

# 2020-2026年中国健身俱乐部行业分析与市场需求预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国健身俱乐部行业分析与市场需求预测报告》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.cction.com/report/202002/153617.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

而我国目前健身俱乐部数量及质量都远远落后于欧美等西方国家，据统计，我国平均100多万人才拥有一家健身俱乐部，但随着我国经济的飞速发展，人们生活水平的不断提高，大家的健身意识已经越来越强，人们花在健身上的费用和时间也越来越多，各种各样的综合性的大型健身俱乐部随之出现，健身更是为众多的白领上班族所接受。

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行业数据监测分析

一、2015-2019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) 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年中国健身器材进出口情况分析

### 第一节 2015-2019年跑步机进出口情况分析

#### 一、跑步机进口情况分析

#### 二、跑步机出口情况分析

#### 三、跑步机进出口均价分析

#### 四、跑步机进口来源分析

#### 五、跑步机出口去向分析

### 第二节 2015-2019年其他健身及康复器械进出口情况分析

#### 一、其他健身及康复器械进口情况分析

#### 二、其他健身及康复器械出口情况分析

#### 三、其他健身及康复器械进出口均价分析

#### 四、其他健身及康复器械进口来源分析

#### 五、其他健身及康复器械出口去向分析

## 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(Powerhouse Gym)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 World Gym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

### 第七节 金钥匙国际健身咨询管理有限公司

#### 一、企业基本情况分析

#### 二、企业服务领域分析

#### 三、企业竞争优势分析

## 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

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 2 2019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 6 2019年国内生产总值构成及增长速度统计

图表 7 2015-2019年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表 8 2019年规模以上企业工业增加值增长速度趋势图

图表 9 2019年规模以上工业企业营业收入与利润总额同比增速

图表 10 2015-2019年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表 11 2015-2019年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表 12 2015-2019年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表 13 2015-2019年农村居民人均纯收入及增长趋势图

图表 14 2019年中国居民消费价格月度变化趋势图

图表 15 2015-2019年中国人口数量及增长率变化趋势图

图表 16 2019年中国人口数量及其构成情况统计

图表 17 2019年中国各年龄段人口比重

图表 18 2015-2019年中国各级各类学校招生人数统计

图表 19 2015-2019年中国城镇化率变化趋势图

图表 20 2015-2019年中国训练健身器材行业资产集中度

图表 21 2015-2019年中国训练健身器材行业销售收入集中度

图表 22 2015-2019年中国训练健身器材行业利润集中度

图表 23 2019年中国各星级酒店数量统计

图表 24 2019年中国各城市不同星级酒店数量统计

图表 25 2015-2019年中国健身俱乐部数量增长趋势图

图表 26 北京健身俱乐部数量统计

图表 27 上海健身俱乐部数量统计

图表 28 2015-2019年中国健身俱乐部市场规模增长趋势图

图表 29 健身俱乐部不同定位等级投资理念情况

图表 30 消费者使用健身器材产品结构

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/153617.html>