

FITNESS

De LeFit a LuckyBird: radiografía del fitness en China, un gigante sin un rey nacional

Los grupos solamente se han desarrollado alrededor de la ciudad donde se fundador o donde se encuentra su sede central, por lo que todavía tienen un largo potencial de crecimiento.

Miquel López-Egea
5 abr 2021 - 04:55



Sus nombres apenas suenan en Occidente pero son los reyes de unos de los mercados con mayor potencial para el sector del fitness. En 2019, el sector del fitness en el país alcanzó un negocio de 33.700 millones de yuanes (4.368 millones de euros). Asimismo, había un total de 27.600 gimnasios, aunque entre el 30% y el 40% no duran más de un año, mientras el resto son estables. Después de la pandemia, los gimnasios ya han recuperado un 80% de sus usuarios.

El mercado chino tiene tanta población y tanta extensión geográfica que sólo puede abarcarse con grandes redes de centros. Los grupos chinos del fitness son gigantes con un gran número de centros, establecidos mediante crecimiento orgánico o

adquisiciones de otras cadenas.

Sin embargo, los principales operadores están muy concentrados geográficamente y solamente se han desarrollado alrededor de la ciudad donde se fundaron o donde se encuentra su sede central, de manera que todavía no existe una gran compañía que tenga impacto en todo país con cobertura nacional. A diferencia de Europa y Estados Unidos, los gigantes chinos mantienen el pie en el acelerador en sus planes de expansión pese al Covid-19. Asimismo, los nuevos modelos de gimnasios se están expandiendo de prisa, con nuevos centros y franquicias en nuevas ciudades.

Los gimnasios tradicionales han funcionado principalmente creciendo en sus ciudades y las circundantes. LeFit, gracias a estandarizar y digitalizar su modelo, es la empresa que más centros tiene, con 450 en ocho grandes ciudades, mientras que LuckyBird es el que opera más gimnasios tradicionales, con 400. Por su parte, Will's (propiedad de L Catterton y especializado en alta gama) y Tera Wellness, que operan en Shanghái, tienen casi cien centros por el este de China.

LikingFit, SunPig, Kuaikuai o SuperMonkey son otros centros que están irrumpiendo con fuerza para ofrecer nuevos modelos, según el estudio *China Health and Fitness Market White Paper* realizado por Deloitte, China Fit y la International Health, Racquet & Sportsclub Association (Ihrsa).

LeFit tiene un total de 450 centros y cuatro millones de miembros, con presencia en ocho ciudades

LeFit tiene un total de 450 centros y cuatro millones de miembros, con presencia en ocho ciudades. Fue fundada en Hangzhou en 2015 y opera las 24 horas con una tarifa mensual. En 2020 espera abrir en seis ciudades más y alcanzar los mil centros en todo el país. Sus gimnasios se encuentran en centros comerciales, alrededor de oficinas o comunidades, satisfaciendo la demanda de consumidores jóvenes.

Los centros tienen de 300 metros cuadrados a 3.000 metros cuadrados. Su nuevo modelo destaca porque no tiene vestuarios y a penas tiene personal, pero ofrece clases grupales y actividades de fitness, además de entrenamiento personal. Se define como el Uber del fitness, por su gran apuesta por el autoservicio. Su principal inversores Huasheng Capital pero en el capital también se encuentran IDF Capital, PuhuaCapital, Hillhouse Capital y Tencent.

LuckyBird, fundada en 2005, tiene más de 400 centros y tres millones de usuarios. Empezó apostando por el yoga pero luego convirtió sus centros en gimnasios y actualmente tiene presencia en 45 ciudades. Planea alcanzar mil establecimientos en 2024 y estima que 300.000 usuarios usan sus servicios a diario. Los gimnasios tienen entre 2.000 y 4.000 metros cuadrados y es un modelo tradicional. LuckyBird ofrece clases grupales.

Fundada en 1996, con sede en Shanghái, Will's tiene alrededor de 146 gimnasios profesionales y preveía alcanzar 200 centros en el país en 2020. Tiene presencia en áreas residenciales y de negocios. Además de Shanghái, opera en ocho ciudades más. Tiene 500.000 socios, con 2.500 abonados por centro.

Terra Wellnes tiene 123 centros y un millón de socios. Fundada también en Shanghái, se posiciona en una gama media alta. Fue patrocinador de la Villa Olímpica de los Juegos Olímpicos de Pekín, proporcionando servicios a más de 10.000 deportistas. Opera en las grandes áreas de negocios y trabaja con marcas como Matrix o Technogym, ofreciendo servicios *premium*.

Kuaikuai tiene 176 boutiques y 1,4 millones de socios. Tiene presencia en 24 ciudades y sus centros tienen entre 150 metros y 300 metros cuadrados. Planea abrir 5.000 centros más en 2020. Physical tiene 54 centros y 1,5 millones de socios. Tiene sede en Shanghai y una superficie total de 180.000 metros cuadrados. Sinofit, fundada en 2026, con sede en Jinan, tiene presencia en 35 provincias y ciudades. Tiene 120 centros y prevé abrir 70 gimnasios más. En 2019, tenía dos millones de miembros.

Otro de los mayores operadores por número de socios es Ingym, que tiene 124 gimnasios y tres millones de socios. Fundada en 2004 en Suzhou, se posiciona en el segmento más alto del mercado. En 2019 lanzó su modelo franquicia para abrir 200 gimnasios comerciales en dos años.

Mirako Fitness, fundada en 1997, fue el primer

gran operador del país

Por otra parte, Good Feeling, fundada en 2004 en Shenzhen, cuenta con más de 80 centros y 400.000 abonados. Liking Fit tiene más de cien gimnasios inteligentes que operan bajo el modelo franquicia.

Asimismo, la histórica Mirako Fitness tiene 70 centros y fue fundada en 1997 en Beijing. Fue el primer gran operador del país. Tiene presencia en todo el país, sumando un total de 200.000 metros cuadrados. Tiene 230.000 miembros y una marca de lujo: MiHaohui ,y otras marcas como Mirako Race y Mirako Bingo & Hotels.

Otro operador de peso es SunPig, que tiene cerrados 300 acuerdos de franquicias, de las que ya ha abierto 250 centros, distribuidos por todo el país. Tenía como objetivo abrir 1.200 gimnasios en 2020, para alcanzar los 4.000 centros en cinco años. Por otro lado, la internacional Porwerhouse cuenta con 39 centros y 300.000 socios. Es una empresa estadounidense que tiene presencia en todo el mundo. En China desembarcó en 2004.

Hay gimnasios enfocados a un target muy concreto. The One Fitness tiene 48 centros y ofrece clases de natación y spas, programas diversificados. Opera en Beijing y Tianjin. Sus centros tienen entre 1.500 metros cuadrados y 5.000 metros cuadrados. Super Monkey, por otra parte, tiene 100 boxes de gimnasios de autoservicio. Cuenta con un millón de socios y opera en el modelo contenedor de barcos, ya que ofrece clases grupales.

Asimismo, Golden Time Fitness, fundada en 1998 y con sede en Zhengzhou tiene 70 centros y un millón de socios, mientras que otro operador como Total Fitness tiene 60 centros. Con sede en Guangzhou, tiene más de 200.000 metros cuadrados de gimnasios.

Significante es también la cadena Pure, que tiene 35 centros, la mayoría en Hong Kong, y opera con cuatro líneas de negocio: Pure Fitness, Nood Food, Pure Apparel y MyPureYoga.

En la línea de centros con un target muy determinados, Renma Fitness tiene 29 centros y fomenta el concepto fitness y nutrición, mientras que WhyteWolf, con sólo tres centros, tiene 200.000 socios con equipos de alta gama y un estilo moderno y artístico.

En Pekín encontramos Oxygym, donde tiene ocho tiendas en Pekín, en áreas

PALCO23

comerciales y SpaceCycle, con siete centros. Finalmente, Zhongtian Fitness, que forma parte de Shanghai Yijia Fitness Service, ha abierto 457 centros en cinco años, acumulando 200.000 miembros, con una media de entre 80 y 150 socios. Sus estudios familiares de entrenamiento personal tiene 150 metros cuadrados.