

2017-2022年中国健身房市场供需预测及投资战略 研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国健身房市场供需预测及投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201703/500749.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

报告目录：

第一部分 产业发展分析

第一章 产业发展现状与趋势 1

第一节 国际健身房产业发展现状与趋势 1

一、国际健身房产业发展现状 1

二、国际健身房产业发展趋势 2

三、国外健身俱乐部入驻中国的优势 4

四、国际健身房产业面临的形势 6

第二节 国内健身房产业发展现状与趋势 7

一、国内健身房产业发展现状 7

二、国内健身房产业发展趋势 10

三、国内健身房产业面临的形势 11

第二章 当地产业发展现状与基础 14

第一节 当地产业发展概况 14

一、行业发展现状 14

二、重点企业发展现状 17

第二节 当地产业发展条件 29

一、区位条件 29

二、资源条件 31

三、产业配套条件 33

四、其他条件 36

第三节 当地产业发展环境现状 37

一、政策环境 37

二、市场环境 42

三、融资环境 43

四、人才环境 45

第四节 当地产业发展存在的问题 47

第三章 区域产业发展现状与趋势分析 52

第一节 当地健身房产业发展现状与趋势 52

一、当地健身房产业发展现状 52

二、当地健身房产业发展趋势 53

三、当地健身房产业面临的形势 55

第二节 当地健身房产业发展能力 58

一、区域自身产业发展能力分析 58

二、区域外部产业发展竞争环境分析 59

三、区域范围内重点/主导产业分析 71

第四章 产业结构调整分析 96

第一节 健身房产业结构分析 96

一、市场细分充分程度分析 96

二、各细分市场领先企业排名 102

三、各细分市场占总市场的结构比例 105

四、领先企业的结构分析（所有制结构） 105

第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析 106

一、产业价值链的构成 106

二、产业链条的竞争优势与劣势分析 109

第三节 “十三五”产业结构发展预测 113

一、产业结构调整指导政策分析 113

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素 122

三、健身房行业参与国内外竞争的战略市场定位 123

四、“十三五”产业结构调整方向分析 127

第二部分 市场发展分析

第五章 市场环境及影响分析（PEST） 137

第一节 健身房行业政治法律环境（P） 137

一、行业管理体制分析 137

二、行业主要法律法规 137

三、健身房行业标准 139

第二节 行业经济环境分析（E） 140

一、宏观经济形势分析 140

1、国际宏观经济形势分析 140

2、国内宏观经济形势分析 149

3、当地宏观经济环境分析 154

（1）2016年北京经济运行情况分析 154

（2）2016年上海市国民经济运行情况 161

（3）2016年广州市经济运行情况综述 168

(4) 2016年深圳市宏观经济运行情况分析 173

二、宏观经济环境对行业的影响分析 176

第三节 行业社会环境分析 (S) 177

一、健身房产业社会环境 177

1、人口环境分析 177

2、教育环境分析 179

3、文化环境分析 181

4、中国城镇化率 182

二、社会环境对行业的影响 182

三、健身房产业发展对社会发展的影响 183

第四节 行业技术环境分析 (T) 184

一、健身房技术分析 184

1、技术水平总体发展情况 184

2、我国健身房行业新技术研究 185

二、健身房技术发展水平 186

三、行业主要技术发展趋势 187

第六章 中国健身房消费市场分析 189

第一节 中国健身房市场消费行为特点分析 189

一、健身消费动机趋于理性化 189

二、健身消费水平逐步提高 189

三、健身消费结构趋于合理 189

四、消费者对健身市场需求呈现出多样化 190

五、健身消费市场潜力巨大 190

第二节 中国健身房消费者市场分析 191

一、消费者购买行为影响因素分析 191

二、消费者需求分析 192

第三节 中国健身房消费者目标市场营销 193

一、市场细分与目标市场选择 193

二、市场定位 195

第七章 中国健身房营销策略分析 196

第一节 中国健身房的营销理念 196

一、开发特殊项目 196

二、设立独特会员资格 196

三、对减肥运动推行激励机制 196

四、打造品牌特色 197

五、不要放弃网络营销 197

六、提升教练的水平和积极性 197

七、社团活动参与 198

第二节 中国健身房市场营销策略组合策略分析 198

一、产品策略 198

二、价格策略 199

三、渠道策略 204

四、促销策略 205

五、人员策略 206

六、有形展示策略 206

七、服务过程策略 206

第三节 中国健身房市场经营模式存在的主要问题 206

一、健身俱乐部市场机制不完善 207

二、专业化程度低 207

三、市场短期和投机行为普遍 207

四、管理水平较低 208

五、缺乏诚信 208

第四节 中国健身房市场营销策略选择的建议 209

一、善于分析市场营销环境，了解自身的优势与劣势、机遇与威胁 209

二、抓住消费者心理，细分市场，明确自身市场定位 209

三、保证产品质量，增加附加产品，开发特色产品 210

四、明确影响定价的因素与定价的目标，灵活运用定价的方法与策略 210

五、谨慎进行区域选址，连锁经营共享资源 211

六、加大宣传力度，丰富促销手段 211

七、建立一切以会员为核心的服务机制和人性化的用人机制 212

八、重视有形展示工作，做到规范统一、鲜明新颖 212

九、统一服务标准，规范服务流程 213

十、将品牌营销的理念贯穿于经营过程的始终 213

第三部分 行业竞争分析

第八章 中国健身房市场竞争现状及优势企业分析 215

第一节 中国健身房市场竞争现状分析 215

一、地区型健身会所与全国连锁健身会所的竞争 215

二、专业健身会所、综合性健身会所和课程馆的竞争 215

三、中国健身房市场竞争现状分析 215

第二节 中体倍力健身俱乐部有限公司 216

一、中体倍力发展概况 216

二、中体倍力主要经营指标分析 217

三、中体倍力主要财务指标分析 219

第三节 青岛英派斯（集团）有限公司 222

一、英派斯发展概况 222

二、英派斯组织结构图分析 224

三、英派斯发展的SWOT分析 224

第四节 北京青鸟健身中心 228

一、青鸟发展概况 228

二、青鸟资质 229

三、青鸟发展的SWOT分析 230

第五节 上海美格菲健身中心有限公司 234

一、美格菲发展概况 234

二、美格菲发展的内部环境分析 235

三、美格菲发展的SWOT分析 240

第五节 其它健身房分析 244

一、一兆韦德（上海）健身管理有限公司 244

二、浩沙健身俱乐部 244

三、舒适堡美容健美中心 245

四、中航健身会 245

五、上海金仕堡体育发展有限公司 245

第四部分 行业前景分析

第九章 2017-2022年中国健身房市场发展趋势预测分析 247

第一节 2017-2022年中国健身房行业发展趋势分析 247

第二节 中国健身行业前景乐观 248

第五部分 行业战略分析

第十章 健身房产业政府战略定位 255

第一节 当地产业发展思路和目标 255

一、指导思想 255

二、产业定位 255

三、发展目标 256

第二节 区域主导产业定位 257

一、区域主导产业的选择原则 257

二、区域主导产业选择方法分类与比较分析 260

1、区域主导产业选择方法分类 260

2、几个典型模型分析 261

三、区域主导产业及其关联性产业组合分析 263

第十一章 健身房产业政府战略规划 266

第一节 区域产业发展目标定位 266

第二节 区域产业发展策略制定及其实施路径分析 266

第三节 区域产业发展布局规划 271

第十二章 区域产业发展战略实施 272

第一节 区域产业发展配套政策设计 272

第二节 区域产业发展功能型配套措施的设计 274

第三节 区域产业发展服务型公共平台的设计与搭建 275

第十三章 产业发展导向和产业链设计 277

第一节 核心产业链及产品 277

第二节 产业链形成模式 278

第三节 产业链研究及规划 280

第十四章 产业发展空间布局 283

第一节 产业发展的核心产业基地 283

第二节 产业发展的重要拓展区 287

第十五章 产业发展的政策保障 289

第一节 组织保障 289

第二节 招商引资 289

第三节 政策扶持 295

第十六章 产业发展的重大培育工程 297 (ZY ZM)

第一节 产业基地的创建工程 297

第二节 龙头企业的培育工程 299

第三节 支柱产业的提升工程 300

第四节 合作平台的搭建工程 304

图表目录：

图表：2016年互联网健身市场 44

图表：健身俱乐部行业服务模式类型 60

图表：“十三五”时期上海体育发展的主要指标 79

图表：健身服务业主要法律法规 137

图表：美容保健服务业的主要法律法规 138

图表：2012-2016年国内生产总值及增长速度 151

图表：2016年居民消费价格比2013年涨跌幅度 151

图表：2012-2016年社会消费品零售总额 152

图表：2016年按收入来源分全国居民人均可支配收入占比 154

图表：2012-2016年地区生产总值累计增速（%） 155

图表：2012-2016年规模以上工业增加值累计增速（%） 155

图表：2012-2016年商品住宅销售面积累计增速（%） 157

图表：2012-2016年社会消费品零售总额累计增速（%） 158

图表：2012-2016年居民消费价格当月同比涨跌幅度(%) 159

图表：2013-2016年上海市生产总值增长速度（累计同比） 165

图表：2013-2016年上海市规模以上工业总产值增速（月度同比） 166

图表：2013-2016年上海市固定资产投资（不含农户）名义增速（累计同比） 166

图表：2013-2016年上海市房地产开发投资名义增速（累计同比） 167

图表：2013-2016年上海市社会消费品零售总额名义增速（月度同比） 167

图表：2013-2016年上海市居民消费价格上涨情况（月度同比） 168

图表：2013-2016年上海市工业生产者出厂价格涨跌情况（月度同比） 168

图表：2016年人口数及其构成 178

图表：2012-2016年城镇新增就业人数 179

图表：2012-2016年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数 180

图表：2016年专利申请受理、授权和有效专利情况 181

图表：影响消费者加入健身房的因素 192

图表：健身俱乐部会员健身目的调查 193

图表：健身俱乐部会员年龄分布 194

图表：健身俱乐部会员月收入情况分布 194

图表：健身俱乐部会员职业分布 195

图表：健身俱乐部产品策略分析图 199

- 图表：健身俱乐部行业服务模式类型及具体情况 215
- 图表：2010-2016年中国健身房数量 216
- 图表：2016年中体倍力健身俱乐部有限公司主营构成分析 217
- 图表：2015年中体倍力健身俱乐部有限公司主营构成分析 218
- 图表：2016年中体倍力健身俱乐部有限公司主营构成分析 218
- 图表：2012-2016年中体倍力健身俱乐部有限公司每股指标 219
- 图表：2012-2016年中体倍力健身俱乐部有限公司成长能力指标 219
- 图表：2012-2016年中体倍力健身俱乐部有限公司盈利能力指标 219
- 图表：2012-2016年中体倍力健身俱乐部有限公司盈利质量指标 219
- 图表：2012-2016年中体倍力健身俱乐部有限公司运营能力指标 220
- 图表：2012-2016年中体倍力健身俱乐部有限公司财务风险指标 220
- 图表：2012-2016年中体倍力健身俱乐部有限公司资产负债表 220
- 图表：2012-2016年中体倍力健身俱乐部有限公司利润表 220
- 图表：2012-2016年中体倍力健身俱乐部有限公司现金流量表 221
- 图表：2016年中体倍力健身俱乐部有限公司资产百分比分析 221
- 图表：2013-2016年中体倍力健身俱乐部有限公司利润百分比分析 222
- 图表：英派斯发展历程图 223
- 图表：英派斯健身俱乐部组织结构图 224
- 图表：美格菲组织架构 236
- 图表：区域主导产业选择方法分类 260
- 图表：区域主导产业选择的钻石模型 262
- 图表：区域产业规划定位方法模型 268
- 图表：十要素形象定位导出发 269
- 图表：迈克尔·波特在国家竞争的“钻石模型” 270
- 图表：产业发展十二要素模型 270
- 图表：产业链对接机制的主要内容 281
- 图表：产业链形成模型 282

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201703/500749.html>