

# 2023 年 瑜伽普拉提 场馆经营报告

# 目录

## 一、中国瑜伽馆规模分布概览

- 1.1 中国的瑜伽馆都在哪里
- 1.2 瑜伽场馆会员人数规模分布占比

## 二、场馆课程及教练管理特征

- 2.1 2023 年场馆日均团课/小班课排课量
- 2.2 2023 年场馆卡类型销售总额结构特征
- 2.3 2023 年场馆会员卡销售单价特征
- 2.4 2023 年场馆月销售额趋势
- 2.5 2023 年团课最低开课人数限制趋势
- 2.6 2023 年场馆教练人数分布
- 2.7 2023 年教练每周授课频率分布
- 2.8 2023 年教练平均课时费占比

## 三、瑜伽客群消费和练习画像

- 3.1 2023 年瑜伽练习男女比例占比
- 3.2 2023 年每月会员练习次数趋势
- 3.3 2023 年会员每周练习频次占比
- 3.4 2023 年会员练习每日时段选择特征
- 3.5 2023 年会员练习每周时段选择特征
- 3.6 2023 年会员课程类型选择及喜好度特征
- 3.7 2023 年会员练习方向及喜好度特征
- 3.8 2023 年会员每年消费频次结构特征

## 四、海外瑜伽馆概览

## 五、瑜伽普拉提馆短视频平台、小红书、美团平台经营分析

- 5.1 抖音、视频号等短视频平台经营分析
- 5.2 小红书平台经营分析
- 5.3 美团团购平台经营分析

# 2023 年瑜伽普拉提场馆经营报告

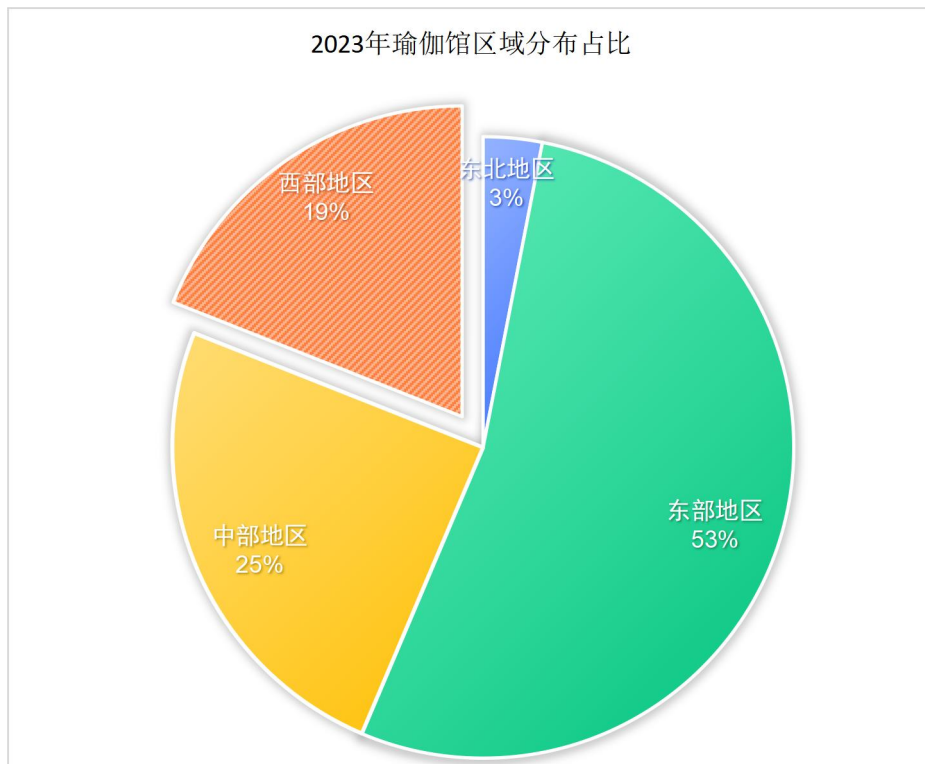
在过去的几年里，中国瑜伽产业经历了快速发展，瑜伽作为一种优雅、安全的健身运动，吸引着无数瑜伽爱好者练习。健身瑜伽的标准化、产业化使瑜伽逐渐成为体育健身行业的重要组成部分。

## 一、中国瑜伽馆规模分布概览

### 1.1 中国的瑜伽馆都在哪里？

据国家统计局公布的数据，2022 年度全年**东部地区**生产总值 622018 亿元，占比 54.69%；**中部地区**生产总值 266513 亿元，占比 22.15%；**西部地区**生产总值 256985 亿元，占比 21.35%；**东北地区**生产总值 57946 亿元，占比 4.81%。

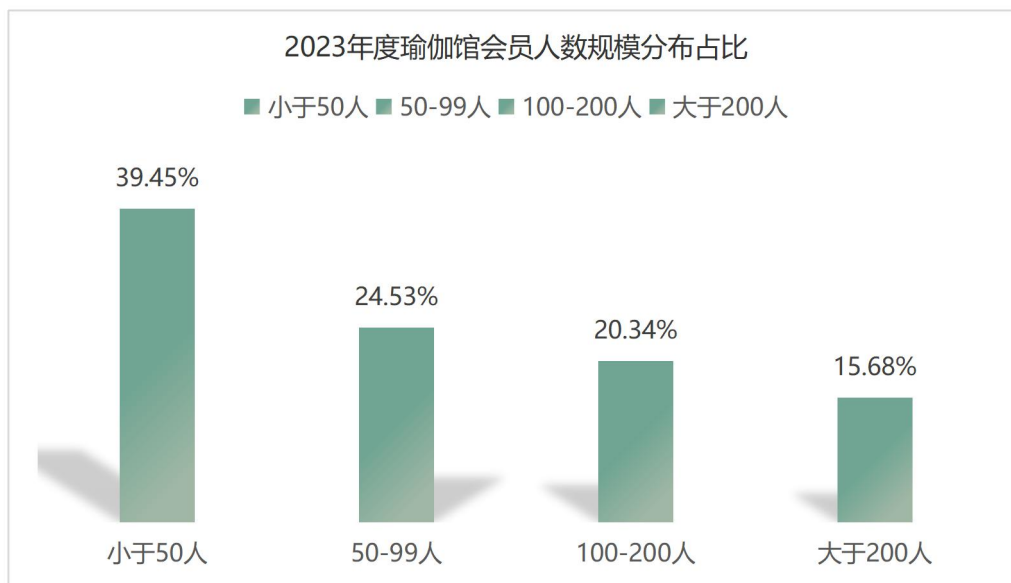
根据咪哩约课大数据统计，瑜伽馆主要集中在**东部地区**，占比达到了 53%，**中部地区**占比 25%，**西部地区**占比 19%，占比最小的是**东北地区**，占据全国份额的 3%，一定程度上与全国 GDP 的分布占比相吻合。



## 1.2 瑜伽场馆会员人数规模分布占比

从场馆规模上看，会员人数在 100 人以下的中小型瑜伽馆占据了 64.98% 的市场份额，其中大于 200 人的场馆占 15.68%。

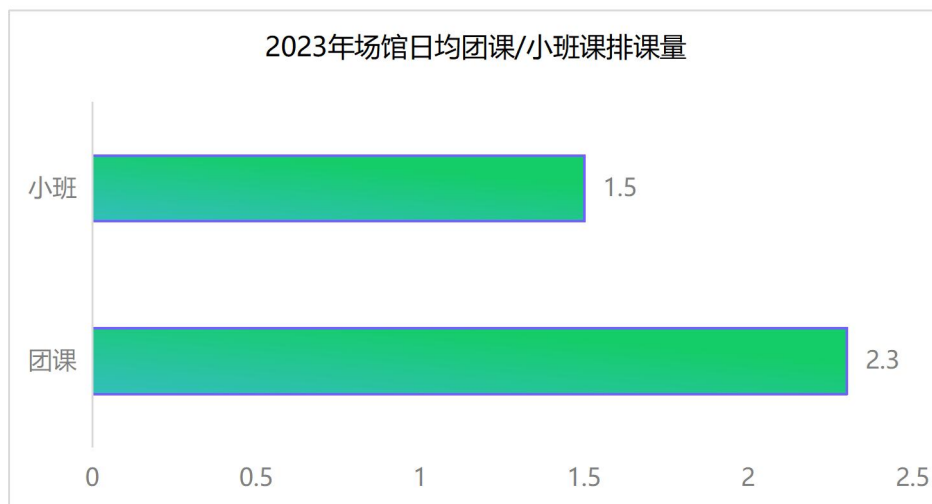
场馆规模以中小型场馆为主，瑜伽馆是属于轻资产创业，中小型瑜伽馆多半为社区店或者是非中心商业区的沿街店面，开店的主要成本来自店租和装修成本以及个别教练的用工成本，这也使得瑜伽从业人员更容易转变成为瑜伽馆经营者。



## 二、场馆课程及教练管理特征

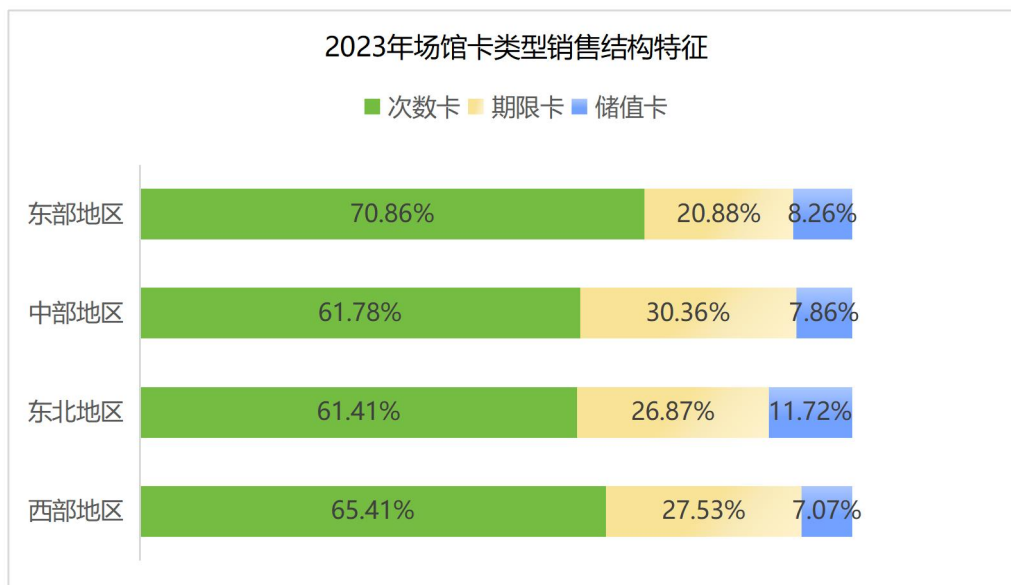
### 2.1 2023年场馆日均团课/小班课排课量

从排课数量上看，瑜伽馆的团课排课多于小班课，目前大多数瑜伽馆的团课作为瑜伽的团体练习课程，而小班课一般作为器械课程或者小班制的精品瑜伽课程。



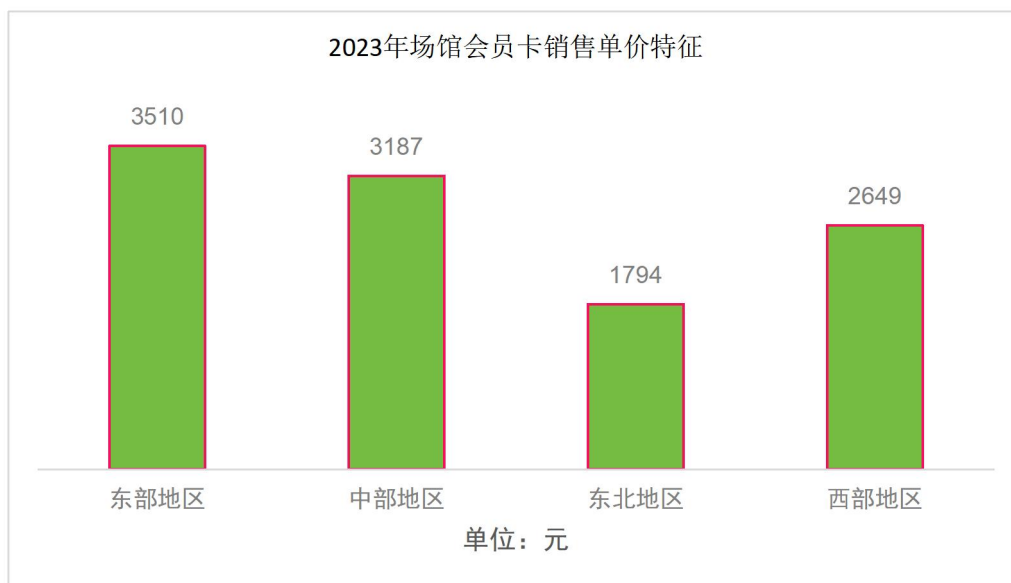
## 2.2 2023 年场馆卡类型销售总额结构特征

从售卡结构上看，会员办卡首选的会员卡种类是次数卡  
**东部地区**次数卡占比达到了 70.86%  
 期限卡占比份额最高的是**中部地区**，占比 30.36%  
 储值卡占比最高的是**东北地区**，占比 11.72%。



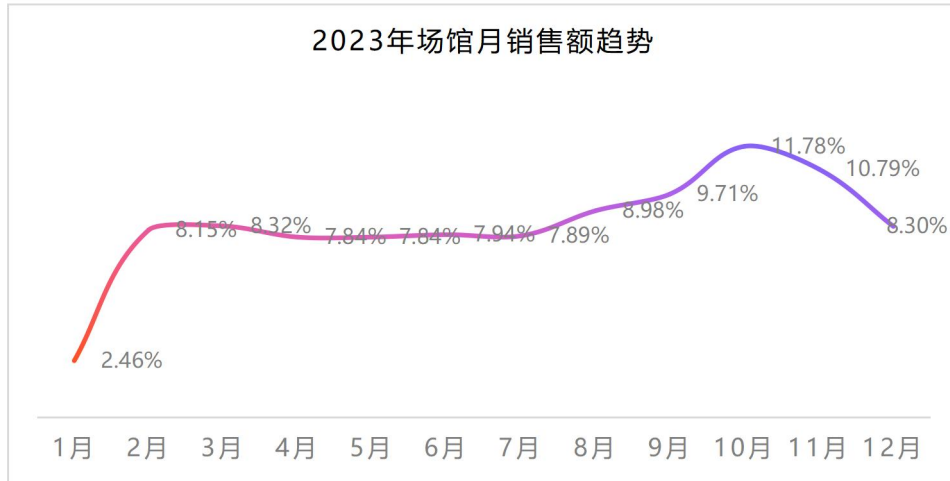
## 2.3 2023 年场馆会员卡销售单价特征

**东部地区**的单张会员卡平均销售单价为：3510 元  
**中部地区**的单张会员卡平均销售单价为：3187 元  
**东北地区**的单张会员卡平均销售单价为：1794 元  
**西部地区**的单张会员卡平均销售单价为：2649 元



## 2.4 2023 年场馆月销售额趋势

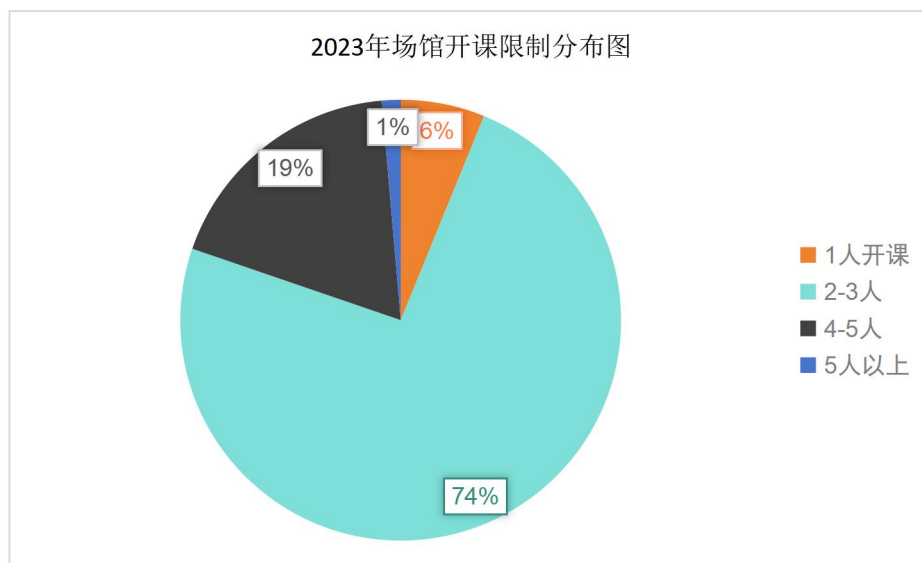
“金九银十”作为各行各业的传统的旺季，在瑜伽行业同样表现突出。在全年销售趋势上，瑜伽销售业绩从九月开始有了明显的提升，并在十月达到全年业绩的高峰。传统意义上认为的6月、7月、8月是淡季，实际上数据反映出“淡季”并不淡。



## 2.5 2023 年团课最低开课人数限制趋势

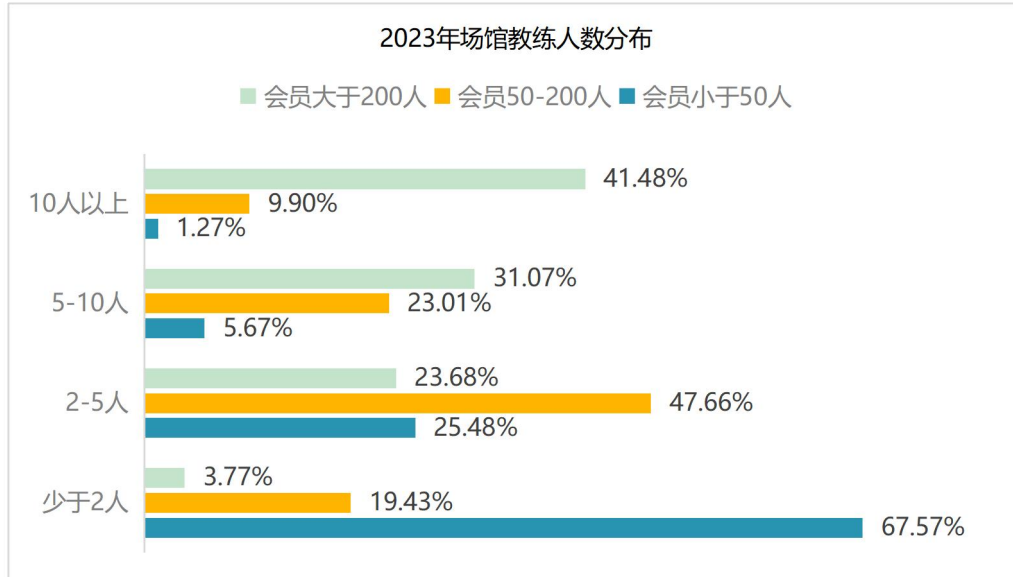
到达多少人开课，是每一个馆主都要精打细算的成本账。开课人数限制少了，可能只够成本和老师的课时费，人数限制多了，又怕课程开不起来，所以大部分场馆会选择2-3人开课，一方面不至于场馆的课程持续开不了课，一方面也可以通过开课减少场馆的负债率。

据咪哩约课大数据统计有74%的课程选择2-3人开课，仅有1%的课程选择了5人以上开课。



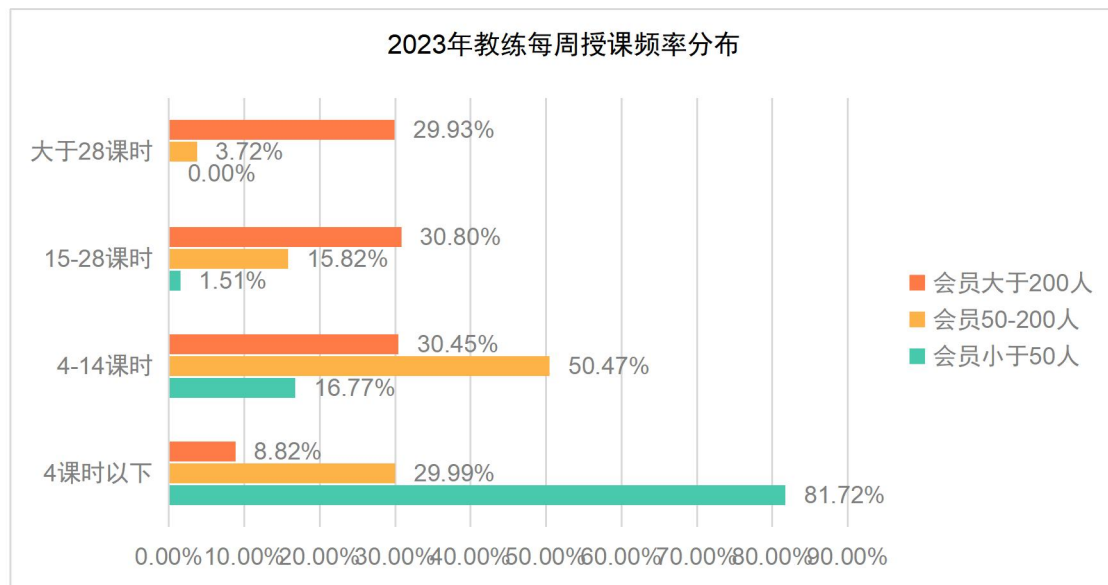
## 2.6 2023 年场馆教练人数分布

会员数量小于 50 人的小型场馆，67.57%的场馆的教练数少于 2 人；  
 会员数在 50-200 人的中小型场馆，有 47.66%的场馆会配备 2-5 个教练；  
 会员数在 200 人以上的大型场馆，有 41.48%的场馆配备了 10 人以上的教练。



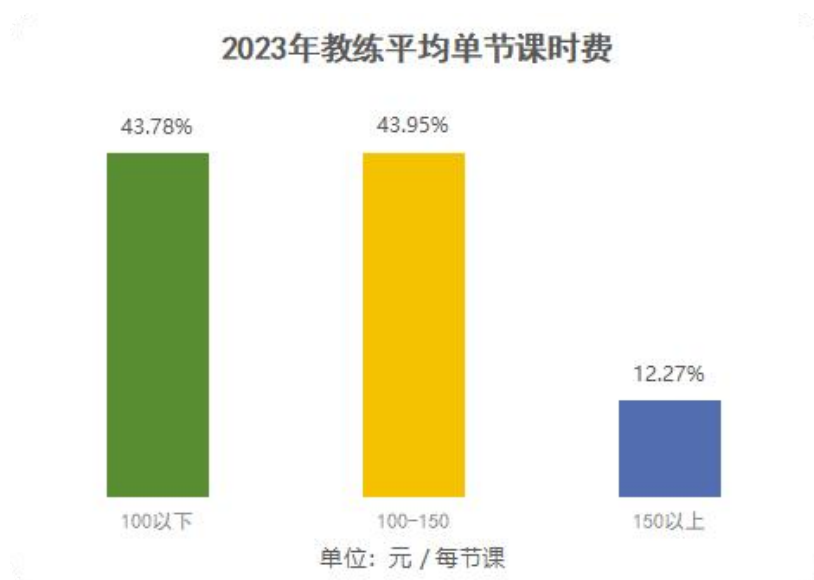
## 2.7 2023 年教练每周授课频率分布

会员数小于 50 人的场馆，81.72%的教练每周课时小于 4 课时；  
 会员数 50-200 人的场馆，50.47%场馆的课时数在 4-14 课时区间；  
 会员数大于 200 人的场馆，大于 15 课时数的占比达到了 60.73%。



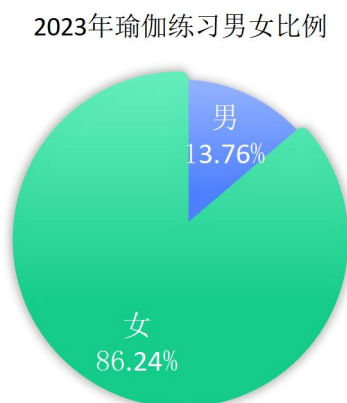
## 2.8 2023 年教练平均课时费占比

根据咪哩约课大数据分析，目前瑜伽教练的单节课课时费在 100 元以下的占比 43.78%，100-150 元的占比 43.95%，150 元以上的占比 12.27%。



## 三、瑜伽客群练习和消费画像

### 3.1 2023 年瑜伽练习男女比例占比



男性健身爱好者更注重力量训练，而瑜伽作为一项较为温和的健身方式，更受女性青睐。据公开数据显示，2018 年男性瑜伽练习者占比为 5.1%，到了 2021 年男性瑜伽练习者占比增长到了 8.5%。

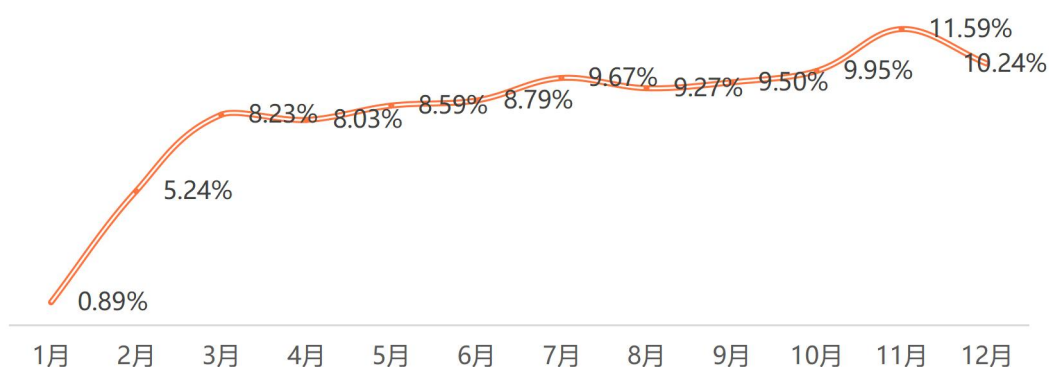
2023 年咪哩约课大数据显示，男性瑜伽练习者比重达到了 13.76%，其中包括了男性瑜伽教练。



### 3.2 2023年每月会员练习次数趋势

瑜伽运动不同于户外运动，受地域、气候影响较小，且绝大部分场馆配有空调、地暖等场馆硬件设施。2023年度除了1月春节的原因，会员在其他月份的练习频次较为均衡。

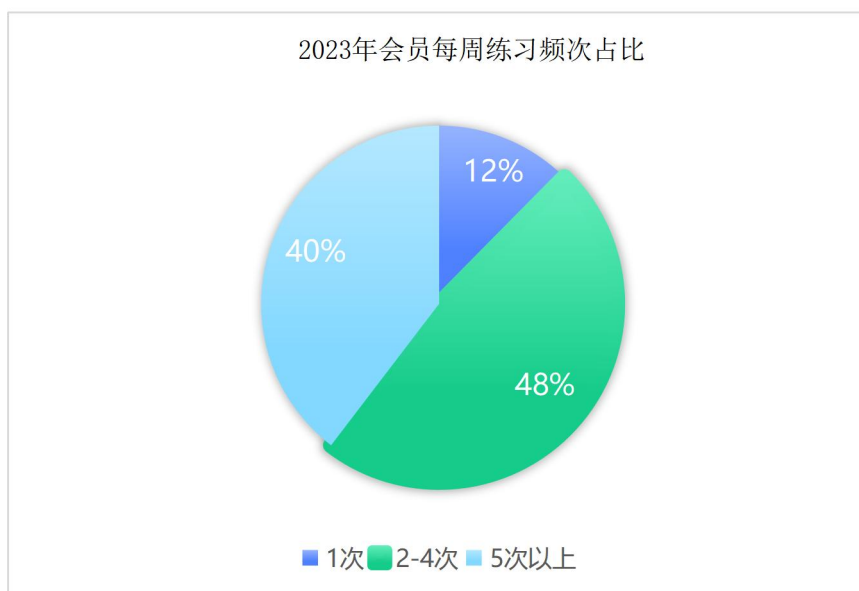
2023年每月会员练习次数趋势



### 3.3 2023年会员每周练习频次占比

瑜伽并不是一朝一夕就能产生效果的速成运动，而是需要长期坚持练习才能有所收获。影响会员上课次数的除了会员的个人爱好，瑜伽老师也是一个非常重要的原因。

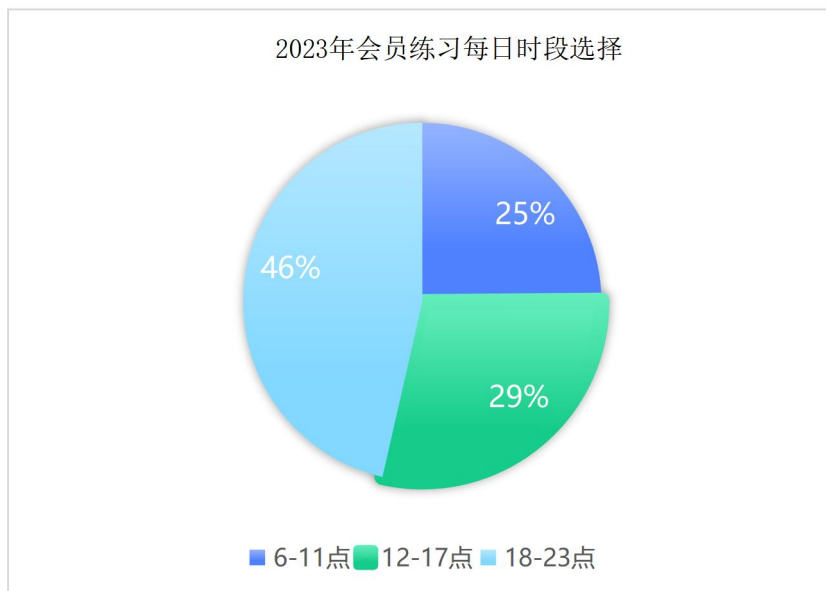
在瑜伽练习者当中，有 12%的会员每周练习 1 次，48%的会员每周练习频次在 2-4 次，40%的会员每周练习次数在 5 次以上。



### 3.4 2023 年会员练习每日时段选择特征

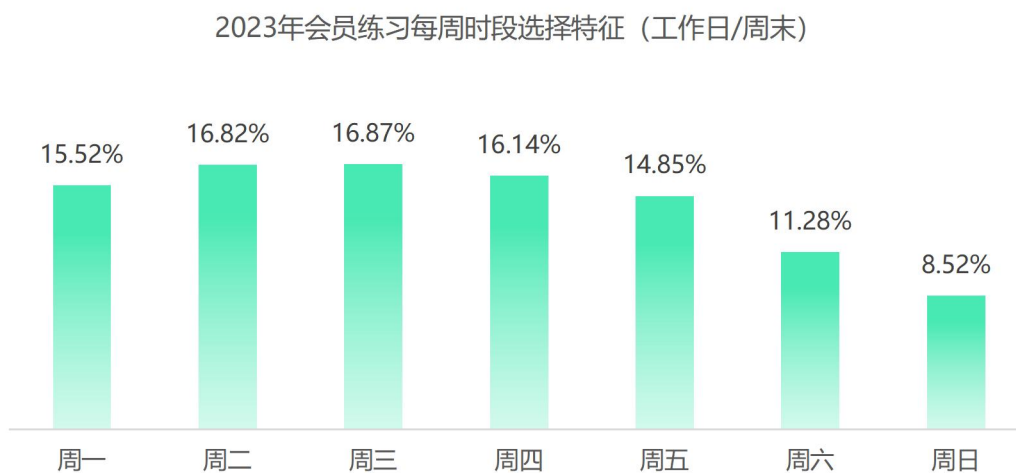
瑜伽馆的排课通常分成早课、午课和晚课，在会员练习时段的选择上，有 46%的会员选择在晚间上课，25%的会员选择在早上上课，还有 29%的会员选择在下午上课。

白天忙碌的工作后，选择在垫上的一小时“回归自我”成为都市女性的解压新选择。



### 3.5 2023 年会员练习每周时段选择特征

会员在工作日的练习较为平均，没有明显的起伏。会员会在周末的时候选择把更多的时间留给自己或者家庭，所以周末的时间段的练习数据会有一定程度的下降。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/846211200153010111>