涵盖体育装备、场馆设施集成、运动健康、体育信息与赛事服务四大领域。公司主要产品包括球类器材、田径器材、运动地面材料、全民健身相关运动器材、场馆设施设备、智能化设备等。公司与国际篮联、国际排联、国际羽联、中国篮球协会、中国排球协会等官方机构建立了稳固的合作关系。公司先后为多项重大国际、国内赛事提供专业的体育器材及赛事服务，包括 2008 年北京奥运会、2016 年里约奥运会、历年 NBA 中国赛、CBA 联赛等多项重大国内赛事等。今年上半年，公司营收为 1.40 亿元，同比增长 5.95%，归母净利润亏损 1,619.37 万元，同比下降 192.91%。

图 30：金陵体育营收情况



资料来源：ifind，渤海证券研究所

图 31：金陵体育归母净利润情况



资料来源：ifind，渤海证券研究所

4.4康力源

公司聚焦健身器材与运动健康解决方案的研发、制造与销售，构建了以综合训练器和自由力量训练器为核心，覆盖无氧与有氧、室内与室外、家用与商用全场景的综合性健身器材业务矩阵。在技术路径上，公司以“硬件+软件+服务”为架构，基于智能化健身终端，持续拓展智慧健身房、体教融合、体卫融合、康养结合等场景化解决方案，推动业务从单一器械制造向“产品+数据+服务”的制造服务化模式

仅供内部参考，请勿外传

演进。公司依托康力源 AI 数字化健身房管理系统和智能器械，为用户提供多品类、成系列、一站式的健身器材整体解决方案，覆盖企事业单位健身房、百姓健身房等应用场景，并持续向体卫融合、体教融合等场景延伸。今年上半年，公司营收为 2.73 亿元，同比增长 8.23%，归母净利润为 1,155.16 万元，同比下降 60.55%。

图 32：康力源营收情况



资料来源：ifind，渤海证券研究所

图 33：康力源归母净利润情况

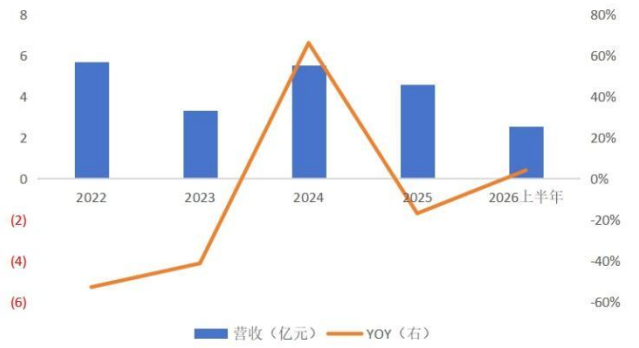


资料来源：ifind，渤海证券研究所

4.5三柏硕

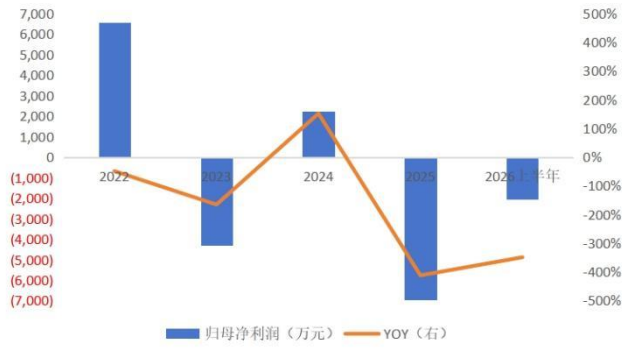
公司的主营业务是休闲运动与健身器材系列产品研发、设计、生产和销售。公司的主要产品是跑步机、椭圆机、健身车、综合训练机、杠铃架、轻商用、商用专业设备。公司聚焦全球化、数字化、品牌化、大健康化战略，锚定体重管理年、大健康赛道、AI 智能化、国内外双循环的高质量发展方向。今年上半年，公司营收 2.56 亿元，同比增长 4.00%，归母净利润亏损 2,057.85 万元，同比下降 348.92%。

图 34：三柏硕营收情况



资料来源：ifind，渤海证券研究所

图 35：三柏硕归母净利润情况



资料来源：ifind，渤海证券研究所

5.总结

国内健身行业进入质量竞争阶段，高质量、高端化健身器材有助于增强消费者粘性。体育产业作为国家扩大内需战略的抓手之一，在适老化、智能化的趋势下，政策层面在供需两端发力，既提升健身器材质量又推动需求释放。高端化、适老化、智能化将共同带动国内健身器材行业发展。

仅供内部参考，请勿外传

6.风险提示

海外政策变动风险

海外市场为国内健身器材行业的重要收入来源之一，若行业海外客户所在国家和地区政治经济环境、贸易政策、关税税率等发生重大变化，可能导致关税成本上升、订单减少、市场竞争力下降，进而影响产品出口及境外经营，对行业及相关企业经营业绩产生不利影响。

汇率波动风险

海外市场为健身器材行业重要收入来源之一，汇率波动将造成相关企业产生汇兑损失，进而对行业整体利润与盈利能力产生不利影响。

市场竞争风险

行业竞争日趋激烈，若下游需求下降则将导致相关企业价格战压力增大，将影响健身器材产品单价与利润率水平，对行业整体运营的稳定性造成不利影响。

下游需求不及预期的风险

健身器材为可选消费品，与居民收入增长和收入预期有较强相关性。若下游消费意愿下降，则将直接影响行业整体销售，导致行业营收承压。

原材料价格波动风险

健身器材行业上游多与大宗金属材料相关，若原材料价格出现大幅波动，将影响行业内企业盈利能力的稳定性，进而对整个行业盈利水平造成影响。

仅供内部参考，请勿外传

分析师声明

本报告署名分析师在此声明：我们具有中国证券业协会授予的证券投资咨询执业资格并登记为证券分析师，以勤勉尽责的职业态度、专业审慎的研究方法，使用合法合规的数据和信息，独立、客观地出具本报告；本报告所表述的任何观点均精准地、如实地反映了研究人员的个人观点，结论不受任何第三方的授意或影响。我们所获取报酬的任何部分无论是在过去、现在及将来均不会与本报告中的具体投资分析意见或观点有直接或间接的联系。

风险提示及免责声明

投资者应自主作出投资决策并自行承担投资风险，任何形式的分享证券投资收益或者分担证券投资损失的书面或口头承诺均为无效。

本报告由渤海证券股份有限公司

何合同或承诺的基础，不因接收者收到本报告而视其为本公司客户。本报告仅在相关法律许可的情况下发送，并仅为提供信息而发送，不构成任何广告。

本报告的信息来源于已公开的资料，本公司对该等信息的准确性、完整性或可靠性不作任何保证，不保证该信息未经任何更新。本报告所载的资料、意见及推测仅反映本公司于发布本报告当日的判断，本报告所指的证券或投资标的的价格、价值及投资收入可升可跌。过往表现不应作为日后表现的依据。在不同时期，本公司可发出与本报告所载资料、意见及推测不一致的报告。本公司不保证本报告所含信息保持在最新状态。同时，本公司对本报告所含信息可在不发出通知的情形下做出修改，投资者应当自行关注相应的更新或修改。

在任何情况下，本报告内容的全部或部分均不构成对任何人的投资建议。本报告中所指的投资及服务可能不适合个别客户，不构成客户私人咨询建议。在任何情况下，本公司、本公司员工或者关联机构不承诺投资者一定获利，不与投资者分享投资收益，也不对任何人因使用本报告中的任何内容所引致的任何损失负任何责任。投资者务必注意，其据此做出的任何投资决策与本公司、本公司员工或者关联机构无关。在任何情况下，本公司、本公司员工或者关联机构不就本报告中的任何内容对任何投资做出任何形式的担保。

在所知情的范围内，本公司、本报告撰写人以及财产上的利害关系人与本报告所评价或作出明确估值和投资评级的证券无利害关系。本公司利用信息隔离墙控制内部一个或多个领域、部门或关联机构之间的信息流动。因此，投资者应注意，在法律许可的情况下，本公司及其所属关联机构可能持有并交易本报告中所提及公司的股份或其他财产权益，也可能为这些公司提供或者争取提供投资银行、财务顾问或者金融产品等相关服务。

市场有风险，投资需谨慎。投资者不应将本报告作为作出投资决策的唯一参考因素，亦不应认为本报告可以取代自己的判断。在决定投资前，如有需要，投资者务必向专业人士咨询并谨慎决策。

本报告版权为本公司所有 或个人不得以任何形式刊载

、发布或引用本报告全部或部分内容，亦不得从未经本公司书面授权的任何机构、个人或其运营的媒体平台接收、翻版、复制或引用本报告全部或部分内容。如征得本公司同意进行引用、刊载或转发的，需在允许的范围内使用，并注明出处为“渤海证券股份有限公司”且不得对本报告进行任何有悖原意的引用、删节和修改。若本公司以外的其他机构（以下简称“该机构”）发送本报告，则由该机构独自为此发送行为负责。通过此途径获得本报告的投资者应自行联系该机构以要求获悉更详细信息或进而交易本报告中提及的证券。本报告不构成本公司向该机构之客户提供的投资建议，本公司、本公司员工或者关联机构亦不为该机构之客户因使用本报告或报告所载内容引起的任何损失承担任何责任。

仅供内部参考，请勿外传

投资评级说明

项目名称	投资评级	评级说明
公司评级标准	买入	未来 6 个月内相对沪深 300 指数涨幅超过 20%
	增持	未来 6 个月内相对沪深 300 指数涨幅介于 10%—20%之间
	中性	未来 6 个月内相对沪深 300 指数涨幅介于-10%—10%之间
	减持	未来 6 个月内相对沪深 300 指数跌幅超过 10%
行业评级标准	看好	未来 12 个月内相对于沪深 300 指数涨幅超过 10%
	中性	未来 12 个月内相对于沪深 300 指数涨幅介于-10%—10%之间
	看淡	未来 12 个月内相对于沪深 300 指数跌幅超过 10%

渤海证券研究所机构销售团队:

高级销售经理：朱艳君
座机：+86 22 2845 1995
手机：135 0204 0941
邮箱：zhuyanjun@bhzq.com

天津:
天津市南开区水上公园东路宁汇大厦 A 座写字楼
邮政编码：300381
电话：+86 22 2845 1888
传真：+86 22 2845 1615

北京:
北京市西城区西直门外大街甲 143 号凯旋大厦 A 座 2 层
邮政编码：100086
电话：+86 10 6810 4192
传真：+86 10 6810 4192

渤海证券股份有限公司网址：www.bhzq.com