

2017-2022年中国健身行业市场深度调研及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国健身行业市场深度调研及发展前景预测报告》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/201702/496982.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

健身行业2000年才正式在国内起步，历时10余年，2014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。2014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。

健身运动起源于欧美,是人们为了实现身体健康、塑造身材的需求而专门进行的体育运动，主要包括器械练习、健美操、形体操以及各类自抗力动作（如平板支撑）等，可分为器械锻炼和非器械锻炼。

健身运动的分类

健身服务行业的产业链较短。上游主要为健身设施提供商，包括健身器械生产商、商业地产商、健身补剂生产商等参与者；中游健身服务提供商是健身产业的主体，主要分为商业健身俱乐部和公共设施提供者两大类；下游主要是健身消费者，包含个人消费者及向员工提供健身服务的企业客户。

健身行业的产业链关系

智研咨询发布的《2017-2022年中国健身行业市场深度调研及发展前景预测报告》共八章。首先介绍了健身相关概念及发展环境，接着分析了中国健身规模及消费需求，然后对中国健身市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国健身面临的机遇及发展前景。您若想对中国健身有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一部分 产业环境透视

第一章 2014-2016年中国健身行业分析 1

第一节 2014-2016年中国健身行业发展概况 1

一、2015年中国健身行业发展概况 1

我国商业健身行业有望迎来快速成长期。在普及期结束后，2010-2014年我国健身行业遭遇阶段性瓶颈，增速有所放缓。2015年健身热情升温、公共健身设施、新型健身俱乐部等出现降低了门槛，商业健身行业重启快速增长。据《2016年健身教练职业发展研究报告》，2015年我国健身市场规模约300亿元，同增14%，健身房数量超过1万家，同增约20%。截至2016年8月15日，全国共有国家职业资格持证教练34,560人，同增77%。

2008-2015年全国63个城市健身俱乐部数量变化

2008-2015年全国63个城市健身俱乐部会员数

二、2016年中国健身行业发展概况 6

第二节 宏观经济分析 39

第三节 2014-2016年中国健身行业总体运行情况 75

一、2014-2016年中国健身企业数量及分布 75

二、2014-2016年中国健身行业从业人员统计 77

第二部分 行业深度分析

第二章 2014-2016年中国健身行业规模分析 79

第一节 2014-2016年中国健身行业资产负债状况分析 79

一、2014-2016年中国健身行业总资产状况分析 79

二、2014-2016年中国健身行业应收账款状况分析 80

三、2014-2016年中国健身行业流动资产状况分析 80

四、2014-2016年中国健身行业负债状况分析 80

第二节 2014-2016年中国健身行业销售及利润分析 81

一、2014-2016年中国健身行业销售收入分析 81

二、2014-2016年中国健身行业产品销售税金情况 83

三、2014-2016年中国健身行业利润增长情况 83

四、2014-2016年中国健身行业亏损情况 84

第三章 2014-2016年中国健身行业成本费用分析 86

第一节 2014-2016年中国健身行业成本费用结构分析 86

第二节 2014-2016年中国健身行业销售成本情况 87

第三节 2014-2016年中国健身行业销售费用情况 87

第四节 2014-2016年中国健身行业管理费用情况 88

第五节 2014-2016年中国健身行业财务费用情况 88

第四章 2014-2016年中国健身行业区域结构分析 89

第一节 2014-2016年东北地区健身行业市场现状分析 89

第二节 2014-2016年华北地区健身行业市场现状分析 91

第三节 2014-2016年华东地区健身行业市场现状分析 92

第四节 2014-2016年华南地区健身行业市场现状分析 93

第五节 2014-2016年华中地区健身行业市场现状分析 94

第六节 2014-2016年西北地区健身行业市场现状分析 95

第七节 2014-2016年西南地区健身行业市场现状分析 96

第三部分 竞争格局分析

第五章 2014-2016年中国健身行业整体评价 98

第一节 2014-2016年中国健身行业盈利能力 98

一、2014-2016年中国健身行业毛利率 98

二、2014-2016年中国健身行业资产利润率 99

三、2014-2016年中国健身行业销售利润率 99

四、2014-2016年中国健身行业成本费用利润率 100

第二节 2014-2016年中国健身行业偿债能力 100

第三节 重点企业分析 101

一、深圳市中航健身时尚股份有限公司 102

二、北京青鸟健身有限公司 105

三、一兆韦德 108

第六章 中国健身行业投资与发展前景分析 110

第一节 中国健身行业投资机会分析 110

一、可以投资的中国健身模式 110

二、2017-2022年中国健身投资机会 113

第二节 2017-2022年中国健身行业发展预测分析 115

一、未来中国健身发展分析 115

二、未来中国健身行业技术开发方向 121

三、总体行业“十三五”预测 122

第三节 2017-2022年中国健身行业市场规模预测 124

第七章 2017-2022年投资风险分析 128

第一节 中国健身行业存在的瓶颈 128

第二节 竞争风险分析 130

第三节 市场风险分析 131

第四节 管理风险分析 132

第五节 投资风险分析 133

第四部分 发展战略研究

第八章 专家观点与结论 135 (ZY ZM)

第一节 中国健身行业营销策略分析及建议 135

一、中国健身行业营销模式 135

二、中国健身行业营销策略 137

第二节 行业应对策略 147

一、把握国家投资的契机 147

二、竞争性战略联盟的实施 148

三、企业自身应对策略 149

第三节 市场的重点客户战略实施 153

一、实施重点客户战略的必要性 153

二、合理确立重点客户 153

三、重点客户战略管理 155

四、重点客户管理功能 157

第四节 健身行业发展战略研究 157

一、战略综合规划 157

二、产业规划 162

三、品牌营销战略 164

四、竞争战略规划 172

五、市场细分策略 175

六、创新战略 176

七、差异化战略 180

图表目录：

图表：2016年俱乐部停业涉及金额前五地区

图表：2016年全国健身俱乐部停业事件时间分布

图表：2014-2016年GDP增长率%

图表：2010-2016年中国健身俱乐部数量

图表：2016年全国省会城市连锁健身俱乐部数量前五城市

图表：2016年全国省会城市连锁健身俱乐部数量

图表：2010-2016年中国健身行业从业人数

图表：2010-2016年中国健身行业总资产

图表：2010-2016年中国健身行业资产负债率

图表：2010-2016年中国健身俱乐部会员数量

图表：2010-2016年中国健身俱乐部销售收入

图表：2010-2016年中国健身行业销售税金总额

图表：2010-2016年中国健身行业利润增长率

图表：中国健身机构成本构成

图表：2011-2016年中国健身行业营业成本占营业总成本比

图表：2011-2016年中国健身行业销售费用占营业总成本比

图表：2011-2016年中国健身行业管理费用占营业总成本比

图表：2011-2016年中国健身行业管理费用占营业总成本比

图表：2014-2016年中国健身行业区域市场份额

图表：2010-2016年东北地区健身行业总资产规模

图表：2010-2016年东北地区健身行业销售收入

图表：2010-2016年华北地区健身行业总资产规模

图表：2010-2016年华北地区健身行业销售收入

图表：2010-2016年华东地区健身行业总资产规模

图表：2010-2016年华南地区健身行业总资产规模

图表：2010-2016年华南地区健身行业销售收入

图表：2010-2016年华中地区健身行业总资产规模

图表：2010-2016年华中地区健身行业销售收入

图表：2010-2016年西北地区健身行业总资产规模

图表：2010-2016年西北地区健身行业销售收入

图表：2010-2016年西南地区健身行业总资产规模

图表：2010-2016年西南地区健身行业销售收入

图表：2014-2016年中国健身行业毛利率

图表：2011-2016年中国健身行业净资产利润率

图表：2011-2016年中国健身行业销售利润率

图表：2011-2016年中国健身行业成本费用利润率

图表：2010-2016年中国健身行业流动比率

图表：2010-2016年中国健身行业资产负债率

图表：深圳市中航健身资产负债

图表：深圳市中航健身利润

图表：深圳市中航健身现金流量

图表：深圳市中航健身偿债能力

图表：青鸟健身加盟提供的支持

图表：2011-2016年中国网民数量

图表：2017-2022年中国健身俱乐部会员数量预测

图表：2017-2022年中国健身行业销售收入预测

图表：2017-2022年中国健身行业净资产收益率增长预测

图表：2017-2022年中国健身行业资产负债率预测

图表：2017-2022年中国健身行业流动比率预测

图表：2017-2022年中国健身行业总资产周转率预测

图表：2017-2022年中国健身行业净利润增长率预测

图表：2009-2016年中国城镇居民家庭平均每百户健身器材拥有量

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201702/496982.html>