

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>