

2015-2020年中国健身俱乐部行业深度调研与行业运营态势报告

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

《2015-2020年中国健身俱乐部行业深度调研与行业运营态势报告》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.abaogao.com/b/lyyou/T61651H1R3.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

健身俱乐部的形式分为三种，第一种是在酒店内的健身房，一般都设有游泳池，但面积不大，价格相对较贵，而且人气不足，主要面向酒店客人。第二种是面向中上层收入人群的会员制健身房，这里有先进的设备，周全的课程设置和强大的教练员班底，人气一般颇旺。第三种是大众健身俱乐部，硬件和软件水平相对较低，但人气非常足。

在当今欧美等发达的西方国家，健身已经不再是追求时尚，更重要的是获得健康，它已逐渐的成为人们生活中的一部分，成为生活必需品，健身运动已被越来越多的人所接受，现在在美国，每八人中就有一个在健身，也就是说美国共有3000多万人在健身。据美国商业信息统计，美国的健身俱乐部在2001年增加了869家，从2001年1月的16938家增加到2002年1月的17807家，这使美国的健身俱乐部的数量在美国黄页中所占比率提升了5.1%。据估计2000年底美国的健身俱乐部将接近2万家。也就是说，在美国平均1万多人就拥有一家健身俱乐部。

而我国目前健身俱乐部数量及质量都远远落后于欧美等西方国家，据统计，我国平均100多万人才拥有一家健身俱乐部，但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，各种各样的综合性的大型健身俱乐部随之出现，健身更是为众多的白领上班族所接受。中国的健身产业得到了蓬勃发展，出现了像“北京青鸟健身俱乐部”、“北京月坛天行俱乐部”、“金钥匙国际健身咨询管理管理有限公司”等国内著名的健身俱乐部公司，同时，国外一些大的健身俱乐部集团也开始抢滩中国，像美国的倍力健身集团公司与中国体育产业公司合资开办的“中体倍力健身俱乐部有限公司”已经在北京、沈阳、大连等地开设了5家俱乐部，都获得了成功，美国最大的健身俱乐部连锁集团公司一金吉姆健身俱乐部集团也在上海开设了两家俱乐部，另外还有香港的“美格菲”、台湾的“亚历山大”等大型的健身连锁俱乐部都在北京、上海、广州等发达的各大城市开设了分会馆，雄心勃勃的瞄准了迅速发展中的中国健身产业市场

智研数据研究中心发布的《2015-2020年中国健身俱乐部行业深度调研与行业运营态势报告》共十二章。在对健身俱乐部行业的市场现状、发展环境、全球市场境况、竞争调查、区域竞争调查、企业竞争调查进行全面、细致研究的基础上，并对健身俱乐部行业内重点企业的产品竞争策略和发展动向进行了深入剖析，另外为还对健身俱乐部行业未来市场发展趋势进行了判断，旨在为投资者提供高价值的决策参考。

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。

第一章 2013-2014年全球健身俱乐部产业运行透析

第一节 健身俱乐部的起源

第二节 2013-2014年全球健身俱乐部总体运行概况

一、全球成功的健身俱乐部类型及亮点分析

二、俱乐部再投资与设计

三、健身俱乐部进入了竞争时代

四、全球健身俱乐部的会员激增及续会率分析

五、全球健身俱乐部市场动态分析

第三节 2013-2014年全球主要国家健身俱乐部的运行情况

一、美国

1、美国健身产业年总产值分析

2、美国健身俱乐部的续会率分析

3、美国健身俱乐部资金投入情况

二、日本

三、澳大利亚

四、英国

第四节 2015-2020年全球健身俱乐部产业趋势展望

第二章 2013-2014年中国健身俱乐部运行环境解析

第一节 2013-2014年中国健身俱乐部政策环境分析

一、国家拉动内需、刺激经济发展的政策对健身产业的影响

二、健身教练必须持国家认可证书才能上岗

三、报考健身教练有一定门槛

四、健身教练培训课程综合化

第二节 2013-2014年中国经济环境分析

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、2014年中国宏观经济发展预测分析

第三节 2013-2014年中国健身俱乐部运行的社会环境分析

- 一、中国居民的消费水平
- 二、中国居民的健身意识增强
- 三、人口环境分析
- 四、文化环境分析

第三章 2013-2014年中国健身俱乐部产业运行新形势透析

第一节 2013-2014年中国健身俱乐部产业运行总况

- 一、现阶段的我国健身娱乐市场呈现出多样化的特点
- 二、中国健身产业链逐渐形成
- 三、中国健身产业正是处于高速发展时期
- 四、全国健身俱乐部企业规模分析（包括在建）及增长速度
- 五、民营资本在整个健身产业市场份额
- 六、我国健身俱乐部管理状况

第二节 2013-2014年中国健身产业细分领域运行透析

- 一、全民健身体育活动场所
- 二、专项休闲运动俱乐部
- 三、有氧运动健身中心
- 四、综合健康恢复中心

第三节 2013-2014年中国健身俱乐部市场运行透析

- 一、中国已成为世界上最大的商业健身休闲市场
- 二、中国健身娱乐产品和服务需求市场庞大
- 三、中国健身市场规模

第四节 2013-2014年中国健身俱乐部产业热点问题探讨

第四章 2013-2014年中国健身俱乐部市场经营研究

第一节 2013-2014年中国健身俱乐部的类型分析

- 一、以经营性为主的健身娱乐性俱乐部
- 二、非经营性的体育健身俱乐部
- 三、大众健身及培养青少年的健身俱乐部

第二节 2013-2014年中国健身俱乐部市场体系构建的基本框架分析

- 一、对我国经营性健身俱乐部市场定位的探析
- 二、健身俱乐部管理模式亮点分析

三、健身俱乐部的客服体系

第三节 2013-2014年中国健身俱乐部的盈利渠道分析

一、健身俱乐部盈利渠道分析

二、挖掘二次消费对健身俱乐部的讨论

第四节 2013-2014年中国健身俱乐部市场经营要点解析

一、盲目降价

二、中国健身俱乐部续会率及会员流失情况

三、会籍顾问与教练流动性分析

四、定位问题

第五章 2013-2014年中国健身俱乐部上游行业——训练健身器材行业发展分析

第一节 2013-2014年中国训练健身器材行业运行现状综述

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

第二节 2013-2014年中国训练健身器材制造行业数据监测分析

一、2013-2014年中国训练健身器材制造行业规模分析

二、2014年三季度中国训练健身器材制造行业结构分析

三、2013-2014年中国训练健身器材制造行业产值分析

四、2013-2014年中国训练健身器材制造行业成本费用分析

五、2013-2014年中国训练健身器材制造行业盈利能力分析

第三节 未来中国健身器材的发展趋势分析

第六章 2013-2014年中国健身俱乐部消费市场调研

第一节 2013-2014年中国健身俱乐部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 2013-2014年中国健身俱乐部的市场营销理念

一、非经营性的体育健身俱乐部通常采用生产观念的营销方式

- 二、专项休闲运动俱乐部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 2013-2014年中国健身俱乐部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

第七章 2013-2014年中国健身俱乐部市场营销策略分析研究

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

第八章 2013-2014年中国健身俱乐部竞争新格局分析

第一节 2013-2014年中国健身俱乐部波特五力模型分析

- 一、供应商的讨价还价能力
- 二、消费者讨价还价的能力

三、新进入者的威胁

四、替代品的威胁

五、行业内现有竞争者的竞争

第二节 2013-2014年中国健身俱乐部竞争分析

一、中国健身俱乐部竞争之道

二、外资背景健身俱乐部强势进驻北京

三、地区型健身俱乐部与全国连锁健身俱乐部竞争

第三节 2015-2020年中国健身俱乐部竞争趋势分析

第九章 2013-2014年国外顶尖健身俱乐部竞争力透析

第一节 美国宝力豪(PowerHouseGym)国际健身连锁俱乐部

一、企业基本概况

二、主要服务调查

三、在华运作情况

第二节 韦德伍斯国际健身连锁俱乐部

一、企业基本概况

二、主要服务调查

三、在华运作情况

第三节 WorldGym世界健身连锁俱乐部

一、企业基本概况

二、主要服务调查

三、在华运作情况

第四节 一兆韦德国际健身中心

一、企业基本概况

二、主要服务调查

三、在华运作情况

第十章 2013-2014年中国优势健身俱乐部竞争力分析

第一节 宝迪沃

一、企业基本概况

二、企业竞争力分析

第二节 北京青鸟健身俱乐部

一、企业基本概况

二、企业竞争力分析

第三节 英派斯

一、企业基本概况

二、企业收入及盈利指标

三、企业资产状况分析

五、企业竞争力分析

第四节 力圣美

一、企业基本概况

二、企业竞争力分析

第五节 北京月坛天行俱乐部

一、企业基本概况

二、企业竞争力分析

第六节 金钥匙健身俱乐部

一、企业基本概况

二、企业发展分析

三、企业经营分析

四、企业竞争力分析

第十一章 2015-2020年中国健身俱乐部前景展望与趋势预测分析

第一节 2015-2020年中国健身俱乐部产业前景预测

一、人们健康的需求从被动的治疗型向主动的预防保健型转换

二、健身娱乐市场多元化发展方向

三、体育健身产业在我国还属于处在成长初期的新兴产业

第二节 2015-2020年中国健身俱乐部经营模式趋势预测分析

一、通过网络化及特许经营的方式推向大众化

二、降低服务成本，采用社会营销提高社会效益

三、通过推行大范围的教育培训计划，引导全民的健康消费观念更新

四、积极争取政府的支持，扩大影响力

第三节 2015-2020年中国健身俱乐部市场需求状况预测分析

一、健身俱乐部市场需求状况预测分析

二、健身俱乐部市场盈利预测分析

第十二章 2015-2020年中国健身俱乐部投资前景预测分析

第一节 2015-2020年中国健身俱乐部的投资环境分析

- 一、人民群众对于健身消费需求的剧烈膨胀
- 二、多样性、专业性、全面的服务市场会逐步扩大，服务内容的比重日益增加
- 三、健身娱乐市场可以有效地拉动居民的消费，有望得到政府的进一步支持
- 四、人们健康的需求从被动的治疗型向主动的预防保健型转换

第二节 2015-2020年中国健身俱乐部的投资机会分析

- 一、中国健身俱乐部投资价值研究
- 二、区域投资潜力分析
- 三、与产业相关的投资机会分析

第三节 2015-2020年中国健身俱乐部经营管理控制的建议

- 一、建立服务标准和规范
- 二、重视人员的选拔和培训
- 三、加强与顾客的沟通
- 四、及时处理顾客的投诉

图表目录：（部分）

图表：美国健身市场消费水平

图表：澳大利亚健身市场环境情况

图表：澳大利亚健身市场情况

图表：澳大利亚女性瑜伽图片

图表：澳大利亚健身俱乐部种类

图表：澳洲地区TOP5 连锁健身俱乐部及店数

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

图表：2005-2013年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2013-2014年我国训练健身器材制造行业企业数量增长趋势图

图表：2013-2014年我国训练健身器材制造行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2013-2014年我国训练健身器材制造行业从业人数增长趋势图

图表：2013-2014年我国训练健身器材制造行业资产规模增长趋势图

图表：2014年我国训练健身器材制造行业不同类型企业数量分布图

图表：2014年我国训练健身器材制造行业不同所有制企业数量分布图

图表：2014年我国训练健身器材制造行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2014年我国训练健身器材制造行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2013-2014年我国训练健身器材制造行业产成品增长趋势图

图表：2013-2014年我国训练健身器材制造行业工业销售产值增长趋势图

图表：2013-2014年我国训练健身器材制造行业出货值增长趋势图

图表：2013-2014年我国训练健身器材制造行业销售成本增长趋势图

图表：2013-2014年我国训练健身器材制造行业费用使用统计图

图表：2013-2014年我国训练健身器材制造行业主要盈利指标统计图

图表：2013-2014年我国训练健身器材制造行业主要盈利指标增长趋势图

图表：2015-2020年中国健身俱乐部投资盈利预测分析

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/T61651H1R3.html>