

2018年中国健身行业分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

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《2018年中国健身行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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/346607346607.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

“健身是市场经济条件下体育活动社会化、产业化、消费化的产物。以体育健身项目为中介，如各种徒手健美操、韵律操、形体操以及各种自抗力动作，为参与者提供一系列满足健身需求的服务，其主体为健身房、健身俱乐部以及近些年出现的健身App，上游为健身场馆与健身器材，下游则直接面对消费者。”健身产业分析师陈涛说，从发展历程来看，健身理念虽然早在1980年至1990年就从欧美引入我国，但当时只被极少数人群所接纳，而且形式相对简单，健身房概念尚未出现，市面上可以看到的只是以器械训练和健美操为主要内容的跳操房，数量少且面积小。“那时最流行的就是一种名为简方达的健美操，它几乎成为当时的时尚代名词。”陈涛说，不过，由于我国当时正处在改革开放初期，举国上下，包括政府层面的关注点都在如何发展经济上，健身被视为少数人才有精力和财力去参与的事情，并未在我国引发更多关注。

这种情况在20世纪90年代发生了变化。这个时期，随着我国经济的发展以及人们生活水平的提高，健康意识开始在大多数人群中萌芽，人们在茶余饭后讨论的话题也逐渐出现“锻炼”“跳操”“健康”“养生”等词汇，尤其是马华的“健美5分钟”让健身操迅速在我国流行开来，许多面积在1000平方米以上的体育俱乐部应运而生，有氧健身运动逐渐为更多人所了解并接受。此时，政府也充分意识到，大众体育对提高国民综合素质和综合国力的积极作用，开始陆续出台利好政策，鼓励人们参与体育健身运动：1995年6月，国务院颁布了《全民健身计划纲要》，同年8月，全国人大常委会又通过《中华人民共和国体育法》，一系列法规和规章的相继出台就是为了引导国民通过体育运动和各项健身活动提高自身体质和健康水平。

“不过，当时政策引导的重点是青少年和儿童，全民健身的意识还很薄弱。”陈涛说，之后，为了推动全民健身计划，国家体育总局采取了包括每年一次的“全民健身宣传周”活动在内的一系列有效措施，使“全民健身计划”迅速展开，群众的体育健身意识逐渐增强，体育活动普及程度显著提高。“尤其是北京奥运会成功举办后，国务院批准从2009年起，将每年的8月8日设置为‘全民健身日’，国民的健身意识逐渐被发掘出来，利用闲暇时间主动参与运动健身的人群数量开始小幅增长，达到了37366万人。‘全民健身’概念在我国有了一定群众基础。”健身俱乐部数量

随着民众主动健身意识的逐步增强，政府趁热打铁，国务院于2013年9月和2014年10月分别颁布了《关于促进健康服务业发展的若干意见》和《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》，《意见》要求，进一步开展全民健身运动，宣传、普及科学健身知识，提高人民群众体育健身意识，引导体育健身消费，以及要大力支持发展健身跑、健步走、自行

车、水上运动、登山攀岩、射击射箭、马术、航空、极限运动等群众喜闻乐见和有发展空间的项目，同时强调政府机关、企事业单位、社会团体、学校等都应实行工间、课间健身制度等。

《关于促进健康服务业发展的若干意见》还明确指出，要加强基层多功能群众健身设施建设，到2020年，80%以上的市(地)、县(市、区)建有“全民健身活动中心”，70%以上的街道(乡镇)、社区(行政村)建有便捷、实用的体育健身设施。采取措施推动体育场馆、学校体育设施等向社会开放。支持和引导社会力量参与体育场馆的建设和运营管理。鼓励发展多种形式的体育健身俱乐部和体育健身组织，以及运动健身培训、健身指导咨询等服务。大力支持青少年、儿童体育健身，鼓励发展适合其成长特点的体育健身服务。

“两次《意见》的出台无异于给我国正在升温的健身意识加了一把柴，国家统计局2014年针对20-69岁人群的调研发现，我国有51%的人群进行健身运动，}}2013年提高1.5个百分点，经常参加体育锻炼的人数也增加到3.83亿人。”陈涛介绍说，有了相当数量的人群基础后，2016年6月，体育总局发布了《体育发展“十三五”规划》，((规划》的出台将“全民健身”上升为国家战略，倡导进一步营造崇尚运动、全民健身的良好氛围。随后，国务院和体育总局又在当年6月发布了《全民健身计划(2016-2020)》，明确提出，到2020年，群众体育健身意识普遍增强，参加体育锻炼的人数明显增加，每周参加1次及以上体育锻炼的人数达到7亿，经常参加体育锻炼的人数达到4.35亿。全民健身的教育、经济和社会等功能充分发挥，与各项社会事业互促发展的局面基本形成，体育消费总规模达到1.5万亿元，全民健身成为促进体育产业发展、拉动内需和形成新的经济增长点的动力源。到2025年时，实现该产业规模突破5万亿元人民币(合7225亿美元)。

图：到2025年时实现该产业规模突破5万亿元人民币(合7225亿美元)

数据来源：公开数据整理

可见，国家已将体育健身产业的快速发展作为一个大目标。(GYWWJP) 观研天下发布的《2018年中国健身行业分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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年中国健身行业发展概述

第一节 健身行业发展情况概述

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

第二节 中国健身行业上下游产业链分析

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

第三节 中国健身行业生命周期分析

- 一、健身行业生命周期理论概述
- 二、健身行业所属的生命周期分析

第四节 健身行业经济指标分析

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

第五节 国中健身行业进入壁垒分析

- 一、健身行业资金壁垒分析
- 二、健身行业技术壁垒分析
- 三、健身行业人才壁垒分析

四、健身行业品牌壁垒分析

五、健身行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球健身行业市场发展现状分析

第一节 全球健身行业发展历程回顾

第二节 全球健身行业市场区域分布情况

第三节 亚洲健身行业地区市场分析

一、亚洲健身行业市场现状分析

二、亚洲健身行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲健身行业市场前景分析

第四节 北美健身行业地区市场分析

一、北美健身行业市场现状分析

二、北美健身行业市场规模与市场需求分析

三、北美健身行业市场前景分析

第五节 欧盟健身行业地区市场分析

一、欧盟健身行业市场现状分析

二、欧盟健身行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟健身行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界健身行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球健身行业市场规模预测

第三章 中国健身产业发展环境分析

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 中国健身行业运行情况

第一节 中国健身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 中国健身行业市场规模分析

第三节 中国健身行业供应情况分析

第四节 中国健身行业需求情况分析

第五节 中国健身行业供需平衡分析

第六节 中国健身行业发展趋势分析

第五章 中国健身所属行业运行数据监测

第一节 中国健身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年中国健身市场格局分析

第一节 中国健身行业竞争现状分析

一、中国健身行业竞争情况分析

二、中国健身行业主要品牌分析

第二节 中国健身行业集中度分析

一、中国健身行业市场集中度分析

二、中国健身行业企业集中度分析

第三节 中国健身行业存在的问题

第四节 中国健身行业解决问题的策略分析

第五节 中国健身行业竞争力分析

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年中国健身行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国健身行业消费特点

第二节 中国健身行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 健身行业成本分析

第四节 健身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 中国健身行业价格现状分析

第六节 中国健身行业平均价格走势预测

一、中国健身行业价格影响因素

二、中国健身行业平均价格走势预测

三、中国健身行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国健身行业区域市场现状分析

第一节 中国健身行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地健身市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区健身市场规模分析
- 四、华东地区健身市场规模预测
- 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、华中地区健身市场规模分析
 - 四、华中地区健身市场规模预测
- 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、华南地区健身市场规模分析

第九章 2016-2018年中国健身行业竞争情况

第一节 中国健身行业竞争结构分析（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年中国健身行业发展前景分析与预测

第一节 中国健身行业未来发展前景分析

一、健身行业国内投资环境分析

二、中国健身行业市场机会分析

三、中国健身行业投资增速预测

第二节 中国健身行业未来发展趋势预测

第三节 中国健身行业市场发展预测

一、中国健身行业市场规模预测

二、中国健身行业市场规模增速预测

三、中国健身行业产值规模预测

四、中国健身行业产值增速预测

五、中国健身行业供需情况预测

第四节 中国健身行业盈利走势预测

一、中国健身行业毛利润同比增速预测

二、中国健身行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国健身行业投资风险与营销分析

第一节 健身行业投资风险分析

一、健身行业政策风险分析

二、健身行业技术风险分析

三、健身行业竞争风险分析

四、健身行业其他风险分析

第二节 健身行业企业经营发展分析及建议

一、健身行业经营模式

二、健身行业销售模式

三、健身行业创新方向

第三节 健身行业应对策略

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年中国健身行业发展策略及投资建议

第一节 中国健身行业品牌战略分析

一、健身企业品牌的重要性

二、健身企业实施品牌战略的意义

三、健身企业品牌的现状分析

四、健身企业的品牌战略

五、健身品牌战略管理的策略

第二节 中国健身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年中国健身行业发展策略及投资建议

第一节 中国健身行业产品策略分析

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 中国健身行业定价策略分析

第三节 中国健身行业营销渠道策略

一、健身行业渠道选择策略

二、健身行业营销策略

第四节 中国健身行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国健身行业重点投资区域分析

二、中国健身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/wentiyule/346607346607.html>