

2017-2022年中国健身房行业发展现状分析及市场 供需预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国健身房行业发展现状分析及市场供需预测报告》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/295172.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

健身房是城市里用来健身的场所。一般而言，都有齐全的器械设备，有较全的健身及娱乐项目，有专业的教练进行指导，有良好的健身氛围。

中国健身房市场已有20年的发展历史，总体来说其主要经历了三个阶段，第一阶段，主打力量型健身，上世纪80年代初至90年代初，健身房投资规模小，主要针对男性顾客，强调体型肌肉塑造，专业性强，参与人少；第二阶段，主打有氧健身，90年代初到1998年，国外有氧运动的兴起，带动中国健身房发展，有氧健身在中国得到快速发展，而且会员制的概念逐步流行；第三阶段，主打时尚健身，自1998年后至今，产生了健身房投资人，凭借投资者的资金保障，大型健身房应运而生。

近年随着人民生活水平的提高和全民健身计划的倡导，以及2008北京奥运会的举办，中国人的健身意识得到了很大提高。此外，由于城市生活节奏加快，工作压力加大，许多收入较高的年轻白领也加入了健身的行列，在写字楼、居民区附近，各种健身俱乐部星罗棋布。当前全国健身房正以每年5%左右的速度递增，行业规模不断增大，2015年，我国具有一定规模的健身房数量已经超过4000家。

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 2013-2016年世界健身房市场运行现状分析

第一节 健身房的健身器分类

一、全身性健身器械

二、局部性健身器械

三、小型健身器械

第二节 2013-2016年世界健身房市场现状

一、世界健身房运行特点分析

二、世界主要地区健身状况分析

三、世界健身者需求情况分析

第三节 2016-2022年世界健身房市场发展趋势

第二章 2013-2016年中国健身房产业发展环境分析

第一节 2013-2016年中国经济发展环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 2013-2016年中国健身房产业政策发展环境分析

- 一、健身教练必须持国家认可证书才能上岗
- 二、报考健身教练有一定门槛
- 三、健身教练培训课程综合化

第三节 2013-2016年中国健身房社会环境发展分析

第三章 2013-2016年中国健身房行业运行状况透析

第一节 2013-2016年中国健身房行业发展概述

- 一、健身房行业特点分析
- 二、健身房价格分析
- 三、健身房行业登陆创业板

第二节 2013-2016年中国健身房行业运行动态分析

- 一、日本joyfit连锁健身房首店落户厦门
- 二、上海金融危机下的健身房行业调查
- 三、小型健身房投资方案

第三节 2013-2016年中国健身房行业发展存在问题分析

第四章 2013-2016年中国健身房调查分析

第一节 2013-2016年中国健身房市场运行分析

- 一、健身房市场动向分析
- 二、市场需求不断增加

2008-2015年国内健身俱乐部会员总数情况

- 三、南京爆发价格战

第二节 2013-2016年中国健身房市场经营状况分析

- 一、经营模式分析
- 二、经营特点分析

三、经营战略分析

第五章2013-2016年中国健身房消费市场分析

第一节 2013-2016年中国健身房市场消费行为特点分析

- 一、消费者注重提高生存质量
- 二、消费者舍得花钱买健康
- 三、消费者对健身市场需求具有多样性
- 四、消费市场具有较大的可诱导性

第二节2013-2016年中国健身房的市场营销理念

- 一、非经营性的体育健身房通常采用生产观念的营销方式
- 二、专项休闲运动会馆一般采用市场推广的方式来进行经营
- 三、有氧健身中心和综合健康恢复中心一般采用市场营销方式
- 四、综合健康恢复中心采用社会营销方式

第三节2013-2016年中国健身房市场经营模式存在的主要问题

- 一、缺乏市场和行业标准、运作规范和职业资质准入
- 二、专业化程度低
- 三、市场短期和投机行为普遍
- 四、管理水平较低

第六章2013-2016年中国健身房市场营销策略分析研究

第一节注重提高产品质量，树立品牌形象

第二节门票价格制定分析

- 一、根据项目特点来定价
- 二、根据顾客人群收入特点来定价
- 三、定价要有弹性和预测性，以防价格战

第三节消费区域选择原则分析

- 一、便利性原则
- 二、绿色环境原则
- 三、网络化覆盖原则

第四节宣传方式分析

- 一、注重主流媒体宣传
- 二、要注重健身文化和影视文化媒体的结合推广

第五节关系营销的分析

- 一、建立、保持并加强与俱乐部会员的良好关系在日常的服务中加强关系营销
- 二、共同开发健身市场，与关联企业展开关系营销

三、与政府协调一致建立政府关系营销

第七章 2013-2016年中国训练健身器材制造行业主要数据监测分析

第一节2013-2016年中国训练健身器材制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节2016年中国训练健身器材制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节2013-2016年中国训练健身器材制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节2013-2016年中国训练健身器材制造行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节2013-2016年中国训练健身器材制造行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第八章 2013-2016年中国健身房市场分析

第一节 2013-2016年中国健身房市场竞争现状分析

一、品牌竞争分析

二、经营特色竞争分析

三、服务竞争分析

第二节2013-2016年中国健身房产业重点省市竞争分析

一、北京

二、上海

三、深圳

第三节2013-2016年中国健身房提升竞争力策略分析

第九章 2013-2016年中国健身房优势企业竞争力对比分析

第一节中体产业集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节青岛英派斯（集团）有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节其它健身房分析

- 一、北京市塑美健身房
- 二、金牛区香枫健身房
- 三、杭州市拱墅区活力健身房
- 四、上海南湾健身房
- 五、重庆市渝中区天骄健身房
- 六、爱民健身房
- 七、宁波海曙凯旋健身房
- 八、成都金捷诺休闲游艺设备有限公司

第十章 2013-2016年中国健身器材市场调查发展分析

第一节 2013-2016年国外健身器材发展概述

- 一、国际健身器材需求增加
- 二、美国健身器材市场回顾
- 三、德国健身器材市场概况
- 四、国际健身器材品牌介绍

第二节2013-2016年中国健身器材运行态势分析

- 一、中国健身器材市场特点及结构
- 二、中国健身器材市场销售概况

三、健身器材成为新的消费热点

四、厦门成为中国最大健身器材出口基地

五、训练健身器材制造业主要指标分析

第三节 2013-2016年中国健身器材行业存在的问题分析

第十一章 2016-2022年中国健身房市场现状分析

第一节 2016-2022年中国健身房行业发展趋势分析

一、产业规模预测分析

2016-2020年我国健身房市场规模预测

二、产业集中度预测分析

三、产业服务趋势分析

第二节 2016-2022年中国健身房市场发展预测分析

一、训练健身器材制造业预测分析

二、健身器材需求预测分析

三、健身器材进出口预测分析

第三节 2016-2022年中国健身房行业盈利预测分析

第十二章 2016-2022年中国健身房行业投资机会与风险分析

第一节 2016-2022年中国健身房行业投资环境分析

第二节 2016-2022年中国健身房行业投资机会分析

一、健身房分析

二、健身房吸引力分析

第三节 2016-2022年中国健身房行业投资风险预警分析

一、市场竞争风险分析

二、政策风险分析

三、其它风险分析

第四节 专家建议

图表目录：（部分）

图表：2013-2016年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2016年中国三产业增加值结构图

图表：2013-2016年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2013-2016年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2013-2016年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2000-2016年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：1978-2016中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2016中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2013-2016年中国工业增加值增长趋势图

图表：2013-2016年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2013-2016年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2013-2016年我国财政收入支出走势图

图表：2013-2016年人民币兑美元汇率中间价

图表：2016年人民币汇率中间价对照表

图表：2013-2016年中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2013-2016年中国货币供应量的增速走势图

图表：2001-2016年中国外汇储备走势图

图表：2013-2016年中国外汇储备及增速变化图

图表：2013-2016年中国人民币利率调整表

图表：2013-2016年央行历次调整利率时间及幅度表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2013-2016年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2013-2016年我国货物进出口总额走势图

图表：2013-2016年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2013-2016年中国就业人数走势图

图表：2013-2016年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2016年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2016年我国总人口数量增长趋势图

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/295172.html>