

# 2017-2023年中国健身俱乐部市场深度调查及投资 方向研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2023年中国健身俱乐部市场深度调查及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/323879.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

健身俱乐部的形式分为三种，第一种是在酒店内的健身房，一般都设有游泳池，但面积不大，价格相对较贵，而且人气不足，主要面向酒店客人。第二种是面向中上层收入人群的会员制健身房，这里有先进的设备，周全的课程设置和强大的教练员班底，人气一般颇旺。第三种是大众健身俱乐部，硬件和软件水平相对较低，但人气非常足。目前商业健身房一般采取会员制收费，健身房会员总数和健身房收入关联较大。受健身俱乐部数量的影响，会员数量在2011-2013年间也出现了放缓趋势，而近两年有意愿参与健身运动的人越来越多，会员数量出现了显著的增长。2008-2015年国内健身俱乐部总数情况

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。报告目录：第一章健身俱乐部行业发展综述1.1健身俱乐部行业相关概述1.1.1行业定义与研究范围界定1.1.2健身俱乐部的分类1.1.3健身俱乐部行业的特点分析1.2健身俱乐部行业发展环境分析1.2.1行业政策环境分析（1）行业管理体制（2）行业相关政策及解析（3）行业发展规划及解析1.2.2行业经济环境分析（1）中国GDP增长情况分析（2）中国CPI波动情况分析（3）居民人均收入增长情况分析（4）经济环境影响分析1.2.3行业社会环境分析（1）中国人口发展分析1）中国人口规模2）中国人口年龄结构3）中国人口健康状况4）中国人口老龄化进程（2）中国体育健身设施建设状况（3）中国居民消费习惯分析第二章全民健身背景下健身俱乐部的发展机会分析2.1全民健身政策及其实施情况2.1.1全民健身相关政策解读（1）《全民健身条例》（2）《全民健身计划(2011-2016年)》（3）《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》（4）各地区全民健身政策的特点解析1）政策背景2）愿景与原则3）目标及措施2.1.2全民健身计划实施成果解读（1）全国实施情况（2）地区实施情况2.2健身俱乐部在全民健身服务体系中的地位及作用分析2.2.1全民健身服务体系的内涵与特征2.2.2全民健身服务体系的构成（1）全民健身服务供给体系（2）全民健身服务产品体系（3）全民健身服务资源配置体系（4）全民健身服务对象体系2.2.3健身俱乐部与全民健身服务体系的关系分析（1）健身俱乐部的社会职能（2）健身俱乐部在全民健身服务体系中的地位（3）健身俱乐部在全民健身服务体系中的作用2.3全民健身背景下健身俱乐部发展的SWOT分析2.3.1全民健身国家战略对体育产业的影响分析（1）对体育市场资源配置的影响（2）对体育产业市场格局的影响（3）对体育产业发展方式的影响2.3.2全民健身国家战略背景下健身俱乐部发展的SWOT分析（1）健身俱乐部发展的优势分析（2）健身俱乐部发展的劣势分析（3）健身俱乐部发展的机遇分析（4）健身俱乐部发展面临的挑战第三章国际健身俱乐部行业发展分析3.1国际健身俱乐部行业发展环境分析3.1.1全球人口健康状况分析3.1.2国际宏观经济环境分析（1）国际宏观经济发展现状（2）国际宏观经济发展预测（3）国际宏观经济发展对行业的影响分析3.2国际健身俱乐部

行业发展现状分析3.2.1国际健身俱乐部行业发展概况3.2.2发达国家健身俱乐部行业的经济效益分析3.2.3国际健身俱乐部行业的发展趋势分析3.3发达国家及地区健身俱乐部行业发展状况及经验借鉴3.3.1美国健身行业发展分析（1）美国健身行业发展概况（2）美国健身俱乐部发展情况分析（3）美国健身行业发展趋势3.3.2欧洲健身行业发展分析（1）欧洲健身行业发展概况（2）欧洲健身俱乐部发展情况分析（3）欧洲健身行业发展趋势3.3.3日本健身行业发展分析（1）日本健身行业发展概况（2）日本健身俱乐部发展情况分析（3）日本健身行业发展趋势3.3.4台湾地区健身行业发展分析（1）台湾健身行业发展概况（2）台湾健身俱乐部发展情况分析（3）台湾健身行业发展趋势3.3.5国外健身行业发展经验总结第四章2016年中国健身俱乐部行业发展现状分析4.1中国健身俱乐部行业发展概况4.1.1中国健身行业发展历程4.1.2中国训练健身器材发展状况（1）训练健身器材制造行业发展规模（2）训练健身器材制造行业供需状况4.1.3中国健身俱乐部发展状况2008-2015年国内健身俱乐部会员总数情况（1）中国健身俱乐部发展规模（2）中国健身俱乐部供需状况4.2中国健身俱乐部运营分析4.2.1中国健身俱乐部经营模式分析（1）直营连锁（2）连锁加盟4.2.2中国健身俱乐部经营项目分析（1）健身项目（2）服务项目4.2.3中国健身俱乐部运营存在的问题（1）市场定位问题（2）安全意识问题（3）员工管理问题（4）会员流失问题（5）经营发展问题第五章互联网对健身俱乐部的影响分析5.1智能设备对健身行业的影响5.1.1智能健身设备发展情况分析（1）智能健身设备发展概况（2）主要健身APP应用情况5.1.2健身智能设备经营模式分析（1）结合数据的智能硬件模式（2）以激励为导向的健身APP模式（3）虚实结合的健身教练模式（4）个性化减肥资讯模式5.1.3智能设备对健身行业的影响分析（1）智能设备对健身行业的影响（2）健身智能设备的发展趋势分析5.2互联网+健身发展模式分析5.2.1互联网+健身商业模式解析（1）健身O2O模式分析1）运行方式2）盈利模式（2）智能联网模式1）运行方式2）盈利模式5.2.2互联网+健身案例分析（1）美国ClassPass公司（2）健身App“火辣健身”（3）“超级猩猩”健身舱项目5.2.3互联网背景下健身俱乐部行业发展趋势分析第六章中国健身俱乐部细分市场需求调研分析6.1按性别区分的健身市场分析6.1.1中国男性健身市场调研分析（1）男性的健身需求分析（2）男性健身项目的选择6.1.2中国女性健身市场调研分析（1）女性的健身需求分析（2）女性健身项目的选择6.2按年龄段区分的健身市场分析6.2.118~25周岁年龄段人群健身市场调研分析（1）18~25周岁年龄段人群健身需求特征分析（2）18~25周岁年龄段人群健身项目的选择6.2.226~35周岁年龄段人群健身市场调研分析（1）26~35周岁年龄段人群健身需求特征分析（2）26~35周岁年龄段人群健身项目的选择6.2.335~50周岁年龄段人群健身市场调研分析（1）35~50周岁年龄段人群健身需求特征分析（2）35~50周岁年龄段人群健身项目的选择6.2.450周岁以上年龄段人群健身市场调研分析（1）50周岁以上年龄段人群健身需求特征分析（2）50周岁以上年龄段人群健身项目的选择6.3按健身目标区分的健身休闲市场分析6.3.1塑身需求（1）塑身需求的健身消费者需求特征分析（2）塑身需求的消费者健身项目的选择6.3.2减肥需求（1）减肥需求的健身消费者需求特征分析（2）减肥需求的消费者健身项目的选择6.3.3情

感需求（1）情感需求的健身消费者需求特征分析（2）情感需求的消费者健身项目的选择6.3.4其他需求第七章中国重点城市健身俱乐部市场调研分析7.1北京市健身俱乐部市场调研分析7.1.1北京市健身行业需求分析（1）北京市人口结构分析（2）北京市居民消费水平及消费习惯分析（3）北京市公众体育健身设施建设情况（4）北京市居民健身需求调研分析7.1.2北京市健身俱乐部发展情况（1）北京市健身俱乐部发展规模（2）北京市健身俱乐部分布情况（3）北京市健身俱乐部特点分析7.1.3北京市健身俱乐部运营分析（1）北京市健身俱乐部健身消费者分析1）健身消费者结构分析2）健身消费者行为分析3）健身消费者评价分析（2）北京市健身俱乐部的从业人员分析（3）北京市健身俱乐部运营的SWOT分析7.1.4北京市健身俱乐部存在的问题与建议（1）北京市健身俱乐部存在的问题（2）北京市健身俱乐部发展的对策与建议7.2上海市健身俱乐部市场调研分析7.2.1上海市健身行业需求分析（1）上海市人口结构分析（2）上海市居民消费水平及消费习惯分析（3）上海市公众体育健身设施建设情况（4）上海市居民健身需求调研分析7.2.2上海市健身俱乐部发展情况（1）上海市健身俱乐部发展规模（2）上海市健身俱乐部分布情况（3）上海市健身俱乐部特点分析7.2.3上海市健身俱乐部运营分析（1）上海市健身俱乐部健身消费者分析1）健身消费者结构分析2）健身消费者行为分析3）健身消费者评价分析（2）上海市健身俱乐部的从业人员分析（3）上海市健身俱乐部运营的SWOT分析7.2.4上海市健身俱乐部存在的问题与建议（1）上海市健身俱乐部存在的问题（2）上海市健身俱乐部发展的对策与建议7.3天津市健身俱乐部市场调研分析7.3.1天津市健身行业需求分析（1）天津市人口结构分析（2）天津市居民消费水平及消费习惯分析（3）天津市公众体育健身设施建设情况（4）天津市居民健身需求调研分析7.3.2天津市健身俱乐部发展情况（1）天津市健身俱乐部发展规模（2）天津市健身俱乐部分布情况（3）天津市健身俱乐部特点分析7.3.3天津市健身俱乐部运营分析（1）天津市健身俱乐部健身消费者分析1）健身消费者结构分析2）健身消费者行为分析3）健身消费者评价分析（2）天津市健身俱乐部的从业人员分析（3）天津市健身俱乐部运营的SWOT分析7.3.4天津市健身俱乐部存在的问题与建议（1）天津市健身俱乐部存在的问题（2）天津市健身俱乐部发展的对策与建议7.4深圳市健身俱乐部市场调研分析7.4.1深圳市健身行业需求分析（1）深圳市人口结构分析（2）深圳市居民消费水平及消费习惯分析（3）深圳市公众体育健身设施建设情况（4）深圳市居民健身需求调研分析7.4.2深圳市健身俱乐部发展情况（1）深圳市健身俱乐部发展规模（2）深圳市健身俱乐部分布情况（3）深圳市健身俱乐部特点分析7.4.3深圳市健身俱乐部运营分析（1）深圳市健身俱乐部健身消费者分析1）健身消费者结构分析2）健身消费者行为分析3）健身消费者评价分析（2）深圳市健身俱乐部的从业人员分析（3）深圳市健身俱乐部运营的SWOT分析7.4.4深圳市健身俱乐部存在的问题与建议（1）深圳市健身俱乐部存在的问题（2）深圳市健身俱乐部发展的对策与建议7.5重庆市健身俱乐部市场调研分析7.5.1重庆市健身行业需求分析（1）重庆市人口结构分析（2）重庆市居民消费水平及消费习惯分析（3）重庆市公众体育健身设施建设情况（4）重庆市居民健身需求调研分析7.5.2重庆市健身俱乐部发展情况（1）重庆市健身俱乐

部发展规模（2）重庆市健身俱乐部分布情况（3）重庆市健身俱乐部特点分析7.5.3重庆市健身俱乐部运营分析（1）重庆市健身俱乐部健身消费者分析1）健身消费者结构分析2）健身消费者行为分析3）健身消费者评价分析（2）重庆市健身俱乐部的从业人员分析（3）重庆市健身俱乐部运营的SWOT分析7.5.4重庆市健身俱乐部存在的问题与建议（1）重庆市健身俱乐部存在的问题（2）重庆市健身俱乐部发展的对策与建议7.6杭州市健身俱乐部市场调研分析7.6.1杭州市健身行业需求分析（1）杭州市人口结构分析（2）杭州市居民消费水平及消费习惯分析（3）杭州市公众体育健身设施建设情况（4）杭州市居民健身需求调研分析7.6.2杭州市健身俱乐部发展情况（1）杭州市健身俱乐部发展规模（2）杭州市健身俱乐部分布情况（3）杭州市健身俱乐部特点分析7.6.3杭州市健身俱乐部运营分析（1）杭州市健身俱乐部健身消费者分析1）健身消费者结构分析2）健身消费者行为分析3）健身消费者评价分析（2）杭州市健身俱乐部的从业人员分析（3）杭州市健身俱乐部运营的SWOT分析7.6.4杭州市健身俱乐部存在的问题与建议（1）杭州市健身俱乐部存在的问题（2）杭州市健身俱乐部发展的对策与建议7.7武汉市健身俱乐部市场调研分析7.7.1武汉市健身行业需求分析（1）武汉市人口结构分析（2）武汉市居民消费水平及消费习惯分析（3）武汉市公众体育健身设施建设情况（4）武汉市居民健身需求调研分析7.7.2武汉市健身俱乐部发展情况（1）武汉市健身俱乐部发展规模（2）武汉市健身俱乐部分布情况（3）武汉市健身俱乐部特点分析7.7.3武汉市健身俱乐部运营分析（1）武汉市健身俱乐部健身消费者分析1）健身消费者结构分析2）健身消费者行为分析3）健身消费者评价分析（2）武汉市健身俱乐部的从业人员分析（3）武汉市健身俱乐部运营的SWOT分析7.7.4武汉市健身俱乐部存在的问题与建议（1）武汉市健身俱乐部存在的问题（2）武汉市健身俱乐部发展的对策与建议7.8长沙市健身俱乐部市场调研分析7.8.1长沙市健身行业需求分析（1）长沙市人口结构分析（2）长沙市居民消费水平及消费习惯分析（3）长沙市公众体育健身设施建设情况（4）长沙市居民健身需求调研分析7.8.2长沙市健身俱乐部发展情况（1）长沙市健身俱乐部发展规模（2）长沙市健身俱乐部分布情况（3）长沙市健身俱乐部特点分析7.8.3长沙市健身俱乐部运营分析（1）长沙市健身俱乐部健身消费者分析1）健身消费者结构分析2）健身消费者行为分析3）健身消费者评价分析（2）长沙市健身俱乐部的从业人员分析（3）长沙市健身俱乐部运营的SWOT分析7.8.4长沙市健身俱乐部存在的问题与建议（1）长沙市健身俱乐部存在的问题（2）长沙市健身俱乐部发展的对策与建议7.9成都市健身俱乐部市场调研分析7.9.1成都市健身行业需求分析（1）成都市人口结构分析（2）成都市居民消费水平及消费习惯分析（3）成都市公众体育健身设施建设情况（4）成都市居民健身需求调研分析7.9.2成都市健身俱乐部发展情况（1）成都市健身俱乐部发展规模（2）成都市健身俱乐部分布情况（3）成都市健身俱乐部特点分析7.9.3成都市健身俱乐部运营分析（1）成都市健身俱乐部健身消费者分析1）健身消费者结构分析2）健身消费者行为分析3）健身消费者评价分析（2）成都市健身俱乐部的从业人员分析（3）成都市健身俱乐部运营的SWOT分析7.9.4成都市健身俱乐部存在的问题与建议（1）成都市健身俱乐部存在的问题（2）成都市健身俱乐部发展的

对策与建议7.10西安市健身俱乐部市场调研分析7.10.1西安市健身行业需求分析（1）西安市人口结构分析（2）西安市居民消费水平及消费习惯分析（3）西安市公众体育健身设施建设情况（4）西安市居民健身需求调研分析7.10.2西安市健身俱乐部发展情况（1）西安市健身俱乐部发展规模（2）西安市健身俱乐部分布情况（3）西安市健身俱乐部特点分析7.10.3西安市健身俱乐部运营分析（1）西安市健身俱乐部健身消费者分析1）健身消费者结构分析2）健身消费者行为分析3）健身消费者评价分析（2）西安市健身俱乐部的从业人员分析（3）西安市健身俱乐部运营的SWOT分析7.10.4西安市健身俱乐部存在的问题与建议（1）西安市健身俱乐部存在的问题（2）西安市健身俱乐部发展的对策与建议7.11沈阳市健身俱乐部市场调研分析7.11.1沈阳市健身行业需求分析（1）沈阳市人口结构分析（2）沈阳市居民消费水平及消费习惯分析（3）沈阳市公众体育健身设施建设情况（4）沈阳市居民健身需求调研分析7.11.2沈阳市健身俱乐部发展情况（1）沈阳市健身俱乐部发展规模（2）沈阳市健身俱乐部分布情况（3）沈阳市健身俱乐部特点分析7.11.3沈阳市健身俱乐部运营分析（1）沈阳市健身俱乐部健身消费者分析1）健身消费者结构分析2）健身消费者行为分析3）健身消费者评价分析（2）沈阳市健身俱乐部的从业人员分析（3）沈阳市健身俱乐部运营的SWOT分析7.11.4沈阳市健身俱乐部存在的问题与建议（1）沈阳市健身俱乐部存在的问题（2）沈阳市健身俱乐部发展的对策与建议7.12济南市健身俱乐部市场调研分析7.12.1济南市健身行业需求分析（1）济南市人口结构分析（2）济南市居民消费水平及消费习惯分析（3）济南市公众体育健身设施建设情况（4）济南市居民健身需求调研分析7.12.2济南市健身俱乐部发展情况（1）济南市健身俱乐部发展规模（2）济南市健身俱乐部分布情况（3）济南市健身俱乐部特点分析7.12.3济南市健身俱乐部运营分析（1）济南市健身俱乐部健身消费者分析1）健身消费者结构分析2）健身消费者行为分析3）健身消费者评价分析（2）济南市健身俱乐部的从业人员分析（3）济南市健身俱乐部运营的SWOT分析7.12.4济南市健身俱乐部存在的问题与建议（1）济南市健身俱乐部存在的问题（2）济南市健身俱乐部发展的对策与建议7.13南京市健身俱乐部市场调研分析7.13.1南京市健身行业需求分析（1）南京市人口结构分析（2）南京市居民消费水平及消费习惯分析（3）南京市公众体育健身设施建设情况（4）南京市居民健身需求调研分析7.13.2南京市健身俱乐部发展情况（1）南京市健身俱乐部发展规模（2）南京市健身俱乐部分布情况（3）南京市健身俱乐部特点分析7.13.3南京市健身俱乐部运营分析（1）南京市健身俱乐部健身消费者分析1）健身消费者结构分析2）健身消费者行为分析3）健身消费者评价分析（2）南京市健身俱乐部的从业人员分析（3）南京市健身俱乐部运营的SWOT分析7.13.4南京市健身俱乐部存在的问题与建议（1）南京市健身俱乐部存在的问题（2）南京市健身俱乐部发展的对策与建议7.14广州市健身俱乐部市场调研分析7.14.1广州市健身行业需求分析（1）广州市人口结构分析（2）广州市居民消费水平及消费习惯分析（3）广州市公众体育健身设施建设情况（4）广州市居民健身需求调研分析7.14.2广州市健身俱乐部发展情况（1）广州市健身俱乐部发展规模（2）广州市健身俱乐部分布情况（3）广州市健身俱乐部特点分析7.14.3广州市健身俱乐部运营分析（1）

广州市健身俱乐部健身消费者分析1) 健身消费者结构分析2) 健身消费者行为分析3) 健身消费者评价分析(2) 广州市健身俱乐部的从业人员分析(3) 广州市健身俱乐部运营的SWOT分析7.14.4广州市健身俱乐部存在的问题与建议(1) 广州市健身俱乐部存在的问题(2) 广州市健身俱乐部发展的对策与建议 第八章中国领先健身俱乐部经营分析8.1中国健身俱乐部总体状况分析8.1.1企业规模分析8.1.2企业类型分析8.1.3企业性质分析8.2领先健身俱乐部经营状况分析8.2.1北京中体倍力健身俱乐部有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业经营模式分析(4) 企业服务内容分析(5) 企业网点布局分析(6) 企业经营优劣势分析(7) 企业最新发展动态8.2.2深圳市中航健身时尚股份有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业经营模式分析(4) 企业服务内容分析(5) 企业网点布局分析(6) 企业经营优劣势分析(7) 企业最新发展动态8.2.3北京青鸟健身有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业经营模式分析(4) 企业服务内容分析(5) 企业网点布局分析(6) 企业经营优劣势分析(7) 企业最新发展动态8.2.4威康健身管理咨询(上海)有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业经营模式分析(4) 企业服务内容分析(5) 企业网点布局分析(6) 企业经营优劣势分析(7) 企业最新发展动态8.2.5一兆韦德健身管理有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业经营模式分析(4) 企业服务内容分析(5) 企业网点布局分析(6) 企业经营优劣势分析(7) 企业最新发展动态8.2.6上海美格菲健身中心有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业经营模式分析(4) 企业服务内容分析(5) 企业网点布局分析(6) 企业经营优劣势分析(7) 企业最新发展动态8.2.7浩沙(中国)有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业经营模式分析(4) 企业服务内容分析(5) 企业网点布局分析(6) 企业经营优劣势分析(7) 企业最新发展动态8.2.8青岛英派斯健康科技有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业经营模式分析(4) 企业主营业务分析(5) 企业网点布局分析(6) 企业经营优劣势分析(7) 企业最新发展动态8.2.9上海星之健身俱乐部有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业经营模式分析(4) 企业服务内容分析(5) 企业网点布局分析(6) 企业经营优劣势分析(7) 企业最新发展动态8.2.10北京奥迈体育文化发展有限责任公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业经营模式分析(4) 企业服务内容分析(5) 企业网点布局分析(6) 企业经营优劣势分析(7) 企业最新发展动态8.2.11新金仕堡体育发展(上海)有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业经营模式分析(4) 企业服务内容分析(5) 企业网点布局分析(6) 企业经营优劣势分析(7) 企业最新发展动态8.2.12上海斯巴顿体育俱乐部有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业经营模式分析(4) 企业服务内容分析(5) 企业网点布局分析(6) 企业经营优劣势分析(7) 企业最新发展动态8.2.13北京奇迹体育发展有限公司(1) 企业发展简况分析(2) 企业经营情况分析(3) 企业经营模式分析(4) 企业服务内容分析(5) 企业网点布局分析(6) 企业经营优劣势分析(7) 企业最新发

展动态8.2.14北京宝迪沃运动医学技术开发有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业经营模式分析（4）企业服务内容分析（5）企业网点布局分析（6）企业经营优劣势分析（7）企业最新发展动态8.2.15天津东方宝力豪体育健身有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业经营模式分析（4）企业服务内容分析（5）企业网点布局分析（6）企业经营优劣势分析（7）企业最新发展动态8.2.16舒适堡健身美容集团公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业经营模式分析（4）企业服务内容分析（5）企业网点布局分析（6）企业经营优劣势分析（7）企业最新发展动态8.2.17山东银座健身发展有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业经营模式分析（4）企业服务内容分析（5）企业网点布局分析（6）企业经营优劣势分析（7）企业最新发展动态8.2.18广州市力美健投资管理有限公司（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业经营模式分析（4）企业服务内容分析（5）企业网点布局分析（6）企业经营优劣势分析（7）企业最新发展动态8.2.19亚洲运动及体适能专业学院（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业经营模式分析（4）企业服务内容分析（5）企业网点布局分析（6）企业经营优劣势分析（7）企业最新发展动态8.2.20上海体适能健身教练培训基地（1）企业发展简况分析（2）企业经营情况分析（3）企业经营模式分析（4）企业服务内容分析（5）企业网点布局分析（6）企业经营优劣势分析（7）企业最新发展动态

第九章中国健身俱乐部行业投资与前景预测9.1中国健身俱乐部行业投资风险分析9.1.1行业宏观经济风险9.1.2行业政策变动风险9.1.3行业市场竞争风险9.1.4行业其他相关风险9.2中国健身俱乐部行业投资特性分析9.2.1行业进入壁垒分析9.2.2行业盈利因素分析9.2.3行业营销模式分析9.3中国健身俱乐部行业投资潜力分析9.3.1行业投资机会分析9.3.2经济行业投资建议9.4中国健身俱乐部行业前景预测9.4.1健身休闲市场规模预测9.4.2健身俱乐部规模预测

图表目录：图表1：健身行业的特点图表2：2013-2016年中国国内生产总值（单位：万亿元，%）图表3：2013-2016年中国城乡居民人均收入与人均GDP增长情况（单位：元，%）图表4：2013-2016年中国人口数量及增长情况（单位：万人，‰）图表5：2013-2016年中国各年龄段人口占总人口比重（单位：%）图表6：中国人口抚养结构比例（单位：%）图表7：2013-2016年中国65岁以上老年人口数量及占比（单位：亿人次，%）图表8：美国6岁以上人群对体育健身休闲活动参与度统计图图表9：美国健身俱乐部增长情况图表10：欧洲会员总数前20的健身俱乐部图表11：欧洲20强健身俱乐部发源地统计图表12：欧洲健身俱乐部收购与合并事件统计图表13：欧洲健身俱乐部前5强以及他们的年收入图表14：欧洲与美国健身市场产业对比图表15：日本健身人数增长情况图表16：日本健身俱乐部增长情况图表17：台湾健身俱乐部发展年表图表18：台湾健身俱乐部增长情况图表19：2013-2016年中国训练健身器材制造行业企业数量趋势图（单位：家）图表20：2013-2016年中国训练健身器材制造行业资产负债规模变化趋势图（单位：亿元，%）图表21：2013-2016年中国训练健身器材制造行业总产值趋势图（单位：亿元，%）图表22：2013-2016年中国训练健身器材制造行业销售产值趋势图（单位：亿元，%）图表23：2011-2

016年中国训练健身器材制造行业产销率变化趋势图（单位：%）图表24：健身产业产值与GDP图表25：2013-2016年中国健身俱乐部门店数增长情况（单位：家）图表26：2013-2016年中国健身俱乐部健身卡有效保有量（单位：千张）图表27：健身俱乐部经营的项目构成图表28：健身俱乐部会员续会率排名图表29：各类健身器材的使用率情况图表30：各类健身项目的选择情况图表31：健身俱乐部会员男女比例图表32：健身俱乐部会员年龄层比例图表33：2016年末北京市常住人口及构成图表34：2013-2016年北京市生产总值及增长速度图表35：2013-2016年北京市城镇居民人均可支配收入及实际增速图表36：北京市健身俱乐部消费者性别统计图表37：北京市健身俱乐部消费者年龄统计图图表38：健身消费者学历结构统计图表39：北京市健身俱乐部锻炼的消费者职业分布图表40：北京市健身俱乐部消费者健身锻炼频率统计图表41：健身者健身时间选择调查统计图表42：健身者参加健身动机统计图图表43：男、女消费者健身项目的选择统计图图表44：影响健身者锻炼的健身者自身因素统计图表45：影响北京市健身俱乐部健身者消费的俱乐部因素图表46：健身者对价格定位的评价统计图表47：北京市健身俱乐部健身教练员学历构成图表48：北京市健身俱乐部教练员证书统计表图表49：2016年末上海市常住人口及构成图表50：2013-2016年上海市生产总值及增长速度图表51：2013-2016年上海市城镇居民人均可支配收入及实际增速图表52：上海市健身俱乐部消费者性别统计图表53：上海市健身俱乐部消费者年龄统计图图表54：健身消费者学历结构统计图表55：上海市健身俱乐部锻炼的消费者职业分布图表56：上海市健身俱乐部消费者健身锻炼频率统计图表57：健身者健身时间选择调查统计图表58：健身者参加健身动机统计图图表59：男、女消费者健身项目的选择统计图图表60：影响健身者锻炼的健身者自身因素统计图表61：影响上海市健身俱乐部健身者消费的俱乐部因素图表62：健身者对价格定位的评价统计图表63：上海市健身俱乐部健身教练员学历构成图表64：上海市健身俱乐部教练员证书统计表图表65：2016年末天津市常住人口及构成图表66：2013-2016年天津市生产总值及增长速度图表67：2013-2016年天津市城镇居民人均可支配收入及实际增速图表68：天津市健身俱乐部消费者性别统计图表69：天津市健身俱乐部消费者年龄统计图图表70：健身消费者学历结构统计图表71：天津市健身俱乐部锻炼的消费者职业分布图表72：天津市健身俱乐部消费者健身锻炼频率统计图表73：健身者健身时间选择调查统计图表74：健身者参加健身动机统计图图表75：男、女消费者健身项目的选择统计图图表76：影响健身者锻炼的健身者自身因素统计图表77：影响天津市健身俱乐部健身者消费的俱乐部因素图表78：健身者对价格定位的评价统计图表79：天津市健身俱乐部健身教练员学历构成图表80：天津市健身俱乐部教练员证书统计表图表81：2016年末深圳市常住人口及构成图表82：2013-2016年深圳市生产总值及增长速度图表83：2013-2016年深圳市城镇居民人均可支配收入及实际增速图表84：深圳市健身俱乐部消费者性别统计图表85：深圳市健身俱乐部消费者年龄统计图图表86：健身消费者学历结构统计图表87：深圳市健身俱乐部锻炼的消费者职业分布图表88：深圳市健身俱乐部消费者健身锻炼频率统计图表89：健身者健身时间选择调查统计图表90：健身者参加健身动机统

计图图表91：男、女消费者健身项目的选择统计图图表92：影响健身者锻炼的健身者自身因素统计图图表93：影响深圳市健身俱乐部健身者消费的俱乐部因素图表94：健身者对价格定位的评价统计图图表95：深圳市健身俱乐部健身教练员学历构成图表96：深圳市健身俱乐部教练员证书统计表图表97：2016年末重庆市常住人口及构成图表98：2013-2016年重庆市生产总值及增长速度图表99：2013-2016年重庆市城镇居民人均可支配收入及实际增速图表100：重庆市健身俱乐部消费者性别统计图图表101：重庆市健身俱乐部消费者年龄统计图图表102：健身消费者学历结构统计图图表103：重庆市健身俱乐部锻炼的消费者职业分布图表104：重庆市健身俱乐部消费者健身锻炼频率统计图图表105：健身者健身时间选择调查统计图图表106：健身者参加健身动机统计图图表107：男、女消费者健身项目的选择统计图图表108：影响健身者锻炼的健身者自身因素统计图图表109：影响重庆市健身俱乐部健身者消费的俱乐部因素图表110：健身者对价格定位的评价统计图图表111：重庆市健身俱乐部健身教练员学历构成图表112：重庆市健身俱乐部教练员证书统计表图表113：2016年末杭州市常住人口及构成图表114：2013-2016年杭州市生产总值及增长速度图表115：2013-2016年杭州市城镇居民人均可支配收入及实际增速图表116：杭州市健身俱乐部消费者性别统计图图表117：杭州市健身俱乐部消费者年龄统计图图表118：健身消费者学历结构统计图图表119：杭州市健身俱乐部锻炼的消费者职业分布图表120：杭州市健身俱乐部消费者健身锻炼频率统计略.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/323879.html>