

2016-2022年中国健身市场 研究与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国健身市场研究与发展趋势研究报告》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.abaogao.com/b/wenhuatiyu/D04382ZX5V.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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

根据IHRSA发布的2013年全球健身市场调研报告：目前全球共有健身俱乐部153160家，健身会员总数超过1.31亿人，全球健身产业年收入规模达到757.47亿美元。

全球健身产业发展现状 地区 收入：美元 建设俱乐部数量：家 健身会员数：个 欧洲
32022818913 46396 41947250 北美 24396000000 36742 55903000 亚太 13601250000
21658 17033697 拉美 5527333520 46130 14307240 非洲及中东 199718831 2234 2549933
合计 75747121264 153160 131741120 资料来源：智研数据中心整理

2013年中国商业健身俱乐部总数约为5100余家，其中总体20%处于赢利状态，其余大约80%基本在维持或亏损状态。

目前我国健身活动参与频率方面还处于较平，每周参与健身活动少于一次的比例达到了62.58%，超过半数会选择户外健身，而健身房参与健身活为小众，比例仅为6.60%；家庭健身器材使用习惯率不高且使用率偏低，只有30.57%的受访者使用庭健身器材；有12.64%的受访者每天使用一次家身器材。

健身行业研究报告共十三章是智研数据研究中心公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。健身行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了健身行业市场潜在需求与市场机会，报告对健身行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国健身行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 2013-2014年中国健身市场运行环境分析 1

一、2013-2014年中国经济发展环境分析 1

二、2013-2014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、2013-2014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 2013-2014年国外健身市场发展现状分析	27
一、2013-2014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、2013-2014年主要国家健身市场运行情况	32
三、2016-2022年国外健身市场运行趋势分析	37
第五章 2013-2014年中国健身市场发展现状分析	47
一、2013-2014年中国健身市场特征	47
二、2013-2014年中国健身市场的需求分析	51
三、2013-2014年中国健身市场供需平衡分析	52
第六章 2013-2014年中国商业健身俱乐部市场发展动态分析	60
一、2013-2014年中国商业健身俱乐部特征	60
二、2013-2014年中国商业健身俱乐部市场运行情况	63
三、2013-2014年商业健身俱乐部竞争格局分析	69
四、2013-2014年中国健身俱乐部发展的制约因素	69
五、2016-2022年中国健身俱乐部发展趋势	72
第七章 2013-2014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) 混和瑜珈 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 97
- 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 2013-2014年中国健身器材市场发展现状分析 113

- 一、2013-2014年中国健身器材的市场特征分析 113
- 二、2013-2014年中国健身器材的需求情况分析分析 114
- 三、2013-2014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、2016-2022年中国健身器材的发展趋势分析 123

第十章 2013-2014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 2013-2014年中国健身教练培训机构分析 146

- 一、2013-2014年中国健身教练培训机构特征分析 146
- 二、2013-2014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、2013-2014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、2016-2022年中国健身教练培训机构发展趋势 153

第十二章 2013-2014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 2016-2022年中国健身市场投资机会及风险分析 165

- 一、2016-2022年中国健身市场投资环境分析 165
- 二、2016-2022年中国健身市场投资机会分析 169
- 三、2016-2022年中国健身市场投资风险分析 172
- 四、2016-2022年中国健身市场投资建议 (ZY LXY) 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.abaogao.com/b/wenhuatiyu/D04382ZX5V.html>