

# 2014-2018年中国健身会馆 市场现状分析及投资前景研究报告

## 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

《2014-2018年中国健身会馆市场现状分析及投资前景研究报告》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/qitaxiuxian1401/728029A2FO.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版元 纸介+电子元

【出版日期】2014-01-09

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：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

## 报告说明:

博思数据发布的《2014-2018年中国健身会馆市场现状分析及投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了健身会馆相关概述、中国健身会馆市场运行环境等，接着分析了中国健身会馆市场发展的现状，然后介绍了中国健身会馆重点区域市场运行形势。随后，报告对中国健身会馆重点企业经营状况分析，最后分析了中国健身会馆行业发展趋势与投资预测。您若想对健身会馆产业有个系统的了解或者想投资健身会馆行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

由于健身娱乐市场可以有效地拉动居民的消费，符合国家拉动内需、刺激经济发展的政策，有望得到政府的进一步支持。同时，一个需要特别注意的发展倾向是从人们对于健身娱乐的消费趋势上来看，人们健康的需求也正逐步从被动的治疗型向主动的预防保健型转换，这也预示未来的健身娱乐市场必然向科学保健、运动和娱乐合理搭配的方式发展。总之，体育健身产业在我国还属于处在成长初期的新兴产业，它是一项前景广大的朝阳产业，具有巨大的市场潜力。

目前，我国体育健身休闲业已呈现出由经济发达地区向欠发达地区辐射、由城市向乡镇延伸的发展态势，健身休闲服务的内容不断丰富，新兴项目不断涌现，高端时尚项目快速发展，满足不同档次消费需求的健身市场正逐步建立。

据业内统计，目前全球健身会馆约为15万家，当中大部分分布在欧美地区。以美国为例，其健身会馆数量约为3万家，是全球健身会馆数量最多的国家；意大利健身会馆数量为8690家；巴西健身会馆数量为7659家；拥有量最多的三个国家占到全球健身会馆总量的30.9%；此外中国是发展中国家健身会馆规模迅猛的典型代表，据统计2011年中国健身会馆数量为5300家，虽然整体数量有了一定的突破，但是在人均拥有量却依旧处于全球较低水平。

现在北京、上海等大城市健身场馆所面临的问题不是饱和，从绝对数量上来说，恰恰相反，是不足，但是从另一方面，作为一个新兴的体育产业，健身业需要的是行业管理。过去作坊式的健身房很难拉开档次，无论你收入的高低，也无论你想达到何种健身效果，没有选择，都只有到设施简单的健身房去，现在完全不同。目前，国家体育总局正在着手制定健身房的星级评定管理标准。如同酒店业一样，可根据健身房的面积、健身器械的档次、室内空气质量等因素，评出从最基本的一星级到高档的五星级健身房。这样，既有小型的社区式健身房，也有大型、高档的健身场馆，完全可以满足不同人群的需要。未来高档健身房必将是健身房的发展方向。

## 第一章 2013年世界健身会馆市场发展形势分析

### 第一节 健身市场的形成及相关概念综述

一、健身市场形成的原因

二、健身市场体系组成部分

三、健身市场发展阶段

第二节 2013年世界健身会馆市场运行分析

一、世界健身会馆发展规模分析

二、市场需求结构多样化分析

三、世界健身会馆发展历史分析

第三节 2014-2018年世界健身会馆市场发展趋势预测分析

第二章 2013年世界著名健身会馆运行浅析

第一节 蓝海健身会馆

一、企业概况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第二节 加州健身会馆

一、企业概况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第三节 5R health

一、企业概况

二、企业经营状况分析

三、企业发展战略分析

第三章 2013年中国健身会馆产业发展环境分析

第一节 2013年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP(季度更新)

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、财政收支状况（年度更新）

八、社会消费品零售总额

九、对外贸易&进出口

第二节 2013年中国健身会馆产业政策发展环境分析

第三节 2013年中国健身会馆社会环境发展分析

第四章 2013年中国健身会馆产业发展现状分析

第一节 2013年中国健身会馆产业发展分析

一、中国会馆发展规模分析

二、经营项目不断更新

三、中国健身会馆产业特色分析

第二节 2013年中国健身会馆产业运行动态分析

第三节 2013年中国健身会馆发展存在问题分析

第五章 2013年中国健身会馆市场运行态势分析

第一节 2013年中国健身会馆市场运行分析

一、健身会馆价格走势分析

二、市场需求不断增加

三、南京爆发价格战

第二节 2013年中国健身会馆市场经营状况分析

一、经营模式分析

二、经营特点分析

三、经营战略分析

第三节 2013年中国健身会馆市场发展影响因素分析

第六章 2013年中国健身会馆消费市场分析

第一节 2013年中国健身会馆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 2013年中国健身会馆的营销理念

一、非经营性的体育健身会馆通常采用生产观念的营销方式

- 二、专项休闲运动会馆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 2013年中国健身会馆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 2013年中国健身会馆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 2013年中国健身会馆市场竞争格局分析

### 第一节 2013年中国健身会馆市场竞争现状分析

- 一、品牌竞争分析
- 二、经营特色竞争分析
- 三、服务竞争分析

## 第二节 2013年中国健身会馆产业重点省市竞争分析

### 一、北京

### 二、上海

### 三、深圳

## 第三节 2013年中国健身会馆市场竞争存在的问题分析

## 第九章 2013年中国健身会馆重点企业分析

### 第一节 威尔士健身

### 第二节 兆韦德健身

### 第三节 美格菲

### 第四节 宝迪沃

### 第五节 金仕堡

### 第六节 中体倍力

### 第七节 青鸟健身

### 第八节 亚历山大健身

### 第九节 奥力健身

### 第十节 浩沙健身

### 第十一节 动の感健身会馆

### 第十二节 阳光健身会馆

### 第十三节 豪杰健身馆

### 第十四节 其它健身会馆分析

#### 一、瑞鼎健身休闲会馆

#### 二、新玛特健身会馆

#### 三、香港(大连)圣玛瑜加会馆

## 第十章 2013年中国健身器材产业运行形势分析

### 第一节 2013年国外健身器材市场动态分析

#### 一、国际健身器材需求增加

#### 二、美国健身器材二手交易市场看商机

#### 三、德国健身器材消费日增

#### 四、国际健身器材品牌市场透析

### 第二节 2013年中国健身器材运行态势分析

- 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
- 四、厦门成为中国最大健身器材出口基地
- 五、训练健身器材制造业主要指标分析
- 六、中国健身器材进入国际市场方式分析
- 1、委托加工
- 2、贴牌生产

### 第三节 2013年中国健身器材市场状况扫描

- 一、小型保健器材销售畅快
- 二、大型健身器材市场方兴未艾
- 三、老年康复健身器材新品迭出，市场潜力大

### 第四节 2013年中国健身器材行业存在的问题分析

## 第十一章 2014-2018年中国健身会馆市场发展趋势预测分析

### 第一节 2014-2018年中国健身会馆行业发展趋势分析

- 一、产业规模预测分析
- 二、产业集中度预测分析
- 三、产业服务趋势分析

### 第二节 2014-2018年中国健身会馆市场发展预测分析

- 一、训练健身器材制造业预测分析
- 二、健身器材需求预测分析
- 三、健身器材进出口预测分析

### 第三节 2014-2018年中国健身会馆行业盈利预测分析

## 第十二章 2014-2018年中国健身会馆行业投资机会与风险分析

### 第一节 2014-2018年中国健身会馆行业投资环境分析

### 第二节 2014-2018年中国健身会馆行业投资机会分析

- 一、健身会馆投资潜力分析
- 二、健身会馆吸引力分析

### 第三节 2014-2018年中国健身会馆行业投资风险预警分析

- 一、市场竞争风险分析

## 二、政策风险分析

## 三、其它风险分析

## 第四节 博思数据投资建议

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

图表：略&hellip;&hellip;

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitaxiuxian1401/728029A2FO.html>