



扫一扫 转发报道

编者按

“她经济”浪潮奔涌，女性已成为新消费市场的中流砥柱。从悦己消费到情绪价值，女性的每一次选择，都在以温柔而坚定的力量重塑市场格局。然而，热潮之下亦有隐忧——如何让女性敢消费、愿消费、安心消费，已成为时代之问。

为生动践行2026年湖南省3·15国际消费者权益日大会上“优化消费环境、提升消费品质”的主题精神，湖南省消费者权益保护委员会、今日女报/凤网联合推出“守护WOMEN的消费”专栏，聚焦消费高频区、对话消费守护者，以更高标准优化消费环境，以更实举措提升消费品质，营造让女性放心、舒心、暖心的消费生态，为激发消费活力、推动高质量发展贡献“她力量”。

“女子健身房”逆势增长，解锁湖南消费新版图

今日女报/凤网记者 周雅婷

当“两名女生合开女子专属健身房”冲上热搜、“女士健身月卡只用23天”等话题引爆全网讨论，女子健身空间正成为全网单条曝光轻松过亿的流量密码。

近年来，在传统健身房大面积关停的行业寒冬中，专为女性服务的健身场馆却逆势狂飙——根据《2025中国运动健身行业数据报告》，截至2025年底，全国女性健身场馆同比增长43.95%，突破1700家。“618”大促即将到来，当“夏季冲刺”的健身热潮席卷而来，越来越多湘妹子不再扎堆“大而全”的混合场馆，而是选择只为“她”开放的私密空间。

女性友好健身房为何能打破行业“魔咒”？湘妹子又该如何精明挑选？今日女报/凤网记者带你一探究竟。

热点：消费需求转变，女性友好健身房成新宠



女性友好健身房里，女教练正在带训。

5月28日傍晚，28岁的长沙女子小陈走进湘江新区一家“女性友好健身房”，发现更衣室已排起长队——这已是她今年第三次遇到“满员”的情形。

小陈并非健身新手。她曾办过两家传统健身房的年卡，价格分别为2300元和1989元，但都未能坚持用

完。“器械握距、座椅高度、负重区间对个子娇小的我来说都不太匹配。”更让她困扰的是力量区的氛围，“周围全是练大块肌肉的男生，他们的目光扫过来时，我特别不自在。”

小陈的遭遇在社交平台上引发广泛共鸣。大量用户

提到“器械不适配”“被凝视感太强”“遭遇陌生男性骚扰”等痛点。与之形成鲜明对比的是，女性友好健身房收获了诸多好评：“教练是女性，对学员身体状况了解更透彻”“有生理期停卡服务，很人性化”等。有用户表示，从传统健身房“跳槽”到女性友好健身房后，不仅自己坚持了下来，还带动身边三四个朋友一起办卡，“女性的健身消费有很强的圈层属性，好东西会主动分享给身边的人。”

自今年入夏以来，“女性健身消费”已成为各大社交平台的高频热词。截至6月3日，小红书上“女性友好健身房”相关讨论超过2万次，话题“健身女孩”浏览量突破46.6亿次，讨论量达1604.9万；微博话题#两女生合开女子专属健身房#阅读量超1.5亿，讨论量突破7.9万条；抖音平台上“撸铁女孩”相关视频播放量累计超过443亿次。

数据背后，一个行业消费转变值得关注：越来越多的女性走进女性友好健身房，她们追求的已不再是单纯的“瘦身塑形”，而是更加注重“舒适感”“自我关怀”与“社交连接”。

新消费观察：为女性提供友好健身体验将成为常态

蔡国良（湖南师范大学商学院副教授、她消费帮帮团专家）

女性友好健身房火热的核心驱动力，是“她经济”的深化与“情绪价值”的货币化。

从需求端看，消费者追求的是“自我关怀”“压力释放”和“社交连接”，这种主体性转变是女性健身消费的重要特点。从供给端看，“女性空间”“柔和灯光”“更小更轻的器械”“女性专属课程”等设计，直接回应了传统健身房长期被忽视的女性体验痛点，把“大而全”变成“小而专”，提升了女性用户的付费意愿。

女性收入与独立消费能力的提升也为健身消费提供了基础。目前，女性友好型

健身房仍处于“从0到1”的渗透期，但赛道已开始分化——有的主打中老年女性低强度运动，有的结合冥想、芳香疗法形成“疗愈+健身”复合空间。“为女性提供更适配的健身体验”这个方向会成为常态。

当然，长期趋势不意味着每个人局者都能成功，“粉红税”和“跑路纠纷”是预付式消费模式下的顽疾。建议由行业协会或消费者权益保护组织牵头，制定“女性友好健身房”的明确标准（如女性教练比例、隐私保护措施、投诉响应机制等），达标方可使用此标签。让“女性友好”不再是空洞的口号，而是可量化、可核查的承诺。

调查：女性友好健身房逆势走红，但风险并存

根据《2025女性健身洞察报告》显示，截至2025年底，平台女性会员占比达48%，同比提升4个百分点。市场热度攀升的同时，政策层面也在为女性健身消费提供引导。早在2024年，长沙市妇联与市体育局就联合发布《打造女性友好运动环境倡议书》，提出优化运动空间私密性与卫生条件、推行适配女性生理周期的37天运动月卡、开设产后修复与经期舒缓课程等举措，为女性友好健身房的兴起提供了政策方向。

今日女报/凤网记者检索各大平台发现，在长沙，明确打出“女性友好健身房”概念的门店至少已有20家。大众点评数据显示，多数长沙女性友好健身房平均评分达4.5分，“注重隐私”“教练专业”“器械适合女生”成为高频好评关键词。

在湘江新区，长沙首家女性健身房已运营十年。记者从该健身房了解到，主流消费者集中在30至45岁，经济实力较强。同时，

一些连锁健身品牌也正在推出“女性友好”设计和体验，女性会员占比约为70%，以职场中坚力量、创业者、新手妈妈为主。

然而，在市场热度上

升的同时，女性友好健身房仍面临多重现实障碍。首先是价格门槛。女子健身工作室普遍采用私教模式，导致价格相对较高。记者实地走访了解到，以长沙市场为例，女性友好健身房的私教课费用一般在每次220元至360元，而传统健身房的私教课价格则多在每次100元至300元，部分连锁品牌甚至低至每次100元。

其次是师资短缺。中国运动健身行业头部媒体《练吧》数据显示，中国健身行业教练的男女

比例约为8:2。高水平女教练稀缺，部分女性友好场馆为了填补供给仍采用男女混岗，导致“女性友好”体验并未实质拉开与传统健身房的差距。

再者，行业洗牌带来的预付费风险不容忽视。截至2025年，全国广义健身类场馆总数约为12万家，较上一年减少约2.3万家，健身俱乐部单店月均收入同比下降22.52%，资金安全与退费纠纷成为消费者关切焦点。

此外，还有部分纠纷来自健身房的宣传和器械安排。部分健身房的宣传仍停留在传统的审美标签上，如“粉色装饰”“曼妙身材”等，容易引发对身材的凝视。在器械设置方面，有女性消费者反映，哑铃、杠铃片的重量普遍偏小，难以满足有一定训练基础、希望进行高强度无氧训练的女性需求。



女学员正在训练。

消费提醒：理性健身，量力而行

女性健身消费持续升温，然而消费热情之下也需保持理性。湖南省消费者权益保护委员会提醒广大消费者：

一、量力而行，勿盲目追求强度。健身是长期投资，不宜急于求成。消费者应根据自身身体状况、运动基础和生活方式选择适合的训练强度和频率，避免被“七天瘦十斤”“一个月练出马甲线”等夸大宣传误导。

二、理性选择，不跟风概念标签。女性健身房的兴起为消费者提供了更多选择，但“全女”标签不等于服务质量保障。消费者应综合考察场馆的教练资质、课程设置、器械条件、价格透明度等因素，而非单纯被概念吸引。

三、适度消费，不超预算办卡。消费者应根据自身经济状况合理规划健身预算，对于新手消费者，建议

先尝试按次付费或短期体验课程，确认适配度后再做长期决定。

四、倾听身体信号，尊重个体差异。女性在不同生理阶段（如经期、孕期、产后、围绝经期）的身体状况和运动需求各不相同。消费者应学会倾听身体的反馈，选择能够根据个体情况调整课程内容的场馆。

五、核实教练资质。消费者有权要求健身房出示教练的健身教练职业能力培训证书或相关专业认证，尤其关注女性教练是否有女性生理、孕产康复等专项培训背景。

六、保留凭证，依法维权。如遇虚假宣传、合同纠纷、退费困难等问题，消费者应保留好合同、付款记录、聊天截图等证据，及时向平台或有关部门投诉，可拨打12345或12315热线维权。