

中国运动行业发展现状研究与投资趋势调研报告 (2022-2029年)

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《中国运动行业发展现状研究与投资趋势调研报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202209/608773.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: 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

普拉提运动是在结合多种运动项目的基础上创立并推广的，该运动取名于其创始人(Joseph H. pilates)约瑟夫·普拉提先生。普拉提是一种综合理疗的运动方式，它强调身体的核心稳定，可以有效地提高肌肉强度，塑造身体线条，加强身体的稳定性和协调性。

普拉提运动于2003年以第一届北京国际健身大会为平台传入中国，大会中将普拉提作为大会培训课程之一，对来自全国各地的健身教练进行短期培训。相对于国外的普拉提运动发展轨迹而言，国内普拉提训练方式一开始就是以“一对一 妯娌 晔壘薊薊补 藁窠 健身馆或瑜伽馆中开展推广的。由于这种“一对一 董 猊 罟醜漏 儀 造成一种高端健身项目。直到最近几年，普拉提项目才由高端健身项目逐步向大众化健身项目转变。一些连锁品牌如力美健健身俱乐部、康斐斯健身、时力健身、普拉达健身、飞纵健身等健身场馆和组织逐步推出普拉提项目课程，从而使得普拉提在国内的知名度有了快速的提升。

一、市场规模

普拉提锻炼可以使人体全身的肌肉得到放松和舒缓，还可以提高人体运动的协调性以及躯干的控制能力。目前，普拉提已经成为深受人们欢迎的一种健身运动方式。截止2021年我国普拉提行业市场规模已达到168亿元，渗透率从 2017年 1.05%提升至 2.43%，具体如下：

资料来源：《全球运动健康报告》，观研天下数据中心整理

资料来源：《全球运动健康报告》，观研天下数据中心整理

总体来看，我国普拉提运动市场起步较晚，但发展速度迅速。预计2029年国内普拉提行业市场渗透率将达到7.2%，市场规模突破500亿元，具体如下：

资料来源：观研天下数据中心整理

二、行业竞争格局

普拉提在中国的市场规模为168亿元，但其渗透率远远小于健身行业，其潜在的市场成长空间巨大。自新加坡普拉提品牌CLUB PILATES所属母公司5年间在全球开设超过1000家门店，并于2021年成功上市，国内越来越多主打普拉提的工作室开始涌现。不仅传统的专业教练者投入其中，一些跨界的创业者也将其视为新机会。

近年来随着消费者对健身和瘦身需求的追求，普拉提这项原本小众的运动，开始逐渐渗透进健身人群的日常生活，并在最近几年迎来开店潮。目前，行业并未出现绝对的龙头企业。从竞争层次来看，普拉提行业企业数量众多，主要以区域性市场竞争为主，行业集中度较低，市场竞争格局较为分散。目前行业第一梯队企业，主要以李欣普拉提、左右普拉提、JINYO GA、艾利维森普拉提23°普拉提等全国性连锁品牌为主。

资料来源：观研天下数据中心整理

普拉提行业主要企业

企业

简介

李欣普拉提

李欣普拉提是一个属于国内一线普拉提机构，由李欣创办，成立于2008年，主要经营私教一对一服务、健康指导及讲座、普拉提教练培训、普拉提预备导师培训、各地方工作室加盟、全套普拉提器械生产及销售。

李欣普拉提是国内一线普拉提机构，已培训近20万优秀教练，作为教练的再提升培训，李欣普拉提有近三分之一的教练为所在地区的销售冠军，以加盟为主的李欣普拉提，在全国20多个省(区、市)有80多家加盟店。

左右普拉提

左右普拉提隶属于杭州左右健身管理有限公司，由知名健身专家吴振巍先生创立于2008年。专业从事源自德国的康复功能性训练-普拉提和功能训练的培训和推广。创建伊始，其专业度就获得各类健身和健康讲座；2008年参与北京夏季奥运会提供体能训练指导服务；同年底，和国内最高标准打造的(澳资)威格斯高尔夫学院合作，创办中国第一个高尔夫普拉提功能训练中心，接受指导的球员就包括高尔夫欧巡赛冠军、亚巡赛奖金王中国顶级球星梁文冲、2008中巡赛奖金王得主廖贵明等，其专业性得到了专业人士一致肯定。

2012年左右推出国内首创的颠覆性粘土全解剖课程“3D解剖和运动人体科学”，广受业内人士赞誉，实用性的知识、严谨的训练思路和教学方法受到健身、瑜伽领域以及康复医学人士的广泛肯定。凭借其严谨的教学和高效实用的专业技术，“左右普拉提”在中国瑜伽、普拉提、健身、医疗康复领域被众人所知，一跃成为中国最具影响力的普拉提理疗康复和功能训练培训教育机构之一。

艾利维森普拉提

FELEVATION艾利维森普拉提,创立于2018年,品牌传承了普拉提运动发明者Joseph Pilates的传统理念——呼吸、居中、专注、控制、流动和精准,一直致力于器械普拉提,并融合目前先进的运动器械和新西兰莱美健身体系,为用户打造顺畅、自然、低冲击的锻炼体验,是器械普拉提健身品牌中的实力派。

超级猩猩

超级猩猩是知名运动健身品牌，通过城市运动橱窗提供零售制健身课程产品，提供瘦身塑形/拳击/舞蹈和瑜伽等高品质的健身团体课和24小时自助健身服务。

团体课分为6大类课程体系，包括瘦身塑形、拳击和舞蹈、瑜伽和普拉提、亚健康改善、运动表现提升和儿童潜能开发。通过教练团队的持续自主研发和国际新的正版授权课程的不

断引入，目前超级猩猩有近100种团体课程，提供从单次训练到系统性训练的丰富选择。

力美健健身俱乐部

力美健健身俱乐部创办于2001年。进行一对一的专业私教服务。力美健遍布广州、深圳、佛山、东莞、湛江、重庆6大城市。

力美健健身俱乐部每周提供约150节健身课程，满足会员的不同喜好。多种类型的健身课程包括Les mills（莱美）课程体系（Bodycombat、Bodypump、Bodjam）、风靡全球的Zumba课程、拉丁热舞、肚皮舞、钢管舞、现代舞、健康舞、街舞、民族舞蹈、跆拳道、拳击、有氧搏击操、搏击操、踏板操、形体艺术操、大球操、普拉提、太极、高温瑜伽、纤体瑜伽、养生瑜伽、力量瑜伽、减肥瘦身瑜伽、传统瑜伽、哈达瑜伽等等。

康斐斯健身

JINYOGA槿瑜伽普拉提是康斐斯健身旗下细分品牌，2016年首店落户武汉银泰创意城。高端专业的场馆定位，让品牌在成立之初便集结了优秀的导师团队，与城市首批普拉提爱好者。品牌近年来与全球最大的普拉提教育供应商Merrithew"

(曼丽丘")亲密合作,引进国际高标准STOTT PIL ATES@斯多特普拉提@教练培训体系，强势占据市场差异化发展优势，肩负起武汉普拉提培训领域开拓性角色。

2019年槿瑜伽普拉提第2间门店，入驻武汉天地壹方北馆。为会员打造更为细腻精致的运动美学空间，与全球顶尖普拉提供应商和设备制造商合作，引入普拉提全场馆大器械，以及完备的瑜伽练习设施、提供高温瑜伽、空中瑜伽等各类瑜伽、普拉提特色团体课、普拉提小班课程。更以国际顶尖的普拉提培训体系,致力于将权威的普拉提全球认证带给更多武汉的普拉提爱好者。

23°普拉提

23度普拉提是重庆逅选网络科技有限公司的普拉提健身品牌，公司专注精品健身的规模化发展. 23度普拉提®定位“高端却平易亲切的普拉提”。

在硬件设施上，目前「逅选科技」旗下连锁店「23°普拉提」店内的普拉提塑身机，全部引进自国际或国内供应链源头，以保证硬件投入的成本和品质。

在教练人才上，「23°普拉提」不仅是普拉提国际培训的西南地区合作点，而且已经具备规模化的内部培训能力，以保证人才的持续输出和教学质量的持续精进。

目前，「逅选科技」在重庆共开设四家门店，主要集中在中高端商场。2022年起将进行规模化复制，计划到2024年形成品牌矩阵并开设200家普拉提店，预计销售额可达6000万元。

FITURE

FITURE隶属于成都拟合未来科技有限公司，是一个家庭科技健身品牌，专注于打造集“硬件+内容+服务+ AI”的智能健身，力求通过科技帮助大众建立健康的生活方式。

FITURE已完成了涵盖HIIT、力量塑形、瑜伽、普拉提、有氧舞蹈等在内 16 大类、超过3000 节课程的制作，并推出了 100 多个运动专题，充分满足不同目标和兴趣的消费者的运动需求，亦是国内目前大型在线自制健身课程内容库。

莱美LES MILLS

莱美 LES MILLS 是引领全球潮流的成功集体健身管理体系。它起源于新西兰，风靡全球100多个国家，目前在世界各地和 20,000 多家授权俱乐部合作，拥有 140,000 多名莱美认证教练，每周数千万人次参与。

LES MILLS BARRE是莱美最新发布的芭蕾塑形课程，它打破了传统，不光融合了芭蕾，还有普拉提和瑜伽，结合核心、塑身、力量等多种类型。

资料来源：企业官网，观研天下数据中心整理（WWTQ）

观研报告网发布的《中国运动行业发展现状研究与投资趋势调研报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国运动行业发展概述

第一节 运动行业发展情况概述

一、运动行业相关定义

二、运动特点分析

三、运动行业基本情况介绍

四、运动行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、运动行业需求主体分析

第二节中国运动行业生命周期分析

一、运动行业生命周期理论概述

二、运动行业所属的生命周期分析

第三节运动行业经济指标分析

一、运动行业的赢利性分析

二、运动行业的经济周期分析

三、运动行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球运动行业市场发展现状分析

第一节全球运动行业发展历程回顾

第二节全球运动行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲运动行业地区市场分析

一、亚洲运动行业市场现状分析

二、亚洲运动行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲运动行业市场前景分析

第四节北美运动行业地区市场分析

一、北美运动行业市场现状分析

二、北美运动行业市场规模与市场需求分析

三、北美运动行业市场前景分析

第五节欧洲运动行业地区市场分析

一、欧洲运动行业市场现状分析

二、欧洲运动行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲运动行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界运动行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球运动行业市场规模预测

第三章 中国运动行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对运动行业的影响分析

第三节中国运动行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对运动行业的影响分析

第五节中国运动行业产业社会环境分析

第四章 中国运动行业运行情况

第一节中国运动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

第二节中国运动行业市场规模分析

一、影响中国运动行业市场规模的因素

二、中国运动行业市场规模

三、中国运动行业市场规模解析

第三节中国运动行业供应情况分析

一、中国运动行业供应规模

二、中国运动行业供应特点

第四节中国运动行业需求情况分析

一、中国运动行业需求规模

二、中国运动行业需求特点

第五节中国运动行业供需平衡分析

第五章 中国运动行业产业链和细分市场分析

第一节中国运动行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、运动行业产业链图解

第二节中国运动行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对运动行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对运动行业的影响分析

第三节我国运动行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国运动行业市场竞争分析

第一节中国运动行业竞争现状分析

- 一、中国运动行业竞争格局分析
- 二、中国运动行业主要品牌分析

第二节中国运动行业集中度分析

- 一、中国运动行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国运动行业市场集中度分析

第三节中国运动行业竞争特征分析

- 一、企业区域分布特征
- 二、企业规模分布特征
- 三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国运动行业模型分析

第一节中国运动行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国运动行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国运动行业SWOT分析结论

第三节中国运动行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国运动行业需求特点与动态分析

第一节中国运动行业市场动态情况

第二节中国运动行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节运动行业成本结构分析

第四节运动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

第五节中国运动行业价格现状分析

第六节中国运动行业平均价格走势预测

一、中国运动行业平均价格趋势分析

二、中国运动行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国运动行业所属行业运行数据监测

第一节中国运动行业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

第二节中国运动行业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

第三节中国运动行业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

第十章 2018-2022年中国运动行业区域市场现状分析

第一节中国运动行业区域市场规模分析

一、影响运动行业区域市场分布的因素

二、中国运动行业区域市场分布

第二节中国华东地区运动行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区运动行业市场分析

（1）华东地区运动行业市场规模

（2）华南地区运动行业市场现状

（3）华东地区运动行业市场规模预测

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、华中地区运动行业市场分析

（1）华中地区运动行业市场规模

（2）华中地区运动行业市场现状

（3）华中地区运动行业市场规模预测

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、华南地区运动行业市场分析

（1）华南地区运动行业市场规模

（2）华南地区运动行业市场现状

（3）华南地区运动行业市场规模预测

第五节华北地区运动行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区运动行业市场分析

（1）华北地区运动行业市场规模

（2）华北地区运动行业市场现状

（3）华北地区运动行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区运动行业市场分析

（1）东北地区运动行业市场规模

（2）东北地区运动行业市场现状

（3）东北地区运动行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区运动行业市场分析

（1）西南地区运动行业市场规模

（2）西南地区运动行业市场现状

（3）西南地区运动行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区运动行业市场分析

（1）西北地区运动行业市场规模

（2）西北地区运动行业市场现状

（3）西北地区运动行业市场规模预测

第九节 2022-2029年中国运动行业市场规模区域分布预测

第十一章 运动行业企业分析（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、公司优势分析

第二节企业

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

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

.....

第十二章 2022-2029年中国运动行业发展前景分析与预测

第一节中国运动行业未来发展前景分析

- 一、运动行业国内投资环境分析
- 二、中国运动行业市场机会分析
- 三、中国运动行业投资增速预测

第二节中国运动行业未来发展趋势预测

第三节中国运动行业规模发展预测

- 一、中国运动行业市场规模预测
- 二、中国运动行业市场规模增速预测
- 三、中国运动行业产值规模预测
- 四、中国运动行业产值增速预测
- 五、中国运动行业供需情况预测

第四节中国运动行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国运动行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国运动行业进入壁垒分析

- 一、运动行业资金壁垒分析
- 二、运动行业技术壁垒分析
- 三、运动行业人才壁垒分析
- 四、运动行业品牌壁垒分析
- 五、运动行业其他壁垒分析

第二节运动行业风险分析

- 一、运动行业宏观环境风险
- 二、运动行业技术风险
- 三、运动行业竞争风险
- 四、运动行业其他风险

第三节中国运动行业存在的问题

第四节中国运动行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国运动行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国运动行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国运动行业进入策略分析

- 一、目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节 运动行业营销策略分析

- 一、运动行业产品策略
- 二、运动行业定价策略
- 三、运动行业渠道策略
- 四、运动行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202209/608773.html>