

2026-2031年中国健身房行业发展态势与前景展望研究报告

报告简介

近年来，国家出台各类政策大力支持健康服务业、体育健身产业的发展，促进健身业态的扩张。目前国内健身行业发展迅速，行业年产值较高、增速较快。《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》于2014年正式出台后，体育产业上升为国家战略，体育产业大受资本青睐，全国上下掀起了一股全民运动健身的热潮。

在政策支持、居民可支配收入持续增长、运动意识提升的大背景下，人们的运动健身需求被点燃，城市居民用于个人健身的消费每年以30%的速度增速，明显高于全球的20%的平均速度，健身房的增长速度也不断增加。

近几年，随着互联网渗透健身领域，行业内呈现出了健身俱乐部、私教工作室、互联网智能健身房三者并存的局面。对于前两者来说，新增用户是都是其主要收入来源。

值得关注的是，互联网智能健身房大多在一线城市布局，数量相对较少，尚未形成规模化盈利模式。以上海和北京为例，健身俱乐部数量约2800家，私教工作室约6700家，互联网智能健身房总数不足400家。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国健身房行业及各子行业的发展状况、市场供需形势、进出口贸易等进行了分析，并重点分析了中国健身房行业发展状况和特点，以及中国健身房行业将面临的挑战、行业的发展策略等。报告还对国际健身房行业发展态势作了详细分析，并对健身房行业进行了趋向研判，是健身房生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前健身房行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 健身房行业综述

第一节 健身房行业定义

一、健身房概念

二、健身房分类

三、健身房行业产业链分析

第二节 中国健身房行业发展环境分析

一、国内经济形势

二、行业政策规划

三、居民收入情况

四、城镇化进程

五、消费升级

六、健康意识

第三节 国际健身房行业发展分析及经验借鉴

一、国际健身房行业发展概述

二、国际健身房行业市场规模

三、国际健身房行业供需状况

四、国际健身房行业竞争格局

五、主要地区健身房市场分析

1、欧美

2、日韩

六、国际健身房行业企业分析

第二章 中国健身房行业发展分析

第一节 中国健身房行业发展分析

一、中国健身房行业发展阶段

二、中国健身房行业发展现状

三、中国健身房行业发展特点

四、中国健身房行业商业模式

第二节 中国健身房市场供需分析

一、中国健身房行业供给情况

二、中国健身房行业需求情况

三、中国健身房行业供需平衡分析

第三节 中国健身房行业市场分析

一、健身房行业swot分析

二、健身房行业集中度分析

三、中国健身房行业竞争格局

第四节 中国互联网+健身发展概述

一、互联网+健身发展背景

二、互联网+健身发展现状

三、互联网+健身融资情况

四、互联网+健身代表案例

1、乐刻

2、keep

3、超级猩猩

4、火辣健身

第三章 中国健身房经营数据分析

第一节 中国健身房行业发展规模

一、健身房数量

二、行业市场规模

三、健身产业总产值

第二节 中国健身房收入情况

一、主要收入来源

二、健身房收入情况

第三节 中国健身房会员情况

一、会员获客方式

二、月新增会员

三、月留存会员

四、月活跃会员

五、会员关注重点

六、活跃会员训练频次

第四节 中国健身房行业财务指标

一、行业盈利能力

二、行业偿债能力

三、行业营运能力

四、行业发展能力

第四章 中国健身房设施及服务情况分析

第一节 健身房环境情况

一、健身房地理位置

二、健身房空间大小

三、区域功能划分及布局

四、健身房空气质量

第二节 健身房基础设施情况

一、健身器械设备

1、器械种类及使用情况

2、智能设备使用情况

3、器械设备排队情况

二、服务设施

1、沐浴区、更衣区

2、休息区

第三节 健身房服务情况

一、健身教练

1、健身教练数量

2、平均服务会员数

3、平均创造价值

二、课程设置

1、课程种类

2、课程价格

第五章 中国不同健身房发展分析

第一节 健身俱乐部

一、门店数量

二、区域分布

三、服务项目

四、竞争格局

五、品牌扩张

六、存活率

第二节 私教工作室

一、门店数量

二、区域分布

三、服务项目

四、竞争格局

五、品牌扩张

六、存活率

第三节 互联网智能健身房

一、门店数量

二、区域分布

三、服务项目

四、竞争格局

五、品牌扩张

六、存活率

第六章 中国健身房行业部分区域市场分析

第一节 北京

一、地区健身群体需求情况

二、地区健身房规模情况

三、地区健身房发展现状

四、地区健身房发展前景

第二节 上海

一、地区健身群体需求情况

二、地区健身房规模情况

三、地区健身房发展现状

四、地区健身房发展前景

第三节 广州

一、地区健身群体需求情况

二、地区健身房规模情况

三、地区健身房发展现状

四、地区健身房发展前景

第四节 深圳

一、地区健身群体需求情况

二、地区健身房规模情况

三、地区健身房发展现状

四、地区健身房发展前景

第五节 成都

一、地区健身群体需求情况

二、地区健身房规模情况

三、地区健身房发展现状

四、地区健身房发展前景

第六节 杭州

一、地区健身群体需求情况

二、地区健身房规模情况

三、地区健身房发展现状

四、地区健身房发展前景

第七节 重庆

一、地区健身群体需求情况

二、地区健身房规模情况

三、地区健身房发展现状

四、地区健身房发展前景

第八节 武汉

一、地区健身群体需求情况

二、地区健身房规模情况

三、地区健身房发展现状

四、地区健身房发展前景

第九节 苏州

一、地区健身群体需求情况

二、地区健身房规模情况

三、地区健身房发展现状

四、地区健身房发展前景

第十节 西安

一、地区健身群体需求情况

二、地区健身房规模情况

三、地区健身房发展现状

四、地区健身房发展前景

第十一节 天津

一、地区健身群体需求情况

二、地区健身房规模情况

三、地区健身房发展现状

四、地区健身房发展前景

第十二节 南京

一、地区健身群体需求情况

二、地区健身房规模情况

三、地区健身房发展现状

四、地区健身房发展前景

第七章 2026-2031年健身房行业领先企业经营形势分析

第一节 一兆韦德健身管理有限公司

一、企业的发展简介

二、健身房规模分布

三、健身房课程安排

四、健身房运作模式

五、健身房运营情况

六、健身房营销情况

七、健身房品牌口碑

第二节 威康健身管理咨询(上海)有限公司

一、企业的发展简介

二、健身房规模分布

三、健身房课程安排

四、健身房运作模式

五、健身房运营情况

六、健身房营销情况

七、健身房品牌口碑

第三节 北京中体倍力健身俱乐部有限公司

一、企业的发展简介

二、健身房规模分布

三、健身房课程安排

四、健身房运作模式

五、健身房运营情况

六、健身房营销情况

七、健身房品牌口碑

第四节 青岛英派斯健康科技股份有限公司

一、企业的发展简介

二、健身房规模分布

三、健身房课程安排

四、健身房运作模式

五、健身房运营情况

六、健身房营销情况

七、健身房品牌口碑

第五节 深圳市古德菲力投资管理有限公司

一、企业的发展简介

二、健身房规模分布

三、健身房课程安排

四、健身房运作模式

五、健身房运营情况

六、健身房营销情况

七、健身房品牌口碑

第六节 深圳市中航健康时尚集团股份有限公司

一、企业的发展简介

二、健身房规模分布

三、健身房课程安排

四、健身房运作模式

五、健身房运营情况

六、健身房营销情况

七、健身房品牌口碑

第七节 上海舒适堡健身美容中心有限公司

一、企业的发展简介

二、健身房规模分布

三、健身房课程安排

四、健身房运作模式

五、健身房运营情况

六、健身房营销情况

七、健身房品牌口碑

第八节 上海星之健身俱乐部有限公司

一、企业的发展简介

二、健身房规模分布

三、健身房课程安排

四、健身房运作模式

五、健身房运营情况

六、健身房营销情况

七、健身房品牌口碑

第九节 广州市力美健投资管理有限公司

一、企业的发展简介

二、健身房规模分布

三、健身房课程安排

四、健身房运作模式

五、健身房运营情况

六、健身房营销情况

七、健身房品牌口碑

第十节 上海金吉鸟企业投资管理有限公司

一、企业的发展简介

二、健身房规模分布

三、健身房课程安排

四、健身房运作模式

五、健身房运营情况

六、健身房营销情况

七、健身房品牌口碑

第八章 中国健身房行业投资分析

第一节 健身房行业投资特性分析

一、健身房行业进入壁垒分析

二、健身房行业盈利因素分析

三、健身房行业盈利模式分析

第二节 健身房行业投资情况

一、健身房行业投资现状

二、健身房行业投资机会

二、健身房行业投资风险

第三节 健身房行业投资前景

一、健身房行业投资前景

二、健身房行业投资建议

第九章 中国健身房行业前景展望

第一节 健身房行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第二节 健身房行业存在的问题与对策

一、行业存在的问题

二、行业发展的对策

第三节 2026-2031年健身房行业发展前景

一、2026-2031年健身房行业发展趋势

二、2026-2031年健身房行业发展前景

三、2026-2031年健身房市场规模预测

第十章 中国健身房行业企业品牌竞争策略

第一节 中国健身房行业品牌的重要性

一、健身房行业品牌的重要性

二、健身房实施品牌战略的意义

第二节 中国健身房行业企业品牌建设对策

一、强化品牌战略意识，树立品牌营销观念

二、强化品牌管理团队，完善品牌管理体系

三、强化品牌保护意识，准确把握品牌定位

四、深入挖掘文化内涵，创建品牌核心价值

五、提高质量管理意识，完善质量管理体系

六、加强品牌形象塑造，推进品牌有效传播

七、强化品牌创新意识，提升企业创新能力

图表目录

图表：健身房行业生命周期

图表：健身房行业产业链结构

图表：健身房行业产业价值链

图表：国际健身房行业市场规模

图表：国际健身房行业竞争格局

图表：欧洲健身房行业市场规模

图表：美国健身房行业市场规模

图表：日本健身房行业市场规模

图表：中国健身房行业市场规模

图表：中国健身房行业企业数量分析

图表：中国健身房行业人员规模分析

图表：中国健身房行业资产规模分析

图表：中国健身房行业市场规模分析

图表：中国健身房行业盈利能力分析

图表：中国健身房行业偿债能力分析

图表：中国健身房行业营运能力分析

图表：中国健身房行业发展能力分析

图表：健身房行业集中度分析

图表：中国健身房行业竞争格局

图表：2026-2031年健身房行业市场规模预测

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：129691

本文地址：<https://www.51baogao.cn/sc/20190725/129691.shtml>

在线订购：[点击这里](#)