

# 2016-2022年中国健身市场态势调研与十三五发展规划研究报告

## 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《2016-2022年中国健身市场态势调研与十三五发展规划研究报告》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：<https://baogao.chinabaogao.com/wentiyule/240292240292.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：sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

## 二、报告目录及图表目录

健身行业2000年才正式在国内起步，历时10余年，2014年全国规模以上健身俱乐部已发展到5764家，健身人群多达千万人，但是和发达国家相比，这数字确是微乎其微，欧美国家，国家兴建的体育馆很少，其他基本都是私人健身俱乐部，私人健身会所，健身在国外的普及率非常高，发达国家经常去健身房运动人群占20—30%。

随着我国经济的飞速发展，人们生活水平的不断提高，大家的健身意识已经越来越强，人们花在健身上的费用和时间也越来越多。2014年10月，中国政府网公布了《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》，《意见》指出，要加快政府职能转变，进一步简政放权，并将全民健身上升为国家战略。规划到2025年，基本建立布局合理、功能完善、门类齐全的体育产业体系，体育产业总规模超过5万亿元，成为推动经济社会持续发展的重要力量。

健身行业是“朝阳产业”，但现阶段在发展中却出现了很多新问题。健身俱乐部缺乏统一行业标准与管理规范，价格战频发 加深行业在社会的信任危机，会员流失严重续会率偏低，缺乏优秀人才，员工流动性大，商业盈利模式单一，主要靠会员卡（主要为年卡形式）的销售，盈利不稳定。2012年至今，经营者们越来越理性，寻求差异化、提升服务、健康管理理念、运动康复结合等特点催促着行业的新一轮洗牌。行业的发展趋势朝着专业管理化、个性化服务、融合性创、网络化营销趋势、品牌化发展趋势、连锁化经营方向发展。

中国大多数健身俱乐部投资人、经营者还处于摸着石头过河的阶段，而城市化的高速发展与对健康与高品质生活的追求不断升级，经过近些年的发展，成就了目前健身产业这一庞大市场。2014年是智能穿戴设备的首年，智能穿戴设备的发展对健身行业的影响巨大，通过设备监测了解身体状况，方便我们知道自己的身体方面的不足，促使消费者加大健身锻炼力度，推动健身行业的发展。

中国报告网发布的《2016-2022年中国健身市场态势调研与十三五发展规划研究报告》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。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管数据库。

## 【报告大纲】

### 第一部分 健身行业发展现状

#### 第一章 2014-2015年中国健身行业分析

##### 第一节 2014-2015年中国健身行业发展概况

一、中国健身行业发展概况

二、2015年中国健身行业发展概况

##### 第二节 2014-2015年中国健身行业总体运行情况

一、2014-2015年中国健身企业数量及分布

二、2014-2015年中国健身行业从业人员统计

##### 第三节 宏观经济情况

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格水平

三、全国居民收入情况

四、交通、邮电和旅游

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、金融情况

九、对外贸易&进出口

十、社会环境分析

#### 第二章 2014-2015年中国健身行业规模分析

##### 第一节 2014-2015年中国健身行业资产负债状况分析

一、2014-2015年中国健身行业总资产状况分析

二、2014-2015年中国健身行业应收账款状况分析

三、2014-2015年中国健身行业流动资产状况分析

四、2014-2015年中国健身行业负债状况分析

##### 第二节 2014-2015年中国健身行业销售及利润分析

一、2014-2015年中国健身行业销售收入分析

二、2014-2015年中国健身行业产品销售税金情况

三、2014-2015年中国健身行业利润增长情况

四、2014-2015年中国健身行业亏损情况

### 第二部分 健身行业深度分析

#### 第三章 2014-2015年中国健身行业成本费用分析

##### 第一节 2014-2015年中国健身行业成本费用结构分析

##### 第二节 2014-2015年中国健身行业销售成本情况

第三节 2014-2015年中国健身行业销售费用情况

第四节 2014-2015年中国健身行业管理费用情况

第五节 2014-2015年中国健身行业财务费用情况

第四章 2014-2015年中国健身行业区域结构分析

第一节 2014-2015年东北地区健身行业市场现状分析

第二节 2014-2015年华北地区健身行业市场现状分析

第三节 2014-2015年华东地区健身行业市场现状分析

第四节 2014-2015年华南地区健身行业市场现状分析

第五节 2014-2015年华中地区健身行业市场现状分析

第六节 2014-2015年西北地区健身行业市场现状分析

第七节 2014-2015年西南地区健身行业市场现状分析

第五章 2014-2015年中国健身行业整体评价

第一节 2014-2015年中国健身行业盈利能力

一、2014-2015年中国健身行业毛利率

二、2014-2015年中国健身行业资产利润率

三、2014-2015年中国健身行业销售利润率

四、2014-2015年中国健身行业成本费用利润率

第二节 2014-2015年中国健身行业偿债能力

第三节 行业重点企业分析

一、深圳市中航健身时尚股份有限公司

二、北京青鸟健身有限公司

三、一兆韦德

四、浩沙健身俱乐部

五、舒适堡美容健美中心

六、上海金仕堡体育发展有限公司

第四节 相关行业发展分析

第五节 健康服务行业

第三部分 健身行业投资前景

第六章 中国健身行业投资与发展前景分析

第一节 中国健身行业投资机会分析

一、可以投资的中国健身模式

二、2016-2022年中国健身投资机会

第二节 2016-2022年中国健身行业发展预测分析

一、未来中国健身发展分析

二、未来中国健身行业技术开发方向

### 三、总体行业"十二五"预测

第三节 2016-2022年中国健身行业市场规模预测

第七章 2016-2022年投资风险分析

第一节 中国健身行业存在的瓶颈

第二节 竞争风险分析

第三节 市场风险分析

第四节 管理风险分析

第五节 投资风险分析

第八章 专家观点与结论

第一节 中国健身行业营销策略分析及建议

一、中国健身行业营销模式

二、中国健身行业营销策略

第二节 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

第三节 市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

第四节 健身行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、产业规划

三、品牌营销战略

四、竞争战略规划

五、市场细分策略

六、创新战略

七、差异化战略

图表目录

图表：2010-2014年中国健身俱乐部数量

图表：全国省会城市连锁健身俱乐部数量前五城市

图表：全国省会城市连锁健身俱乐部数量情况

图表：2010-2014年中国健身行业从业人数

图表：2015年1-3季度GDP初步核算数据

- 图表：2011-2015年3季度GDP环比和同比增长速度  
图表：2012-2014年国内生产总值及增长速度  
图表：2015年10月全国居民消费价格涨跌幅  
图表：2015年10月猪牛羊价格涨跌幅  
图表：2015年10月果蔬消费价格涨跌幅  
图表：2015年10月居民消费价格总水平同比涨幅  
图表：2015年10月居民消费价格总水平类比涨幅  
图表：2015年10月居民消费价格主要数据  
图表：2015年10月中国非制造业商务活动指数  
图表：2015年10月中国非制造业PMI主要指数（经季节调整）  
图表：2015年10月中国非制造业PMI其他指数（经季节调整）  
图表：2015年10月中国制造业采购经理指数  
图表：2015年10月中国制造业PMI及构成指数（经季节调整）  
图表：2015年10月中国制造业相关指标情况（经季节调整）  
图表：2015年10月工业生产者出厂价格涨幅  
图表：2015年10月工业生产者购进价格涨幅  
图表：2015年10月生产资料出厂价格涨幅  
图表：2015年10月生活资料出厂价格涨幅  
图表：2015年10月工业生产者价格主要数据  
图表：2015年10月份社会消费品零售总额主要数据  
图表：2012-2014年社会消费品零售总额  
图表：2015年前三季度居民人均可支配收入情况  
图表：2014年按收入来源分全国居民人均可支配收入占比  
图表：2014年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度  
图表：2014年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度  
图表：2015年1-10月份规模以上工业企业主要财务指标  
图表：2015年1-10月份规模以上工业企业经济效益指标  
图表：2015年1-10月份规模以上工业企业经济效益指标  
图表：2013-2014全国规模以上工业增加值及增长速度  
图表：2014年主要工业产品产量及其增长速度  
图表：2015年1-10月份固定资产投资（不含农户）主要数据  
图表：2012-2014年社会固定资产投资  
图表：2014年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度  
图表：2014年固定资产投资新增主要生产与运营能力  
图表：2014年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

- 图表：2012-2014年中国对外贸易进出口总额
- 图表：2014年货物进出口总额及其增长速度
- 图表：2014年主要商品出口数量、金额及其增长速度
- 图表：2014年末人口数及其构成
- 图表：2010-2014年中国健身行业总资产
- 图表：2011-2015年中国健身行业资产负债率
- 图表：2010-2015年中国健身俱乐部会员数量
- 图表：2010-2015年中国健身俱乐部销售收入
- 图表：2012-2014年中国健身行业销售税金总额
- 图表：2010-2015年中国健身行业利润总额增长情况
- 图表：中国健身机构成本构成
- 图表：2011-2015年中国健身行业营业成本占营业总成本比
- 图表：2011-2015年中国健身行业销售费用情况
- 图表：2011-2015年中国健身行业管理费用情况
- 图表：2011-2015年中国健身行业财务费用情况
- 图表：2014年中国健身行业区域市场份额
- 图表：2013-2015年东北地区健身行业总资产规模
- 图表：2013-2015年东北地区健身行业销售收入
- 图表：2013-2015年华北地区健身行业总资产规模
- 图表：2013-2015年华北地区健身行业销售收入
- 图表：2013-2015年华东地区健身行业总资产规模
- 图表：2013-2015年华东地区健身行业销售收入
- 图表：2013-2015年华南地区健身行业总资产规模
- 图表：2013-2015年华南地区健身行业销售收入
- 图表：2010-2014年华中地区健身行业总资产规模
- 图表：2013-2015年华中地区健身行业销售收入
- 图表：2013-2015年西北地区健身行业总资产规模
- 图表：2013-2015年西北地区健身行业销售收入
- 图表：2013-2015年西南地区健身行业总资产规模
- 图表：2013-2015年西南地区健身行业销售收入
- 图表：中国健身行业毛利率
- 图表：中国健身行业净资产利润率
- 图表：2011-2015年中国健身行业销售利润率
- 图表：2011-2015年中国健身行业成本费用利润率
- 图表：2010-2015年中国健身行业流动比率

图表：深圳市中航健身资产负债

图表：深圳市中航健身利润

图表：深圳市中航健身现金流量

图表：深圳市中航健身偿债能力

图表：青鸟健身加盟提供的支持

图表：健身俱乐部会员年龄分布

图表：健身俱乐部会员月收入情况分布

图表：健身俱乐部会员职业分布

图表：健身俱乐部分类

图表：2012-2014年中国健康服务行业市场规模

图表：中国健康管理市场规模

图表：2012-2014年健康服务市场价格走势（人均医疗费用）

图表：2011-2014年中国网民数量

图表：2016-2022年中国健身俱乐部会员数量预测

图表：2016-2022年中国健身行业销售收入预测

图表：中国健身行业净资产收益率增长预测

图表：中国城镇居民家庭平均每百户健身器材拥有量

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险（GY zm）。

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/wentiyule/240292240292.html>