2020-2026年中国健身俱乐部市场前景研究与投资前景报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2020-2026年中国健身俱乐部市场前景研究与投资前景报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/202009/28-366978.html

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936
传真: 010-60343813
网址: http://www.chinairr.org
Email: sales@chyxx.com
联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、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。

中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国健身俱乐部市场前景研究与投资前景报告》共十四章。首先介绍了健身俱乐部行业市场发展环境、健身俱乐部整体运行态势等，接着分析了健身俱乐部行业市场运行的现状，然后介绍了健身俱乐部市场竞争格局。随后，报告对健身俱乐部做了重点企业经营状况分析，最后分析了健身俱乐部行业发展趋势与投资预测。您若想对健身俱乐部产业有个系统的了解或者想投资健身俱乐部行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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.一章全球健身俱乐部产业运行透析
第.一节健身俱乐部的起源
第二节全球健身俱乐部总体运行概况
一、全球成功的健身俱乐部类型及亮点分析
（一）全球健身俱乐部类型分析
（二）领先健身俱乐部亮点分析
二、健身俱乐部再投资设计分析
三、健身俱乐部已进入竞争时代
四、全球健身俱乐部续会率分析
五、全球健身俱乐部市场动态分析
第三节全球主要国家健身俱乐部的运行情况
一、美国
（一）美国健身产业发展现状
（二）美国健身俱乐部会员数量

（三）美国健身产业的新热点
（四）美国健身产业前景展望
二、日本
三、澳大利亚
四、英国
第四节全球健身俱乐部产业趋势展望

第二章中国健身俱乐部运行环境解析
第.一节中国健身俱乐部政策环境分析
一、国家经济刺激政策对健身休闲产业的影响
二、健身教练持证上岗制
（一）职业资格证书详解
（二）健身教练持证上岗
（三）国家职业资格认证与其他认证
三、报考健身教练有一定门槛
四、健身教练培训课程综合化
五、利好健身行业政策分析
（一）全民健身相关条例
（二）全民健身相关计划
（三）体育设施建设规划
（四）体育人才发展规划
第二节2019年中国宏观经济环境分析
一、2019年中国GDP增长情况分析
二、2019年工业经济发展形势分析
三、2019年社会固定资产投资分析
四、2019年全社会消费品零售总额
五、2019年城乡居民收入增长分析
六、2019年居民消费价格变化分析
第三节2019年中国健身俱乐部社会环境分析
一、居民健身意识增强
二、人口环境分析
三、教育环境分析

四、文化环境分析
五、科技环境分析
六、生态环境分析
七、中国城镇化率

第三章中国健身俱乐部产业运行新形势透析
第.一节中国健身俱乐部产业运行总况
一、健身娱乐市场呈现多样化
二、中国健身产业链逐渐形成
三、健身行业与健身器材行业产业链
（一）上游产业
（二）下游产业
四、中国健身产业处于高速发展时期
五、全国健身俱乐部数量规模及增速
六、重点城市健身俱乐部数量及增速
（一）北京
（二）上海
七、民营资本占健身产业的市场份额
八、我国健身俱乐部管理状况分析
第二节中国健身产业细分领域运行透析
一、全民健身体育活动场所
二、专项休闲运动俱乐部
三、有氧运动健身中心
四、综合健康恢复中心
第三节中国健身俱乐部市场运行透析
一、中国健身娱乐产品和服务需求庞大
二、中国健身娱乐市场消费特点
三、中国健身娱乐市场营销理念
四、中国健身俱乐部市场规模
第四节健身产业热点问题探讨

第四章中国健身俱乐部市场经营研究

第.一节中国健身俱乐部的类型分析
一、以经营性为主的健身娱乐性俱乐部
二、非经营性的体育健身俱乐部
三、大众健身及培养青少年的健身俱乐部
第二节中国健身俱乐部市场体系构建的基本框架分析
一、对我国经营性健身俱乐部市场定位的探析
二、健身俱乐部管理模式亮点分析
三、健身俱乐部的客服体系
第三节中国健身俱乐部的盈利渠道分析
一、健身俱乐部盈利渠道分析
二、挖掘二次消费对健身俱乐部的讨论
第四节中国健身俱乐部市场经营要点解析
一、盲目降价
二、中国健身俱乐部续会率及会员流失情况
三、会籍顾问与教练流动性分析
四、定位问题

第五章2015-2019年中国健身俱乐部上游行业——训练健身器材行业发展分析
第.一节2015-2019年中国训练健身器材行业运行现状综述
一、中国健身器材市场特点及结构
二、健身器材市场市场现状分析
三、中国健身器材市场销售概况
（一）小型保健器材市场销售畅快
（二）大型健身器材市场方兴未艾
（三）老年康复健身器材市场潜力大
四、健身器材成为新的消费热点
五、知名健身器材经销商分析
第二节2015-2019年中国训练健身器材制造所属行业数据监测分析
一、2015-2019年中国训练健身器材制造所属行业规模分析
（一）企业数量增长分析
（二）资产规模增长分析
（三）销售规模增长分析

（四）利润规模增长分析
二、2015-2019年中国训练健身器材制造所属行业结构分析
（一）企业数量结构分析
（二）资产规模结构分析
（三）销售规模结构分析
（四）利润规模结构分析
三、2015-2019年中国训练健身器材制造所属行业产值分析
（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
四、2015-2019年中国训练健身器材制造所属行业成本费用分析
（一）销售成本分析
（二）主要费用分析
五、2015-2019年中国训练健身器材制造所属行业盈利能力分析
（一）销售毛利率
（二）成本费用利润率
（三）销售利润率
（四）总资产利润率
第三节2020-2026年中国健身器材的发展趋势分析

第六章2015-2019年中国健身器材所属行业进出口情况分析
第.一节2015-2019年跑步机所属行业进出口情况分析
一、跑步机所属行业进口情况分析
二、跑步机所属行业出口情况分析
三、跑步机所属行业进出口均价分析
四、跑步机所属行业进口来源分析
五、跑步机所属行业出口去向分析
第二节2015-2019年其他健身及康复器械所属行业进出口情况分析
一、其他健身及康复器械所属行业进口情况分析
二、其他健身及康复器械所属行业出口情况分析
三、其他健身及康复器械所属行业进出口均价分析
四、其他健身及康复器械所属行业进口来源分析

五、其他健身及康复器械所属行业出口去向分析

第七章中国健身俱乐部消费市场调研
第.一节中国健身俱乐部市场消费行为特点分析
一、消费者注重提高生活质量
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
第二节中国健身俱乐部的市场营销理念
一、非经营性的体育健身俱乐部通常采用生产观念的营销方式
二、专项休闲运动俱乐部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
第三节中国健身俱乐部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

第八章中国健身俱乐部市场营销策略分析研究
第.一节注重建设俱乐部文化，树立品牌形象
第二节健身俱乐部价格制定分析
一、根据规模和项目来定价
二、根据心理定价策略来定价
三、应用差别定价策略来定价
四、弹性和前瞻性定价，以防价格战
第三节健身器材采购决策分析
一、健身器材采购选择分析
二、健身器材采购程序分析
第四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
第五节宣传方式分析
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
第六节关系营销的分析
一、服务中加强关系营销
二、与关联企业展开关系营销
三、建立政府关系营销

第九章中国健身俱乐部竞争新格局分析
第.一节中国健身俱乐部波特五力模型分析
一、供应商的讨价还价能力
二、消费者讨价还价的能力
三、新进入者的威胁
四、替代品的威胁
五、行业内现有竞争者的竞争
第二节中国健身俱乐部竞争分析
一、中国健身俱乐部竞争之道
二、外资背景健身俱乐部强势进驻北京
三、地区型健身俱乐部与全国连锁健身俱乐部竞争
第三节2020-2026年中国健身俱乐部竞争趋势分析

第十章国外健身器材厂商运营分析
第.一节全球顶级健身器械品牌研究
一、顶级健身器材品牌概述
二、顶级健身器材品牌分析
第二节全球健身器械厂商分析
一、CYBEX(赛佰斯)
二、ICON（爱康）
三、乔山集团
四、泰诺健（太空牌）
五、Nautilus(诺德士)

六、星驰StartTrac
七、Schwinn十字星

第十一章国外顶尖健身俱乐部竞争力透析
第.一节美国宝力豪国际健身连锁俱乐部
一、企业基本概况
二、主要服务调查
三、在华运作情况
第二节韦德伍斯国际健身连锁俱乐部
一、企业基本概况
二、主要服务调查
三、在华运作情况
第三节WorldGym世界健身连锁俱乐部
一、企业基本概况
二、主要服务调查
三、在华运作情况
第四节一兆韦德国际健身中心
一、企业基本概况
二、主要服务调查
三、在华运作情况

第十二章中国优势健身俱乐部竞争力分析
第.一节宝迪沃
一、企业基本概况
二、企业竞争力分析
三、俱乐部场馆设施
第二节北京青鸟健身俱乐部
一、企业基本概况介绍
二、俱乐部服务项目分析
三、企业竞争实力分析
四、俱乐部网点分布
第三节英派斯

一、企业基本概况
二、企业竞争力分析
三、俱乐部网点分布
第四节力圣美
一、企业基本概况
二、企业竞争力分析
第五节北京月坛天行俱乐部
一、企业基本概况
二、企业竞争力分析
第六节星之健身俱乐部
一、企业基本概况
二、企业服务网络分布
三、俱乐部场馆设施

第十三章2020-2026年中国健身俱乐部前景展望与趋势预测分析
第.一节2020-2026年中国健身俱乐部产业前景预测
一、人们健康的需求从被动的治疗型向主动的预防保健型转换
二、健身娱乐市场多元化发展方向
三、体育健身产业在我国还属于处在成长初期的新兴产业
第二节2020-2026年中国健身俱乐部经营模式趋势预测分析
一、通过网络化及特许经营的方式推向大众化
二、降低成本，采用社会营销提高社会效益
三、通过推行大范围的教育培训计划，引导全民的健康消费观念更新
四、积极利用政府的支持，扩大影响力
第三节2020-2026年中国健身俱乐部市场需求状况预测分析
一、健身俱乐部市场需求状况预测分析
二、健身俱乐部市场盈利预测分析
三、健身俱乐部市场规模预测分析
四、健身俱乐部数量规模预测分析

第十四章2020-2026年中国健身俱乐部投资前景预测分析
第.一节2020-2026年中国健身俱乐部的投资环境分析

一、人民健康素质下降引发健身需求
二、人力资源储备与行业发展逐步匹配
三、理想的经营利润回报奠定投资基础
四、人民健康需求向主动预防保健转变
第二节2020-2026年中国健身俱乐部的投资机会分析
一、中国健身俱乐部投资价值研究
二、健身俱乐部区域投资潜力分析
三、中国健身俱乐部投资方向建议
第三节2020-2026年中国健身俱乐部经营管理建议
一、健身俱乐部服务策略
二、健身俱乐部创新策略
三、健身俱乐部管理策略
四、健身俱乐部人本管理

部分图表目录：

图表1美国健身俱乐部会员人数增长趋势图
图表22019年日本健身房/兴趣班市场构成比例
图表3中国各等级健身教练职业资格证书申报条件
图表4国家初、中级健身教练职业资格证书培训课程一览
图表5健身教练相关健身技能一览
图表62015-2019年中国训练健身器材行业资产集中度
图表72015-2019年中国训练健身器材行业销售收入集中度
图表82015-2019年中国训练健身器材行业利润集中度
图表92019年中国各星级酒店数量统计
图表102019年中国各城市不同星级酒店数量统计
图表112015-2019年中国健身俱乐部数量增长趋势图
图表12北京健身俱乐部数量统计
图表13上海健身俱乐部数量统计
图表142015-2019年中国健身俱乐部市场规模增长趋势图
图表15健身俱乐部不同定位等级投资理念情况
图表16消费者使用健身器材产品结构
更多图表见正文……

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/202009/28-366978.html