

# 2021-2027年中国健身房市 场评估与战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国健身房市场评估与战略咨询报告》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.cction.com/report/202107/228429.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

健身房是指用来健身康复和锻炼活动的场所。一般而言，都有齐全的器械设备，有较全的健身及娱乐项目，有专业的教练进行指导，有良好的健身氛围。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国健身房市场评估与战略咨询报告》共十二章。首先介绍了健身房行业市场发展环境、健身房整体运行态势等，接着分析了健身房行业市场运行的现状，然后介绍了健身房市场竞争格局。随后，报告对健身房做了重点企业经营状况分析，最后分析了健身房行业发展趋势与投资预测。您若想对健身房产业有个系统的了解或者想投资健身房行业，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：

### 第一章世界健身房市场运行现状分析

#### 第一节健身房的健身器分类

##### 一、全身性健身器械

##### 二、局部性健身器械

##### 三、小型健身器械

#### 第二节2019年世界健身房市场发展现状分析

##### 一、世界健身房运行特点分析

##### 二、世界主要地区健身状况分析

##### 三、世界健身者需求情况分析

#### 第三节2021-2027年世界健身房市场发展趋势分析

### 第二章中国健身房产业发展环境分析

#### 第一节国内健身房经济环境分析

##### 一、GDP历史变动轨迹分析

##### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

##### 三、2019年中国健身房经济发展预测分析

#### 第二节中国健身房行业政策环境分析

### 第三章中国健身房行业运行状况分析

#### 第一节2019年中国健身房行业发展概述

- 一、健身房行业特点分析
- 二、健身房价格分析
- 三、健身房行业登陆创业板

#### 第二节2019年中国健身房行业运行动态分析

- 一、日本joyfit连锁健身房首店落户厦门
- 二、上海金融危机下的健身房行业调查
- 三、小型健身房投资方案

#### 第三节2019年中国健身房行业发展存在问题分析

### 第四章中国健身房市场运行态势分析

#### 第一节2019年中国健身房市场运行分析

- 一、健身房市场动向分析
- 二、市场需求不断增加
- 三、南京爆发价格战

#### 第二节2019年中国健身房市场经营状况分析

- 一、经营模式分析
- 二、经营特点分析
- 三、经营战略分析

### 第五章中国健身房消费市场分析

#### 第一节2019年中国健身房市场消费行为特点分析

- 一、消费者注重提高生存质量
- 二、消费者舍得花钱买健康
- 三、消费者对健身市场需求具有多样性
- 四、消费市场具有较大的可诱导性

#### 第二节2019年中国健身房的营销理念

- 一、非经营性的体育健身房通常采用生产观念的营销方式
- 二、专项休闲运动会馆一般采用市场推广的方式来进行经营
- 三、有氧健身中心和综合健康恢复中心一般采用市场营销方式

#### 四、综合健康恢复中心采用社会营销方式

#### 第三节2019年中国健身房市场经营模式存在的主要问题

- 一、缺乏市场和行业标准、运作规范和职业资质准入
- 二、专业化程度低
- 三、市场短期和投机行为普遍
- 四、管理水平较低

#### 第六章中国健身房市场营销策略分析

##### 第一节注重提高产品质量，树立品牌形象

##### 第二节门票价格制定分析

- 一、根据项目特点来定价
- 二、根据顾客人群收入特点来定价
- 三、定价要有弹性和前瞻性，以防价格战

##### 第三节消费区域选择原则分析

- 一、便利性原则
- 二、绿色环境原则
- 三、网络化覆盖原则

##### 第四节宣传方式分析

- 一、注重主流媒体宣传
- 二、要注重健身文化和影视文化媒体的结合推广

##### 第五节关系营销的分析

- 一、建立、保持并加强与俱乐部会员的良好关系,在日常的服务中加强关系营销
- 二、共同开发健身市场，与关联企业展开关系营销
- 三、与政府协调一致,建立政府关系营销

#### 第七章2015-2019年中国健身器材制造所属行业数据监测分析

##### 第一节2015-2019年中国健身器材所属行业总体数据分析

- 一、2017年中国健身器材所属行业全部企业数据分析
- 二、2019年中国健身器材所属行业全部企业数据分析
- 三、2019年中国健身器材所属行业全部企业数据分析

##### 第二节2015-2019年中国健身器材所属行业不同规模企业数据分析

- 一、2017年中国健身器材所属行业不同规模企业数据分析

- 二、2019年中国健身器材所属行业不同规模企业数据分析
- 三、2019年中国健身器材所属行业不同规模企业数据分析
- 第三节2015-2019年中国健身器材所属行业不同所有制企业数据分析
  - 一、2017年中国健身器材所属行业不同所有制企业数据分析
  - 二、2019年中国健身器材所属行业不同所有制企业数据分析
  - 三、2019年中国健身器材所属行业不同所有制企业数据分析

## 第八章中国健身房市场竞争格局分析

### 第一节2019年中国健身房市场竞争现状分析

- 一、品牌竞争分析
- 二、经营特色竞争分析
- 三、服务竞争分析

### 第二节2019年中国健身房产业重点省市竞争分析

- 一、北京
- 二、上海
- 三、深圳

### 第三节2019年中国健身房提升竞争力策略分析

## 第九章中国健身房重点企业分析

### 第一节中体产业集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析

### 第二节青岛英派斯（集团）有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析

### 第三节其它健身房分析

- 一、北京市塑美健身房
- 二、金牛区香枫健身房
- 三、杭州市拱墅区活力健身房
- 四、上海南湾健身房
- 五、重庆市渝中区天骄健身房
- 六、爱民健身房

## 第十章中国健身器材市场运行形势发展分析

### 第一节2019年国外健身器材发展概述

- 一、国际健身器材需求增加
- 二、美国健身器材市场回顾
- 三、德国健身器材市场概况
- 四、国际健身器材品牌介绍

### 第二节2019年中国健身器材运行态势分析

- 一、中国健身器材市场特点及结构
- 二、中国健身器材市场销售概况
- 三、健身器材成为新的消费热点
- 四、厦门成为中国最大健身器材出口基地
- 五、训练健身器材制造业主要指标分析

### 第三节2019年中国健身器材行业存在的问题分析

## 第十一章2021-2027年中国健身房市场发展趋势预测分析

### 第一节2021-2027年中国健身房行业发展趋势分析

- 一、产业规模预测分析
- 二、产业集中度预测分析
- 三、产业服务趋势分析

### 第二节2021-2027年中国健身房市场发展预测分析

- 一、训练健身器材制造业预测分析
- 二、健身器材需求预测分析

### 第三节2021-2027年中国健身房行业盈利预测分析

## 第十二章2021-2027年中国健身房行业投资机会与风险分析

第一节2021-2027年中国健身房行业投资环境分析

第二节2021-2027年中国健身房行业投资机会分析

一、健身房投资潜力分析

二、健身房吸引力分析

第三节2021-2027年中国健身房行业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、政策风险分析

三、其它风险分析

部分图表目录：

图表：2015-2019年国内生产总值

图表：2015-2019年居民消费价格涨跌幅度

图表：2019年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2015-2019年国家外汇储备

图表：2015-2019年财政收入

图表：2015-2019年全社会固定资产投资

图表：2019年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2019年固定资产投资新增主要生产能力

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202107/228429.html>