

2020-2026年中国健身俱乐部市场深度分析与市场运营趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国健身俱乐部市场深度分析与市场运营趋势报告》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/202007/176334.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

2012-2017年我国经常参加体育锻炼的人数不断上升，2017年全国经常参加体育锻炼的人数达到5.5亿人，占全国人口的比重达41.3%左右，庞大的健身人口为健身行业带来巨大的需求。

2012-2017年中国经常参加体育锻炼人数

2017年健身会员数量增至近900万人，同比增长14.97%。会员平均年龄为30.7岁左右，健身会员的平均年龄基本没有变化，但健身会员的年龄结构出现较大的变化：25-29岁，36-40岁年龄段的用户有较大增长，健身会员的整体年龄分布更加分散。预测到2019年全国健身俱乐部会员人数有望进一步突破1000万人。

2010-2019年中国健身俱乐部会员人数及同比增速

中企顾问网发布的《2020-2026年中国健身俱乐部市场深度分析与市场运营趋势报告》共十三章。首先介绍了中国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，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国健身俱乐部行业，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：

第一部分行业发展现状

第一章 健身俱乐部行业发展综述

第一节 健身俱乐部行业相关概述

一、行业定义与研究范围界定

二、健身俱乐部的分类

三、健身俱乐部行业的特点分析

第二节 健身俱乐部行业发展环境分析

一、行业政策环境分析

二、行业经济环境分析

三、行业社会环境分析

第二章全民健身背景下健身俱乐部的发展机会分析

第一节 全民健身政策及其实施情况

一、全民健身相关政策解读

二、全民健身计划实施成果解读

第二节 健身俱乐部在全民健身服务体系中的地位及作用分析

一、全民健身服务体系的内涵与特征

二、全民健身服务体系的构成

三、健身俱乐部与全民健身服务体系的关系分析

第三节 全民健身背景下健身俱乐部发展的SWOT分析

一、全民健身国家战略对体育产业的影响分析

二、全民健身国家战略背景下健身俱乐部发展的SWOT分析

第三章全球健身俱乐部行业发展分析

第一节 全球健身俱乐部市场总体情况分析

一、全球健身俱乐部行业的发展特点

二、全球健身俱乐部市场结构

三、全球健身俱乐部行业发展分析

四、全球健身俱乐部市场区域分布

第二节 全球健身俱乐部行业市场供需分析

一、全球健身俱乐部行业供给分析

二、全球健身俱乐部行业需求分析

第三节 全球健身俱乐部行业竞争状况分析

一、全球健身俱乐部行业竞争现状

二、全球健身俱乐部行业竞争趋势

第四节 全球主要国家（地区）市场分析

第五节 国际重点健身俱乐部企业运营分析

第四章我国健身俱乐部行业发展分析

第一节 我国健身俱乐部所属行业发展状况分析

一、我国健身俱乐部行业发展阶段

二、我国健身俱乐部行业发展总体概况

三、我国健身俱乐部行业发展特点分析

四、我国健身俱乐部行业商业模式分析

第二节 我国健身俱乐部行业市场供需状况

一、我国健身俱乐部行业市场供给分析

二、我国健身俱乐部行业市场需求分析

三、我国健身俱乐部行业产品价格分析

第三节 我国健身俱乐部市场价格走势分析

一、健身俱乐部市场定价机制组成

二、健身俱乐部市场价格影响因素

三、健身俱乐部产品价格走势分析

第五章健身俱乐部所属行业经济运行分析

第一节 中国健身俱乐部所属行业总体规模分析

一、企业数量分析

我国健身俱乐部数量自出现以来一直保持较高的增长，从2010年3245家增至2017年的5000余家。虽然在2011-2013年间，由于健身市场竞争加剧导致行业出现关门潮，健身俱乐部数量增长速度放缓甚至为负。但是，随着近年来健身人口的快速增长和专业化指导需求加剧，新一轮的健身风潮带动行业出现复苏迹象，健身俱乐部数量也随之迅速增长。预计到2019年我国健身俱乐部数量将达到5861家。2010-2019年中国健身俱乐部数量及同比增速

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 我国健身俱乐部所属行业工业总产值分析

第三节 我国健身俱乐部所属行业产品成本利润分析

第四节 我国健身俱乐部所属行业运营能力分析

第二部分行业竞争格局

第六章健身俱乐部行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 健身俱乐部行业主要企业竞争力分析

第四节 健身俱乐部行业竞争格局分析

一、国内外健身俱乐部行业竞争分析

二、我国健身俱乐部行业市场竞争分析

三、国内主要健身俱乐部行业企业动向

第七章 健身俱乐部行业上下游产业分析

第一节 健身俱乐部产业结构分析

第二节 上游产业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、市场现状分析

四、行业竞争状况及其对健身俱乐部行业的意义

第三节 下游产业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、市场现状分析

四、行业新动态及其对健身俱乐部行业的影响

五、行业竞争状况及其对健身俱乐部行业的意义

四、产业结构调整方向分析

第四节 产业结构调整方向分析

第八章 中国健身俱乐部行业主要企业调研分析

第一节 威尔士

一、基本情况

二、运营能力分析

三、发展能力分析

四、产品结构及新产品动向

五、经营发展策略

第二节 一兆韦德

一、基本情况

二、运营能力分析

三、发展能力分析

四、产品结构及新产品动向

五、经营发展策略

第三节 美格菲

一、基本情况

二、运营能力分析

三、发展能力分析

四、产品结构及新产品动向

五、经营发展策略

第四节 中体倍力

一、基本情况

二、运营能力分析

三、发展能力分析

四、产品结构及新产品动向

五、经营发展策略

第五节 中航健身

一、基本情况

二、运营能力分析

三、发展能力分析

四、产品结构及新产品动向

五、经营发展策略

第六节 亚特体育

一、基本情况

二、运营能力分析

三、发展能力分析

四、产品结构及新产品动向

五、经营发展策略

第七节 摩码会

一、基本情况

二、运营能力分析

三、发展能力分析

四、产品结构及新产品动向

五、经营发展策略

第八节 浩沙

一、基本情况

二、运营能力分析

三、发展能力分析

四、产品结构及新产品动向

五、经营发展策略

第九节 英派斯

一、基本情况

二、运营能力分析

三、发展能力分析

四、产品结构及新产品动向

五、经营发展策略

第十节 亚历山大

一、基本情况

二、运营能力分析

三、发展能力分析

四、产品结构及新产品动向

五、经营发展策略

第三部分行业前景分析

第九章健身俱乐部行业发展趋势分析

第一节 产业发展环境展望

第二节 2020-2026年我国健身俱乐部行业趋势分析

一、2020-2026年我国健身俱乐部行业发展趋势分析

二、2020-2026年我国健身俱乐部行业市场发展空间

第三节 影响企业生产与经营的关键趋势

- 一、市场整合成长趋势
- 二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 三、企业区域市场拓展的趋势
- 四、科研开发趋势及替代技术进展
- 五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十章我国健身俱乐部行业营销趋势及策略分析

第一节 健身俱乐部行业销售渠道分析

- 一、营销分析与营销模式推荐
- 二、健身俱乐部营销环境分析与评价
- 三、销售渠道存在的主要问题
- 四、营销渠道发展趋势与策略

第二节 健身俱乐部行业营销策略分析

- 一、中国健身俱乐部营销概况
- 二、健身俱乐部营销策略探讨
 - 1、中国健身俱乐部产品营销策略浅析
 - 2、健身俱乐部新产品的市场推广策略
 - 3、健身俱乐部细分产品营销策略分析

第三节 健身俱乐部营销的发展趋势

- 一、未来健身俱乐部市场营销的出路
- 二、中国健身俱乐部营销的趋势预测

第十一章健身俱乐部行业发展趋势与投资战略研究

第一节 健身俱乐部市场发展潜力分析

- 一、市场空间广阔
- 二、竞争格局变化
- 三、高科技应用带来新生机

第二节 健身俱乐部行业发展趋势分析

- 一、品牌格局趋势
- 二、渠道分布趋势
- 三、消费趋势分析

第三节 健身俱乐部行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 对我国健身俱乐部品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、健身俱乐部实施品牌战略的意义
- 三、健身俱乐部企业品牌的现状分析
- 四、我国健身俱乐部企业的品牌战略
- 五、健身俱乐部品牌战略管理的策略

第十二章 2020-2026年中国健身俱乐部的投资风险与投资建议

第一节 2020-2026年中国健身俱乐部制造行业的投资风险

- 一、市场风险
- 二、政策风险
- 三、技术风险
- 四、行业进入、退出壁垒风险
- 五、部分产品产能过剩潜在风险

第二节 2020-2026年中国健身俱乐部制造行业的投资建议

- 一、中国健身俱乐部制造行业的重点投资区域
- 二、中国健身俱乐部制造行业的重点投资产品
- 三、行业投资建议

第三节 2020-2026年中国健身俱乐部项目投资可行性分析

第十三章 研究结论及发展建议

第一节 健身俱乐部行业研究结论及建议

第二节 健身俱乐部行业发展建议

图表目录：

图表 健身俱乐部行业生命周期

图表 健身俱乐部行业产业链结构

图表 我国健身俱乐部行业重点企业资产总计对比

图表 我国健身俱乐部行业重点企业从业人员对比

图表 我国健身俱乐部行业重点企业全年营业收入对比

图表 我国健身俱乐部行业重点企业利润总额对比

图表 我国健身俱乐部行业重点企业综合竞争力对比

图表 我国健身俱乐部行业成长性

图表 我国健身俱乐部行业经营能力

图表 我国健身俱乐部行业盈利能力

图表 我国健身俱乐部行业偿债能力

图表 全球健身俱乐部行业市场规模

图表 中国健身俱乐部行业市场规模

图表 健身俱乐部行业需求分析

图表 2020-2026年我国健身俱乐部行业供给预测

图表 2020-2026年我国健身俱乐部行业产量预测

图表 2020-2026年我国健身俱乐部行业需求预测

图表 2020-2026年我国健身俱乐部行业供需平衡预测

图表 2020-2026年我国健身俱乐部行业产品价格预测

图表 2020-2026年我国健身俱乐部行业产品消费预测

图表 2020-2026年我国健身俱乐部行业市场规模预测

图表 2020-2026年我国健身俱乐部行业总产值预测

图表 2020-2026年我国健身俱乐部行业销售收入预测

图表 2020-2026年我国健身俱乐部行业总资产预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/176334.html>