

2020-2026年中国健身行业 发展趋势与市场全景评估报告

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年中国健身行业发展趋势与市场全景评估报告》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/202009/186821.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

健身是一种体育项目，如各种徒手健美操、韵律操、形体操以及各种自抗力动作，体操可以增强力量、柔韧性，增加耐力，提高协调，控制身体各部分的能力，从而使身体强健。如果要达到缓解压力的目的，至少一周锻炼3次。

游泳、快走、慢跑、骑自行车，及一切有氧运动都能锻炼心脏。有氧运动好处多：能锻炼心肺、增强循环系统功能、燃烧脂肪、加大肺活量、降低血压，甚至能预防糖尿病，减少心脏病的发生。美国运动医学院建议，想知道有氧运动强度是否合适，可在运动后测试心率，以达到最高心率的60%—90%为宜。如果想通过有氧运动来减肥，可以选择低度到中度的运动强度，同时延长运动时间，这种方法消耗的热量更多。运动频率每周3—5次，每次20—60分钟。想要锻炼肌肉，可以练举重、做体操以及其他重复伸、屈肌肉的运动。肌肉锻炼可以燃烧热量、增强骨密度、减少受伤，尤其是关节受伤的几率，还能预防骨质疏松。在做举重运动前，先测一下，如果连续举8次你最多能举多重的东西，就从这个重量开始练习。当你可以连续12次举起这个重量时，试试增加5%的重量。注意每次练习时，要连续举8—12次，这样可以达到肌肉最大耐力的70%—80%，锻炼效果较好。每周2—3次，但要避免连续两天锻炼同一组肌肉群，以便让肌肉有充分的恢复时间。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国健身行业发展趋势与市场全景评估报告》共十三章。首先介绍了健身行业市场发展环境、健身整体运行态势等，接着分析了健身行业市场运行的现状，然后介绍了健身市场竞争格局。随后，报告对健身做了重点企业经营状况分析，最后分析了健身行业发展趋势与投资预测。您若想对健身产业有个系统的了解或者想投资健身行业，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 2016-2019年中国健身市场运行环境分析1

一、2016-2019年中国经济发展环境分析1

二、2016-2019年健身市场政策环境分析3

（一）国家政策3

（二）相关产业政策5

(三) 其他政策5

三、2016-2019年健身市场社会环境分析7

(一) 全民健康意识的增强7

(二) 居民收入水平的提高7

第二章 健身的相关概念9

一、健身的定义9

二、健身的目的9

(一) 减肥9

(二) 美容美体10

(三) 强壮身体10

(四) 矫正身姿10

(五) 缓解工作压力11

(六) 其他11

三、健身项目13

(一) 健美操13

(二) 瑜伽13

(三) 舞蹈14

(四) 跆拳道15

(五) 时速单车16

(六) 太极16

(七) 其他17

第三章 健身市场的形成及相关概念综述18

一、健身市场形成的原因18

二、健身市场体系组成部分19

(一) 健身教练培训机构19

(二) 健身器材及服饰20

(三) 健身场所22

(四) 健身教练23

(五) 健身人员24

三、健身市场发展阶段25

- (一) 力量型健身阶段25
- (二) 有氧健身25
- (三) 时尚健身25
- (四) 专业健身25

第四章 2016-2019年国外健身市场发展现状分析27

- 一、2016-2019年国外健身市场发展概述27
 - (一) 国外健身市场现状分析27
 - (二) 国外健身设施情况分析30
 - (三) 国外健身主要项目价格走势分析30
- 二、2016-2019年主要国家健身市场运行情况分析32
- 三、2020-2026年国外健身市场运行趋势分析37

第五章 2016-2019年中国健身市场发展现状分析47

- 一、2016-2019年中国健身市场特征47
- 二、2016-2019年中国健身市场的需求分析51
- 三、2016-2019年中国健身市场供需平衡分析52

第六章 2016-2019年中国商业健身俱乐部市场发展动态分析60

- 一、2016-2019年中国商业健身俱乐部特征60
- 二、2016-2019年中国商业健身俱乐部市场运行情况63
- 三、2016-2019年商业健身俱乐部竞争格局分析69
- 四、2016-2019年中国健身俱乐部发展的制约因素69
- 五、2020-2026年中国健身俱乐部发展趋势72

第七章 2016-2019年中国商业俱乐部热点健身项目分析75

- 一、热点项目特征75
- 二、瑜伽77
 - (一) 流水瑜珈77
 - (二) 古典瑜珈77
 - (三) 高温瑜珈80
 - (四) 混和瑜伽83

三、拉丁舞83

（一）恰恰83

（二）伦巴90

（三）桑巴94

（四）斗牛96

（五）牛仔舞

四、动感单车99

（一）易学99

（二）减脂效果好100

五、水上健身100

（一）水中瑜珈100

（二）水中器械104

（三）水中有氧操104

第八章 中国重点健身俱乐部竞争力分析107

一、中体倍力107

（一）中体倍力概述107

（二）中体倍力战略分析107

二、英派斯108

（一）英派斯概述108

（二）英派斯战略分析109

三、浩泰健身110

（一）浩泰概述110

（二）浩泰战略分析110

四、青鸟111

（一）青鸟概述111

（二）青鸟战略分析112

第九章 2016-2019年中国健身器材市场发展现状分析113

一、2016-2019年中国健身器材的市场特征分析113

二、2016-2019年中国健身器材的需求情况分析分析114

三、2016-2019年中国健身器材的竞争情况117

- (一) 品牌竞争117
- (二) 价格竞争122
- (三) 产品竞争122
- 四、2020-2026年中国健身器材的发展趋势分析123

第十章 2016-2019年国内外健身器材知名品牌介绍125

一、国外健身器材知名品牌125

- (一) 力健125
- (二) 泰诺健126
- (三) 星驰127
- (四) 必确128
- (五) 诺德士129
- (六) 乔山130
- (七) 时保雅131

二、国内健身器材知名品牌132

- (一) 英派斯132
- (二) 万年青133
- (三) 澳瑞特135
- (四) 英吉多142
- (五) 汇康144
- (六) 来跑144

第十一章 2016-2019年中国健身教练培训机构分析146

一、2016-2019年中国健身教练培训机构特征分析146

二、2016-2019年中国健身教练培训机构分布情况147

- (一) 北京健身教练培训机构数量及分布147
- (二) 上海健身教练培训机构数量及分布149
- (三) 广州健身教练培训机构数量及分布149

三、2016-2019年中国健身教练培训机构重点分析149

- (一) 中国健美协会冰凌培训基地149
- (二) 北京精诚育人科技有限公司150
- (三) 帕菲克专业教练培训基地150

（四）亚澳国际高级教练学院151

（五）伊特斯国际健身培训学院151

四、2020-2026年中国健身教练培训机构发展趋势153

第十二章 2016-2019年中国健身市场消费者调查分析161

一、中国健身俱乐部会员属性分析161

二、中国健身器材消费者分析162

三、中国健身培训机构学员分析163

第十三章 2020-2026年中国健身市场投资机会及风险分析165 （）

一、2020-2026年中国健身市场投资环境分析165

二、2020-2026年中国健身市场投资机会分析169

三、2020-2026年中国健身市场投资风险分析172

四、2020-2026年中国健身市场投资建议186

（一）找准市场定位186

（二）以消费者为中心187

（三）谨防盲目的跟进188

（四）稳步扩大市场投资189

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/186821.html>