

# 2021-2027年中国休闲健身 行业深度研究与投资可行性报告

## 报告目录及图表目录

# 一、报告报价

《2021-2027年中国休闲健身行业深度研究与投资可行性报告》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/R0904/202108/31-425066.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

全球健身人口平均渗透率为3.7%，即有全球总人口的3.7%定期参与健身活动。2018年，健身成员共花费约1086亿美元，平均每人花费了384美元。在全球健身市场中，约有1.9亿人在商业健身房会员卡、课程和培训上花钱，总计支出831亿美元。另外有5800万左右的人选择了低消费或免费的健身场所，如公共健身房、免费的户外健身和健身班、大学健身中心等。人们对健身的兴趣一直在增长，新的商业模式(如豪华健身、廉价健身房、24小时健身房、精品工作室、小型团体培训等)在世界各地激增，以满足不同的需求、偏好和支付能力。至2019年5月全球健身俱乐部的收入总额为940亿美元，预计到2030年，健身场所的会员人数有望达到2.3亿人。全球健身产业规模（十亿美元）

-

健身渗透率

健身产业规模

美国

29.30%

\$37.00

英国

17.30%

\$6.30

德国

16.50%

\$6.10

日本

7.80%

\$5.60

中国

0.80%

\$5.50

澳大利亚

24.30%

\$3.90

加拿大

26.40%

\$3.50                      数据来源：公开资料整理

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国休闲健身行业深度研究与投资可行性报告》共十一章。首先介绍了休闲健身行业市场发展环境、休闲健身整体运行态势等，接着分析了休闲健身行业市场运行的现状，然后介绍了休闲健身市场竞争格局。随后，报告对休闲健身做了重点企业经营状况分析，最后分析了休闲健身行业发展趋势与投资预测。您若想对休闲健身产业有个系统的了解或者想投资休闲健身行业，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 休闲健身相关背景概述

### 第一节 休闲与休闲健身

#### 一、休闲

#### 二、休闲运动与健身

### 第二节 休闲健身运动的生理机制

### 第三节 休闲运动对人身心的影响

#### 一、加强人的文明意识与道德修养

#### 二、有效地调节人的情绪状态

#### 三、提高人体适应环境的能力

#### 四、提高身体基本活动能力

#### 五、可以发展良好的心理品质

### 第四节 休闲健身运动的基本特点

#### 一、具有自主性

#### 二、高度的娱乐性

#### 三、锻炼效果实效性

#### 四、具有很强的社会性

#### 五、增长知识、锻炼意志

### 第五节 休闲健身运动的基本要素

#### 一、要有科学的余暇价值观

- 二、要保持积极的心理状态
- 三、要善于与运动伙伴合作
- 四、要善于学习休闲健身运动的知识
- 五、要结合自己的特点
- 六、要有安全意识

## 第二章 休闲健身的内容与作用

### 第一节 现代休闲健身的内容

- 一、以达到一定目的为内容的休闲健身活动
- 二、体育项目休闲健身活动

### 第二节 休闲健身的作用

- 一、提高文化素养
- 二、改善人际关系
- 三、发展个性,增强适应社会的能力

## 第三章 国外休闲健身项目

### 第一节 澳大利亚人：与鸵鸟一起休闲

### 第二节 美国人：静思想健身美容

### 第三节 韩国人：饭后稍休息，再去“百步走”

### 第四节 奥地利人：向自然物质疗法要健康

### 第五节 瑞士人不掷铅球掷石头

### 第六节 西班牙人：与海水一起共度休闲时光

## 第四章 现代生活方式与休闲健身运动

### 第一节 现代生活方式与“文明病”的产生

### 第二节 休闲健身运动是现代生活的重要组成部分

### 第三节 我国休闲健身运动的现状和功能

- 一、休闲运动和人的文明意识与道德修养
- 二、休闲运动有效地调节人的情绪状态
- 三、休闲运动提高人适应环境的能力
- 四、休闲运动提高人体基本活动能力
- 五、休闲运动可以培养良好的心理品质

## 第五章 城市休闲健身运动的可持续发展

### 第一节 媒介的宣传促进了全民休闲健身意识的提高

### 第二节 经济的发展给城市休闲健身运动的发展奠定了基础

#### 一、沿海城市休闲健身运动的大发展

#### 二、城市休闲健身运动业的发展

### 第三节 促进城市休闲健身运动可持续发展的建议

#### 一、继续加强大众媒介的宣传，提高全民休闲健身意识

#### 二、坚持休闲健身运动多元化、趣味化、娱乐化

#### 三、发展休闲健身运动产业

人们越来越关注生活工作学习中亚健康问题，提升健康意识逐渐强烈对运动健身需求增长，推动着运动健身产业发展。2014年-2018年，运动健身产业产值逐步增长，智能科技的有效赋能增强用户体验，预计2019年健身产值会增长至1740.5亿乙元，但因2018年至现今大环境经济不乐观因素，健身产业环比增长率呈下降态势。2012-2019E中国健身产业值及环比增长率

数据来源：公共资料整理

#### 四、培养休闲健身运动产业经营、管理、中介等方面的人才

## 第六章 休闲项目对城市休闲适宜性的价值评价

### 第一节 城市休闲项目的类型

### 第二节 休闲项目影响城市休闲适宜性的构成要素

#### 一、休闲项目的类别特征

#### 二、休闲体验性价值

#### 三、休闲项目的限制性程度

### 第三节 休闲项目对城市休闲适宜性贡献的定量研究

#### 一、构建城市休闲适宜性计算公式

#### 二、指标的确定方法

### 第四节 结论和启示

#### 一、休闲项目越多，城市休闲适宜性程度往往越大

#### 二、尽可能降低休闲项目的消费门槛和限制性程度

#### 三、要有选择性地建设休闲项目

#### 四、为不同城市休闲适宜性程度比较提供参考依据

## 第七章 现阶段我国休闲体育发展

### 第一节 休闲体育的含义

### 第二节 休闲体育的社会价值

- 一、促进人们身心健康
- 二、娱乐享受，促进人际交往
- 三、有利于实施和健全终身体育
- 四、促进社会经济的快速发展

### 第三节 休闲体育在我国兴起的必然性

- 一、人口结构的变化
- 二、经济发展水平的提高
- 三、余暇时间增多

### 第四节 休闲体育发展的情况

- 一、发展现状
- 二、发展前景

### 第五节 发展休闲体育的建议

- 一、建立专门的机构，加强管理
- 二、加大宣传力度，增加资金投入和场馆建设
- 三、加强产品开发和拓宽研究领域，满足不同人群的需求
- 四、重视环境保护，提高环保意识

## 第八章 现阶段中国休闲体育发展面临的机遇与挑战

### 第一节 我国休闲体育发展面临的机遇

- 一、社会转型和市场经济的发展
- 二、我国人口数量、质量、结构发生了较大的变化
- 三、信息时代的来临带来休闲意识的增强

### 第二节 我国休闲体育发展面临的挑战

- 一、体育管理制度亟待健全
- 二、休闲体育专业人才的缺乏
- 三、休闲体育的形式与内容显得较为单一
- 四、资金的短缺与市场经营的不规范
- 五、体育场地设施建设与开发相对落后

### 第三节 建议

- 一、建立和完善休闲体育的管理体制,使之更加灵活和与时俱进
- 二、加强休闲体育专门人才的培养
- 三、挖掘传统体育项目,重视开发新兴的体育项目
- 四、大力推进体育产业的市场化进程
- 五、进一步抓好体育场地设施的建设

## 第九章 运动休闲健身企业投资风险因素份额系与评估指标体系建构的研究方法与过程

### 第一节 研究方法

- 一、文献资料法
- 二、问卷调查法
- 三、咨询法

### 第二节 关于体育产业和本章的研究视阈

### 第三节 调查方法与调查对象

### 第四节 调查对象的基本情况与简要分析

- 一、经营年限：新入行者居多
- 二、投资规模：前期以低中档为主，近期以中高档为主
- 三、企业资本类型：以社会私有资本为主
- 四、目标顾客群：同质性较高、市场细分尚不明显
- 五、企业利润与产业风险评价：以低利润、中等风险评价为主

### 第五节 主要调查结果处理

## 第十章 运动休闲健身产业投资风险因子分析

### 第一节 专业性风险

### 第二节 市场风险

### 第三节 企业组织风险

### 第四节 选址风险

### 第五节 资金与品牌风险

### 第六节 产品与环境风险

### 第七节 文化风险

## 第十一章 运动休闲健身产业投资风险评估指标体系建构

### 第一节 运动休闲健身产业投资风险评估指标体系



## 第二节 运动休闲健身产业投资风险评估讨论

- 一、风险管理：“攘外必先安内”
- 二、同业竞争：合作博弈方为长久之策
- 三、文化风险：不可坐视
- 四、兼职教练管理：心理契约不可小视

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/202108/31-425066.html>