

2018年中国健身俱乐部行业分析报告- 市场深度调研与发展前景预测

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国健身俱乐部行业分析报告-市场深度调研与发展前景预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/348461348461.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

健身房的盈利来源主要包括会员卡（年卡、季卡、月卡），私教课程以及营养品、健身服等周边产品收入。目前我国商业健身房多沿袭采用“年卡/季卡预售+私教”的盈利模式，收入来源较为单一，周边产品收入占比仅在10%左右。而当前美国健身俱乐部可通过会员准入、私教服务、团体课程、服饰及补剂等多种来源实现收入，盈利模式更为丰富。

2017年我国健身俱乐部收入来源数据来源：观研天下数据中心整理

健身房采用预售年卡+私教的盈利模式一方面可以快速回笼现金流、长期绑定消费者，另一方面也与当前中国健身需求“金字塔型”的特征有关：健身房难以区分不同类型的健身消费者，预售模式可以赚取不坚持锻炼的经济型用户的高额利润，并向健身爱好者提供私教进一步攫取价值。

健身用户主要分为经济型用户和健身爱好者

健身人群选择健身房的原因主要有器材健全、服务专业以及有健身教练指导等。同时，常见的健身用户主要分为两类，一是随着肥胖等问题加重、生活压力加大，越来越多的经济型用户走进健身房进行跑步、瑜伽、健美操等运动，在保持健康的同时也满足了减压、社交等需求；二是随着多年市场培育，我国健身爱好者群体也逐渐壮大，他们在健身愿意投入时间和金钱，追求健美身材。(ZPPJP)

观研天下发布的《2018年中国健身俱乐部行业分析报告-市场深度调研与发展前景预测》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 1 章：国际健身俱乐部行业发展状况分析

1.1 国际健身俱乐部行业发展环境分析

1.1.1 全球人口健康状况分析

- (1) 人类预期寿命
- (2) 死亡原因及疾病死亡率
- (3) 人口亚健康

1.1.2 国际宏观经济环境分析

- (1) 国际宏观经济发展现状
- (2) 国际宏观经济发展预测
- (3) 国际宏观经济发展对行业的影响分析

1.2 国际健身俱乐部行业发展现状分析

1.2.1 国际健身俱乐部行业发展概况

1.2.2 发达国家健身俱乐部行业的经济效益分析

1.2.3 国际健身俱乐部行业的发展趋势分析

1.3 发达国家 / 地区健身俱乐部行业发展状况及经验借鉴

1.3.1 美国健身行业发展分析

- (1) 美国健身行业发展概况
- (2) 美国健身俱乐部发展情况分析
- (3) 美国健身行业发展趋势

1.3.2 欧洲健身行业发展分析

- (1) 欧洲健身行业发展概况
- (2) 欧洲健身俱乐部发展情况分析
- (3) 欧洲健身行业发展趋势

1.3.3 日本健身行业发展分析

- (1) 日本健身行业发展概况
- (2) 日本健身俱乐部发展情况分析
- (3) 日本健身行业发展趋势

1.3.4 台湾地区健身行业发展分析

- (1) 台湾健身行业发展概况
- (2) 台湾健身俱乐部发展情况分析
- (3) 台湾健身行业发展趋势

1.3.5 国外健身行业发展经验总结

- (1) 政府大力支持
- (2) 科学合理的定位
- (3) 专业细致的管理
- (4) 行业协会协调
- (5) 拓展盈利手段

第 2 章：中国健身俱乐部行业发展状况分析

2.1 中国健身俱乐部行业发展概况

2.1.1 中国健身行业发展历程

2.1.2 中国训练健身器材发展状况

- (1) 训练健身器材制造行业发展规模
- (2) 训练健身器材制造行业供需状况

2.1.3 中国健身俱乐部发展状况

- (1) 中国健身俱乐部发展规模
- (2) 中国健身俱乐部供需状况

2.2 中国健身俱乐部运营分析

2.2.1 中国健身俱乐部连锁经营模式分析

- (1) 健身俱乐部连锁化经营的形式
- (2) 健身俱乐部连锁化经营的地域分布
- (3) 健身俱乐部连锁化经营的品牌建设

2.2.2 中国健身俱乐部经营项目分析

- (1) 传统健身服务项目
- (2) 特殊健身服务项目
- (3) 时尚休闲、娱乐服务项目

2.2.3 中国健身俱乐部运营存在的问题

- (1) 市场定位问题
- (2) 安全意识问题
- (3) 有效管理问题
- (4) 会员流失问题
- (5) 经营发展问题

第 3 章：中国健身俱乐部细分市场需求调研分析

3.1 按性别区分的健身市场分析

3.1.1 中国男性健身市场调研分析

- (1) 男性的健身需求分析
- (2) 男性健身项目的选择

3.1.2 中国女性健身市场调研分析

- (1) 女性的健身需求分析
- (2) 女性健身项目的选择

3.2 按年龄段区分的健身市场分析

3.2.1 18-25 周岁年龄段人群健身市场调研分析

- (1) 18-25 周岁年龄段人群健身需求特征分析
- (2) 18-25 周岁年龄段人群健身项目的选择

3.2.2 26-35 周岁年龄段人群健身市场调研分析

- (1) 26-35 周岁年龄段人群健身需求特征分析
- (2) 26-35 周岁年龄段人群健身项目的选择

3.2.3 35-50 周岁年龄段人群健身市场调研分析

- (1) 35-50 周岁年龄段人群健身需求特征分析
- (2) 35-50 周岁年龄段人群健身项目的选择

3.2.4 50 周岁以上年龄段人群健身市场调研分析

- (1) 50 周岁以上年龄段人群健身需求特征分析
- (2) 50 周岁以上年龄段人群健身项目的选择

3.3 按健身目标区分的健身休闲市场分析

3.3.1 塑身需求

- (1) 塑身需求的健身消费者需求特征分析
- (2) 塑身需求的消费者健身项目的选择

3.3.2 减肥需求

- (1) 减肥需求的健身消费者需求特征分析
- (2) 减肥需求的消费者健身项目的选择

3.3.3 情感需求

- (1) 情感需求的健身消费者需求特征分析
- (2) 情感需求的消费者健身项目的选择

3.3.4 其他需求

第 4 章：中国重点城市健身俱乐部市场调研分析

4.1 北京市健身俱乐部市场调研分析

4.1.1 北京市健身行业需求分析

- (1) 北京市人口结构分析
- (2) 北京市居民消费水平分析
- (3) 北京市公众体育健身设施建设情况
- (4) 北京市居民健身需求调研分析

4.1.2 北京市健身俱乐部发展情况

- (1) 北京市健身俱乐部发展规模
- (2) 北京市健身俱乐部分布情况
- (3) 北京市健身俱乐部特点分析

4.2 上海市健身俱乐部市场调研分析

4.2.1 上海市健身行业需求分析

- (1) 上海市人口结构分析
- (2) 上海市居民消费水平分析
- (3) 上海市公众体育健身设施建设情况

1) 公共体育设施建设方面

- (4) 上海市居民健身需求调研分析

4.2.2 上海市健身俱乐部发展情况

- (1) 上海市健身俱乐部发展规模
- (2) 上海市健身俱乐部分布情况
- (3) 上海市健身俱乐部特点分析

4.3 天津市健身俱乐部市场调研分析

4.3.1 天津市健身行业需求分析

- (1) 天津市人口结构分析
- (2) 天津市居民消费水平分析
- (3) 天津市公众体育健身发展情况
- (4) 天津市居民健身需求调研分析

4.3.2 天津市健身俱乐部发展情况

- (1) 天津市健身俱乐部发展规模
- (2) 天津市健身俱乐部分布情况

4.4 深圳市健身俱乐部市场调研分析

4.4.1 深圳市健身行业需求分析

- (1) 深圳市人口结构分析
- (2) 深圳市居民消费水平及消费习惯分析
- (3) 深圳市公众体育健身实施情况

(4) 深圳市居民健身需求调研分析

4.4.2 深圳市健身俱乐部发展情况

(1) 深圳市健身俱乐部发展规模

(2) 深圳市健身俱乐部分布情况

4.5 重庆市健身俱乐部市场调研分析

4.5.1 重庆市健身行业需求分析

(1) 重庆市人口结构分析

(2) 重庆市居民消费水平及消费习惯分析

(3) 重庆市公众体育健身设施建设情况

(4) 重庆市居民健身需求调研分析

4.5.2 重庆市健身俱乐部发展情况

(1) 重庆市健身俱乐部发展规模

(2) 重庆市健身俱乐部分布情况

(3) 重庆市健身俱乐部特点分析

4.6 杭州市健身俱乐部市场调研分析

4.6.1 杭州市健身行业需求分析

(1) 杭州市人口结构分析

(2) 杭州市居民收入水平分析

(3) 杭州市公众体育健身设施建设情况

(4) 杭州市居民健身需求调研分析

4.6.2 杭州市健身俱乐部发展情况

(1) 杭州市健身俱乐部发展规模

(2) 杭州市健身俱乐部分布情况

(3) 杭州市健身俱乐部特点分析

4.7 武汉市健身俱乐部市场调研分析

4.7.1 武汉市健身行业需求分析

(1) 武汉市人口结构分析

(2) 武汉市居民消费水平及消费习惯分析

(3) 武汉市公众体育健身设施建设情况

(4) 武汉市居民健身需求调研分析

4.7.2 武汉市健身俱乐部发展情况

(1) 武汉市健身俱乐部发展规模

(2) 武汉市健身俱乐部分布情况

(3) 武汉市健身俱乐部特点分析

4.8 长沙市健身俱乐部市场调研分析

4.8.1 长沙市健身行业需求分析

- (1) 长沙市人口结构分析
- (2) 长沙市居民收入及消费水平分析
- (3) 长沙市公众体育健身设施建设情况
- (4) 长沙市居民健身需求调研分析

4.8.2 长沙市健身俱乐部发展情况

- (1) 长沙市健身俱乐部发展规模
- (2) 长沙市健身俱乐部分布情况
- (3) 长沙市健身俱乐部特点分析
- (4) 长沙市商业健身俱乐部主要经营形式与收费情况

4.9 成都市健身俱乐部市场调研分析

4.9.1 成都市健身行业需求分析

- (1) 成都市人口结构分析
- (2) 成都市居民收入水平分析
- (3) 成都市公众体育健身实施效果
- (4) 成都市居民健身需求调研分析

4.9.2 成都市健身俱乐部发展情况

- (1) 成都市健身俱乐部发展规模
- (2) 成都市健身俱乐部盈利情况
- (3) 成都市健身俱乐部经营项目
- (4) 成都市健身俱乐部营销现状
- (5) 成都市健身俱乐部网络技术

4.10 西安市健身俱乐部市场调研分析

4.10.1 西安市健身行业需求分析

- (1) 西安市人口结构分析
- (2) 西安市居民消费水平及消费习惯分析
- (3) 西安市公众体育健身设施建设情况
- (4) 西安市居民健身需求调研分析

4.10.2 西安市健身俱乐部发展情况

- (1) 西安市健身俱乐部发展规模
- (2) 西安市健身俱乐部分布情况
- (3) 西安市健身俱乐部特点分析
- (4) 西安市健身房提供项目
- (5) 西安市健身房营销分析

第 5 章：中国领先健身俱乐部经营案例分析

5.1 中国健身俱乐部总体状况分析

5.1.1 企业规模分析

5.1.2 企业类型分析

5.1.3 企业性质分析

5.2 领先健身俱乐部经营状况分析

5.2.1 北京中体倍力健身俱乐部有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业服务内容分析

(5) 企业网点布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

5.2.2 深圳市中航健康时尚集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

1) 公司营收情况分析

2) 公司盈利能力分析

3) 运营能力能力分析

4) 公司偿债能力分析

5) 公司发展能力分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业服务内容分析

(5) 企业网点布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

(7) 企业最新发展动态

5.2.3 北京青鸟健身有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业服务内容分析

(5) 企业网点布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

5.2.4 威康健身管理咨询（上海）有限公司

(1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业服务内容分析
- (5) 企业网点布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析

5.2.5 一兆韦德健身管理有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业服务内容分析
- (5) 企业网点布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业最新发展动态

5.2.6 上海美格菲健身中心有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业服务内容分析
- (5) 企业网点布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析

5.2.7 浩沙国际健身管理有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业服务内容分析
- (5) 企业网点布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析

5.2.8 青岛英派斯健康科技股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业服务内容分析
- (5) 企业网点布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业最新发展动态

5.2.9 上海星之健身俱乐部有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业服务内容分析
- (5) 企业网点布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析

5.2.10 北京奥迈体育文化发展有限责任公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营模式分析
- (4) 企业服务内容分析
- (5) 企业网点布局分析
- (6) 企业经营优劣势分析

第 6 章：“互联网 +” 时代健身俱乐部行业发展前景与投资潜力

6.1 智能设备对健身行业的影响

6.1.1 智能健身设备发展情况分析

- (1) 智能健身设备发展概况
- (2) 主要健身 APP 应用情况

6.1.2 健身智能设备经营模式分析

- (1) 结合数据的智能硬件模式
- (2) 以激励为导向的健身 APP 模式
- (3) 虚实结合的健身教练模式
- (4) 个性化减肥资讯模式

6.1.3 智能设备对健身行业的影响分析

- (1) 智能设备对健身行业的影响
- (2) 健身智能设备的发展趋势分析

6.2 互联网 + 健身发展模式分析

6.2.1 互联网 + 健身商业模式解析

- (1) 健身 O2O 模式分析
- (2) 智能联网模式

6.2.2 互联网 + 健身案例分析

- (1) 美国 ClassPass 公司
- (2) 健身 App“火辣健身”

(3) “超级猩猩”健身舱项目

6.2.3 互联网背景下健身俱乐部行业发展趋势分析

6.3 中国健身俱乐部行业发展前景预测

6.3.1 健身休闲市场规模预测

(1) 全球体育产业产值情况分析

(2) 我国体育产业产值情况分析

(3) 我国体育产业产值预测

(4) 我国健身休闲产值情况分析

6.3.2 健身俱乐部规模预测

(1) 全球健身俱乐部区域分布格局

(2) 我国健身俱乐部规模及预测

(3) 健身俱乐部行业的社会现实需求分析

6.4 中国健身俱乐部行业投资潜力分析

6.4.1 行业投资机会分析

6.4.2 行业投资建议

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/348461348461.html>