

2015-2021年中国健身俱乐部行业深度调研及投资 战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2015-2021年中国健身俱乐部行业深度调研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/201511/363088.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

前言

健身俱乐部的形式分为三种，第一种是在酒店内的健身房，一般都设有游泳池，但面积不大，价格相对较贵，而且人气不足，主要面向酒店客人。第二种是面向中上层收入人群的会员制健身房，这里有先进的设备，周全的课程设置和强大的教练员班底，人气一般颇旺。第三种是大众健身俱乐部，硬件和软件水平相对较低，但人气非常足。

而我国目前健身俱乐部数量及质量都远远落后于欧美等西方国家，据统计，我国平均100多万人才拥有一家健身俱乐部，但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，各种各样的综合性的大型健身俱乐部随之出现，健身更是为众多的白领上班族所接受。

本健身俱乐部行业研究报告共九章是智研数据中心咨询公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。健身俱乐部行业研究报告是2014-2015年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了健身俱乐部行业市场潜在需求与市场机会，报告对健身俱乐部行业做了重点企业经营状况分析，并分析了健身俱乐部行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第1章：健身俱乐部行业发展综述

1.1 健身俱乐部行业相关概述

1.1.1 行业定义与研究范围界定

1.1.2 健身俱乐部的分类

1.1.3 健身俱乐部行业的特点分析

1.2 健身俱乐部行业发展环境分析

1.2.1 行业政策环境分析

(1) 行业管理体制

(2) 行业相关政策及解析

(3) 行业发展规划及解析

1.2.2 行业经济环境分析

- (1) 中国GDP增长情况分析
- (2) 中国CPI波动情况分析
- (3) 居民人均收入增长情况分析
- (4) 经济环境影响分析

1.2.3 行业社会环境分析

- (1) 中国人口发展分析
 - 1) 中国人口规模
 - 2) 中国人口年龄结构
 - 3) 中国人口健康状况
 - 4) 中国人口老龄化进程
- (2) 中国体育健身设施建设状况
- (3) 中国居民消费习惯分析

第2章：全民健身背景下健身俱乐部的发展机会分析

2.1 全民健身政策及其实施情况

2.1.1 全民健身相关政策解读

- (1) 《全民健身条例》
- (2) 《全民健身计划(2011-2015 年)》
- (3) 《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》
- (4) 各地区全民健身政策的特点解析

1) 政策背景

2) 愿景与原则

3) 目标及措施

2.1.2 全民健身计划实施成果解读

- (1) 全国实施情况
- (2) 地区实施情况

2.2 健身俱乐部在全民健身服务体系中的地位及作用分析

2.2.1 全民健身服务体系的内涵与特征

2.2.2 全民健身服务体系的构成

- (1) 全民健身服务供给体系
- (2) 全民健身服务产品体系
- (3) 全民健身服务资源配置体系
- (4) 全民健身服务对象体系

2.2.3 健身俱乐部与全民健身服务体系的关系分析

- (1) 健身俱乐部的社会职能
 - (2) 健身俱乐部在全民健身服务体系中的地位
 - (3) 健身俱乐部在全民健身服务体系中的作用
- ## 2.3 全民健身背景下健身俱乐部发展的SWOT分析

2.3.1 全民健身国家战略对体育产业的影响分析

- (1) 对体育市场资源配置的影响
- (2) 对体育产业市场格局的影响
- (3) 对体育产业发展方式的影响

2.3.2 全民健身国家战略背景下健身俱乐部发展的SWOT分析

- (1) 健身俱乐部发展的优势分析
- (2) 健身俱乐部发展的劣势分析
- (3) 健身俱乐部发展的机遇分析
- (4) 健身俱乐部发展面临的挑战

第3章：国际健身俱乐部行业发展分析

3.1 国际健身俱乐部行业发展环境分析

3.1.1 全球人口健康状况分析

3.1.2 国际宏观经济环境分析

- (1) 国际宏观经济发展现状
- (2) 国际宏观经济发展预测
- (3) 国际宏观经济发展对行业的影响分析

3.2 国际健身俱乐部行业发展现状分析

3.2.1 国际健身俱乐部行业发展概况

3.2.2 发达国家健身俱乐部行业的经济效益分析

3.2.3 国际健身俱乐部行业的发展趋势分析

3.3 发达国家及地区健身俱乐部行业发展状况及经验借鉴

3.3.1 美国健身行业发展分析

- (1) 美国健身行业发展概况
- (2) 美国健身俱乐部发展情况分析
- (3) 美国健身行业发展趋势

3.3.2 欧洲健身行业发展分析

- (1) 欧洲健身行业发展概况
- (2) 欧洲健身俱乐部发展情况分析
- (3) 欧洲健身行业发展趋势

3.3.3 日本健身行业发展分析

- (1) 日本健身行业发展概况
- (2) 日本健身俱乐部发展情况分析
- (3) 日本健身行业发展趋势
- 3.3.4 台湾地区健身行业发展分析
 - (1) 台湾健身行业发展概况
 - (2) 台湾健身俱乐部发展情况分析
 - (3) 台湾健身行业发展趋势
- 3.3.5 国外健身行业发展经验总结

第4章：2015年中国健身俱乐部行业发展现状分析

- 4.1 中国健身俱乐部行业发展概况
 - 4.1.1 中国健身行业发展历程
 - 4.1.2 中国训练健身器材发展状况
 - (1) 训练健身器材制造行业发展规模
 - (2) 训练健身器材制造行业供需状况
 - 4.1.3 中国健身俱乐部发展状况
 - (1) 中国健身俱乐部发展规模
 - (2) 中国健身俱乐部供需状况
- 4.2 中国健身俱乐部运营分析
 - 4.2.1 中国健身俱乐部经营模式分析
 - (1) 直营连锁
 - (2) 连锁加
 - 4.2.2 中国健身俱乐部经营项目分析
 - (1) 健身项目
 - (2) 服务项目
 - 4.2.3 中国健身俱乐部运营存在的问题
 - (1) 市场定位问题
 - (2) 安全意识问题
 - (3) 员工管理问题
 - (4) 会员流失问题
 - (5) 经营发展问题

第5章：互联网对健身俱乐部的影响分析

- 5.1 智能设备对健身行业的影响
 - 5.1.1 智能健身设备发展情况分析

- (1) 智能健身设备发展概况
- (2) 主要健身APP应用情况
- 5.1.2 健身智能设备经营模式分析
 - (1) 结合数据的智能硬件模式
 - (2) 以激励为导向的健身APP模式
 - (3) 虚实结合的健身教练模式
 - (4) 个性化减肥资讯模式
- 5.1.3 智能设备对健身行业的影响分析
 - (1) 智能设备对健身行业的影响
 - (2) 健身智能设备的发展趋势分析
- 5.2 互联网+健身发展模式分析
 - 5.2.1 互联网+健身商业模式解析
 - (1) 健身O2O模式分析
 - 1) 运行方式
 - 2) 盈利模式
 - (2) 智能联网模式
 - 1) 运行方式
 - 2) 盈利模式
 - 5.2.2 互联网+健身案例分析
 - (1) 美国ClassPass公司
 - (2) 健身App“火辣健身”
 - (3) “超级猩猩”健身舱项目
 - 5.2.3 互联网背景下健身俱乐部行业发展趋势分析

第6章：中国健身俱乐部细分市场的需求调研分析

- 6.1 按性别区分的健身市场分析
 - 6.1.1 中国男性健身市场调研分析
 - (1) 男性的健身需求分析
 - (2) 男性健身项目的选择
 - 6.1.2 中国女性健身市场调研分析
 - (1) 女性的健身需求分析
 - (2) 女性健身项目的选择
- 6.2 按年龄段区分的健身市场分析
 - 6.2.1 18~25周岁年龄段人群健身市场调研分析
 - (1) 18~25周岁年龄段人群健身需求特征分析

- (2) 18~25周岁年龄段人群健身项目的选择
- 6.2.2 26~35周岁年龄段人群健身市场调研分析
 - (1) 26~35周岁年龄段人群健身需求特征分析
 - (2) 26~35周岁年龄段人群健身项目的选择
- 6.2.3 35~50周岁年龄段人群健身市场调研分析
 - (1) 35~50周岁年龄段人群健身需求特征分析
 - (2) 35~50周岁年龄段人群健身项目的选择
- 6.2.4 50周岁以上年龄段人群健身市场调研分析
 - (1) 50周岁以上年龄段人群健身需求特征分析
 - (2) 50周岁以上年龄段人群健身项目的选择
- 6.3 按健身目标区分的健身休闲市场分析
 - 6.3.1 塑身需求
 - (1) 塑身需求的健身消费者需求特征分析
 - (2) 塑身需求的消费者健身项目的选择
 - 6.3.2 减肥需求
 - (1) 减肥需求的健身消费者需求特征分析
 - (2) 减肥需求的消费者健身项目的选择
 - 6.3.3 情感需求
 - (1) 情感需求的健身消费者需求特征分析
 - (2) 情感需求的消费者健身项目的选择
 - 6.3.4 其他需求

第7章：中国重点城市健身俱乐部市场调研分析

7.1 北京市健身俱乐部市场调研分析

7.1.1 北京市健身行业需求分析

- (1) 北京市人口结构分析
- (2) 北京市居民消费水平及消费习惯分析
- (3) 北京市公众体育健身设施建设情况
- (4) 北京市居民健身需求调研分析

7.1.2 北京市健身俱乐部发展情况

- (1) 北京市健身俱乐部发展规模
- (2) 北京市健身俱乐部分布情况
- (3) 北京市健身俱乐部特点分析

7.1.3 北京市健身俱乐部运营分析

- (1) 北京市健身俱乐部健身消费者分析

- 1) 健身消费者结构分析
 - 2) 健身消费者行为分析
 - 3) 健身消费者评价分析
 - (2) 北京市健身俱乐部的从业人员分析
 - (3) 北京市健身俱乐部运营的SWOT 分析
- #### 7.1.4 北京市健身俱乐部存在的问题与建议
- (1) 北京市健身俱乐部存在的问题
 - (2) 北京市健身俱乐部发展的对策与建议
- #### 7.2 上海市健身俱乐部市场调研分析
- ##### 7.2.1 上海市健身行业需求分析
- (1) 上海市人口结构分析
 - (2) 上海市居民消费水平及消费习惯分析
 - (3) 上海市公众体育健身设施建设情况
 - (4) 上海市居民健身需求调研分析
- ##### 7.2.2 上海市健身俱乐部发展情况
- (1) 上海市健身俱乐部发展规模
 - (2) 上海市健身俱乐部分布情况
 - (3) 上海市健身俱乐部特点分析
- ##### 7.2.3 上海市健身俱乐部运营分析
- (1) 上海市健身俱乐部健身消费者分析
 - 1) 健身消费者结构分析
 - 2) 健身消费者行为分析
 - 3) 健身消费者评价分析
 - (2) 上海市健身俱乐部的从业人员分析
 - (3) 上海市健身俱乐部运营的SWOT 分析
- ##### 7.2.4 上海市健身俱乐部存在的问题与建议
- (1) 上海市健身俱乐部存在的问题
 - (2) 上海市健身俱乐部发展的对策与建议
- #### 7.3 天津市健身俱乐部市场调研分
- ##### 7.3.1 天津市健身行业需求分析
- (1) 天津市人口结构分析
 - (2) 天津市居民消费水平及消费习惯分析
 - (3) 天津市公众体育健身设施建设情况
 - (4) 天津市居民健身需求调研分析
- ##### 7.3.2 天津市健身俱乐部发展情况

- (1) 天津市健身俱乐部发展规
- (2) 天津市健身俱乐部分布情况
- (3) 天津市健身俱乐部特点分析
- 7.3.3 天津市健身俱乐部运营分析
 - (1) 天津市健身俱乐部健身消费者分
 - 1) 健身消费者结构分析
 - 2) 健身消费者行为分析
 - 3) 健身消费者评价分析
 - (2) 天津市健身俱乐部的从业人员分析
 - (3) 天津市健身俱乐部运营的SWOT 分析
- 7.3.4 天津市健身俱乐部存在的问题与建议
 - (1) 天津市健身俱乐部存在的问题
 - (2) 天津市健身俱乐部发展的对策与建议
- 7.4 深圳市健身俱乐部市场调研分析
 - 7.4.1 深圳市健身行业需求分析
 - (1) 深圳市人口结构分析
 - (2) 深圳市居民消费水平及消费习惯分析
 - (3) 深圳市公众体育健身设施建设情况
 - (4) 深圳市居民健身需求调研分析
 - 7.4.2 深圳市健身俱乐部发展情况
 - (1) 深圳市健身俱乐部发展规模
 - (2) 深圳市健身俱乐部分布情况
 - (3) 深圳市健身俱乐部特点分析
 - 7.4.3 深圳市健身俱乐部运营分析
 - (1) 深圳市健身俱乐部健身消费者分析
 - 1) 健身消费者结构分析
 - 2) 健身消费者行为分析
 - 3) 健身消费者评价分析
 - (2) 深圳市健身俱乐部的从业人员分析
 - (3) 深圳市健身俱乐部运营的SWOT 分析
 - 7.4.4 深圳市健身俱乐部存在的问题与建议
 - (1) 深圳市健身俱乐部存在的问题
 - (2) 深圳市健身俱乐部发展的对策与建议
- 7.5 重庆市健身俱乐部市场调研分析
 - 7.5.1 重庆市健身行业需求分析

- (1) 重庆市人口结构分析
- (2) 重庆市居民消费水平及消费习惯分析
- (3) 重庆市公众体育健身设施建设情况
- (4) 重庆市居民健身需求调研分析
- 7.5.2 重庆市健身俱乐部发展情况
 - (1) 重庆市健身俱乐部发展规模
 - (2) 重庆市健身俱乐部分布情况
 - (3) 重庆市健身俱乐部特点分析
- 7.5.3 重庆市健身俱乐部运营分析
 - (1) 重庆市健身俱乐部健身消费者分析
 - 1) 健身消费者结构分析
 - 2) 健身消费者行为分析
 - 3) 健身消费者评价分析
 - (2) 重庆市健身俱乐部的从业人员分析
 - (3) 重庆市健身俱乐部运营的SWOT 分析
- 7.5.4 重庆市健身俱乐部存在的问题与建议
 - (1) 重庆市健身俱乐部存在的问题
 - (2) 重庆市健身俱乐部发展的对策与建议
- 7.6 杭州市健身俱乐部市场调研分析
 - 7.6.1 杭州市健身行业需求分析
 - (1) 杭州市人口结构分析
 - (2) 杭州市居民消费水平及消费习惯分析
 - (3) 杭州市公众体育健身设施建设情况
 - (4) 杭州市居民健身需求调研分析
 - 7.6.2 杭州市健身俱乐部发展情况
 - (1) 杭州市健身俱乐部发展规模
 - (2) 杭州市健身俱乐部分布情况
 - (3) 杭州市健身俱乐部特点分析
 - 7.6.3 杭州市健身俱乐部运营分析
 - (1) 杭州市健身俱乐部健身消费者分析
 - 1) 健身消费者结构分析
 - 2) 健身消费者行为分析
 - 3) 健身消费者评价分析
 - (2) 杭州市健身俱乐部的从业人员分析
 - (3) 杭州市健身俱乐部运营的SWOT 分析

7.6.4 杭州市健身俱乐部存在的问题与建议

- (1) 杭州市健身俱乐部存在的问题
- (2) 杭州市健身俱乐部发展的对策与建议

7.7 武汉市健身俱乐部市场调研分析

7.7.1 武汉市健身行业需求分析

- (1) 武汉市人口结构分析
- (2) 武汉市居民消费水平及消费习惯分析
- (3) 武汉市公众体育健身设施建设情况
- (4) 武汉市居民健身需求调研分析

7.7.2 武汉市健身俱乐部发展情况

- (1) 武汉市健身俱乐部发展规模
- (2) 武汉市健身俱乐部分布情况
- (3) 武汉市健身俱乐部特点分析

7.7.3 武汉市健身俱乐部运营分析

- (1) 武汉市健身俱乐部健身消费者分析
 - 1) 健身消费者结构分析
 - 2) 健身消费者行为分析
 - 3) 健身消费者评价分析
- (2) 武汉市健身俱乐部的从业人员分析
- (3) 武汉市健身俱乐部运营的SWOT 分析

7.7.4 武汉市健身俱乐部存在的问题与建议

- (1) 武汉市健身俱乐部存在的问题
- (2) 武汉市健身俱乐部发展的对策与建

7.8 长沙市健身俱乐部市场调研分析

7.8.1 长沙市健身行业需求分析

- (1) 长沙市人口结构分析
- (2) 长沙市居民消费水平及消费习惯分析
- (3) 长沙市公众体育健身设施建设情况
- (4) 长沙市居民健身需求调研分析

7.8.2 长沙市健身俱乐部发展情况

- (1) 长沙市健身俱乐部发展规模
- (2) 长沙市健身俱乐部分布情况
- (3) 长沙市健身俱乐部特点分析

7.8.3 长沙市健身俱乐部运营分析

- (1) 长沙市健身俱乐部健身消费者分析

- 1) 健身消费者结构分析
- 2) 健身消费者行为分析
- 3) 健身消费者评价分析
 - (2) 长沙市健身俱乐部的从业人员分析
 - (3) 长沙市健身俱乐部运营的SWOT 分析
- 7.8.4 长沙市健身俱乐部存在的问题与建
 - (1) 长沙市健身俱乐部存在的问题
 - (2) 长沙市健身俱乐部发展的对策与建议
- 7.9 成都市健身俱乐部市场调研分
 - 7.9.1 成都市健身行业需求分析
 - (1) 成都市人口结构分析
 - (2) 成都市居民消费水平及消费习惯分析
 - (3) 成都市公众体育健身设施建设情况
 - (4) 成都市居民健身需求调研分析
 - 7.9.2 成都市健身俱乐部发展情况
 - (1) 成都市健身俱乐部发展规模
 - (2) 成都市健身俱乐部分布情况
 - (3) 成都市健身俱乐部特点分析
 - 7.9.3 成都市健身俱乐部运营分析
 - (1) 成都市健身俱乐部健身消费者分析
 - 1) 健身消费者结构分析
 - 2) 健身消费者行为分析
 - 3) 健身消费者评价分析
 - (2) 成都市健身俱乐部的从业人员分析
 - (3) 成都市健身俱乐部运营的SWOT 分析
 - 7.9.4 成都市健身俱乐部存在的问题与建议
 - (1) 成都市健身俱乐部存在的问题
 - (2) 成都市健身俱乐部发展的对策与建议
- 7.10 西安市健身俱乐部市场调研分析
 - 7.10.1 西安市健身行业需求分析
 - (1) 西安市人口结构分析
 - (2) 西安市居民消费水平及消费习惯分析
 - (3) 西安市公众体育健身设施建设情况
 - (4) 西安市居民健身需求调研分析
 - 7.10.2 西安市健身俱乐部发展情况

- (1) 西安市健身俱乐部发展规模
- (2) 西安市健身俱乐部分布情况
- (3) 西安市健身俱乐部特点分析
- 7.10.3 西安市健身俱乐部运营分析
 - (1) 西安市健身俱乐部健身消费者分析
 - 1) 健身消费者结构分析
 - 2) 健身消费者行为分析
 - 3) 健身消费者评价分析
 - (2) 西安市健身俱乐部的从业人员分析
 - (3) 西安市健身俱乐部运营的SWOT 分析
- 7.10.4 西安市健身俱乐部存在的问题与建议
 - (1) 西安市健身俱乐部存在的问题
 - (2) 西安市健身俱乐部发展的对策与建议
- 7.11 沈阳市健身俱乐部市场调研分析
 - 7.11.1 沈阳市健身行业需求分析
 - (1) 沈阳市人口结构分析
 - (2) 沈阳市居民消费水平及消费习惯分析
 - (3) 沈阳市公众体育健身设施建设情况
 - (4) 沈阳市居民健身需求调研分析
 - 7.11.2 沈阳市健身俱乐部发展情况
 - (1) 沈阳市健身俱乐部发展规模
 - (2) 沈阳市健身俱乐部分布情况
 - (3) 沈阳市健身俱乐部特点分析
 - 7.11.3 沈阳市健身俱乐部运营分析
 - (1) 沈阳市健身俱乐部健身消费者分析
 - 1) 健身消费者结构分析
 - 2) 健身消费者行为分析
 - 3) 健身消费者评价分析
 - (2) 沈阳市健身俱乐部的从业人员分析
 - (3) 沈阳市健身俱乐部运营的SWOT 分析
 - 7.11.4 沈阳市健身俱乐部存在的问题与建议
 - (1) 沈阳市健身俱乐部存在的问题
 - (2) 沈阳市健身俱乐部发展的对策与建议
- 7.12 济南市健身俱乐部市场调研分析
 - 7.12.1 济南市健身行业需求分析

- (1) 济南市人口结构分析
- (2) 济南市居民消费水平及消费习惯分析
- (3) 济南市公众体育健身设施建设情况
- (4) 济南市居民健身需求调研分析
- 7.12.2 济南市健身俱乐部发展情况
 - (1) 济南市健身俱乐部发展规模
 - (2) 济南市健身俱乐部分布情况
 - (3) 济南市健身俱乐部特点分析
- 7.12.3 济南市健身俱乐部运营分析
 - (1) 济南市健身俱乐部健身消费者分析
 - 1) 健身消费者结构分析
 - 2) 健身消费者行为分析
 - 3) 健身消费者评价分析
 - (2) 济南市健身俱乐部的从业人员分析
 - (3) 济南市健身俱乐部运营的SWOT 分析
- 7.12.4 济南市健身俱乐部存在的问题与建议
 - (1) 济南市健身俱乐部存在的问题
 - (2) 济南市健身俱乐部发展的对策与建议
- 7.13 南京市健身俱乐部市场调研分析
 - 7.13.1 南京市健身行业需求分析
 - (1) 南京市人口结构分析
 - (2) 南京市居民消费水平及消费习惯分析
 - (3) 南京市公众体育健身设施建设情况
 - (4) 南京市居民健身需求调研分析
 - 7.13.2 南京市健身俱乐部发展情况
 - (1) 南京市健身俱乐部发展规模
 - (2) 南京市健身俱乐部分布情况
 - (3) 南京市健身俱乐部特点分析
 - 7.13.3 南京市健身俱乐部运营分析
 - (1) 南京市健身俱乐部健身消费者分析
 - 1) 健身消费者结构分析
 - 2) 健身消费者行为分析
 - 3) 健身消费者评价分析
 - (2) 南京市健身俱乐部的从业人员分析
 - (3) 南京市健身俱乐部运营的SWOT 分析

7.13.4 南京市健身俱乐部存在的问题与建议

- (1) 南京市健身俱乐部存在的问题
- (2) 南京市健身俱乐部发展的对策与建议

7.14 广州市健身俱乐部市场调研分析

7.14.1 广州市健身行业需求分析

- (1) 广州市人口结构分析
- (2) 广州市居民消费水平及消费习惯分析
- (3) 广州市公众体育健身设施建设情况
- (4) 广州市居民健身需求调研分析

7.14.2 广州市健身俱乐部发展情况

- (1) 广州市健身俱乐部发展规模
- (2) 广州市健身俱乐部分布情况
- (3) 广州市健身俱乐部特点分析

7.14.3 广州市健身俱乐部运营分析

- (1) 广州市健身俱乐部健身消费者分析
 - 1) 健身消费者结构分析
 - 2) 健身消费者行为分析
 - 3) 健身消费者评价分析
 - (2) 广州市健身俱乐部的从业人员分析
 - (3) 广州市健身俱乐部运营的SWOT 分析
- #### 7.14.4 广州市健身俱乐部存在的问题与建议
- (1) 广州市健身俱乐部存在的问题
 - (2) 广州市健身俱乐部发展的对策与建议

第8章：中国领先健身俱乐部经营分析

8.1 中国健身俱乐部总体状况分析

8.1.1 企业规模分析

8.1.2 企业类型分析

8.1.3 企业性质分析

8.2 领先健身俱乐部经营状况分析

8.2.1 北京中体倍力健身俱乐部有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业服务内容分析

- (5) 企业网点布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业最新发展动态

8.2.2 深圳市中航健身时尚股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业服务内容分析
- (5) 企业网点布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业最新发展动态

8.2.3 北京青鸟健身有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业服务内容分析
- (5) 企业网点布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业最新发展动态

8.2.4 威康健身管理咨询(上海)有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业服务内容分析
- (5) 企业网点布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业最新发展动态

8.2.5 一兆韦德健身管理有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业服务内容分析
- (5) 企业网点布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业最新发展动态

8.2.6 上海美格菲健身中心有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业服务内容分析
- (5) 企业网点布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业最新发展动态

8.2.7 浩沙（中国）有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业服务内容分析
- (5) 企业网点布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业最新发展动态

8.2.8 青岛英派斯健康科技有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业主营业务分析
- (5) 企业网点布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业最新发展动态

8.2.9 上海星之健身俱乐部有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业服务内容分析
- (5) 企业网点布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业最新发展动态

8.2.10 北京奥迈体育文化发展有限责任公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业服务内容分析
- (5) 企业网点布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业最新发展动态

8.2.11 新金仕堡体育发展(上海)有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业服务内容分析
- (5) 企业网点布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业最新发展动态

8.2.12 上海斯巴顿体育俱乐部有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业服务内容分析
- (5) 企业网点布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业最新发展动态

8.2.13 北京奇迹体育发展有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业服务内容分析
- (5) 企业网点布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业最新发展动态

8.2.14 北京宝迪沃运动医学技术开发有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业服务内容分析
- (5) 企业网点布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业最新发展动态

8.2.15 天津东方宝力豪体育健身有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业服务内容分析

(5) 企业网点布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业最新发展动

8.2.16 舒适堡健身美容集团公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业服务内容分析

(5) 企业网点布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业最新发展动态

8.2.17 山东银座健身发展有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业服务内容分析

(5) 企业网点布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业最新发展动态

8.2.18 广州市力美健投资管理有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业服务内容分析

(5) 企业网点布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业最新发展动

8.2.19 亚洲运动及体适能专业学院

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业服务内容分析
- (5) 企业网点布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业最新发展动态

8.2.20 上海体适能健身教练培训基地

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业服务内容分析
- (5) 企业网点布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业最新发展动态

第9章：中国健身俱乐部行业投资与前景预测

9.1 中国健身俱乐部行业投资风险分析

- 9.1.1 行业宏观经济风险
- 9.1.2 行业政策变动风险
- 9.1.3 行业市场竞争风险
- 9.1.4 行业其他相关风险

9.2 中国健身俱乐部行业投资特性分析

- 9.2.1 行业进入壁垒分析
- 9.2.2 行业盈利因素分析
- 9.2.3 行业营销模式分析

9.3 中国健身俱乐部行业投资潜力分析

- 9.3.1 行业投资机会分析
- 9.3.2 前瞻行业投资建议

9.4 中国健身俱乐部行业前景预测

- 9.4.1 健身休闲市场规模预
- 9.4.2 健身俱乐部规模预测

图表目录：

- 图表1：健身行业的特点

图表2：2005-2015年中国国内生产总值及其预测（单位：万亿元，%）

图表3：2008-2015年中国城乡居民人均收入与人均GDP增长情况（单位：元，%）

图表4：2006-2015年中国人口数量及增长情况（单位：万人，‰）

图表5：1982-2015年中国各年龄段人口占总人口比重（单位：%）

图表6：中国人口抚养结构比例（单位：%）

图表7：2007-2015年中国65岁以上老年人口数量及占比（单位：亿人次，%）

图表8：美国6岁以上人群对体育健身休闲活动参与度统计图

图表9：美国健身俱乐部增长情况

图表10：欧洲会员总数前20的健身俱乐部

图表11：欧洲20强健身俱乐部发源地统计

图表12：欧洲健身俱乐部收购与合并事件统计

图表13：欧洲健身俱乐部前5强以及他们的年收入

图表14：欧洲与美国健身市场产业对比

图表15：日本健身人数增长情况

图表16：日本健身俱乐部增长情况

图表17：台湾健身俱乐部发展年表

图表18：台湾健身俱乐部增长情况

图表19：2007-2015年中国训练健身器材制造行业企业数量趋势图（单位：家）

图表20：2007-2015年中国训练健身器材制造行业资产负债规模变化趋势图（单位：亿元，%）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201511/363088.html>