

2018年中国健身俱乐部行业分析报告- 市场深度分析与发展趋势研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国健身俱乐部行业分析报告-市场深度分析与发展趋势研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/344017344017.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

健身俱乐部的上游主要为健身设施提供商，包括健身设备生产商、商业地产商等健身场所提供者。其中健身设备领域竞争充分，高端市场以国际品牌为主，中低端市场国内品牌居多，价格较为市场化，且非常透明，健身俱乐部对其依赖性较低；商业地产商等健身场所提供者由于对核心地段优质房产具有垄断性，在与健身俱乐部沟通时议价能力较强，这可能导致健身俱乐部的运营成本逐渐增加。但随着健身俱乐部的不断普及，可能逐步成为综合性商业物业的配套休闲健身场所，区域性或全国性知名健身品牌的议价能力将逐渐增强。同时，健身俱乐部为提高休闲娱乐质量，聘请大量优质的健身教练，因此，行业的上游还包括各类休闲健身项目的优秀教练资源。

健身俱乐部的下游是健身消费者，包含个人消费者及向员工提供健身服务的企业客户。我国巨大的人口基数，居民收入增加带来的消费升级、健身观念的增强，以及政府对于健身运动的推广，保证了健身俱乐部拥有强劲的需求端。

资料来源：公开资料整理

行业壁垒

就商业模式而言，健身俱乐部依赖健身场地、健身器材和健身教练等关键资源要素，吸引健身需求者到俱乐部消费，采用会员预收费的模式，会员通过办理健身卡的方式获得进入健身房训练的资格，并由俱乐部提供私教、团课等额外付费的增值服务进行营利。存在以下竞争壁垒：

（1）健身服务的专业程度较高

健身服务，作为交叉学科，涉及运动人体科学、生理学、运动营养学等多个方面。普通消费者由于缺乏专业知识，容易出现运动方式不当而无法达到预期效果，甚至对身体造成损害的情况，健身俱乐部存在的核心价值就是为健身需求者提供专业化服务。因此健身俱乐部需要合理设计健身服务的项目，并投入资金进行持续研发和动态监测。同时，为提高健身服务的针对性，健身俱乐部需要招聘私人教练并对其进行专业培训。经营成功的健身俱乐部不仅需要健身服务项目上进行开发，还需要引进私人教练并对其进行专业培训，才能保证自身专业性。行业较高的专业程度成为后进入者的行业壁垒。

（2）品牌壁垒

品牌作为根植于消费者心中的观念，是获取竞争优势的关键，尤其在众多商家提供相似服务的情况下，消费者往往会选择所信赖的品牌。早期运营的健身俱乐部经过时间的检验，提供令消费者满意的服务，在行业内逐步树立了品牌知名度与美誉度。而拟进入健身服务行业的新商家起步较晚，知名度较低，若要获得消费者的认可需要进行较长时间的运营，从而形成了一定的品牌壁垒。

（3）核心地段的稀缺性

健身俱乐部依赖于固定的服务场所向健身爱好者提供服务。单家健身俱乐部依托所在的

商圈和社区，辐射半径一般为2.5公里左右，健身爱好者通常选择就近消费，因此选址是俱乐部开设成功与否的重要因素之一。健身俱乐部的核心地段为成熟商圈和社区，从长远看，核心地段的商铺资源相对稀缺。由于行业内的大型企业通常在核心地段集中开设多家健身俱乐部，在顾客的认知度和稳定性等方面占据竞争优势，在同一区域内对其它健身俱乐部构成一定的竞争压力。

（4）资金壁垒

在竞争激烈的市场中，健身俱乐部租赁场地面积较大，且需要投入大量专业化健身设备，需要大额资金投入，尤其采用直营模式的连锁健身企业，需要持续不断的资金投入。同时，在企业维持和发展过程中，各方面均需要继续投入资金，包括健身设施的后续采购、私人教练的引进和培训、健身服务项目的开发、品牌的营销和推广等。缺乏资金的企业很难在行业中获取竞争优势。

观研天下发布的《2018年中国健身俱乐部市场分析报告-行业运营态势与发展前景预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

第一章 健身俱乐部行业国内外发展概况

1.1 全球健身俱乐部行业发展概况

1.1.1 全球健身俱乐部行业发展现状

1.1.2 主要国家和地区发展状况

1.1.3 全球健身俱乐部行业发展趋势

1.2 中国健身俱乐部行业发展概况

1.2.1 . 中国健身俱乐部行业发展历程与现状

1.2.2 . 中国健身俱乐部行业发展中存在的问题

第二章 行业发展环境（PEST分析模型）

2.1 . 经济环境

2.1.1 . 国内经济环境

2.1.2 . 国际贸易环境

2.2 . 政策环境

2.2.1 . 产品相关标准

2.2.2 . 国家与地方对健身俱乐部产业的规划和政策

2.3 . 社会环境

2.4 . 技术环境

第三章 市场分析

3.1 . 市场需求概述

3.2 . 市场规模

3.2.1 . 2013-2017年中国健身俱乐部行业市场规模及增速

3.2.2 . 健身俱乐部行业市场饱和度

3.2.3 . 影响健身俱乐部市场规模的因素

3.2.4 . 健身俱乐部行业市场潜力

3.2.5 . 2018-2022年中国健身俱乐部市场规模及增速预测

3.3 . 市场特点

3.3.1 . 健身俱乐部行业所处生命周期

3.3.2 . 技术变革与行业革新对健身俱乐部行业的影响

3.3.3 . 差异化分析

第四章 区域市场分析

4.1 . 区域市场概况及分布

4.2 . 重点区域市场分析

4.2.1 . 区域市场一

（1）市场概况

（2）消费规模及占比

（3）市场需求特征

（4）市场发展趋势

4.2.2 . 区域市场二

（1）市场概况

（2）消费规模及占比

（3）市场需求特征

(4) 市场发展趋势

4.2.3 . 区域市场三

(1) 市场概况

(2) 消费规模及占比

(3) 市场需求特征

(4) 市场发展趋势

.....

4.3 . 健身俱乐部行业区域市场发展趋势

第五章 细分行业分析

5.1 . 健身俱乐部行业细分产品结构

5.2 . 细分产品一

5.2.1 . 市场规模

5.2.2 . 应用领域

5.2.3 . 前景预测

5.3 . 细分产品二

5.3.1 . 市场规模

5.3.2 . 应用领域

5.3.3 . 前景预测

5.4 . 细分产品三

5.4.1 . 市场规模

5.4.2 . 应用领域

5.4.3 . 前景预测

.....

第六章 进出口分析

6.1 . 出口分析

6.1.1 . 过去三年健身俱乐部产品出口量/值及增长情况

6.1.2 . 出口国家和地区分布情况

6.1.3 . 影响健身俱乐部产品出口的因素

6.1.4 . 未来三年健身俱乐部行业出口形势预测

6.2 . 进口分析

6.2.1 . 过去三年健身俱乐部产品进口量/值及增长情况

6.2.2 . 进口健身俱乐部产品的品牌结构

6.2.3 . 影响健身俱乐部产品进口的因素

6.2.4 . 未来三年健身俱乐部行业进口形势预测

第七章 行业生产分析

7.1 . 工艺技术

7.1.1 . 全球健身俱乐部行业工艺技术发展现状

7.1.2 . 中国健身俱乐部行业工艺技术水平

7.1.3 . 行业最新技术动态

7.1.4 . 健身俱乐部行业工艺技术发展趋势

7.2 . 产能产量

7.2.1 . 2013-2017年中国健身俱乐部产品产量及增速

7.2.2 . 行业产能及开工情况

7.2.3 . 产业投资热度及拟在建项目

7.2.4 . 2018-2022年中国健身俱乐部产品产量及增速预测

7.3 . 健身俱乐部产业区域分布

7.3.1 . 中国健身俱乐部企业数量规模

7.3.2 . 企业区域分布与产业集群

7.3.3 . 重点省市健身俱乐部产业发展特点

7.3.4 . 重点省市健身俱乐部产品产量及占比

第八章 行业供需平衡分析

8.1 . 健身俱乐部行业供需平衡现状

8.1.1 . 行业总体产销率

8.1.2 . 细分产品产销率

8.2 . 影响健身俱乐部行业供需平衡的因素

8.3 . 健身俱乐部行业供需平衡趋势预测

第九章 企业研究 (Top10 , 可根据客户需求指定目标企业)

9.1 . ***公司

9.1.1 . 企业基本情况

9.1.2 . 组织架构

9.1.3 . 产品结构及市场表现

9.1.4 . 产销规模

9.1.5 . 经营状况

9.1.6 . 销售网络

9.1.7 . 核心竞争力

9.1.8 . 企业最新发展动态

9.2 . ***公司

9.2.1 . 企业基本情况

9.2.2 . 组织架构

9.2.3 . 产品结构及市场表现

9.2.4 . 产销规模

9.2.5 . 经营状况

9.2.6 . 销售网络

9.2.7 . 核心竞争力

9.2.8 . 企业最新发展动态

.....

9.10 . ***公司

9.10.1 . 企业基本情况

9.10.2 . 组织架构

9.10.3 . 产品结构及市场表现

9.10.4 . 产销规模

9.10.5 . 经营状况

9.10.6 . 销售网络

9.10.7 . 核心竞争力

9.10.8 . 企业最新发展动态

第十章 行业竞争格局

10.1 . 重点健身俱乐部企业市场份额

10.2 . 健身俱乐部行业市场集中度

10.3 . 行业竞争群组

10.4 . 潜在进入者

10.5 . 替代品威胁

10.6 . 供应商议价能力

10.7 . 用户议价能力

10.8 . 健身俱乐部行业竞争关键因素

10.8.1 . 资金

10.8.2 . 技术

10.8.3 . 人才

第十一章 产品价格分析

11.1 . 健身俱乐部行业价格特征

11.2 . 中国健身俱乐部产品历史价格回顾

11.3 . 健身俱乐部产品当前市场价格评述

11.4 . 影响健身俱乐部产品价格的因素

11.5 . 主流企业健身俱乐部产品价位及价格策略

第十二章 上游供应状况

12.1 . 上游产业发展现状

12.2 . 上游产业生产情况

12.3 . 近年来上游产业产品价格变化情况

12.4 . 上游产业对健身俱乐部行业生产成本的影响

第十三章 下游应用领域

13.1 . 下游应用领域概述

13.2 . 应用领域一

13.2.1 . 需求特征

13.2.2 . 市场容量

13.2.3 . 竞争现状

13.2.4 . 需求趋势

13.3 . 应用领域二

13.3.1 . 需求特征

13.3.2 . 市场容量

13.3.3 . 竞争现状

13.3.4 . 需求趋势

13.4 . 应用领域三

13.4.1 . 需求特征

13.4.2 . 市场容量

13.4.3 . 竞争现状

13.4.4 . 需求趋势 (FSW)

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiyule/344017344017.html>