

2026-2031年中国健身俱乐部行业市场前瞻与投资前景预测报告

报告简介

健身俱乐部的形式分为三种，第一种是在酒店内的健身房，一般都设有游泳池，但面积不大，价格相对较贵，而且人气不足，主要面向酒店客人。第二种是面向中上层收入人群的会员制健身房，这里有先进的设备，周全的课程设置和强大的教练员班底，人气一般颇旺。第三种是大众健身俱乐部，硬件和软件水平相对较低，但人气非常足。

而我国目前健身俱乐部数量及质量都远远落后于欧美等西方国家，据统计，我国平均100多万人才拥有一家健身俱乐部，但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，各种各样的综合性的大型健身俱乐部随之出现，健身更是为众多的白领上班族所接受。

随着健身俱乐部行业竞争的不断加剧，大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内外优秀的健身俱乐部企业愈来愈重视对行业市场的分析研究，特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。正因为如此，一大批优秀品牌迅速崛起，逐渐成为行业中的翘楚。中道泰和利用多种独创的信息处理技术，对健身俱乐部行业市场海量的数据进行采集、整理、加工、分析、传递，为客户提供一揽子信息解决方案和咨询服务，最大限度地降低客户投资风险与经营成本，把握投资机遇，提高企业竞争力。

本报告由中道泰和的资深专家和研究人员通过长期周密的市场调研，参考国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、51行业报告网、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上，通过与国际同步的市场研究工具、理论和模型撰写而成。全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个健身俱乐部行业的市场走向和发展趋势。

本报告专业!权威!报告根据健身俱乐部行业的发展轨迹及多年的实践经验，对中国健身俱乐部行业的内外环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国健身俱乐部行业将面临的机遇与挑战，对健身俱乐部行业未来的发展趋势及前景作出审慎分析与预测。是健身俱乐部企业、学术科研单位、投资企业准确了解行业最新发展动态，把握市场机会，正确制定企业发展战略的必备参考工具，极具参考价值!

报告目录

第一章 全球健身俱乐部产业运行透析

第一节 健身俱乐部的起源

第二节 全球健身俱乐部总体运行概况

一、全球成功的健身俱乐部类型及亮点分析

(一)全球健身俱乐部类型分析

(二)领先健身俱乐部亮点分析

二、健身俱乐部再投资设计分析

三、健身俱乐部已进入竞争时代

四、全球健身俱乐部续会率分析

五、全球健身俱乐部市场动态分析

第三节 全球主要国家健身俱乐部的运行情况

一、美国

(一)美国健身产业发展现状

(二)美国健身俱乐部会员数量

(三)美国健身产业的新热点

(四)美国健身产业前景展望

二、日本

三、澳大利亚

四、英国

第四节 全球健身俱乐部产业趋势展望

第二章 中国健身俱乐部运行环境解析

第一节 中国健身俱乐部政策环境分析

一、国家经济刺激政策对健身休闲产业的影响

二、健身教练持证上岗制

(一)职业资格证书详解

(二)健身教练持证上岗

(三)国家职业资格认证与其他认证

三、报考健身教练有一定门槛

四、健身教练培训课程综合化

五、利好健身行业政策分析

(一)全民健身相关条例

(二)全民健身相关计划

(三)体育设施建设规划

(四)体育人才发展规划

第二节 2021-2026年中国宏观经济环境分析

一、2021-2026年中国gdp增长情况分析

二、2021-2026年工业经济发展形势分析

三、2021-2026年社会固定资产投资分析

四、2021-2026年全社会消费品零售总额

五、2021-2026年城乡居民收入增长分析

六、2021-2026年居民消费价格变化分析

第三节 2021-2026年中国健身俱乐部社会环境分析

一、居民健身意识增强

二、人口环境分析

三、教育环境分析

四、文化环境分析

五、科技环境分析

六、生态环境分析

七、中国城镇化率

第三章 中国健身俱乐部产业运行新形势透析

第一节 中国健身俱乐部产业运行总况

一、健身娱乐市场呈现多样化

二、中国健身产业链逐渐形成

三、健身行业与健身器材行业产业链

(一)上游产业

(二)下游产业

四、中国健身产业处于高速发展时期

五、全国健身俱乐部数量规模及增速

六、重点城市健身俱乐部数量及增速

(一)北京

(二)上海

七、民营资本占健身产业的市场份额

八、我国健身俱乐部管理状况分析

第二节 中国健身产业细分领域运行透析

一、全民健身体育活动场所

二、专项休闲运动俱乐部

三、有氧运动健身中心

四、综合健康恢复中心

第三节 中国健身俱乐部市场运行透析

一、中国健身娱乐产品和服务需求庞大

二、中国健身娱乐市场消费特点

三、中国健身娱乐市场营销理念

四、中国健身俱乐部市场规模

第四节 健身产业热点问题探讨

第四章 中国健身俱乐部市场经营研究

第一节 中国健身俱乐部的类型分析

一、以经营性为主的健身娱乐性俱乐部

二、非经营性的体育健身俱乐部

三、大众健身及培养青少年的健身俱乐部

第二节 中国健身俱乐部市场体系构建的基本框架分析

一、对我国经营性健身俱乐部市场定位的探析

二、健身俱乐部管理模式亮点分析

三、健身俱乐部的客服体系

第三节 中国健身俱乐部的盈利渠道分析

一、健身俱乐部盈利渠道分析

二、挖掘二次消费对健身俱乐部的讨论

第四节 中国健身俱乐部市场经营要点解析

一、盲目降价

二、中国健身俱乐部续会率及会员流失情况

三、会籍顾问与教练流动性分析

四、定位问题

第五章 2021-2026年中国健身俱乐部上游行业——训练健身器材行业发展分析

第一节 2021-2026年中国训练健身器材行业运行现状综述

一、中国健身器材市场特点及结构

二、健身器材市场现状分析

三、中国健身器材市场销售概况

(一)小型保健器材市场销售畅快

(二)大型健身器材市场方兴未艾

(三)老年康复健身器材市场潜力大

四、健身器材成为新的消费热点

五、知名健身器材经销商分析

第二节 2021-2026年中国训练健身器材制造行业数据监测分析

一、2021-2026年中国训练健身器材制造行业规模分析

(一)企业数量增长分析

(二)资产规模增长分析

(三)销售规模增长分析

(四)利润规模增长分析

二、2021-2026年中国训练健身器材制造行业结构分析

(一)企业数量结构分析

(二)资产规模结构分析

(三)销售规模结构分析

(四)利润规模结构分析

三、2021-2026年中国训练健身器材制造行业产值分析

(一)产成品增长分析

(二)工业销售产值分析

(三)出口交货值分析

四、2021-2026年中国训练健身器材制造行业成本费用分析

(一)销售成本分析

(二)主要费用分析

五、2021-2026年中国训练健身器材制造行业盈利能力分析

(一)销售毛利率

(二)成本费用利润率

(三)销售利润率

(四)总资产利润率

第三节 2026-2031年中国健身器材的发展趋势分析

第六章 2021-2026年中国健身器材进出口情况分析

第一节 2021-2026年跑步机进出口情况分析

一、跑步机进口情况分析

二、跑步机出口情况分析

三、跑步机进出口均价分析

四、跑步机进口来源分析

五、跑步机出口去向分析

第二节 2021-2026年其他健身及康复器械进出口情况分析

一、其他健身及康复器械进口情况分析

二、其他健身及康复器械出口情况分析

三、其他健身及康复器械进出口均价分析

四、其他健身及康复器械进口来源分析

五、其他健身及康复器械出口去向分析

第七章 中国健身俱乐部消费市场调研

第一节 中国健身俱乐部市场消费行为特点分析

一、消费者注重提高生活质量

二、消费者舍得花钱买健康

三、消费者对健身市场需求具有多样性

四、消费市场具有较大的可诱导性

第二节 中国健身俱乐部的市场营销理念

一、非经营性的体育健身俱乐部通常采用生产观念的营销方式

二、专项休闲运动俱乐部一般采用市场推广的方式来进行经营

三、有氧健身中心和综合健康恢复中心一般采用市场营销方式

四、综合健康恢复中心采用社会营销方式

第三节 中国健身俱乐部市场经营模式存在的主要问题

一、缺乏市场和行业标准、运作规范和职业资质准入

二、专业化程度低

三、市场短期和投机行为普遍

四、管理水平较低

第八章 中国健身俱乐部市场营销策略分析研究

第一节 注重建设俱乐部文化，树立品牌形象

第二节 健身俱乐部价格制定分析

一、根据规模和项目来定价

二、根据心理定价策略来定价

三、应用差别定价策略来定价

四、弹性和前瞻性定价，以防价格战

第三节 健身器材采购决策分析

一、健身器材采购选择分析

二、健身器材采购程序分析

第四节 消费区域选择原则分析

一、便利性原则

二、绿色环境原则

三、网络化覆盖原则

第五节 宣传方式分析

一、注重主流媒体宣传

二、要注重健身文化和影视文化媒体的结合推广

第六节 关系营销的分析

一、服务中加强关系营销

二、与关联企业展开关系营销

三、建立政府关系营销

第九章 中国健身俱乐部竞争新格局分析

第一节 中国健身俱乐部波特五力模型分析

一、供应商的讨价还价能力

二、消费者讨价还价的能力

三、新进入者的威胁

四、替代品的威胁

五、行业内现有竞争者的竞争

第二节 中国健身俱乐部竞争分析

一、中国健身俱乐部竞争之道

二、外资背景健身俱乐部强势进驻北京

三、地区型健身俱乐部与全国连锁健身俱乐部竞争

第三节 2026-2031年中国健身俱乐部竞争趋势分析

第十章 国外健身器材厂商运营分析

第一节 全球顶级健身器械品牌研究

一、顶级健身器材品牌概述

二、顶级健身器材品牌分析

第二节 全球健身器材厂商分析

一、cybex(赛佰斯)

二、icon(爱康)

三、乔山集团

四、泰诺健(太空牌)

五、nautilus(诺德士)

六、星驰 starttrac

七、schwinn十字星

第十一章 国外顶尖健身俱乐部竞争力透析

第一节 美国宝力豪(powerhousegym)国际健身连锁俱乐部

一、企业基本概况

二、主要服务调查

三、在华运作情况

第二节 韦德伍斯国际健身连锁俱乐部

一、企业基本概况

二、主要服务调查

三、在华运作情况

第三节 world gym世界健身连锁俱乐部

一、企业基本概况

二、主要服务调查

三、在华运作情况

第四节 一兆韦德国际健身中心

一、企业基本概况

二、主要服务调查

三、在华运作情况

第十二章 中国优势健身俱乐部竞争力分析

第一节 宝迪沃

一、企业基本概况

二、企业竞争力分析

三、俱乐部场馆设施

第二节 北京青鸟健身俱乐部

一、企业基本概况介绍

二、俱乐部服务项目分析

三、企业竞争实力分析

四、俱乐部网点分布

第三节 英派斯

一、企业基本概况

二、企业竞争力分析

三、俱乐部网点分布

第四节 力圣美

一、企业基本概况

二、企业竞争力分析

第五节 北京月坛天行俱乐部

一、企业基本概况

二、企业竞争力分析

第六节 星之健身俱乐部

- 一、企业基本概况
- 二、企业服务网络分布
- 三、俱乐部场馆设施

第七节 金钥匙国际健身咨询管理有限公司

- 一、企业基本情况分析
- 二、企业服务领域分析
- 三、企业竞争优势分析

第十三章 2026-2031年中国健身俱乐部前景展望与趋势预测分析

第一节 2026-2031年中国健身俱乐部产业前景预测

- 一、人们健康的需求从被动的治疗型向主动的预防保健型转换
- 二、健身娱乐市场多元化发展方向
- 三、体育健身产业在我国还属于处在成长初期的新兴产业

第二节 2026-2031年中国健身俱乐部经营模式趋势预测分析

- 一、通过网络化及特许经营的方式推向大众化
- 二、降低成本，采用社会营销提高社会效益
- 三、通过推行大范围的教育培训计划，引导全民的健康消费观念更新
- 四、积极利用政府的支持，扩大影响力

第三节 2026-2031年中国健身俱乐部市场需求状况预测分析

- 一、健身俱乐部市场需求状况预测分析
- 二、健身俱乐部市场盈利预测分析
- 三、健身俱乐部市场规模预测分析

四、健身俱乐部数量规模预测分析

第十四章 2026-2031年中国健身俱乐部投资前景预测分析

第一节 2026-2031年中国健身俱乐部的投资环境分析

- 一、人民健康素质下降引发健身需求
- 二、人力资源储备与行业发展逐步匹配
- 三、理想的经营利润回报奠定投资基础
- 四、人民健康需求向主动预防保健转变

第二节 2026-2031年中国健身俱乐部的投资机会分析

- 一、中国健身俱乐部投资价值研究
- 二、健身俱乐部区域投资潜力分析
- 三、中国健身俱乐部投资方向建议

第三节 2026-2031年中国健身俱乐部经营管理建议

- 一、健身俱乐部服务策略
- 二、健身俱乐部创新策略
- 三、健身俱乐部管理策略
- 四、健身俱乐部人本管理

图表目录

图表：美国健身俱乐部会员人数增长趋势图

图表：2021-2026年日本健身房/兴趣班市场构成比例

图表：中国各等级健身教练职业资格证书申报条件

图表：国家初、中级健身教练职业资格证书培训课程一览

图表：健身教练相关健身技能一览

图表：2021-2026年国内生产总值构成及增长速度统计

图表：2021-2026年中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表：2021-2026年规模以上企业工业增加值增长速度趋势图

图表：2021-2026年规模以上工业企业营业收入与利润总额同比增速

图表：2021-2026年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表：2021-2026年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表：2021-2026年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表：2021-2026年农村居民人均纯收入及增长趋势图

图表：2021-2026年中国居民消费价格月度变化趋势图

图表：2021-2026年中国人口数量及增长率变化趋势图

图表：2021-2026年中国人口数量及其构成情况统计

图表：2021-2026年中国各年龄段人口比重

图表：2021-2026年中国各级各类学校招生人数统计

图表：2021-2026年中国城镇化率变化趋势图

图表：2021-2026年中国训练健身器材行业资产集中度

图表：2021-2026年中国训练健身器材行业销售收入集中度

图表：2021-2026年中国训练健身器材行业利润集中度

图表：2021-2026年中国各星级酒店数量统计

图表：2021-2026年中国各城市不同星级酒店数量统计

图表：2021-2026年中国健身俱乐部数量增长趋势图

图表：北京健身俱乐部数量统计

图表：上海健身俱乐部数量统计

图表：2021-2026年中国健身俱乐部市场规模增长趋势图

图表：健身俱乐部不同定位等级投资理念情况

图表：消费者使用健身器材产品结构

图表：2021-2026年中国训练健身器材制造企业数量增长趋势图

图表：2021-2026年中国各省区训练健身器材制造企业数量比较

图表：2021-2026年中国训练健身器材制造行业资产总额统计

图表：2021-2026年中国训练健身器材制造行业资产增长趋势图

图表：2021-2026年中国各省区训练健身器材制造行业资产总额比较

图表：2021-2026年中国训练健身器材制造行业销售收入统计

图表：2021-2026年中国训练健身器材制造行业销售收入增长趋势图

图表：2021-2026年中国各省区训练健身器材制造行业销售收入比较

图表：2021-2026年中国训练健身器材制造行业利润总额统计

图表：2021-2026年中国训练健身器材制造行业利润增长趋势图

图表：2021-2026年中国各省区训练健身器材制造行业利润总额比较

图表：2021-2026年中国不同规模训练健身器材制造企业数量统计

图表：2021-2026年中国不同规模训练健身器材制造企业数量所占份额

图表：2021-2026年中国不同所有制训练健身器材制造企业数量统计

图表：2021-2026年中国不同所有制训练健身器材制造企业数量所占份额

图表：2021-2026年不同规模训练健身器材制造企业资产总额统计

图表：2021-2026年中国不同规模训练健身器材制造企业资产总额所占份额

图表：2021-2026年中国不同所有制训练健身器材制造企业资产总额

图表：2021-2026年不同所有制训练健身器材制造企业资产总额所占份额

图表：2021-2026年不同规模训练健身器材制造企业销售收入统计

图表：2021-2026年中国不同规模训练健身器材制造企业销售收入所占份额

图表：2021-2026年不同所有制训练健身器材制造企业销售收入统计

图表：2021-2026年不同所有制训练健身器材制造企业销售收入所占份额

图表：2021-2026年中国不同规模训练健身器材制造企业利润总额

图表：2021-2026年中国不同规模训练健身器材制造企业利润总额所占份额

图表：2021-2026年中国不同所有制训练健身器材制造企业利润总额

图表：2021-2026年中国训练健身器材制造行业产成品统计

图表：2021-2026年中国训练健身器材制造行业产成品增长趋势图

图表：2021-2026年中国主要省区训练健身器材制造行业产成品比较

图表：2021-2026年中国训练健身器材制造行业销售产值统计

图表：2021-2026年中国训练健身器材制造行业销售产值增长趋势图

图表：2021-2026年中国主要省区训练健身器材制造行业销售产值比较

图表：2021-2026年中国训练健身器材制造行业出口交货值统计

图表：2021-2026年训练健身器材制造行业出口交货值增长趋势图

图表：2021-2026年中国训练健身器材制造行业销售成本统计

图表：2021-2026年中国训练健身器材制造行业销售成本趋势图

图表：2021-2026年中国训练健身器材制造行业主要费用统计

图表：2021-2026年中国训练健身器材制造行业毛利率情况

图表：2021-2026年不同规模训练健身器材制造企业销售毛利率比较

图表：2021-2026年不同性质训练健身器材制造企业销售毛利率比较

图表：2021-2026年中国各省区训练健身器材制造企业销售毛利率比较

图表：2021-2026年中国训练健身器材制造行业成本费用利润率情况

图表：2021-2026年中国各省区训练健身器材制造企业成本费用利润率比较

图表：2021-2026年中国训练健身器材制造行业销售利润率情况

图表：2021-2026年中国各省区训练健身器材制造企业销售利润率比较

图表：2021-2026年中国训练健身器材制造行业总资产利润率情况

图表：2021-2026年中国各省区训练健身器材制造企业总资产利润率比较

图表：2021-2026年跑步机进口数量及金额统计

图表：2021-2026年跑步机出口数量及金额统计

图表：2021-2026年跑步机进出口均价统计

图表：2021-2026年中国跑步机进口来源地情况

图表：2021-2026年中国跑步机进口来源地结构分布图

图表：2021-2026年中国跑步机出口流向情况

图表：2021-2026年中国跑步机出口流向结构分布图

图表：2021-2026年其他健身及康复器械进口数量及金额统计

图表：2021-2026年其他健身及康复器械出口数量及金额统计

图表：2021-2026年跑步机进出口均价统计

图表：2021-2026年中国其他健身及康复器械进口来源地情况

图表：2021-2026年中国其他健身及康复器械进口来源地结构分布图

图表：2021-2026年中国其他健身及康复器械出口流向情况

图表：2021-2026年中国其他健身及康复器械出口流向结构分布图

图表：中国居民人均医疗保健支出增长趋势图

图表：全球顶级健身器械品牌情况

图表：美国宝力豪(powerhousegym)国际健身连锁俱乐部内部环境设施

图表：美国宝力豪国际健身连锁俱乐部亚健康解决方案实施流程图

图表：美国宝力豪(powerhousegym)国际健身连锁俱乐部分店情况

图表：韦德伍斯国际健身连锁俱乐部内部环境设施

图表：韦德伍斯国际健身连锁俱乐部中国主要分店情况

图表：world gym 健身俱乐部在台湾的月缴费用情况

图表：world gym世界健身连锁俱乐部分店情况

图表：一兆韦德国际健身中心内部环境设施

图表：一兆韦德国际健身中心分店地区分布图

图表：宝迪沃健身俱乐部场馆设施展示

图表：北京青鸟健身俱乐部网点分布

图表：英派斯健身俱乐部网点分布

图表：星之健身俱乐部分支网点分布

图表：星之健身俱乐部场馆设施展示

图表：2026-2031年中国健身俱乐部市场规模增长趋势图

图表：2026-2031年中国健身俱乐部数量增长趋势图

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：104966

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20190113/104966.shtml>

在线订购：[点击这里](#)