

2020年中国健身房市场调研报告- 市场运营现状与未来动向研究

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《2020年中国健身房市场调研报告-市场运营现状与未来动向研究》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/517832517832.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

进入21世纪以来，健康文明已经成为现代人普遍追求的生活方式，运动健身成为一种时尚和潮流，我国健身人群数量激增。2016年我国健身人群数量为10.9百万人，2019年我国健身人群数量为43.3百万人。快速增长的健身人群数量使得产业链主体为健身房的健身服务行业受到大众青睐。

2016-2019年我国健身人群数量

数据来源：公开资料整理

健身服务行业产业链

数据来源：公开资料整理

近年来，我国健身房行业快速发展。从数量来看，2016年我国健身房数量为37.6千个，2019年我国健身房数量达到97.7千个。

2016-2019年我国健身房数量

数据来源：公开资料整理

从行业市场规模来看，2018年我国健身房市场规模为983亿元，较上年同比增长12%；2019年我国健身房市场规模为1110亿元，较上年同比增长12.9%。

2015-2019年我国健身房行业市场规模

数据来源：公开资料整理

在健身房的发展过程中，互联网时代的到来带来了全媒体信息的多方位应用，健身房行业以互联网为媒介，通过链接各种商业渠道，产生的智能健身房成为当下健身行业发展的主流趋势。智能健身房是指将传统健身房与互联网、大数据以及人工智能等智能化技术进行有机结合，实现最大化地满足人们不同健身需求的健身场所。

无论是具体的管理模式、人力成本、投入规模、销售策略还是盈利模式方面，智能健身房相较于传统健身房都具有一定的优势。且在“互联网+健身”的发展模式下，智能健身房凭借其便捷智能的特征以势不可挡之势迅速涌入健身行业，各具特色的智能健身品牌活跃于市场。目前国内健身市场已形成以“乐刻运动(Lefi)”、“超级猩猩(Super Monkey)”等为代表的智能健身房品牌。

传统健身房和智能健身房特征对比

特征对比

传统健身房

智能健身房

管理模式

金字塔形管理模式（重管理）

智能化+扁平化管理

人力成本

人员膨胀、机构臃肿

人力精简、成本低

投入规模

大面积、高租金

小面积、投入低

销售策略

年卡及多年卡预售制

次卡及月卡零售制

盈利模式

私教销售+会籍销售

去私教+产品数据来源：公开资料整理

我国代表性智能健身房品牌基本情况

序号

智能健身房品牌

成立时间

地点

所属公司

1

乐刻运动

2015年

杭州

杭州乐刻网络技术有限公司

2

超级猩猩

2014年

深圳

深圳市超级猩猩健身管理有限公司

3

光猪圈健身

2015年

北京

光猪体育有限公司

4

快快健身

2015年

北京

快快乐动网络科技有限公司

5

Liking Fit

2016年

上海

上海乐快信息技术有限公司数据来源：公开资料整理

智能健身房全新的商业运作模式与组织架构模式，对传统健身房造成了巨大的冲击。但从性能上来看，传统健身房规模大、器械多、选址地点好，可以满足各类群体的健身需求，加之拥有独立的更衣室、淋浴间等设备，提供的健身服务更加完善，更能满足用户健身需求。而智能健身房则追求小而精的模式，健身需求较有针对性。受到场地以及健身器材的限制，不利于资深健身爱好者训练，导致客户留存率低，互动性不足，加大了安全隐患。因此为了打破健身房行业困局且不断激发市场活力，传统健身房与智能健身房的协同发展受到业界的重点关注。

传统健身房的发展需转变预售现金流模型，以用户为主，不断提高消费体验，聚焦精细化运营，挖掘用户价值，瞄准健身的中产人群，缩短长期卡的比重，设置主导用户运营的管理岗位，把维护消费者价值贯穿到健身房的经营管理中；充分利用互联网资源，发挥互联网健身的获课优势，将传统健身房营销模式和智能健身房营销模式相结合，优化成本结构，通过智能化设施降低人力成本，增强健身房教练的技能培训，提高会员健身体验，促进健身房的可持续发展；构建一体化健身房链条，重组健身要素，智能健身房作为产业链的上游，传统健身房作为产业链的下游，形成一体化链条体系；健身房发展注重游戏化，社交化，增强用户粘性，引入更多的增值和服务产品，适当调整健身房经营重心，打造特色课程，实现健身品牌差异化，促进健身房的品牌细分。

健身房发展对策

数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国健身房市场调研报告-市场运营现状与未来动向研究》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。

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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国健身房行业发展概述

第一节 健身房行业发展情况概述

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

第二节 中国健身房行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、健身房行业产业链条分析
- 三、中国健身房行业上游环节分析
- 四、中国健身房行业下游环节分析

第三节 中国健身房行业生命周期分析

- 一、健身房行业生命周期理论概述
- 二、健身房行业所属的生命周期分析

第四节 健身房行业经济指标分析

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

第五节 中国健身房行业进入壁垒分析

- 一、健身房行业资金壁垒分析
- 二、健身房行业技术壁垒分析

- 三、健身房行业人才壁垒分析
- 四、健身房行业品牌壁垒分析
- 五、健身房行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球健身房行业市场发展现状分析

- 第一节 全球健身房行业发展历程回顾
- 第二节 全球健身房行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲健身房行业地区市场分析
 - 一、亚洲健身房行业市场现状分析
 - 二、亚洲健身房行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲健身房行业市场前景分析
- 第四节 北美健身房行业地区市场分析
 - 一、北美健身房行业市场现状分析
 - 二、北美健身房行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美健身房行业市场前景分析
- 第五节 欧盟健身房行业地区市场分析
 - 一、欧盟健身房行业市场现状分析
 - 二、欧盟健身房行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟健身房行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界健身房行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球健身房行业市场规模预测

第三章 中国健身房产业发展环境分析

- 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、全社会消费品健身房总额
 - 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 中国健身房行业政策环境分析
 - 一、行业监管体制现状
 - 二、行业主要政策法规
- 第三节 中国健身房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 中国健身房行业运行情况

第一节 中国健身房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
- 四、行业发展动态

第二节 中国健身房行业市场规模分析

第三节 中国健身房行业供应情况分析

第四节 中国健身房行业需求情况分析

第五节 中国健身房行业供需平衡分析

第六节 中国健身房行业发展趋势分析

第五章 中国健身房所属行业运行数据监测

第一节 中国健身房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 中国健身房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 中国健身房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 2017-2020年中国健身房市场格局分析

第一节 中国健身房行业竞争现状分析

一、中国健身房行业竞争情况分析

二、中国健身房行业主要品牌分析

第二节 中国健身房行业集中度分析

一、中国健身房行业市场集中度分析

二、中国健身房行业企业集中度分析

第三节 中国健身房行业存在的问题

第四节 中国健身房行业解决问题的策略分析

第五节 中国健身房行业竞争力分析

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

第六节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国健身房行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 2017-2020年中国健身房行业需求特点与动态分析

第一节 中国健身房行业消费者基本情况

第二节 中国健身房行业消费者属性及偏好调查

第三节 健身房行业成本分析

第四节 健身房行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国健身房行业价格现状分析

第六节 中国健身房行业平均价格走势预测

一、中国健身房行业价格影响因素

二、中国健身房行业平均价格走势预测

三、中国健身房行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国健身房行业区域市场现状分析

第一节 中国健身房行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区健身房市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区健身房市场规模分析

四、华东地区健身房市场规模预测

第三节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区健身房市场规模分析

四、华北地区健身房市场规模预测

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、华南地区健身房市场规模分析

四、华南地区健身房市场规模预测

第九章 2017-2020年中国健身房行业竞争情况

第一节 中国健身房行业竞争结构分析（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 中国健身房行业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 中国健身房行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 健身房行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况

四、公司优劣势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国健身房行业发展前景分析与预测

第一节 中国健身房行业未来发展前景分析

一、健身房行业国内投资环境分析

二、中国健身房行业市场机会分析

三、中国健身房行业投资增速预测

第二节 中国健身房行业未来发展趋势预测

第三节 中国健身房行业市场发展预测

一、中国健身房行业市场规模预测

二、中国健身房行业市场规模增速预测

三、中国健身房行业产值规模预测

四、中国健身房行业产值增速预测

五、中国健身房行业供需情况预测

第四节 中国健身房行业盈利走势预测

一、中国健身房行业毛利润同比增速预测

二、中国健身房行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国健身房行业投资机遇、风险与营销分析

第一节 健身房产业投资面临的机遇

一、政策机遇

二、技术创新机遇

三、市场机遇

四、其他机遇

第二节 健身房行业投资风险分析

一、健身房行业政策风险分析

二、健身房行业技术风险分析

三、健身房行业竞争风险分析

四、健身房行业其他风险分析

第三节 健身房行业企业经营发展分析及建议

一、健身房行业经营模式

二、健身房行业销售模式

三、健身房行业创新方向

第四节 健身房行业应对策略

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 2021-2026年中国健身房行业发展战略及规划建议

第一节 中国健身房行业品牌战略分析

一、健身房企业品牌的重要性

二、健身房企业实施品牌战略的意义

三、健身房企业品牌的现状分析

四、健身房企业的品牌战略

五、健身房品牌战略管理的策略

第二节 中国健身房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 中国健身房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 2021-2026年中国健身房行业发展策略及投资建议

第一节 中国健身房行业产品策略分析

- 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 中国健身房行业定价策略分析

第三节 中国健身房行业营销渠道策略

- 一、健身房行业渠道选择策略
- 二、健身房行业营销策略

第四节 中国健身房行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国健身房行业重点投资区域分析
- 二、中国健身房行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiyule/517832517832.html>