2021年新冠肺炎疫情下健身服务行业影响分析及战略咨询报告

报告简介

自2019年12月中旬以来，新型冠状病毒感染的肺炎病例数量不断增长，疫情迅速向全国蔓延，截至2020年2月34日，全国现存确诊病例77262例，死亡人数2595人，新型冠状病毒肺炎成为我国自2003年后的又一次重大疫情。

新型冠状病毒的传播范围与力度，远大于2003年的非典，2月初其影响涉及所有省市。在此关键时刻，举国上下共同抗击疫情，为避免人口大规模流动和聚集，采取了居家隔离、延长春节假期等防控措施。越来越多城市进入一级响应状态，严格隔离举措，严禁车辆进出，严控人员流动，严防疫情扩散。

可以预见的是，突如其来的“新冠”病毒改变了短期经济增长的轨迹，预计这次疫情对经济的短期冲击可能大于“非典”。疫情将打断中国经济2019年底的弱企稳，在经济下行压力较大背景下，破6是大概率事件，一季度可能破5。

而对健身服务行业来说，2020年新型冠状病毒肺炎疫情让中国健身服务市场雪上加霜，将带来的影响将是巨大，但其具体如何影响，又将会导致行业产生什么样的变局?企业又该如何应对呢?

我们认为，此次疫情对健身服务行业的影响将涉及产业链各大环节与所有主体：企业的管理效率大幅降低、正常上下班严重受挫、车间排产严重紊乱、网点拓展被迫推迟、市场营销被迫减缓、品牌塑造被迫调整、市场销量大幅下滑、企业与职工收益纷纷受损……对健身服务冲击的具体程度，取决于新冠病毒的防控效果，对一季度等短期内的剧烈冲击已不可避免。2020年中国健身服务整体情况取决于新冠病毒防控效率。

建议健身服务企业2020年销售考核指标与奖惩标准，由追求绝对销量向提升市占率倾斜，由冲锋战转向阵地战转变，精统筹大放权……
2020年新型冠状病毒疫情加速中国健身服务优胜劣汰，间接推动2020~2025年中国健身服务产业链转型升级，由做大做强中国品牌，向做大做强中国健身服务产业链转型升级。具体策略可详见报告正文。

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、51行业报告网、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，对中国健身服务行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了中国健身服务行业发展状况和特点，以及中国健身服务行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对健身服务行业发展态势作了详细分析，并对健身服务行业进行了趋向研判，是健身服务生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前健身服务行业发展动态，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 新型冠状病毒分析

第一节 新型冠状病毒的定义和危害

一、新型冠状病毒定义

二、新型冠状病毒危害

第二节 新型冠状病毒发展情况及趋势

一、全国疫情爆发情况

二、未来疫情发展变化趋势

第三节 针对新型冠状病毒疫情采取的措施

一、政策

二、经济

三、交通

四、金融

第二章 新型冠状病毒对宏观经济影响

第一节 全球宏观经济运行概况

一、全球宏观经济

二、新型冠状病毒对全球宏观经济影响

第二节 中国宏观经济环境分析

一、中国宏观经济运行概况

二、新型冠状病毒对全球宏观经济影响

第三节 社会环境

一、社会环境现状

二、新型冠状病毒对社会环境影响

第三章 新型冠状病毒对各行业的影响

第一节 新型冠状病毒对消费市场的影响

一、消费市场现状

二、新型冠状病毒对消费市场的影响

第二节 新型冠状病毒对服务行业的影响

一、服务行业现状

二、新型冠状病毒对服务行业的影响

第三节 新型冠状病毒对制造行业的影响

一、制造行业现状

二、新型冠状病毒对制造行业的影响

第四节 新型冠状病毒对其他行业的影响

一、工业

二、地产

三、基建

四、采矿业和周期类制造业

五、医药

六、食品制造、酒饮料精制茶、烟草制品

七、汽车

八、家具和家电

九、高新科技行业

十、……

第四章 新型冠状病毒对健身服务行业的影响

第一节 我国健身服务行业发展状况分析

一、我国健身服务行业发展阶段

二、我国健身服务行业发展总体概况

三、我国健身服务行业发展特点分析

第二节 2019-2020年健身服务市场情况分析

一、2019-2020年中国健身服务市场总体概况

二、2019-2020年中国健身服务产品市场发展分析

第三节 新型冠状病毒对健身服务行业的影响

一、对企业经营的影响

二、对生产的影响

三、对销售的影响

……

第四节 新型冠状病毒行业对竞争格局的影响

一、行业竞争格局分析

二、新型冠状病毒改变行业竞争格局

三、疫情过后行业竞争格局展望

第五节 2021年中国健身服务行业存在的问题与风险分析

一、健身服务行业发展面临的困境

二、健身服务行业发展面临的制约

三、健身服务行业发展存在的问题

四、健身服务行业发展存在的风险

第六节 新型冠状病毒对健身服务的机遇和挑战

一、机遇

二、挑战

第五章 新型冠状病毒对健身服务相关上下游行业的影响

第一节 行业上游运行分析

一、行业上游介绍

二、行业上游发展状况分析

三、新型冠状病毒对行业上游对影响分析

第二节 新型冠状病毒行业下游运行分析

一、行业下游介绍

二、行业下游发展状况分析

三、新型冠状病毒对行业下游影响分析

第六章 新型冠状病毒对健身服务重点企业的影响

第一节 企业A

一、企业基本情况

二、企业发展现状

三、疫情对企业的影响分析

四、企业应对疫情采取的措施

第二节 企业A

一、企业基本情况

二、企业发展现状

三、疫情对企业的影响分析

四、企业应对疫情采取的措施

第三节 企业A

一、企业基本情况

二、企业发展现状

三、疫情对企业的影响分析

四、企业应对疫情采取的措施

第四节 企业A

一、企业基本情况

二、企业发展现状

三、疫情对企业的影响分析

四、企业应对疫情采取的措施

第五节 企业A

一、企业基本情况

二、企业发展现状

三、疫情对企业的影响分析

四、企业应对疫情采取的措施

第七章 2021年中国健身服务行业应对疫情采取的策略建议

第一节 新型冠状病毒防护

一、新型冠状病毒传染途径

二、新型冠状病毒防护措施

第二节 应对疫情采取的策略建议

一、成立疫情危机处理项目团队

二、开源节流，现金流第一位

三、企业文化是基石

四、围绕客户需求积极开拓新业务

五、2021年销售考核指标与奖惩标准

六、积极寻求外部资源支持--利用好各类金融工具

七、积极寻求外部资源支持--设立与项小组跟踪政策进度

八、链转型升级，由做大做强品牌

第八章 应对新冠肺炎疫情采取的市场战略

第一节 把握疫情稳定后的增长，关键是上下游协同配合，未雨绸缪快速反应

第二节 终端渠道：灵活调整渠道重点，新兴渠道抢占先机，传统渠道保障基本盘不动摇

第三节 品牌营销：及时调整营销内容、投放平台，为抓住疫情后恢复趋势做好准备

第四节 供应链：高效产销协同，紧密跟踪需求端变化，全价值链摸底统筹，推动整体产能恢复

第五节 疫情加速了行业变革，生意模式的创新性布局势在必行

把握投资 决策经营！

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

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20200224/159715.shtml

在线订购：点击这里