

2020-2026年中国健身市场 研究与投资方向研究报告

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

《2020-2026年中国健身市场研究与投资方向研究报告》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.chinairr.org/report/R09/R0905/202004/28-345386.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

健身行业2000年才正式在国内起步，历时10余年，2019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。2019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。

健身行业是“朝阳产业”，但现阶段在发展中却出现了很多新问题。健身俱乐部缺乏统一行业标准与管理规范，价格战频发加深行业在社会的信任危机，会员流失严重续会率偏低，缺乏优秀人才，员工流动性大，商业盈利模式单一，主要靠会员卡（主要为年卡形式）的销售，盈利不稳定。2019年至今，经营者们越来越理性，寻求差异化、提升服务、健康管理理念、运动康复结合等特点催促着行业的新一轮洗牌。行业的发展趋势朝着专业管理化、个性化服务、融合性创、网络化营销趋势、品牌化发展趋势、连锁化经营方向发展。

中国大多数健身俱乐部投资人、经营者还处于摸着石头过河的阶段，而城市化的高速发展与对健康与高品质生活的追求不断升级，经过近些年的发展，成就了目前健身产业这一庞大市场。2019年是智能穿戴设备的首年，智能穿戴设备的发展对健身行业的影响巨大，通过设备监测了解身体状况，方便我们知道自己身体方面的不足，促使消费者加大健身锻炼力度，推动健身行业的发展。

报告目录

第一部分 健身行业发展现状

第一章 2018-2019年中国健身行业分析

第一节 2018-2019年中国健身行业发展概况

一、中国健身行业发展概况

二、2019年中国健身行业发展概况

第二节 2018-2019年中国健身行业总体运行情况

一、2018-2019年中国健身企业数量及分布

二、2018-2019年中国健身行业从业人员统计

第三节 宏观经济情况

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格水平

三、全国居民收入情况

四、交通、邮电和旅游

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、金融情况

九、对外贸易&进出口

十、社会环境分析

第二章 2018-2019年中国健身行业规模分析

第一节 2018-2019年中国健身行业资产负债状况分析

一、2018-2019年中国健身行业总资产状况分析

二、2018-2019年中国健身行业应收账款状况分析

三、2018-2019年中国健身行业流动资产状况分析

四、2018-2019年中国健身行业负债状况分析

第二节 2018-2019年中国健身行业销售及利润分析

一、2018-2019年中国健身行业销售收入分析

二、2018-2019年中国健身行业产品销售税金情况

三、2018-2019年中国健身行业利润增长情况

四、2018-2019年中国健身行业亏损情况

第二部分 健身行业深度分析

第三章 2018-2019年中国健身行业成本费用分析

第一节 2018-2019年中国健身行业成本费用结构分析

第二节 2018-2019年中国健身行业销售成本情况

第三节 2018-2019年中国健身行业销售费用情况

第四节 2018-2019年中国健身行业管理费用情况

第五节 2018-2019年中国健身行业财务费用情况

第四章 2018-2019年中国健身行业区域结构分析

第一节 2018-2019年东北地区健身行业市场现状分析

第二节 2018-2019年华北地区健身行业市场现状分析

第三节 2018-2019年华东地区健身行业市场现状分析

第四节 2018-2019年华南地区健身行业市场现状分析

第五节 2018-2019年华中地区健身行业市场现状分析

第六节 2018-2019年西北地区健身行业市场现状分析

第七节 2018-2019年西南地区健身行业市场现状分析

第五章 2018-2019年中国健身行业整体评价

第一节 2018-2019年中国健身行业盈利能力

一、2018-2019年中国健身行业毛利率

二、2018-2019年中国健身行业资产利润率

三、2018-2019年中国健身行业销售利润率

四、2018-2019年中国健身行业成本费用利润率

第二节 2018-2019年中国健身行业偿债能力

第三节 行业重点企业分析

一、深圳市中航健身时尚股份有限公司

二、北京青鸟健身有限公司

三、一兆韦德

四、浩沙健身俱乐部

五、舒适堡美容健美中心

六、上海金仕堡体育发展有限公司

第四节 相关行业发展分析

第五节 健康服务行业

第三部分 健身行业投资前景

第六章 中国健身行业投资与发展前景分析

第一节 中国健身行业投资机会分析

一、可以投资的中国健身模式

二、2020-2026年中国健身投资机会

第二节 2020-2026年中国健身行业发展预测分析

一、未来中国健身发展分析

二、未来中国健身行业技术开发方向

三、总体行业“十三五”预测

第三节 2020-2026年中国健身行业市场规模预测

第七章 2020-2026年投资风险分析

第一节 中国健身行业存在的瓶颈

第二节 竞争风险分析

第三节 市场风险分析

第四节 管理风险分析

第五节 投资风险分析

第八章 观点与结论

第一节 中国健身行业营销策略分析及建议

一、中国健身行业营销模式

二、中国健身行业营销策略

第二节 行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第三节 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、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

第四节 健身行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、产业规划

三、品牌营销战略

四、竞争战略规划

五、市场细分策略

六、创新战略

七、差异化战略

图表目录

图表：2018-2019年中国健身俱乐部数量

图表：全国省会城市连锁健身俱乐部数量前五城市

图表：全国省会城市连锁健身俱乐部数量情况

图表：2018-2019年中国健身行业从业人数

图表：2019年1-3季度GDP初步核算数据

图表：2018-2019年3季度GDP环比和同比增长速度

图表：2018-2019年国内生产总值及增长速度

图表：2019年10月全国居民消费价格涨跌幅

图表：2019年10月猪牛羊价格涨跌幅

图表：2019年10月果蔬消费价格涨跌幅

图表：2019年10月居民消费价格总水平同比涨幅

图表：2019年10月居民消费价格总水平类比涨幅

图表：2019年10月居民消费价格主要数据

图表：2019年10月中国非制造业商务活动指数

图表：2019年10月中国非制造业PMI主要指数（经季节调整）

图表：2019年10月中国非制造业PMI其他指数（经季节调整）

图表：2019年10月中国制造业采购经理指数

图表：2019年10月中国制造业PMI及构成指数（经季节调整）

图表：2019年10月中国制造业相关指标情况（经季节调整）

图表：2019年10月工业生产者出厂价格涨幅

图表：2019年10月工业生产者购进价格涨幅

图表：2019年10月生产资料出厂价格涨幅

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0905/202004/28-345386.html>