

# 2021-2027年中国健身行业 研究与市场全景评估报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国健身行业研究与市场全景评估报告》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/R13/R1303/202107/14-417975.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](mailto: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

2018年中国商业健身市场规模达983亿，近年复合增速超12%，远高于成熟健身市场国家。而在经常参与锻炼人口数量亦是逐年攀升，预计2020年占比将达39.2%，达到4.3亿人。从健身人群特征来看，女性参与占比达67.7%远高于男性；年龄分布方面，30岁以下占整体健身人群比重超过一半；而在经济实力上，大部分健身人群为中高及以上水平。

健身人群年龄分布

数据来源：公开资料整理

健身人群消费能力分布

数据来源：公开资料整理

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国健身行业研究与市场全景评估报告》共十四章。首先介绍了健身行业市场发展环境、健身整体运行态势等，接着分析了健身行业市场运行的现状，然后介绍了健身市场竞争格局。随后，报告对健身做了重点企业经营状况分析，最后分析了健身行业发展趋势与投资预测。您若想对健身产业有个系统的了解或者想投资健身行业，本报告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 健身行业发展综述

1.1 健身行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 健身行业特征分析

1.2.1 产业链分析

- 1.2.2 健身行业在国民经济中的地位
- 1.2.3 健身行业生命周期分析
  - (1) 行业生命周期理论基础
  - (2) 健身行业生命周期
- 1.3 最近3-5年中国健身行业经济指标分析
  - 1.3.1 赢利性
  - 1.3.2 成长速度
  - 1.3.3 附加值的提升空间
  - 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制
  - 1.3.5 风险性
  - 1.3.6 行业周期
  - 1.3.7 竞争激烈程度指标
  - 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

## 第二章 健身行业运行环境分析

- 2.1 健身行业政治法律环境分析
  - 2.1.1 行业管理体制分析
  - 2.1.2 行业主要法律法规
  - 2.1.3 行业相关发展规划
- 2.2 健身行业经济环境分析
  - 2.2.1 国际宏观经济形势分析
  - 2.2.2 国内宏观经济形势分析
  - 2.2.3 产业宏观经济环境分析
- 2.3 健身行业社会环境分析
  - 2.3.1 健身产业社会环境
  - 2.3.2 社会环境对行业的影响
  - 2.3.3 健身产业发展对社会发展的影响
- 2.4 健身行业技术环境分析
  - 2.4.1 健身技术分析
  - 2.4.2 健身技术发展水平
  - 2.4.3 行业主要技术发展趋势

## 第三章 我国健身所属行业运行分析

### 3.1 我国健身行业发展状况分析

#### 3.1.1 我国健身行业发展阶段

#### 3.1.2 我国健身行业发展总体概况

#### 3.1.3 我国健身行业发展特点分析

### 3.2 2015-2019年健身行业发展现状

健身俱乐部数量和会员数量迅速增长。随着近年来健身人口的快速增长和专业化指导需求加剧，新一轮的健身风潮带动行业出现复苏迹象，健身俱乐部数量实现井喷式增长。2017年我国健身俱乐部数量已经达到46050家，与美国的44633家健身俱乐部相比，已经非常接近美国水平；2017年，我国会员数量增至4327万人，与美国的6648万人还有一定的差距。

#### 中美俱乐部产业对比

数据来源：公开资料整理

#### 3.2.1 2015-2019年我国健身行业市场规模

#### 3.2.2 2015-2019年我国健身行业发展分析

#### 3.2.3 2015-2019年中国健身企业发展分析

### 3.3 区域市场分析

#### 3.3.1 区域市场分布总体情况

#### 3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析

### 3.4 健身细分产品/服务市场分析

#### 3.4.1 细分产品/服务特色

#### 3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

#### 3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

### 3.5 健身产品/服务价格分析

#### 3.5.1 2015-2019年健身价格走势

#### 3.5.2 影响健身价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

#### 3.5.3 2021-2027年健身产品/服务价格变化趋势

### 3.5.4 主要健身企业价位及价格策略

## 第四章 我国健身所属行业整体运行指标分析

### 4.1 2015-2019年中国健身所属行业总体规模分析

#### 4.1.1 企业数量结构分析

#### 4.1.2 人员规模状况分析

#### 4.1.3 所属行业资产规模分析

#### 4.1.4 行业市场规模分析

### 4.2 2015-2019年中国健身所属行业产销情况分析

#### 4.2.1 我国健身所属行业工业总产值

#### 4.2.2 我国健身所属行业工业销售产值

#### 4.2.3 我国健身所属行业产销率

### 4.3 2015-2019年中国健身所属行业财务指标总体分析

#### 4.3.1 所属行业盈利能力分析

#### 4.3.2 所属行业偿债能力分析

#### 4.3.3 行业营运能力分析

#### 4.3.4 行业发展能力分析

## 第五章 我国健身行业供需形势分析

### 5.1 健身行业供给分析

#### 5.1.1 2015-2019年健身行业供给分析

#### 5.1.2 2021-2027年健身行业供给变化趋势

#### 5.1.3 健身行业区域供给分析

### 5.2 2015-2019年我国健身行业需求情况

#### 5.2.1 健身行业需求市场

#### 5.2.2 健身行业客户结构

#### 5.2.3 健身行业需求的地区差异

### 5.3 健身市场应用及需求预测

#### 5.3.1 健身应用市场总体需求分析

##### (1) 健身应用市场需求特征

##### (2) 健身应用市场需求总规模

#### 5.3.2 2021-2027年健身行业领域需求量预测

(1) 2021-2027年健身行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2021-2027年健身行业领域需求产品/服务市场格局预测

### 5.3.3 重点行业健身产品/服务需求分析预测

## 第六章 健身行业产业结构分析

### 6.1 健身产业结构分析

#### 6.1.1 市场细分充分程度分析

#### 6.1.2 各细分市场领先企业排名

#### 6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

#### 6.1.4 领先企业的结构分析(所有制结构)

### 6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

#### 6.2.1 产业价值链的构成

#### 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

### 6.3 产业结构发展预测

#### 6.3.1 产业结构调整指导政策分析

#### 6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

#### 6.3.3 中国健身行业参与国际竞争的战略市场定位

#### 6.3.4 产业结构调整方向分析

## 第七章 我国健身行业产业链分析

### 7.1 健身行业产业链分析

#### 7.1.1 产业链结构分析

#### 7.1.2 主要环节的增值空间

#### 7.1.3 与上下游行业之间的关联性

### 7.2 健身上游行业分析

#### 7.2.1 健身产品成本构成

#### 7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状

#### 7.2.3 2021-2027年上游行业发展趋势

#### 7.2.4 上游供给对健身行业的影响

### 7.3 健身下游行业分析

#### 7.3.1 健身下游行业分布

#### 7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状

7.3.3 2021-2027年下游行业发展趋势

7.3.4 下游需求对健身行业的影响

## 第八章 我国健身行业渠道分析及策略

8.1 健身行业渠道分析

8.1.1 渠道形式及对比

8.1.2 各类渠道对健身行业的影响

8.1.3 主要健身企业渠道策略研究

8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 健身行业用户分析

8.2.1 用户认知程度分析

8.2.2 用户需求特点分析

8.2.3 用户购买途径分析

8.3 健身行业营销策略分析

8.3.1 中国健身营销概况

8.3.2 健身营销策略探讨

8.3.3 健身营销发展趋势

## 第九章 我国健身行业竞争形势及策略

9.1 行业总体市场竞争状况分析

9.1.1 健身行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

9.1.2 健身行业企业间竞争格局分析

9.1.3 健身行业集中度分析

9.1.4 健身行业SWOT分析

9.2 中国健身行业竞争格局综述

9.2.1 健身行业竞争概况



- (1) 中国健身行业竞争格局
- (2) 健身行业未来竞争格局和特点
- (3) 健身市场进入及竞争对手分析

#### 9.2.2 中国健身行业竞争力分析

- (1) 我国健身行业竞争力剖析
- (2) 我国健身企业市场竞争的优势
- (3) 国内健身企业竞争能力提升途径

#### 9.2.3 健身市场竞争策略分析

### 第十章 健身行业领先企业经营形势分析

#### 10.1 深圳市中航健身时尚股份有限公司

##### 10.1.1 企业概况

##### 10.1.2 企业优势分析

##### 10.1.3 产品/服务特色

##### 10.1.4 公司经营状况

##### 10.1.5 公司发展规划

#### 10.2 北京青鸟健身有限公司

##### 10.2.1 企业概况

##### 10.2.2 企业优势分析

##### 10.2.3 产品/服务特色

##### 10.2.4 公司经营状况

##### 10.2.5 公司发展规划

#### 10.3 一兆韦德

##### 10.3.1 企业概况

##### 10.3.2 企业优势分析

##### 10.3.3 产品/服务特色

##### 10.3.4 公司经营状况

##### 10.3.5 公司发展规划

#### 10.4 浩沙健身俱乐部

##### 10.4.1 企业概况

##### 10.4.2 企业优势分析

##### 10.4.3 产品/服务特色

- 10.4.4 公司经营状况
- 10.4.5 公司发展规划
- 10.5 舒适堡美容健美中心
  - 10.5.1 企业概况
  - 10.5.2 企业优势分析
  - 10.5.3 产品/服务特色
  - 10.5.4 公司经营状况
  - 10.5.5 公司发展规划
- 10.6 上海金仕堡体育发展有限公司
  - 10.6.1 企业概况
  - 10.6.2 企业优势分析
  - 10.6.3 产品/服务特色
  - 10.6.4 公司经营状况
  - 10.6.5 公司发展规划

## 第十一章 2021-2027年健身行业投资前景

- 11.1 2021-2027年健身市场发展前景
  - 11.1.1 2021-2027年健身市场发展潜力
  - 11.1.2 2021-2027年健身市场发展前景展望
  - 11.1.3 2021-2027年健身细分行业发展前景分析
- 11.2 2021-2027年健身市场发展趋势预测
  - 11.2.1 2021-2027年健身行业发展趋势
  - 11.2.2 2021-2027年健身市场规模预测
  - 11.2.3 2021-2027年健身行业应用趋势预测
  - 11.2.4 2021-2027年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2021-2027年中国健身行业供需预测
  - 11.3.1 2021-2027年中国健身行业供给预测
  - 11.3.2 2021-2027年中国健身行业需求预测
  - 11.3.3 2021-2027年中国健身供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
  - 11.4.1 市场整合成长趋势
  - 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

- 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
- 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
- 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

## 第十二章 2021-2027年健身行业投资机会与风险

- 12.1 健身行业投融资情况
  - 12.1.1 行业资金渠道分析
  - 12.1.2 固定资产投资分析
  - 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 2021-2027年健身行业投资机会
  - 12.2.1 产业链投资机会
  - 12.2.2 细分市场投资机会
  - 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2021-2027年健身行业投资风险及防范
  - 12.3.1 政策风险及防范
  - 12.3.2 技术风险及防范
  - 12.3.3 供求风险及防范
  - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
  - 12.3.5 关联产业风险及防范
  - 12.3.6 产品结构风险及防范
  - 12.3.7 其他风险及防范

## 第十三章 健身行业投资战略研究

- 13.1 健身行业发展战略研究
  - 13.1.1 战略综合规划
  - 13.1.2 技术开发战略
  - 13.1.3 业务组合战略
  - 13.1.4 区域战略规划
  - 13.1.5 产业战略规划
  - 13.1.6 营销品牌战略
  - 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国健身品牌的战略思考

- 13.2.1 健身品牌的重要性
- 13.2.2 健身实施品牌战略的意义
- 13.2.3 健身企业品牌的现状分析
- 13.2.4 我国健身企业的品牌战略
- 13.2.5 健身品牌战略管理的策略
- 13.3 健身经营策略分析
  - 13.3.1 健身市场细分策略
  - 13.3.2 健身市场创新策略
  - 13.3.3 品牌定位与品类规划
  - 13.3.4 健身新产品差异化战略
- 13.4 健身行业投资战略研究
  - 13.4.1 2019年健身行业投资战略
  - 13.4.2 2021-2027年健身行业投资战略
  - 13.4.3 2021-2027年细分行业投资战略

## 第十四章 研究结论及投资建议

- 14.1 健身行业研究结论
- 14.2 健身行业投资价值评估
- 14.3 健身行业投资建议
  - 14.3.1 行业发展策略建议
  - 14.3.2 行业投资方向建议
  - 14.3.3 行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1303/202107/14-417975.html>