

2020-2026年中国健身房行业 发展趋势与投资前景分析报告

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年中国健身房行业发展趋势与投资前景分析报告》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/202006/171182.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

当前中国前十大健身房市占率仍较低，前十大健身房总品牌店面数目仅有740家，占市场总体健身房数目的16.4%，剩下的健身房以非连锁为主，约占健身房总数的66.8%。实力较强连锁健身房区域化特点仍然较为明显，与零售等业态受历史遗留原因较难进行跨区域扩张不同，健身房行业并不存在较强的区域壁垒，未来具有较大的整合市场的空间。

中国十大健身连锁品牌

排名	品牌	介绍
1	一兆韦德	成立于2001年，注册资金为4500万人民币。公司员工3000多人，累积服务超过100万会员、每天服务人次超过50000次，已成为中国地区大型健身连锁管理机构。
2	威尔士	成立于1996年，注册资金1000万美元，至今在全国范围内已拥有超过115+家直营专业健身俱乐部，会员人数超过80万。
3	美格菲	香港启康创建投资并从事康体事业发展的商业品牌，五星级运动俱乐部，专业从事大型会员制健身会所的投资，经营和管理。
4	中体倍力	上市公司中体产业和美国倍力公司合作成立的一家高度专业化、规模化、高档次经营健身俱乐部的合资公司。
5	青鸟健身	成立于2000年初，是国内最早采用连锁化经营、最具规模的健身中心，目前全国有16家分店，现有会员35000余名，青鸟健身已成为国内最大、最高档健身中心之一。
6	浩沙	中国健身会所十大品牌，时尚健身运动的著名品牌，中国最早成立的大型连锁健身俱乐部，国际化的多元化产业集团，亚洲地区规模最大的连锁健身俱乐部之一。
7	英派斯	隶属于青岛英派斯集团，公司主要从事全国范围内英派斯健身连锁经营业务，包括：健身运动设备销售、运动营养品经营、健身业务培训、健身俱乐部管理输出、健身俱乐部服务咨询及与健身俱乐部经营相关的其他业务。
8	中航健身	始创于1995年7月，隶属于深圳市中航健身康体有限公司。主要通过直营连锁健康生活方式分店（Wellness® Club）为客户提供运动健身指导、美容保健养护等专业健康解决方案的健康管理与促进服务机构。
9	舒适堡	1986年于香港开办第一家健美中心，迄今已设立67家分店，业务遍布香港及中国，分店占地总面积超过100万平方米，拥有逾50万名客户。
10	星之健身	上海星之健身俱乐部有限公司隶属复星集团，成立于2001年，目前发展成为拥有30多家场馆的大型体育健康休闲集团。包含11家商业会所、18家企业会所、6家社区健身会所、1个足球场等。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国健身房行业发展趋势与投资前景分析报告》共十二章。首先介绍了健身房相关概念及发展环境，接着分析了中国健身房规模及消费需求，然后对中国健身房市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国健身房面临的机遇及发展前景。您若想对中国健身房有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一章世界健身房市场运行现状分析

第一节健身房的健身器分类

一、全身性健身器械

二、局部性健身器械

三、小型健身器械

第二节2018年世界健身房市场发展现状分析

一、世界健身房运行特点分析

二、世界主要地区健身状况分析

三、世界健身者需求情况分析

第三节2020-2026年世界健身房市场发展趋势分析

第二章中国健身房产业发展环境分析

第一节国内健身房经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2018年中国健身房经济发展预测分析

第二节中国健身房行业政策环境分析

第三章中国健身房行业运行状况分析

第一节2018年中国健身房行业发展概述

一、健身房行业特点分析

二、健身房价格分析

三、健身房行业登陆创业板

第二节2018年中国健身房行业运行动态分析

一、日本joyfit连锁健身房首店落户厦门

二、上海金融危机下的健身房行业调查

三、小型健身房投资方案

第三节2018年中国健身房行业发展存在问题分析

第四章中国健身房市场运行态势分析

第一节2018年中国健身房市场运行分析

一、健身房市场动向分析

二、市场需求不断增加

三、南京爆发价格战

第二节2018年中国健身房市场经营状况分析

一、经营模式分析

二、经营特点分析

三、经营战略分析

第五章中国健身房消费市场分析

第一节2018年中国健身房市场消费行为特点分析

一、消费者注重提高生存质量

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2018年中国健身房的营销理念

一、非经营性的体育健身房通常采用生产观念的营销方式

二、专项休闲运动会馆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2018年中国健身房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

第六章中国健身房营销策略分析

第一节注重提高产品质量，树立品牌形象

第二节门票价格制定分析

- 一、根据项目特点来定价
- 二、根据顾客人群收入特点来定价
- 三、定价要有弹性和前瞻性,以防价格战

第三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

第四节宣传方式分析

- 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

第五节关系营销的分析

- 一、建立、保持并加强与俱乐部会员的良好关系,在日常的服务中加强关系营销
- 二、共同开发健身市场,与关联企业展开关系营销
- 三、与政府协调一致,建立政府关系营销

第七章2016-2018年中国健身器材制造所属行业数据监测分析

第一节2016-2018年中国健身器材所属行业总体数据分析

- 一、2016年中国健身器材所属行业全部企业数据分析
- 二、2017年中国健身器材所属行业全部企业数据分析
- 三、2018年中国健身器材所属行业全部企业数据分析

第二节2016-2018年中国健身器材所属行业不同规模企业数据分析

- 一、2016年中国健身器材所属行业不同规模企业数据分析
- 二、2017年中国健身器材所属行业不同规模企业数据分析
- 三、2018年中国健身器材所属行业不同规模企业数据分析

第三节2016-2018年中国健身器材所属行业不同所有制企业数据分析

- 一、2016年中国健身器材所属行业不同所有制企业数据分析
- 二、2017年中国健身器材所属行业不同所有制企业数据分析
- 三、2018年中国健身器材所属行业不同所有制企业数据分析

第八章中国健身房市场竞争格局分析

第一节2018年中国健身房市场竞争现状分析

- 一、品牌竞争分析

二、经营特色竞争分析

三、服务竞争分析

第二节2018年中国健身房产业重点省市竞争分析

一、北京

二、上海

三、深圳

第三节2018年中国健身房提升竞争力策略分析

第九章中国健身房重点企业分析

第一节中体产业集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

第二节青岛英派斯（集团）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

第三节其它健身房分析

一、北京市塑美健身房

二、金牛区香枫健身房

三、杭州市拱墅区活力健身房

四、上海南湾健身房

五、重庆市渝中区天骄健身房

六、爱民健身房

第十章中国健身器材市场运行形势发展分析

第一节2018年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

第二节2018年中国健身器材运行态势分析

一、中国健身器材市场特点及结构

二、中国健身器材市场销售概况

三、健身器材成为新的消费热点

四、厦门成为中国最大健身器材出口基地

五、训练健身器材制造业主要指标分析

第三节2018年中国健身器材行业存在的问题分析

第十一章2020-2026年中国健身房市场发展趋势预测分析

第一节2020-2026年中国健身房行业发展趋势分析

一、产业规模预测分析2015-2020年我国健身房市场规模预测

二、产业集中度预测分析

三、产业服务趋势分析

第二节2020-2026年中国健身房市场发展预测分析

一、训练健身器材制造业预测分析

二、健身器材需求预测分析

第三节2020-2026年中国健身房行业盈利预测分析

第十二章2020-2026年中国健身房行业投资机会与风险分析

第一节2020-2026年中国健身房行业投资环境分析

第二节2020-2026年中国健身房行业投资机会分析

一、健身房投资潜力分析

二、健身房吸引力分析

第三节2020-2026年中国健身房行业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、政策风险分析

三、其它风险分析

图表目录：

图表：2016-2018年国内生产总值

图表：2016-2018年居民消费价格涨跌幅度

图表：2018年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2016-2018年国家外汇储备

图表：2016-2018年财政收入

图表：2016-2018年全社会固定资产投资

图表：2018年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2018年固定资产投资新增主要生产能力

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/171182.html>