2018年中国社区体育俱乐部行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测

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年中国社区体育俱乐部行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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：https://baogao.chinabaogao.com/wentiyule/346434346434.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

随着居民物质生活水平的提高与健康观念的转变，运动健身逐渐成为人们的一种生活需要，有专业人员指导的社会健身群体数量不断增加。近年来，党和政府对社区体育的发展提供了政策上的支持，《2001 － 2010 年体育改革与发展纲要》、《关于创建社区体育健身俱乐部试点工作的通知》、《关于加强城市社区体育工作的意见》，提出“城市体育以社区为重点”，创建社区体育健身俱乐部，吸纳社区居民积极参加社区体育健身俱乐部，社区人口的集中有利于社区体育健身俱乐部的组织，以满足社区成员的体育需求，为社区居民进行社会交往创造良好的环境。本文通过查阅文献，对近年来社区体育俱乐部发展现状及存在的问题，运行机制、社区体育俱乐部的管理运营现状进行总结，对参与大众进行访谈，以期梳理社区体育俱乐部的特征。为社区体育俱乐部更好地开展社区体育活动提供参考。

图：社区体育俱乐部资料来源：互联网

1． 社区体育俱乐部的特征

1． 1 归属感

稳定的会员群是社区健身俱乐部生存和发展的关键因素。有针对性的建立俱乐部忠诚会员群。俱乐部根据社区及周边消费群体的需求，设置健身操、形体塑造、舞蹈及跆拳道等培训班，并与相关企业合作，开发一些有利于居民互相交流，并且能投身到后续活动中去，增强居民对俱乐部的责任感与依赖感。可以推出针对家庭的户外家庭训练，针对青少开设户外活动和竞赛活动。为俱乐部会员创造“第三空间”。第三空间就指顾客在工作和生活场所之外的舒适的社会活动的经常性第一选择场所。商业健身俱乐部应当引用第三空间这一理念，打造位于工作场所和生活场所之外的一片“体验空间”，旨在让俱乐部会员在不经意间投入到健身俱乐部所营造的文化，情感、感官、行动的体验享受中。

1． 2 娱乐健身性

人口资源环境问题已成为国际政治生活的热点，越来越受到国际社会的重视。人口问题重要的是人口的质量问题。通过体育活动提高人口素质，是许多国家的成功经验。就是人们通过自身自觉的改造，实现人的自我完善，造就全面而自由发展的人，在不同的时期会有不同的内容。世界发达国家以健康、娱乐、休闲为主体内容的大众体育活动逐渐走进千家万户，并成为人们日常生活中的一个有机的组成部分，大众体育的追求的目标是现代化、法制化、科学化的发展趋势，大众体育锻炼方式户外化、终身化以及中等练习强度的趋势。

城市社区居民的健身意识、消费能力与对体育健身的需求等是城市社区体育健身俱乐部建立与发展的重要影响因素。城市社区体育健身俱乐部的组织管理、运营规模、时间地点、项目设置等是吸纳社区居民积极参加社区体育健身俱乐部的因素。俱乐部要充分利用所依托的场馆设施，开展丰富多彩的体育健身活动，增强社区居民身体素质和健康水平，丰富社区居民的精神文化生活，促进社区居民建立科学、文明、健康的生活方式，为社区居民进行社会交往创造良好的环境。

1． 3 福利性

国家体育总局2004 年出台的《社区体育健身俱乐部试点工作方案》指出: 俱乐部的建立要到所在的街道办事处或社区居委会登记、注册，日常管理由街道办事处文教科或社区居委会负责。

俱乐部业务上接受所在区(县) 体育行政部门的指导，俱乐部自然成为街道社区体协或区体育总会的团体会员。社区体育健身俱乐部是国家体育总局创建发起的，以社区居民共同兴趣和目的自愿组成的，不以营利为目的的，依托和利用政府与社会各方资源，在社区内开展各种公益和互益活动的民间组织; 是在当前一定的政治、社会背景下形成的一个特殊的、过渡性的官办官助的非营利组织。政府部门委托或购买社区体育健身俱乐部的公共服务，社区内的健身团队、公园广场的管理采用购买服务的形式委托给社区体育健身俱乐部负责。社区体育健身俱乐部业务主管部门能更好地针对组织的实际情况进行指导和监督。管理方面一是受体育局行政隶属，一是街区或社区在地缘上的管理。

1． 4 政府职能的限制

社区体育健身俱乐部是指在政府推动下，国家体育总局从2004 年开始以2: 2: 1: 1(国家、地方政府、区、街道) 的资金配给试点模式实施的以社区居民共同兴趣和目的自愿组成的，不以营利为目的的，依托和利用政府与社会各方资源，在社区内开展各种公益和互益活动的，是隶属于街道(乡镇) 的广义的民间组织。是在当前一定的政治、社会背景下形成的一个特殊的过渡性的官办官助的非营利组织。根据国家体育总局关于开展创建社区体育健身俱乐部试点工作的通知的要求，国家体育总局从2008 年开始在部分省(区、市) 和有关单位开展创建社区体育健身俱乐部的试点工作。俱乐部作为一个民间性的社会组织，其存在价值就是推动群众体育工作地深入开展，满足广大社区居民日益增长的体育健身需求，追求更高的社会效益。作为一种非营利组织，制度上有它的优越性，它维护了居民更为广泛的公共权利。但社区体育健身俱乐部正处于试点阶段，与政府之间也难免会存在一些矛盾。社区体育俱乐部的组织结构和资源配置来源于政府的无偿支持，运营过程中指导俱乐部的规范化、合法化，更加符合政府的利益取向，造成了俱乐部过分依附于国家，自我发展动力不足。未来社区体育俱乐部的发展过程中，政府要继续支持社区体育健身俱乐部的发展，建立健全政策法规，为其生存发展提供必要的制度保障。建立多元化的资金筹措机制，增强俱乐部自身造血功能，实现资金可持续发展。

1． 5 地域性与普及型

居民参与社区体育俱乐部的健身活动，不管是公益性的还是消费性的，起决定作用的是居民的闲暇时间和经济实力。改革开放以来，居民的收入不断提高，但地区之间存在收入差距。由于各国经济和社会发展的水平不一，体育场地器材设施等实际情况，以及不同气候和民族习惯的特点，开展形式灵活、内容多样、时间不一、对象不同。地点各异的多层次的体育活动。不同地域的城市社区居民有不同的传统文化，而且差别也大。每个不同的地域都有自己传统的文化，城市居民传统体育项目上有很厚的基础。例如武术之乡、篮球之乡、舞

龙之乡、游泳之乡、开展城市社区体育健身俱乐部的项目时，社区体育俱乐部要优先考虑地方传统文化的影响因素，多开展适合自己地域的体育项目。以便吸引更多的大众参与进来，继承和发扬有地域特色的健身项目。近年来，广大社区居民朋友健康意识不断提高，很多社区居民自发地组织起来，在周边公园和广场开展多种形式的健身活动。简单实用的健身项目流行于各个健身广场及健身俱乐部。社区有很多内容丰富、喜闻乐见、简便易行的优秀健身项目值得开发和推广。

2014 首届百家社区优秀大众健身项目展示交流大会，到场展示的项目都是当前非常受社会大众喜爱的优秀健身项目，有广场舞、太极拳、跆拳道、柔力球、回春保健操、快乐舞步有氧健身操、瑜伽、花棍等。

1． 6 商业化

随着我国全民健身计划的不断发展，商业健身俱乐部不断向着规范化、科学化和多样化方向发展。《2006 年中国健身俱乐部调查报告》显示我国各省都出现了商业健身俱乐部。随着人们对健康和健身认识的深入及体育产业不断的发展，企业和商人投资体育产业的资本加大，健身俱乐部也相应增多。截止2010 年初，全国共有各种健身俱乐部3959 家，并有1 /3 的健身俱乐部连锁经营。截止到2014 年2 月，全国共有各种健身俱乐部5000 家左右，体育产业增长值与从业人员不断增加。各种健身俱乐部数量的增多与质量的提高，吸引了不同年龄，不同职业的人群参与其中，老年人健身，青少年培训与健身，中年人健身群体都有参与。随着参与群体各方面投入的增加，会对健身俱乐部的规模与质量提出更高的要求，对经营者的业务水平与专业技能提出相应的要求，促使健身俱乐部向着专业化、科学化和多元化方向发展。

1． 7 混合型

现阶段，我国社区体育健身俱乐部的经营模式主要有三种:我国社区体育健身俱乐部有国家主导型发展模式，商业化的发展模式、混合型社区体育健身俱乐部发展模式，开拓了社区体育俱乐部发展之路。混合型社区体育健身俱乐部发展模式吸取了国家主导型和商业型模式的优点，克服了国家主导型和纯粹商业型俱乐部的不足，基本上是企业化管理，市场化运作，活动场地和其他硬件设施到位、活动项目众多、经费来源稳定。混合型社区体育健身俱乐部充分利用计划和市场这两种手段，为俱乐部提供一定的资金保障和技术支持，是社区体育健身俱乐部实现可持续发展的主要途径，将作为以后我们国家社区体育健身俱乐部的主要模式大力推广提倡和建设。

2． 社区体育俱乐部发展的方向

2． 1 社区体育俱乐部多元化的自治发展

广大社区居民日益增长的体育健身需求，增强社区居民的体质健康。促进社区居民的全面发展，是社区体育健身俱乐部建设的出发点和归宿。在此基础上，根据居民需求，逐渐开发经营项目，以满足社区居民体育健身的消费需求。带动了国内健身产业的蓬勃发展。多元化社会职能的社区体育健身俱乐部日常管理，需要社区体育健身俱乐部的管理机构的成员

要成为自治的社会团体，避免过多的行政干预。

2． 2 健身俱乐部规范化发展

我国俱乐部健身产业奥运会前后的发展极为迅速，相关机构对俱乐部者的资质审核尚不完善，缺乏准入资质法定的行业标准。导致一些实力欠缺的俱乐部涌入了市场，影响了健身产业的整体稳定性。健身俱乐部市场化，首先要提高俱乐部的声望和影响力，取得大众的认可，并积极争取行政部门的支持。其次要把好质量关，俱乐部的地理位置要交通便利、场馆设施布局合理、健身项目要不断更新，健身器材科学化、健身教练等级化。（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国社区体育俱乐部行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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年中国社区体育俱乐部行业发展概述
第一节 社区体育俱乐部行业发展情况概述
一、社区体育俱乐部行业相关定义
二、社区体育俱乐部行业基本情况介绍
三、社区体育俱乐部行业发展特点分析
第二节中国社区体育俱乐部行业上下游产业链分析
一、产业链模型原理介绍

二、社区体育俱乐部行业产业链条分析
三、中国社区体育俱乐部行业产业链环节分析
1、上游产业
2、下游产业
第三节 中国社区体育俱乐部行业生命周期分析
一、社区体育俱乐部行业生命周期理论概述
二、社区体育俱乐部行业所属的生命周期分析
第四节 社区体育俱乐部行业经济指标分析
一、 社区体育俱乐部行业的赢利性分析
二、 社区体育俱乐部行业的经济周期分析
三、社区体育俱乐部行业附加值的提升空间分析
第五节 国中社区体育俱乐部行业进入壁垒分析
一、社区体育俱乐部行业资金壁垒分析
二、社区体育俱乐部行业技术壁垒分析
三、社区体育俱乐部行业人才壁垒分析
四、社区体育俱乐部行业品牌壁垒分析
五、社区体育俱乐部行业其他壁垒分析
第二章 2016-2018年全球社区体育俱乐部行业市场发展现状分析
第一节 全球社区体育俱乐部行业发展历程回顾
第二节全球社区体育俱乐部行业市场区域分布情况
第三节 亚洲社区体育俱乐部行业地区市场分析
一、亚洲社区体育俱乐部行业市场现状分析
二、亚洲社区体育俱乐部行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲社区体育俱乐部行业市场前景分析
第四节 北美社区体育俱乐部行业地区市场分析
一、北美社区体育俱乐部行业市场现状分析
二、北美社区体育俱乐部行业市场规模与市场需求分析
三、北美社区体育俱乐部行业市场前景分析
第五节 欧盟社区体育俱乐部行业地区市场分析
一、欧盟社区体育俱乐部行业市场现状分析
二、欧盟社区体育俱乐部行业市场规模与市场需求分析
三、欧盟社区体育俱乐部行业市场前景分析
第六节 2018-2024年世界社区体育俱乐部行业分布走势预测
第七节 2018-2024年全球社区体育俱乐部行业市场规模预测
第三章 中国社区体育俱乐部产业发展环境分析

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、全社会消费品社区体育俱乐部总额
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 中国社区体育俱乐部行业政策环境分析
一、行业监管体制现状
二、行业主要政策法规
第三节 中国社区体育俱乐部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 中国社区体育俱乐部行业运行情况
第一节 中国社区体育俱乐部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 中国社区体育俱乐部行业市场规模分析
第三节 中国社区体育俱乐部行业供应情况分析
第四节 中国社区体育俱乐部行业需求情况分析
第五节 中国社区体育俱乐部行业供需平衡分析
第六节 中国社区体育俱乐部行业发展趋势分析
第五章 中国社区体育俱乐部所属行业运行数据监测
第一节 中国社区体育俱乐部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 中国社区体育俱乐部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 中国社区体育俱乐部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年中国社区体育俱乐部市场格局分析
第一节 中国社区体育俱乐部行业竞争现状分析
一、中国社区体育俱乐部行业竞争情况分析
二、中国社区体育俱乐部行业主要品牌分析
第二节 中国社区体育俱乐部行业集中度分析
一、中国社区体育俱乐部行业市场集中度分析
二、中国社区体育俱乐部行业企业集中度分析
第三节 中国社区体育俱乐部行业存在的问题
第四节 中国社区体育俱乐部行业解决问题的策略分析
第五节 中国社区体育俱乐部行业竞争力分析
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年中国社区体育俱乐部行业需求特点与价格走势分析
第一节 中国社区体育俱乐部行业消费特点
第二节 中国社区体育俱乐部行业消费偏好分析
一、需求偏好
二、价格偏好
三、品牌偏好
四、其他偏好
第三节 社区体育俱乐部行业成本分析
第四节 社区体育俱乐部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 中国社区体育俱乐部行业价格现状分析
第六节中国社区体育俱乐部行业平均价格走势预测
一、中国社区体育俱乐部行业价格影响因素
二、中国社区体育俱乐部行业平均价格走势预测
三、中国社区体育俱乐部行业平均价格增速预测
第八章 2016-2018年中国社区体育俱乐部行业区域市场现状分析
第一节 中国社区体育俱乐部行业区域市场规模分布
第二节 中国华东地社区体育俱乐部市场分析
一、华东地区概述
二、华东地区经济环境分析
三、华东地区社区体育俱乐部市场规模分析
四、华东地区社区体育俱乐部市场规模预测
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、华中地区社区体育俱乐部市场规模分析
四、华中地区社区体育俱乐部市场规模预测
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、华南地区社区体育俱乐部市场规模分析
第九章 2016-2018年中国社区体育俱乐部行业竞争情况
第一节 中国社区体育俱乐部行业竞争结构分析（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 中国社区体育俱乐部行业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 中国社区体育俱乐部行业竞争环境分析（PEST）
一、政策环境

二、经济环境
三、社会环境
四、技术环境
第十章 社区体育俱乐部行业企业分析（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 2018-2024年中国社区体育俱乐部行业发展前景分析与预测
第一节中国社区体育俱乐部行业未来发展前景分析
一、社区体育俱乐部行业国内投资环境分析
二、中国社区体育俱乐部行业市场机会分析
三、中国社区体育俱乐部行业投资增速预测
第二节中国社区体育俱乐部行业未来发展趋势预测
第三节中国社区体育俱乐部行业市场发展预测
一、中国社区体育俱乐部行业市场规模预测
二、中国社区体育俱乐部行业市场规模增速预测
三、中国社区体育俱乐部行业产值规模预测
四、中国社区体育俱乐部行业产值增速预测
五、中国社区体育俱乐部行业供需情况预测
第四节中国社区体育俱乐部行业盈利走势预测
一、中国社区体育俱乐部行业毛利润同比增速预测
二、中国社区体育俱乐部行业利润总额同比增速预测
第十二章 2018-2024年中国社区体育俱乐部行业投资风险与营销分析

第一节 社区体育俱乐部行业投资风险分析
一、社区体育俱乐部行业政策风险分析
二、社区体育俱乐部行业技术风险分析
三、社区体育俱乐部行业竞争风险分析
四、社区体育俱乐部行业其他风险分析
第二节 社区体育俱乐部行业企业经营发展分析及建议
一、社区体育俱乐部行业经营模式
二、社区体育俱乐部行业销售模式
三、社区体育俱乐部行业创新方向
第三节 社区体育俱乐部行业应对策略
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2018-2024年中国社区体育俱乐部行业发展策略及投资建议
第一节 中国社区体育俱乐部行业品牌战略分析
一、社区体育俱乐部企业品牌的重要性
二、社区体育俱乐部企业实施品牌战略的意义
三、社区体育俱乐部企业品牌的现状分析
四、社区体育俱乐部企业的品牌战略
五、社区体育俱乐部品牌战略管理的策略
第二节中国社区体育俱乐部行业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、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 中国社区体育俱乐部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 2018-2024年中国社区体育俱乐部行业发展策略及投资建议
第一节中国社区体育俱乐部行业产品策略分析
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 中国社区体育俱乐部行业定价策略分析
第三节中国社区体育俱乐部行业营销渠道策略
一、社区体育俱乐部行业渠道选择策略
二、社区体育俱乐部行业营销策略
第四节中国社区体育俱乐部行业价格策略
第五节 观研天下行业分析师投资建议
一、中国社区体育俱乐部行业重点投资区域分析
二、中国社区体育俱乐部行业重点投资产品分析
图表详见正文

详细请访问：https://baogao.chinabaogao.com/wentiyule/346434346434.html