

# 2022-2028年中国休闲健身 市场深度评估与战略咨询报告

## 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

《2022-2028年中国休闲健身市场深度评估与战略咨询报告》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/202204/281328.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

在疫情影响下，以Keep为代表的线上健身软件受到青睐。运动健身人群坚持运动的主要原因是减肥塑形、休闲娱乐、提高身体素质。另外值得注意的是，热衷于健身运动的人群还对“增强自信心”格外关注。居家健身群运动原因热度指数对

数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国休闲健身市场深度评估与战略咨询报告》共十一章。首先介绍了休闲健身行业市场发展环境、休闲健身整体运行态势等，接着分析了休闲健身行业市场运行的现状，然后介绍了休闲健身市场竞争格局。随后，报告对休闲健身做了重点企业经营状况分析，最后分析了休闲健身行业发展趋势与投资预测。您若想对休闲健身产业有个系统的了解或者想投资休闲健身行业，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家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 中国城市休闲健身保健行业概述

第一节 休闲健身内容与作用

一、休闲健身内容

二、休闲健身作用

第二节 休闲健身的意义

第三节 休闲健身的原则

第二章 2019年中国城市休闲健身保健行业外部宏观经济环境分析

第一节 2019年国际经济环境分析

一、美国

二、欧盟

三、日本

四、金砖四国

第二节 2019年中国宏观经济环境分析

- 一、2019年中国经济运行态势分析
- 二、2019年中国固定资产投资分析
- 第三节2019年中国宏观经济形势分析
- 第四节2019年全球宏观经济形势展望

### 第三章 2019年中国城市休闲健身保健行业发展状况分析

- 第一节 2019年我国休闲健身市场的发展现状分析
- 第二节 2019年我国休闲健身运动的基础建设总体状况分析
- 第三节 2019年我国休闲健身发展特点分析
- 第四节 我国休闲健身行业发展存在的问题及对策

### 第四章 国外休闲健身保健行业发展分析

- 第一节 国外部分国家休闲健身行业发展现状分析
- 第二节 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
- 第三节 世界健身俱乐部品牌发展分析
  - 一、成型期
  - 二、快速成长期
  - 三、成熟期
- 第四节 世界健身俱乐部品牌的现状与发展趋势
  - 一、世界健身俱乐部品牌现状的静态分析
  - 二、世界健身俱乐部品牌的发展趋势

### 第五章 我国休闲健身保健的健身器材行业的发展分析

- 第一节 中国健身器材市场分析
  - 一、中国健身器材市场概况
  - 二、中国健身器材市场特点及结构
  - 三、中国健身器材市场销售概况
  - 四、健身器材成为新的消费热点

## 第二节 健身器材市场营销分析

- 一、健身器材的营销渠道
- 二、健身器材营销渠道存在的问题
- 三、健身器材产品的营销策略

## 第三节 健身器材行业存在的问题

- 一、健身器材行业存在的两点隐忧
- 二、健身器材行业面临的四个问题
- 三、健身器材市场处于低迷的原因

## 第四节 健身器材行业的发展策略

- 一、健身器材产业要防止暴利泡沫
- 二、中国健身器材行业的发展建议
- 三、健身器材行业发展的四点对策
- 四、中国健身器材行业的品牌策略

## 第六章 2019年中国健身俱乐部品牌发展分析

移动互联网时代催生新零售思维健身工作室、线上健身APP等模式。目前整体健身市场份额分配相对分散，未形成大型龙头企业，行业整体前景广阔。健身行业市场产值规模增长迅猛，互联网背景下的零售式健身预计成为未来趋势。2016-2022年我国健身俱乐部市场产值规模及预测

数据来源：公开资料整理

### 第一节 中国健身俱乐部品牌发展历程分析

### 第二节 中国健身俱乐部品牌发展现状分析

### 第三节 健身俱乐部品牌经营的问题与难点

- 一、健身俱乐部品牌经营存在的问题
- 二、健身俱乐部品牌经营的难点

## 第七章 2019年中国保健行业发展现状分析

## 第八章 2019年中国城市休闲健身保健行业重点城市发展现状分析

### 第一节 2019年北京市城市休闲健身行业发展现状分析

### 第二节 2019年上海市城市休闲健身行业发展现状分析

- 第三节 2019年南京市城市休闲健身行业发展现状分析
- 第四节 2019年天津市城市休闲健身行业发展现状分析
- 第五节 2019年其他城市休闲健身行业发展总体情况分析

## 第九章 中国城市休闲健身保健行业重点企业分析

- 第一节 浩沙集团
- 第二节 青鸟集团
- 第三节 英派斯集团
- 第四节 圳信隆实业股份有限公司
- 第五节 乔山健康科技集团
- 第六节 山西澳瑞特集团

## 第十章 2019年休闲健身产业投资风险与机会分析

### 第一节 2019年休闲健身产业投资风险分析

- 一、专业性风险
- 二、市场风险
- 三、企业组织风险
- 四、选址风险
- 五、资金与品牌风险
- 六、产品与环境风险
- 七、文化风险

### 第二节 2019年我国休闲健身行业投资机会分析

## 第十一章 2022-2028年我国休闲健身保健行业发展趋势预测

### 第一节 2022-2028年我国休闲健身保健行业发展规模预测

### 第二节 我国休闲健身保健发展趋势分析

### 第三节 我国休闲健身行业可持续发展的建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202204/281328.html>