

# 2018-2023年中国健身房行业分析报告- 市场深度分析与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018-2023年中国健身房行业分析报告-市场深度分析与发展趋势预测》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/316344316344.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

健身房是指城市里用来健身的场所。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。

我国与美国相比健身产业差距巨大 资料来源：公开资料整理 1、健身工作室快速涌现

健身工作室快速增加，抢占健身房市场。随着健身教练的成熟以及健身需求的分化，健身工作室在欧美以及中国快速发展起来。具有一技之长的教练利用积累的客户资源及运营经验，开设小规模工作室教授擅长的课程，按次收费，为客户提供瑜伽、塑形、减脂等私教服务。据美国 AFS 协会调查，全美有超过 10 万家健身工作室，总产值达 240 亿美元。据数据，中国个人健身工作室在 1-2 万家左右。

美国的健身工作室发展目前较为成熟，国内的工作室基本参考国外模式。

美国的健身工作室发展目前较为成熟，国内的工作室基本参考国外模式。在美国，照经营方式划分，健身工作室主要分为独立经营、合作经营和连锁经营这三种。而健身工作室的收入来源主要有会员费、一对一或一对多私教收入、小团课收入、设备、服饰和配件的销售收入。国内目前存在的健身工作室主要是独立经营和合作经营为主，针对客户的需求，主要提供一对

一、一对多和小团体课程。随着健身工作室的逐步发展，未来可能会出现连锁经营的健身工作室。

健身工作室提高教练收入提成，会员门槛更高，提升健身体验，会员粘性更高。健身工作室提高教练收入提成，会员门槛更高，提升健身体验，会员粘性更高。通常传统健身俱乐部中教练会被分配有业绩要求，销售压力大，此外私教收入中仅有 15%-30%归教练所有，教练流失率较高。而教练的去留会影响会员健身进程，导致会员流失。健身工作室则多为教练自己所有，其私教或团课收入即为个人收入，教练更有动力认真授课和指导学员，也提高了会员的粘性。相对于传统健身房来说，工作室的会员门槛更高，得到的服务更私密也更个性化。会员体验好，并通过老会员推介的形式进行推广，会员粘性更高。

### 2、新型健身俱乐部试图改造传统商业模式

初创企业进入健身行业，试图通过商业模式创新解决健身行业现有痛点。常见的运作模式包括采用低价月卡方式扩大用户基数、智能健身工具提高用户消费频次等。2015 年后以超级猩猩、光猪圈、乐刻健身为代表的新型健身房开始快速发展起来，短时间内开店数迅速增加，但盈利能力及商业模式的可持续性仍有待检验。例如 2015 年小熊快跑、全城热练等 APP 推出 99 元健身月卡，但由于线下健身房抵制、运营成本较高等原因，很快遭遇了“滑铁卢”，不得不转型或提高价格。

观研天下发布的《2018-2023年中国健身房行业分析报告-市场深度分析与发展趋势预测》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。

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。

## 【报告大纲】

### 第一部分 行业发展现状

#### 第一章 健身房行业发展综述

##### 第一节 健身房行业定义及分类

###### 一、行业定义

###### 二、行业分类

###### 三、行业在国民经济中的地位

##### 第二节 健身房市场特征分析

###### 一、关联度

###### 二、影响需求的关键因素

###### 三、国内和国际市场

###### 四、主要竞争因素

###### 五、生命周期

##### 第三节 健身房行业产业链分析

###### 一、产业链结构分析

###### 二、行业产业链上游相关行业分析

###### 三、行业下游产业链相关行业分析

###### 四、上下游行业影响及风险提示

### 第二章 我国健身房行业发展现状

#### 第一节 我国健身房行业发展现状

##### 一、健身房行业品牌发展现状

##### 二、健身房行业消费市场现状

##### 三、健身房市场消费层次分析

##### 四、我国健身房市场走向分析

#### 第二节 2016-2017年健身房行业发展情况分析

## 一、2016-2017年健身房行业发展特点分析

## 二、2016-2017年健身房行业发展情况

### 第三节 2016-2017年健身房行业运行分析

#### 一、2016-2017年健身房行业产销运行分析

#### 二、2016-2017年健身房行业利润情况分析

#### 三、2016-2017年健身房行业发展周期分析

#### 四、2018-2023年健身房行业发展机遇分析

#### 五、2018-2023年健身房行业利润增速预测

### 第四节 对中国健身房市场的分析及思考

#### 一、健身房市场特点

#### 二、健身房市场分析

#### 三、健身房市场变化的方向

#### 四、中国健身房产业发展的新思路

#### 五、对中国健身房产业发展的思考

## 第三章 2016-2017年中国健身房市场运行态势剖析

### 第一节 2016-2017年中国健身房市场动态分析

#### 一、健身房行业新动态

#### 二、健身房主要品牌动态

#### 三、健身房行业消费者需求新动态

### 第二节 2016-2017年中国健身房市场运营格局分析

#### 一、市场供给情况分析

#### 二、市场需求情况分析

#### 三、影响市场供需的因素分析

### 第三节 2017~2016中国健身房市场价格分析

#### 一、品牌健身房价格走势分析

#### 二、影响价格的主要因素分析

## 第二部分 行业深度分析

## 第四章 健身房行业经济运行分析

### 第一节 2016-2017年健身房行业主要经济分析

### 第二节 2016-2017年我国健身房行业绩效分析

#### 一、2016-2017年行业规模情况

#### 二、2016-2017年行业盈利能力

#### 三、2016-2017年行业经营发展能力

#### 四、2016-2017年行业偿债能力分析

### 第五章 中国健身房行业消费市场分析

#### 第一节 健身房市场消费需求分析

- 一、健身房市场的消费需求变化
- 二、健身房行业的需求情况分析
- 三、2016-2017年健身房品牌市场消费需求分析

#### 第二节 健身房消费市场状况分析

- 一、健身房行业消费特点
- 二、健身房行业消费分析
- 三、健身房行业消费结构分析
- 四、健身房行业消费的市场变化
- 五、健身房市场的消费方向

#### 第三节 健身房行业产品的品牌市场调查

- 一、消费者对行业品牌认知度宏观调查
- 二、消费者对行业产品的品牌偏好调查
- 三、消费者对行业品牌的首要认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、健身房行业品牌忠诚度调查
- 六、健身房行业品牌市场占有率调查
- 七、消费者的消费理念调研

### 第六章 我国健身房行业市场调查分析

#### 第一节 2016-2017年我国健身房行业市场宏观分析

- 一、主要观点
- 二、市场结构分析
- 三、整体市场关注度
- 四、品牌分析

#### 第二节 2017&shy;2016中国健身房行业市场微观分析

- 一、品牌关注度格局
- 二、产品关注度调查
- 三、不同价位关注度

### 第七章 健身房行业上下游产业分析

#### 第一节 上游产业分析

- 一、发展现状
- 二、发展趋势预测
- 三、市场现状分析
- 四、行业竞争状况及其对健身房行业的意义

## 第二节 下游产业分析

- 一、发展现状
- 二、发展趋势预测
- 三、市场现状分析
- 四、行业新动态及其对健身房行业的影响
- 五、行业竞争状况及其对健身房行业的意义

## 第三部分 行业竞争格局

## 第八章 健身房行业竞争格局分析

### 第一节 行业竞争结构分析

- 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、供应商议价能力分析
- 五、客户议价能力分析

### 第二节 行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

### 第三节 中国健身房行业竞争格局综述

- 一、2016-2017年健身房行业集中度
- 二、2016-2017年健身房行业竞争程度
- 三、2016-2017年健身房企业与品牌数量
- 四、2016-2017年健身房行业竞争格局分析

### 第四节 2016-2017年健身房行业竞争格局分析

- 一、2016-2017年国内外健身房行业竞争分析
- 二、2016-2017年我国健身房市场竞争分析

## 第九章 健身房企业竞争策略分析

### 第一节 健身房市场竞争策略分析

- 一、2016-2017年健身房市场增长分析

二、2016-2017年健身房主要品种分析

三、现有健身房市场竞争策略分析

四、潜力健身房竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 健身房企业竞争策略分析

一、2018-2023年我国健身房市场竞争趋势

二、2018-2023年健身房行业竞争格局展望

三、2018-2023年健身房行业竞争策略分析

第三节 健身房行业发展机会分析

第四节 健身房行业发展风险分析

第十章 重点健身房企业竞争分析

第一节 中体倍力健身俱乐部有限公司

一、公司简介

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、发展策略分析

第二节 青岛英派斯（集团）有限公司

一、公司简介

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、发展策略分析

第三节 北京青鸟健身中心

一、公司简介

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、发展策略分析

第四节 一兆韦德（上海）健身管理有限公司

一、公司简介

二、竞争优势分析

三、经营状况分析

四、发展策略分析

第五节 上海美格菲健身中心有限公司

一、公司简介

二、竞争优势分析



### 三、经营状况分析

### 四、发展策略分析

#### 第六节 浩沙健身俱乐部

##### 一、公司简介

##### 二、竞争优势分析

##### 三、经营状况分析

##### 四、发展策略分析

#### 第七节 中航健身会

##### 一、公司简介

##### 二、竞争优势分析

##### 三、经营状况分析

##### 四、发展策略分析

#### 第八节 上海金仕堡体育发展有限公司

##### 一、公司简介

##### 二、竞争优势分析

##### 三、经营状况分析

##### 四、发展策略分析

#### 第九节 上海星之健身俱乐部有限公司

##### 一、公司简介

##### 二、竞争优势分析

##### 三、经营状况分析

##### 四、发展策略分析

#### 第十节 威尔士

##### 一、公司简介

##### 二、竞争优势分析

##### 三、经营状况分析

##### 四、发展策略分析

### 第四部分 行业投资前景

## 第十一章 健身房行业发展趋势分析

### 第一节 我国健身房行业前景与机遇分析

#### 一、我国健身房行业发展前景

#### 二、我国健身房发展机遇分析

### 第二节 2018-2023年中国健身房市场趋势分析

#### 一、2016-2017年健身房市场趋势总结

- 二、2018-2023年健身房行业发展趋势分析
- 三、2018-2023年健身房市场发展空间
- 四、2018-2023年健身房产业政策趋向
- 五、2018-2023年健身房行业技术革新趋势
- 六、2018-2023年健身房价格走势分析
- 七、2018-2023年国际环境对健身房行业的影响

## 第十二章 健身房行业发展趋势与投资战略研究

### 第一节 健身房市场发展潜力分析

- 一、市场空间广阔
- 二、竞争格局变化
- 三、高科技应用带来新生机

### 第二节 健身房行业发展趋势分析

- 一、品牌格局趋势
- 二、渠道分布趋势
- 三、消费趋势分析

### 第三节 健身房行业发展战略研究

- 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

### 第四节 对我国健身房品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、健身房实施品牌战略的意义
- 三、健身房企业品牌的现状分析
- 四、我国健身房企业的品牌战略
- 五、健身房品牌战略管理的策略

## 第十三章 2018-2023年健身房行业发展预测

### 第一节 未来健身房需求与消费预测

- 一、2018-2023年健身房产品消费预测
- 二、2018-2023年健身房市场规模预测

三、2018-2023年健身房行业销售收入预测

四、2018-2023年健身房行业总资产预测

第二节 2018-2023年中国健身房行业供需预测

一、2018-2023年中国健身房供给预测

二、2018-2023年中国健身房产量预测

三、2018-2023年中国健身房需求预测

四、2018-2023年中国健身房供需平衡预测

五、2018-2023年中国健身房产品价格预测

第三节 影响健身房行业发展的主要因素

一、2018-2023年影响健身房行业运行的有利因素分析

二、2018-2023年影响健身房行业运行的稳定因素分析

三、2018-2023年影响健身房行业运行的不利因素分析

四、2018-2023年我国健身房行业发展面临的挑战分析

五、2018-2023年我国健身房行业发展面临的机遇分析

第四节 健身房行业投资风险及控制策略分析

一、2018-2023年健身房行业市场风险及控制策略

二、2018-2023年健身房行业政策风险及控制策略

三、2018-2023年健身房行业经营风险及控制策略

四、2018-2023年健身房行业投资者风险及控制策略

五、2018-2023年健身房行业同业竞争风险及控制策略

六、2018-2023年健身房行业其他风险及控制策略

## 第十四章 投资建议

第一节 行业研究结论

第二节 行业发展建议

(GYJPFSW)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/316344316344.html>