

2019年中国瑜伽市场分析报告- 市场现状调查与投资战略研究

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《2019年中国瑜伽市场分析报告-市场现状调查与投资战略研究》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/374926374926.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

随着中国经济社会的快速发展和改革开放的不断推进，人们的消费水平和消费结构明显提升，其中健康消费的增长更是显著。健康消费的扩大和结构的提升，不仅推动了我国健康产业的快速发展，更促进了全民健康素质和健康水平的提高。

瑜伽业在健康产业的发展中独具特色。尽管瑜伽很早就传入了中国，但由于多种原因，对其研究和习练者并不多。近年来，瑜伽的传播速度明显加快，瑜伽的习练者越来越多，拥有大量爱好者并且长期从事瑜伽锻炼，取得了良好的效果，政府相关部门也关注并组织开展了相关瑜伽活动。同时，专门为瑜伽习练者提供产品和服务的产业也初具雏形。瑜伽不但在健康产业的发展中独具特色，而且正在成为我国健康产业中发展较快的门类之一。

2011-2018年上半年，有效投融资数量共27笔，且集中在A轮。其中，2015和2016年是投资高峰期，共录得9笔和8笔的投融资记录，2017和2018年则是对头部企业追加融资。行业累计投融资金额总计6.6亿+人民币，头部企业的投资集中度高且轮次紧凑，说明投资机构对行业未来发展前景预判是头部企业将主导行业发展。该数据说明瑜伽行业整体融资规模偏小，企业的业务扩张缓慢，并未出现爆发性的独角兽公司。一方面，瑜伽的业务主要来自课程服务。基于其服务特性，业务扩张成本较高，且盈利需要2-3年的时间。因此前期资本进入较慢。另一方面，瑜伽泛人群的增长主要来自近两年，而人群消费行为具有一定滞后性，认为未来5年内可期待大型连锁机构的出现。

2011-2018年1H中国瑜伽行业投融资轮次

数据来源：观研天下数据中心整理

2018年瑜伽市场规模将到达322.1亿元,增长主要来自瑜伽垂直产品(服装、瑜伽垫、辅具等)等产品。2015-2017年,瑜伽的增长主要来自高速增长泛人群及核心人群,以及线下瑜伽馆及工作室的课程收入。2018年后瑜伽市场"基于核心人群的快速增长而产生的规模增长正在减弱。同时,现阶段线下瑜伽馆与工作室之间以价格竞争为主,客单价的提升有限。因此艾瑞认为未来的市场增速主要来自泛人群用户,且增速相对趋缓。随着竞争由价格转向课程与服务,新一轮的泛人群转化为核心人群,市场将引来快速增长。

2016-2020年我国瑜伽行业市场规模及预测

数据来源：观研天下数据中心整理

瑜伽以课程服务（主要来自线下馆）为中心，衍生出一条包括教练培训、普及装辅具商业在内的产业链。1）服装及辅具出现较早，但阶段该产业内企分布散巨头品牌空缺市场尚未进入完全竞争。2）线上瑜伽APP目前较集中，每日瑜伽用户规模占比最高且成立早。商业培训类企多在12-15年成立，该类企业多产生于瑜伽爱好者日益增长的需求（社交、课程便宜等），小型瑜伽馆主商业运营知识渴，及大中会员管理市场推广类需求。该企业发展略滞后于整个瑜伽行，因此现阶段为布局期随着认知度的提升市场进入成本将不断提升。3）瑜伽教练是产业链上特殊的存在。教练是瑜伽服务的深度消费者，也是提供进而可能成

为瑜伽馆主。因此,专为瑜伽教练提供服务的企业和机构也在不断增长。

2016年我国131个城市中共有瑜伽场馆14146家,但区域分布极不均衡。其中,广东、山东和江苏瑜伽馆数量最多,分别为1307家、1067家和922家;宁夏、青海和西藏最少,分别为45家、16家和1家。根据这一调查和统计,我国瑜伽馆的区域分布主要特征有以下几方面。

东部地区有瑜伽馆7634家,占全国瑜伽馆的54%。东部地区瑜伽馆最多的3个省份是广东1307家,约占本区域的17%;山东1067家,约占本区域的14%;江苏922家,约占本区域的12%。

中部地区有瑜伽馆3713家,占全国瑜伽馆的26%。中部地区瑜伽馆最多的3个省份是河南827家,约占本区域的22%;湖北731家,约占本区域的20%;安徽543家,约占本区域的15%。

西部地区有瑜伽馆2799家,占全国瑜伽馆的20%。西部地区瑜伽馆最多的3个省份是四川802家,约占本区域的29%;陕西638家,约占本区域的23%;广西420家,约占本区域的15%。

2016年我国主要城市瑜伽馆数量统计

2016年我国主要城市瑜伽馆数量统计

北京

754

苏州

330

上海

647

南京

288

成都

589

厦门

280

西安

489

杭州

266

武汉

452

长沙

263

深圳

417

沈阳

248

广州

365

福州

234

郑州

351

天津

201

青岛

333

重庆

173 数据来源：观研天下数据中心整理

一、二线城市的瑜伽馆相对较发达,且形态多样,主要包括大中型、中小型和小型三种。从经营模式来看,大中型瑜伽馆,的经营成本比较高,原因是整体配备要求高,且需要负担更多的老师成本,但客单价和学员规模也较大。中小型瑜伽馆的特色在于可以根据不同的人群需求设置更有特色的瑜伽课程,例如妈妈群体的亲子瑜伽,以吸引更多元化群体。小型瑜伽馆则可以根据学员定制化个人的练习计划,服务更加精细化。

瑜伽馆营收的80%来自课程服务,用户可以按次或按期购买。其收入水平将由场馆承接量决定,1)大中型瑜伽馆主推年卡、季卡、月卡,其年卡费用从6000-30000不等,利用规模效应维持盈利。2)中型瑜伽馆其课程安排相对灵活,设置1,个大教室进行团课,并设计2个左右的私教小教室,以满足不同人的需求。3)小型工作室以私教课程为主,构建小而美的商业模式,且主要以优质服务与教练胜出。值得注意的是,城市的水平不同也影响客流量和客单价,例如:三线及以下城市的瑜伽馆,自2016年起大量崛起,虽然场馆规模多较大,但是客流量及客单价大多低于-线城市的水平。

核心瑜伽用户表示,在课程消费中31.1%的支出花费在了线上课程上。目前来看,线上瑜伽APP的盈利方式主要来自会员购买,其他包括广告收入、电商交易费。随着知识付费的兴起,会员线上课程的消费意愿也在提升。此外,,瑜伽APP基于稳定的线上用户数据,通过自建线下瑜伽馆的方式为会员提供更深层次的服务。如2018年,每日瑜伽在北京和西安筹建了线下瑜伽馆,规模在200平以上。艾瑞认为线上+线下的运营方式,将随着瑜伽认知度的提升为APP带来更多流量与沉淀。

2018年核心瑜伽用户费用支出

数据来源：观研天下数据中心整理

调查显示，女性是当前中国瑜伽行业主要服务的对象，在数量上占绝对优势，占比高达94.9%；从年龄层面来看，中国瑜伽用户相对集中在23-40岁区间的青年人群，占比为69.4%，近七成；从城市分布来看，瑜伽用户目前仍相对集中于比较发达的城市，一二线城市用户占比65.8%。可见，当今“80后”、“90后”的一二线城市女性群体是中国习练瑜伽的主力群体。

2018年我国瑜伽用户年龄分布

数据来源：观研天下数据中心整理

瑜伽易学有效，让人终身受益，瑜伽之所以能广为人知道并大受欢迎，其奥妙在于身、心、精神的健康方面，都具有系统性、科学性和时间的考验。瑜伽是一门具有世界性的科学，其真理适用于不同种族、性别和年龄的人，任何人练习瑜伽都能从中获益。正是如此，瑜伽能长时间风靡世界而经久不衰。随着我国国民消费观念的提高，瑜伽消费在未来一段时间将成为我国消费者消费支出的重要部分，未来我国的瑜伽行业也将进入快速发展阶段。（GYZPP）

观研天下发布的《2019年中国瑜伽市场分析报告-市场现状调查与投资战略研究》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。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国瑜伽行业发展概述

第一节 瑜伽行业发展情况概述

- 一、瑜伽行业相关定义
- 二、瑜伽行业基本情况介绍
- 三、瑜伽行业发展特点分析

第二节 中国瑜伽行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、瑜伽行业产业链条分析
- 三、中国瑜伽行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国瑜伽行业生命周期分析

- 一、瑜伽行业生命周期理论概述
- 二、瑜伽行业所属的生命周期分析

第四节 瑜伽行业经济指标分析

- 一、瑜伽行业的赢利性分析
- 二、瑜伽行业的经济周期分析
- 三、瑜伽行业附加值的提升空间分析

第五节 国中瑜伽行业进入壁垒分析

- 一、瑜伽行业资金壁垒分析
- 二、瑜伽行业技术壁垒分析
- 三、瑜伽行业人才壁垒分析
- 四、瑜伽行业品牌壁垒分析
- 五、瑜伽行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球瑜伽行业市场发展现状分析

第一节 全球瑜伽行业发展历程回顾

第二节 全球瑜伽行业市场区域分布情况

第三节 亚洲瑜伽行业地区市场分析

- 一、亚洲瑜伽行业市场现状分析
- 二、亚洲瑜伽行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲瑜伽行业市场前景分析

第四节 北美瑜伽行业地区市场分析

- 一、北美瑜伽行业市场现状分析
- 二、北美瑜伽行业市场规模与市场需求分析

三、北美瑜伽行业市场前景分析

第五节 欧盟瑜伽行业地区市场分析

一、欧盟瑜伽行业市场现状分析

二、欧盟瑜伽行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟瑜伽行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界瑜伽行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球瑜伽行业市场规模预测

第三章 中国瑜伽产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品瑜伽总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国瑜伽行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国瑜伽产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国瑜伽行业运行情况

第一节 中国瑜伽行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国瑜伽行业市场规模分析

第三节 中国瑜伽行业供应情况分析

第四节 中国瑜伽行业需求情况分析

第五节 中国瑜伽行业供需平衡分析

第六节 中国瑜伽行业发展趋势分析

第五章 中国瑜伽所属行业运行数据监测

第一节 中国瑜伽所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国瑜伽所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国瑜伽所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国瑜伽市场格局分析

第一节 中国瑜伽行业竞争现状分析

一、中国瑜伽行业竞争情况分析

二、中国瑜伽行业主要品牌分析

第二节 中国瑜伽行业集中度分析

一、中国瑜伽行业市场集中度分析

二、中国瑜伽行业企业集中度分析

第三节 中国瑜伽行业存在的问题

第四节 中国瑜伽行业解决问题的策略分析

第五节 中国瑜伽行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国瑜伽行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国瑜伽行业消费特点

第二节 中国瑜伽行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 瑜伽行业成本分析

第四节 瑜伽行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国瑜伽行业价格现状分析

第六节 中国瑜伽行业平均价格走势预测

一、中国瑜伽行业价格影响因素

二、中国瑜伽行业平均价格走势预测

三、中国瑜伽行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国瑜伽行业区域市场现状分析

第一节 中国瑜伽行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地瑜伽市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区瑜伽市场规模分析

四、华东地区瑜伽市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区瑜伽市场规模分析

四、华中地区瑜伽市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区瑜伽市场规模分析

第九章 2016-2018年中国瑜伽行业竞争情况

第一节 中国瑜伽行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国瑜伽行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国瑜伽行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 瑜伽行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2019-2025年中国瑜伽行业发展前景分析与预测

第一节 中国瑜伽行业未来发展前景分析

- 一、瑜伽行业国内投资环境分析
- 二、中国瑜伽行业市场机会分析
- 三、中国瑜伽行业投资增速预测

第二节 中国瑜伽行业未来发展趋势预测

第三节 中国瑜伽行业市场发展预测

- 一、中国瑜伽行业市场规模预测

二、中国瑜伽行业市场规模增速预测

三、中国瑜伽行业产值规模预测

四、中国瑜伽行业产值增速预测

五、中国瑜伽行业供需情况预测

第四节中国瑜伽行业盈利走势预测

一、中国瑜伽行业毛利润同比增速预测

二、中国瑜伽行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国瑜伽行业投资风险与营销分析

第一节 瑜伽行业投资风险分析

一、瑜伽行业政策风险分析

二、瑜伽行业技术风险分析

三、瑜伽行业竞争风险分析

四、瑜伽行业其他风险分析

第二节 瑜伽行业企业经营发展分析及建议

一、瑜伽行业经营模式

二、瑜伽行业销售模式

三、瑜伽行业创新方向

第三节 瑜伽行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2019-2025年中国瑜伽行业发展策略及投资建议

第一节 中国瑜伽行业品牌战略分析

一、瑜伽企业品牌的重要性

二、瑜伽企业实施品牌战略的意义

三、瑜伽企业品牌的现状分析

四、瑜伽企业的品牌战略

五、瑜伽品牌战略管理的策略

第二节 中国瑜伽行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国瑜伽行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2019-2025年中国瑜伽行业发展策略及投资建议

第一节 中国瑜伽行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国瑜伽行业定价策略分析

第三节 中国瑜伽行业营销渠道策略

- 一、瑜伽行业渠道选择策略
- 二、瑜伽行业营销策略

第四节 中国瑜伽行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国瑜伽行业重点投资区域分析
- 二、中国瑜伽行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/374926374926.html>