

2017-2022年中国健身行业 市场分析与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

www.chinairr.org

一、报告报价

《2017-2022年中国健身行业市场分析与投资前景预测报告》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.chinairr.org/report/R09/R0905/201704/25-230019.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

近年来，健身行业正在蓬勃发展，是人们公认的朝阳行业，随着我国的中产阶级人数的增长以及可支配收入的增加，我国健身行业发展迅速。这个以往看来略显小资的事情，成为了当下众多年轻人的新宠，越来越多注重身体健康的人走进健身房。

我国经常参加体育锻炼的人数逐年攀升，总体呈现持续上升态势。2015年，我国经常参加体育锻炼的人数近4亿人。这些经常参加锻炼的人中，相当一部分是健身房的会员，随着健身房行业逐渐走向成熟，庞大的健身人口将为行业带来巨大的需求。

未来健身房市场规模还将进一步扩大，在美国，每八个人中就有一个在健身，平均1万多人就拥有一家俱乐部，而我国平均100万人还不到1个，这意味着我国健身房市场还有较大潜力尚待开发。咨询产业研究员陈盛华认为，当前健身已经逐渐成为人们的生活习惯，健身房的市场价值将会进一步释放，未来将有很大的市场空间。

报告目录

第一章 国内健身行业品牌发展环境分析

第一节 产品/行业特征

一、产品/行业定义

二、产品/行业消费特征

第二节 经济环境特征

一、中国GDP分析

二、固定资产投资

三、恩格尔系数分析

第三节 政策环境特征

一、国家宏观调控政策分析

二、健身行业相关政策分析

第四节 健身行业竞争特征

一、国内外品牌竞争格局

二、行业进入壁垒分析

三、可替代品威胁分析

第五节 健身行业技术环境特征

第二章 国内健身行业品牌产品市场规模分析

第一节 2011-2016年健身市场规模分析

第二节 我国健身区域结构分析

第三节 健身区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第四节 2017-2022年健身市场规模预测

第三章 2011-2016年国内健身行业品牌需求与消费者偏好调查

第一节 健身产量统计分析

第二节 健身历年消费量统计分析

第三节 国内健身行业品牌产品平均价格走势分析

第四节 健身产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第五节 健身产品的品牌市场调查

一、消费者对健身品牌认知度宏观调查

二、消费者对健身产品的品牌偏好调查

三、消费者对健身品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、健身品牌忠诚度调查

六、健身品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第六节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第四章 国内健身行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节 销售渠道特征分析

一、供需渠道定义

二、供需渠道格局

三、供需渠道形式

四、供需渠道要素对比

第二节 销售渠道对健身行业品牌发展的重要性

第三节 健身行业销售渠道的重要环节分析

一、批发商

二、零售商（无店铺零售、店铺零售）

三、代理商

第四节 中国健身行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析

一、华东

二、中南

三、华北

四、西部

第五节 销售渠道发展趋势分析

一、渠道运作趋势发展

二、渠道支持趋势发展

三、渠道格局趋势发展

四、渠道结构扁平化趋势发展

第六节 销售渠道策略分析

一、直接渠道或间接渠道的营销策略

二、长渠道或短渠道的营销策略

三、宽渠道或窄渠道的营销策略

四、单一销售渠道和多销售渠道策略

五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第七节 销售渠道决策的评估方法

一、销售渠道评估数学模型介绍

二、财务评估法介绍

三、交易成本评估法介绍

四、经验评估法介绍

第八节 国内健身行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析

一、国内生产企业投资运作模式

二、国内营销企业投资运作模式

三、外销与内销优势分析

第五章 国内健身行业进出口市场情况分析

第一节 2011-2016年国内健身行业进出口量分析

一、国内健身行业进口分析

二、国内健身行业出口分析

第二节 2017-2022年国内健身行业进出口市场预测分析

一、2017-2022年国内健身行业进口预测

二、2017-2022年国内健身行业出口预测

第六章 国内健身行业优势品牌企业分析

第一节 企业分析

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第二节 企业分析

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第三节 企业分析

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第四节 企业分析

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第五节 企业分析

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、近三年企业销售收入分析

四、近三年企业盈利能力分析

五、近三年公司产品变化

六、近三年品牌市场份额变化

七、公司品牌竞争策略

第七章 国内健身行业品牌竞争格局分析

第一节 健身行业历史竞争格局概况

一、健身行业集中度分析

二、健身行业竞争程度分析

第二节 健身行业企业竞争状况分析

一、领导企业的市场力量

二、其他企业的竞争力

第三节2017-2022年国内健身行业品牌竞争格局展望

第八章2017-2022年国内健身行业品牌发展预测

第一节2017-2022年健身行业品牌市场财务数据预测

一、2017-2022年健身行业品牌市场规模预测

二、2017-2022年健身行业总产值预测

三、2017-2022年健身行业利润总额预测

四、2017-2022年健身行业总资产预测

第二节2017-2022年健身行业供需预测

一、2017-2022年健身产量预测

二、2017-2022年健身需求预测

三、2017-2022年健身供需平衡预测

五、2017-2022年主要健身产品进出口预测

第三节2017-2022年健身行业投资机会

一、2017-2022年健身行业主要领域投资机会

二、2017-2022年健身行业出口市场投资机会

三、2017-2022年健身行业企业的多元化投资机会

第四节 影响健身行业发展的主要因素

一、2017-2022年影响健身行业运行的有利因素分析

二、2017-2022年影响健身行业运行的稳定因素分析

三、2017-2022年影响健身行业运行的不利因素分析

四、2017-2022年我国健身行业发展面临的挑战分析

五、2017-2022年我国健身行业发展面临的机遇分析

第五节2017-2022年健身行业投资风险及控制策略分析

一、健身行业市场风险及控制策略

二、健身行业政策风险及控制策略

三、健身行业经营风险及控制策略

四、健身行业技术风险及控制策略

五、健身行业同业竞争风险及控制策略

六、健身行业其他风险及控制策略

第九章 2017-2022年国内健身行业品牌投资价值与投资策略分析

第一节 行业SWOT模型分析

一、优势分析

二、劣势分析

三、机会分析

四、风险分析

第二节 健身行业发展的PEST分析

一、政治和法律环境分析

二、经济发展环境分析

三、社会、文化与自然环境分析

四、技术发展环境分析

第三节 健身行业投资价值分析

一、2011-2016年健身市场趋势总结

二、2017-2022年健身发展趋势分析

三、2017-2022年健身市场发展空间

四、2017-2022年健身产业政策趋向

五、2017-2022年健身技术革新趋势

六、2017-2022年健身价格走势分析

第四节 健身行业投资风险分析

一、宏观调控风险

二、行业竞争风险

三、供需波动风险

四、技术创新风险

五、经营管理风险

六、其他风险

第五节 健身行业投资策略分析

一、重点投资品种分析

二、重点投资地区分析

三、项目投资建议

第十章 业内专家对国内健身行业总结及企业经营战略建议

第一节 健身行业问题总结

第二节2017-2022年健身行业企业的标杆管理

一、国内企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第三节2017-2022年健身行业企业的资本运作模式

一、健身行业企业国内资本市场的运作建议

二、健身行业企业海外资本市场的运作建议

第四节2017-2022年健身行业企业营销模式建议

一、健身行业企业的国内营销模式建议

二、健身行业企业海外营销模式建议

第五节健身市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

图表目录：

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：2016年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2016年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2017-2022年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2017-2022年中国GDP增速预测

图表：健身行业产业链

图表：我国健身行业企业数量增长趋势图

图表：我国健身行业亏损企业数量增长趋势图
图表：我国健身行业从业人数增长趋势图
图表：我国健身行业资产规模增长趋势图
图表：我国健身行业产成品增长趋势图
图表：我国健身行业工业销售产值增长趋势图
图表：我国健身行业销售成本增长趋势图
图表：我国健身行业费用使用统计图
图表：我国健身行业主要盈利指标统计图
图表：我国健身行业主要盈利指标增长趋势图
图表：健身行业市场供给分析
图表：健身行业市场需求分析
图表：健身行业市场规模分析
图表：健身所属行业生命周期判断分析
图表：健身所属行业区域市场分布情况分析
图表：2017-2022年中国健身行业市场规模分析预测
图表：2017-2022年中国健身行业供给分析预测
图表：2017-2022年中国健身行业需求分析预测
图表：2017-2022年中国健身行业毛利率分析预测
图表：……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0905/201704/25-230019.html>