

# 2017-2022年中国健身行业 全景调研及市场分析预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国健身行业全景调研及市场分析预测报告》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/H47750H5JR.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

健身行业2000年才正式在国内起步，历时10余年，2014年全国规模以上健身俱乐部已发展到5764家，健身人群多达千万人，但是和发达国家相比，这数字确是微乎其微，欧美国家，国家兴建的体育馆很少，其他基本都是私人健身俱乐部，私人健身会所，健身在国外的普及率非常高，发达国家经常去健身房运动人群占20%—30%。随着我国经济的飞速发展，人们生活水平的不断提高，大家的健身意识已经越来越强，人们花在健身上的费用和时间也越来越多。2014年10月，中国政府网公布了《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》，《意见》指出，要加快政府职能转变，进一步简政放权，并将全民健身上升为国家战略。规划到2025年，基本建立布局合理、功能完善、门类齐全的体育产业体系，体育产业总规模超过5万亿元，成为推动经济社会持续发展的重要力量。

随着经济发展和人民生活水平的提高，对科学文明健康生活方式的追求越来越成为人们的重要诉求，根据国家统计局2014年针对20-69岁人群的调研发现，我国有51%的人群进行健身运动，比2013年提高1.5个百分点。2011-2015年我国经常参加体育锻炼的人数不断上升，2015年经常参加体育锻炼的人数达到近4亿人，庞大的健身人口未来将为健身行业带来巨大的需求。《全民健身计划（2016—2020年）》提出，到2020年，参加体育锻炼的人数明显增加，每周参加1次及以上体育锻炼的人数达到7亿，经常参加体育锻炼的人数达到4.35亿。

2011-2020年中国经常参加体育锻炼的人数

不同年龄阶层的消费者对于健身拥有不同诉求：在尼尔森与国家体育总局共同实行的调查中，除了增强体质这个共同的原因外，70、80后重视通过科学系统的运动健身在缓解压力的同时有效预防运动损伤，而85后则重视通过高效的运动内容设计达到塑身修形的效果，90后则将运动作为社交的重要一环，喜欢通过晒运动照、晒运动成果在社交网络中塑造自身健康形象。

经常参加体育锻炼的人数年龄分布

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国健身行业全景调研及市场分析预测报告》共十三章。首先介绍了健身相关概念及发展环境，接着分析了中国健身规模及消费需求，然后对中国健身市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国健身面临的机遇及发展前景。若您想对中国健身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 2014-2016年中国健身市场运行环境分析1

第一节 2014-2016年中国经济发展环境分析1

第二节 2014-2016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

第三节 2014-2016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

第一节 健身的定义9

第二节 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

第三节 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

#### 第一节 健身市场形成的原因18

#### 第二节 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

#### 第三节 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 2014-2016年国外健身市场发展现状分析27

#### 第一节 2014-2016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

#### 第二节 2014-2016年主要国家健身市场运行情况分析32

#### 第三节 2017-2022年国外健身市场运行趋势分析37

### 第五章 2014-2016年中国健身市场发展现状分析47

#### 第一节 2014-2016年中国健身市场特征47

#### 第二节 2014-2016年中国健身市场的需求分析51

#### 第三节 2014-2016年中国健身市场供需平衡分析52

### 第六章 2014-2016年中国商业健身俱乐部市场发展动态分析60

#### 第一节 2014-2016年中国商业健身俱乐部特征60

#### 第二节 2014-2016年中国商业健身俱乐部市场运行情况63

健身俱乐部的服务主要为提供健身指导、教授各种健身技能以及各类健身培训例如舞蹈、体操、各类武术和身体恢复培训等。随着我国生活质量的提高和健康意识的加强，健身俱乐部

数量及会员人数呈现稳定增长态势，根据AASFP对我国60多个城市健身俱乐部统计，2015年，健身俱乐部数量达到4425家，同比增长20.8%，目前商业健身俱乐部一般采用会员制收费，健身房会员总数和健身房收入关联较大，近两年有意愿参与健身运动的人越来越多，会员数量出现了显著的增长。2015年健身俱乐部会员数量达到663.38万人，同比增长21.3%。健身俱乐部会员比例达到1.47%。

2011-2015年中国健身俱乐部数量

2011-2015年中国健身俱乐部会员数量及会员比例

第三节 2014-2016年商业健身俱乐部竞争格局分析69

第四节 2014-2016年中国健身俱乐部发展的制约因素69

第五节 2017-2022年中国健身俱乐部发展趋势72

第七章 2014-2016年中国商业俱乐部热点健身项目分析75

第一节 热点项目特征75

第二节 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

第三节 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

第四节 动感单车99

一、易学99

二、减脂效果好100

第五节 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

### 第一节 中体倍力107

#### 一、中体倍力概述107

#### 二、中体倍力战略分析107

### 第二节 英派斯108

#### 一、英派斯概述108

#### 二、英派斯战略分析109

### 第三节 浩泰健身110

#### 一、浩泰概述110

#### 二、浩泰战略分析110

### 第四节 青鸟111

#### 一、青鸟概述111

#### 二、青鸟战略分析112

## 第九章 2014-2016年中国健身器材市场发展现状分析113

### 第一节 2014-2016年中国健身器材的市场特征分析113

### 第二节 2014-2016年中国健身器材的需求情况分析分析114

数据显示，2011-2015年我国健身器材销售收入分别为265.8亿元、292.1亿元、282.4亿元、324.3亿元、350.2亿元，健身器材销售市场整体呈现上升态势。家用健身器材市场、商用健身器材市场、社区健身器材市场、学校健身器材市场作为目前中国健身器材的主要市场，面临巨大的成长空间。

#### 2011-2015年中国健身器材销售收入

### 第三节 2014-2016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

### 第四节 2017-2022年中国健身器材的发展趋势分析123

## 第十章 2014-2016年国内外健身器材知名品牌介绍125

### 第一节 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

## 第二节 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 2014-2016年中国健身教练培训机构分析146

### 第一节 2014-2016年中国健身教练培训机构特征分析146

### 第二节 2014-2016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

### 第三节 2014-2016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

### 第四节 2017-2022年中国健身教练培训机构发展趋势153

## 第十二章 2014-2016年中国健身市场消费者调查分析161

### 第一节 中国健身俱乐部会员属性分析161

### 第二节 中国健身器材消费者分析162



### 第三节 中国健身培训机构学员分析163

## 第十三章 2017-2022年中国健身市场投资机会及风险分析165 (ZY ZM)

### 第一节 2017-2022年中国健身市场投资环境分析165

### 第二节 2017-2022年中国健身市场投资机会分析169

### 第三节 2017-2022年中国健身市场投资风险分析172

### 第四节 2017-2022年中国健身市场投资建议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

### 图表目录：

图表：2016年俱乐部停业涉及金额前五地区

图表：2016年全国健身俱乐部停业事件时间分布

图表：2014-2016年GDP增长率%

图表：2010-2016年中国健身俱乐部数量

图表：2016年全国省会城市连锁健身俱乐部数量前五城市

图表：2016年全国省会城市连锁健身俱乐部数量

图表：中国健身机构成本构成

图表：深圳市中航健身资产负债

图表：深圳市中航健身利润

图表：深圳市中航健身现金流量

图表：深圳市中航健身偿债能力

图表：青鸟健身加盟提供的支持

图表：2011-2016年中国网民数量

图表：2017-2022年中国健身俱乐部会员数量预测

图表：2017-2022年中国健身行业销售收入预测

图表：2017-2022年中国健身行业净资产收益率增长预测

图表：2017-2022年中国健身行业资产负债率预测

图表：2017-2022年中国健身行业流动比率预测

图表：2017-2022年中国健身行业总资产周转率预测

图表：2017-2022年中国健身行业净利润增长率预测

图表：2009-2016年中国城镇居民家庭平均每百户健身器材拥有量

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/H47750H5JR.html>