

# 2011-2015年中国健身俱乐部行业市场分析与行业调查报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2011-2015年中国健身俱乐部行业市场分析与行业调查报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/yule1012/Y575043KX9.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版6800元 纸介+电子7000元

【出版日期】2010-12-08

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国健身俱乐部行业市场分析与行业调查报告》共十二章。首先介绍了健身俱乐部行业相关概述、中国健身俱乐部产业运行环境等，接着分析了中国健身俱乐部行业的现状，然后介绍了中国健身俱乐部行业竞争格局。随后，报告对中国健身俱乐部行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国健身俱乐部产业发展前景与投资预测。您若想对健身俱乐部产业有个系统的了解或者想投资健身俱乐部行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

## 第一章 2010年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 2010年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

#### 二、俱乐部再投资与设计

#### 三、健身俱乐部进入了竞争时代

#### 四、全球健身俱乐部的会员激增及续会率分析

#### 五、全球健身俱乐部市场动态分析

### 第三节 2010年全球主要国家健身俱乐部的运行情况

#### 一、美国

##### 1、美国健身产业年总产值分析

##### 2、美国健身俱乐部的续会率分析

##### 3、美国健身俱乐部资金投入情况

#### 二、日本

#### 三、澳大利亚

#### 四、英国

### 第四节 2011-2015年全球健身俱乐部产业趋势展望

## 第二章 2010年中国健身俱乐部运行环境解析

### 第一节 2010年中国健身俱乐部政策环境分析

#### 一、国家拉动内需、刺激经济发展的政策对健身产业的影响

二、健身教练必须持国家认可证书才能上岗

三、报考健身教练有一定门槛

四、健身教练培训课程综合化

第二节 2010年中国健身俱乐部运行的经济环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第三节 2010年中国健身俱乐部运行的社会环境分析

一、中国居民的消费水平

二、中国居民的健身意识增强

第三章 2010年中国健身俱乐部产业运行新形势透析

第一节 2010年中国健身俱乐部产业运行总况

一、现阶段的我国健身娱乐市场呈现出多样化的特点

二、中国健身产业链逐渐形成

三、中国健身产业正是处于高速发展时期

四、全国健身俱乐部企业规模分析（包括在建）及增长速度

五、民营资本在整个健身产业市场份额

六、我国健身俱乐部管理状况

第二节 2010年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 2010年中国健身俱乐部市场运行透析

一、中国已成为世界上最大的商业健身休闲市场

二、中国健身娱乐产品和服务需求市场庞大

三、中国健身市场规模

第四节 2010年中国健身俱乐部产业热点问题探讨

## 第四章 2010年中国健身俱乐部市场经营研究

### 第一节 2010年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 2010年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 2010年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 2010年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 2010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 2010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、中国健身器材市场销售概况
- 三、健身器材成为新的消费热点

### 第二节 2006-2010年中国训练健身器材制造行业主要数据监测分析

- 一、2006-2010年5月份中国训练健身器材制造行业规模分析
- 二、2010年5月份中国训练健身器材制造行业结构分析
- 三、2006-2010年5月份中国训练健身器材制造行业产值分析
- 四、2006-2010年5月份中国训练健身器材制造行业成本费用分析
- 五、2006-2010年5月份中国训练健身器材制造行业盈利能力分析

### 第三节 未来中国健身器材的发展趋势分析

## 第六章 2010年中国健身俱乐部消费市场调研

### 第一节 2010年中国健身俱乐部市场消费行为特点分析

- 一、消费者注重提高生存质量
- 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 2010年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 2010年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

## 第七章 2010年中国健身俱乐部市场营销策略分析研究

### 第一节 注重提高产品质量，树立品牌形象

#### 第二节 门票价格制定分析

- 一、根据项目特点来定价
- 二、根据顾客人群收入特点来定价
- 三、定价要有弹性和前瞻性，以防价格战

#### 第三节 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

#### 第四节 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

#### 第五节 关系营销的分析

- 一、建立、保持并加强与俱乐部会员的良好关系,在日常的服务中加强关系营销

- 二、共同开发健身市场，与关联企业展开关系营销
- 三、与政府协调一致,建立政府关系营销

## 第八章 2010年中国健身俱乐部竞争新格局分析

### 第一节 2010年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 2010年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 2011-2015年中国健身俱乐部竞争趋势分析

## 第九章 2010年国外顶尖健身俱乐部竞争力透析

### 第一节 美国宝力豪(Powerhouse Gym)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 WorldGym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

## 第十章 2010年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

### 第二节 北京青鸟健身俱乐部

- 一、企业基本概况
- 二、企业竞争力分析

### 第三节 英派斯

- 一、企业基本概况
- 二、企业收入及盈利指标
- 三、企业资产状况分析
- 五、企业竞争力分析

### 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 金钥匙健身俱乐部

- 一、企业基本概况
- 二、企业发展分析
- 三、企业经营分析
- 四、企业竞争力分析

## 第十一章 2011-2015年中国健身俱乐部前景展望与趋势预测分析

### 第一节 2011-2015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 2011-2015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、降低服务成本，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、积极争取政府的支持，扩大影响力

### 第三节 2011-2015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

## 第十二章 2011-2015年中国健身俱乐部投资前景预测分析

### 第一节 2011-2015年中国健身俱乐部的投资环境分析

- 一、人民群众对于健身消费需求的剧烈膨胀
- 二、多样性、专业性、全面的服务市场会逐步扩大，服务内容的比重日益增加
- 三、健身娱乐市场可以有效地拉动居民的消费，有望得到政府的进一步支持
- 四、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

### 第二节 2011-2015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、区域投资潜力分析
- 三、与产业相关的投资机会分析

### 第三节 2011-2015年中国健身俱乐部经营管理控制的建议

- 一、建立服务标准和规范
- 二、重视人员的选拔和培训
- 三、加强与顾客的沟通
- 四、及时处理顾客的投诉

#### 图表目录：

图表：美国健身市场消费水平

图表：澳大利亚健身市场环境情况

图表：澳大利亚健身市场情况

图表：澳大利亚女性瑜伽图片

图表：澳大利亚健身俱乐部种类

图表：2009年澳洲地区TOP5 连锁健身俱乐部及店数

图表：2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010年一季度中国三产业增加值结构图

图表：2008-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2005-2010年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表：2009年1月-2010年4月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年4月人民币汇率中间价对照表

图表：2009年1月-2010年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009年1月-2010年3月中国货币供应量的增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表：2008年12月23日中国人民币利率调整表

图表：2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表：2006-2009年中国健身俱乐部数量增长情况

图表：国内外健身俱乐部盈利渠道对比图

图表：2006-2010年5月份中国训练健身器材制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年5月份中国训练健身器材制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年5月份中国训练健身器材制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2006-2010年5月份中国训练健身器材制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2010年中国训练健身器材制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2010年中国训练健身器材制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2010年中国训练健身器材制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2010年中国训练健身器材制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2006-2010年5月份中国训练健身器材制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2006-2010年5月份中国训练健身器材制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年5月份中国训练健身器材制造出口交货值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年5月份中国训练健身器材制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2006-2010年5月份中国训练健身器材制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2006-2010年5月份中国训练健身器材制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2006-2010年5月份中国训练健身器材制造行业主要盈利能力指标分析

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国健身俱乐部行业市场分析与行业调查报告》，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、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研究分析。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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yule1012/Y575043KX9.html>