

2016-2022年中国健康服务 市场深度研究与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国健康服务市场深度研究与投资前景评估报告》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.abaogao.com/b/qita/998477EA53.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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。

二、说明、目录、图表目录

世界卫生组织（WHO）提出的健康概念为：健康不仅是躯体没有疾病，还要具备心理健康、社会适应良好和有道德；未来学家马蒂亚斯·霍克斯对健康的定义为：现在所谓的健康是一种“积极的生活方式”。按照美国等工业发达国家的分类，健康产业包括制药与药品（Pharmaceuticals and Drugs）、医疗仪器与设备（Medical Devices & Equipment）以及健康服务（Health Services）三大部分。在欧美发达国家的健康产业中，健康服务业是发展最快的部份。随着医疗负担日益加重和人口老龄化趋势，社会大众对健康的需求不再只是“疾病治疗”，而是在于预防疾病的发生，越来越多的大众对健康的理解也不再只是身体健康，而是包括精神健康和形象健康在内的整体健康，因而为健康和亚健康人群提供健康服务的行业，包括健康体检、营养保健、健身、美容 SPA、休闲旅游等成为快速发展的新兴产业。根据美国著名经济学家保罗·皮尔泽在专著《财富第五波》中的预测，随着生命科学和生物技术的发展，涵盖医疗卫生、营养保健、健身、美容 SPA 等健康服务功能的健康服务产业必将成为 21 世纪引导全球经济发展和社会进步的朝阳产业。

目前，在发达国家和地区，健康服务业已经成为现代服务业的重要组成部分，如美国健康服务业规模相对于其国内生产总值比例超过 17%，其他经济合作与发展组织国家一般达到 10%左右，我国目前的水平还较低。

随着我国经济社会平稳较快发展，人民生活水平显著提升，人人向往和追求健康、美好生活的愿望愈加强烈，健康服务需求快速释放，且呈现出多层次、多样化的特点。可以说，我国经济社会发展现阶段，已经对发展健康服务业提出了客观需要。同时，新一轮医改取得阶段性成效，人民群众基本医疗卫生需求得到一定保障，也为健康服务业全面发展创造了良好条件和现实可能。

为促进我国健康服务业的发展，2013 年 9 月 28 日，国务院发布《关于促进健康服务业发展的若干意见》（国发〔2013〕40 号）（以下简称“意见”），指出：健康服务业以维护和促进人民群众身心健康为目标，主要包括医疗服务、健康管理与促进、健康保险以及相关服务，涉及药品、医疗器械、保健用品、保健食品、健身产品等支撑产业，覆盖面广，产业链长。加快发展健康服务业，是深化医改、改善民生、提升全民健康素质的必然要求，是进一步扩大内需、促进就业、转变经济发展方式的重要举措，对稳增长、调结构、促改革、惠民生，全面建成小康社会具有重要意义。意见明确提出，到 2020 年，我国基本建立覆盖全生命周期、内涵丰富、结构合理的健康服务业体系，打造一批知名品牌和良性循环的健康服务产业集群，并形成一定的国际竞争力，基本满足广大人民群众的健康服务需求；健康服

务业总规模达到 8 万亿元以上，成为推动经济社会持续发展的重要力量。意见积极支持符合条件的健康服务企业上市融资和发行债券。

健身服务业的市场容量分析

随着中国经济的快速发展，居民对健康方面的消费观念不断增强，更加注重生活质量，尤其是奥运会、亚运会、大运会等国际性体育盛事在我国的举办，促进了我国居民在健身方面消费需求的增长，直接推动健身服务业进入快速发展期。根据亚洲运动及体适能专业学院的统计：截止 2013 年末，中国主要的 63 个城市中拥有健身会所会员卡的人数从 2007 年的 283.13 万人上升到 2013 年的 499.06 万人，年复合增长率为 9.91%；会员人数占上述地区人口总数的比例（健身会所会员渗透率）由 2007 年的 0.76% 上升至 2013 年的 1.16%，年复合增长率为 7.30%。

尽管我国健身服务行业发展迅速，但主要城市人口健身会所会员渗透率仍然较低，健身服务业仍有广阔的发展空间。截止 2012 年末，中国主要的 63 个城市中拥有健身会所会员卡的人数占人口总数的比例仅为 1.11%，而美国同期上述比例已经超过 20.40%。

随着国民经济的快速发展，国内居民消费在经济发展中的重要性逐渐增加。在居民消费构成中，在基本温饱需求以外的高层次消费需求，具有更强的产业上下游带动作用，经济附加值更高，有利于配合基本温饱的消费需求形成多层次的内需市场，符合国家政策导向。健身及美容保健服务行业正是顺应多层次国内消费需求发展的趋势而出现并迅速成长。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国健身器材市场研究与投资潜力分析报告》共十二章。首先介绍了中国健身器材行业市场发展环境、中国健身器材整体运行态势等，接着分析了中国健身器材行业市场运行的现状，然后介绍了中国健身器材市场竞争格局。随后，报告对中国健身器材做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国健身器材行业发展趋势与投资预测。您若想对健身器材产业有个系统的了解或者想投资健身器材行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一章 健身器材行业报告研究标准

第一节 健身器材行业研究背景

第二节 健身器材行业研究方法及依据

第三节 健身器材行业研究基本前景概况

第二章 健身器材行业发展综述

第一节 健身器材定义

第二节 健身器材行业特征分析

- 一、健身器材作用分析
- 二、健身器材行业在国民经济中的地位
- 三、健身器材行业周期性分析
- 四、影响健身器材行业需求的关键因素分析
- 五、健身器材行业主要竞争因素分析

第三节 2014-2015年中国健身器材行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒/退出机制
- 五、风险性
- 六、行业所处的发展周期阶段分析
- 七、竞争激烈程度指标
- 八、行业成熟度分析

第四节 健身器材行业产业链分析

- 一、上游行业发展现状
- 二、上游行业未来发展前景分析
- 三、下游行业发展现状
- 四、下游行业未来发展前景分析
- 五、上下游行业之间关联性分析

第三章 2014-2015年世界健身器材行业市场运行形势分析

第一节 2014-2015年世界健身器材行业运行环境分析

- 一、北美地区经济发展形势分析
- 二、欧洲地区经济发展形势分析
- 三、亚洲地区经济发展形势分析
- 四、全球经济总体发展形势分析

五、全球经济政策对健身器材行业的发展影响分析

第二节 2014-2015年全球健身器材行业发展概况分析

第三节 2014-2015年世界健身器材行业发展走势分析

一、全球健身器材行业市场分布情况分析

二、全球健身器材行业发展新机遇分析

第四节 全球健身器材行业重点国家和地区分析

一、北美地区

二、亚洲地区

三、其他地区

第四章 2014-2015年中国健身器材产业发展环境分析

第一节 2014-2015年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

七、财政收支状况

八、中国汇率调整

九、货币供应量

十、中国外汇储备

十一、存贷款基准利率调整情况

十二、存款准备金率调整情况

十三、社会消费品零售总额

十四、对外贸易&进出口

十五、城镇人员从业状况

第二节 2014-2015年健身器材产业政策环境变化及影响分析

一、行业主要监管体制分析

二、行业相关政策法规分析

第三节 2014-2015年健身器材产业社会环境变化及影响分析

第四节 2014-2015年健身器材产业技术环境变化及影响分析

第五章 2014-2015年中国健身器材行业发展总体形势分析

第一节 2014-2015年中国健身器材行业发展现状分析

- 一、我国健身器材行业发展阶段
- 二、我国健身器材行业发展现状、特点及趋势分析（或为技术方面）

第二节 2014-2015年健身器材行业最新动态分析

- 一、行业相关企业最新动态分析
- 二、行业发展热点聚焦
- 三、领先企业排行分析（前十企业）

第三节 健身器材行业SWOT分析

- 一、优势
- 二、劣势
- 三、机会
- 四、威胁
- 五、整体分析

第四节 健身器材行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力
- 六、行业竞争特点总结分析

第五节 健身器材行业国际竞争力比较

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第六节 健身器材行业竞争力优势分析

- 一、整体产品竞争力评价
- 二、产品竞争力评价结果分析
- 三、竞争优势评价及构建建议

第七节 2016-2022年中国健身器材行业市场竞争策略展望分析

- 一、2016-2022年中国健身器材行业市场竞争趋势分析
- 二、2016-2022年中国健身器材行业市场竞争格局展望分析
- 三、2016-2022年中国健身器材行业市场竞争策略分析
- 四、2016-2022年中国健身器材行业典型企业产品竞争策略分析

第六章 2014-2015年中国健身器材产业运行情况分析

第一节 2007-2015年中国健身器材行业发展状况分析

- 一、2007-2015年健身器材行业市场供给分析
- 二、2007-2015年健身器材行业市场需求分析
- 三、2007-2015年健身器材行业市场规模分析

第二节 2014-2015年中国健身器材行业集中度分析

- 一、行业市场区域分布情况
- 二、行业市场集中度情况
- 三、行业企业集中度分析

第七章 2013-2015年中国健身器材制造所属行业监测数据分析

第一节 2013-2015年中国健身器材制造行业数据监测回顾

- 一、竞争企业数量
- 二、亏损面情况
- 三、市场销售额增长
- 四、利润总额增长
- 五、投资资产增长性
- 六、工业总产值变动趋势

第二节 2013-2015年中国健身器材制造行业投资价值测算

- 一、销售利润率
- 二、销售毛利率
- 三、资产利润率
- 四、未来几年健身器材制造盈利能力预测

第三节 2013-2015年中国健身器材制造行业成本费用分析

- 一、成本费用结构变动趋势
- 二、销售成本分析

三、销售费用分析

四、管理费用分析

五、财务费用分析

第四节 2013-2015年健身器材制造出口货值数据

一、出口交货值增长

二、出口交货值占工业产值的比重

第八章 2014-2015年中国健身器材行业地区需求现状及经销渠道分析

第一节 健身器材行业的总体区域需求现状分析

第二节 健身器材行业地区细分需求分析

1、健身器材行业华北地区需求分析

2、健身器材行业华东地区需求分析

3、健身器材行业东北地区需求分析

4、健身器材行业中南地区需求分析

5、健身器材行业西北地区需求分析

6、健身器材行业西南地区需求分析

第三节 2014-2015年国内健身器材行业的需求地域分布结构分析

第四节 2014-2015年国内健身器材行业的经销模式分析

第五节 2014-2015年中国健身器材行业渠道格局分析

第九章 2014-2015年健身器材行业重点生产企业分析

第一节 企业一分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第二节 企业二分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第三节 企业三分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第四节 企业四分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第五节 企业五分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第六节 企业六分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第七节 企业六分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第八节 企业六分析

一、企业简介

二、经营情况分析

(1) 企业主要经济指标

(2) 企业偿债能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

三、企业竞争优势分析

四、企业主要经营业务分析

五、企业发展最新动态及未来发展分析

第十章 2014-2015年中国健身器材行业新增投资现状分析

第一节 2014年健身器材行业投资情况分析

一、2014年健身器材行业总体投资及结构

二、2014年健身器材行业新增投资规模情况

三、2014年健身器材行业投资增速情况

五、2014年健身器材行业分地区投资分析

第二节 2015年健身器材行业投资情况分析

一、2015年健身器材行业总体投资及结构

二、2015年健身器材行业投资规模情况

三、2015年健身器材行业投资增速情况

五、2015年健身器材行业分地区投资分析

第三节 2016-2022年健身器材行业新增投资情况判断分析

第十一章 2016-2022年健身器材行业发展预测分析

第一节 2016-2022年中国健身器材行业未来发展预测分析

一、2016-2022年中国健身器材行业投资环境分析

二、2016-2022年中国健身器材行业投资价值分析

三、2016-2022年中国健身器材行业与产业链相关的投资机会分析

第二节 2016-2022年中国健身器材行业供需预测

一、2016-2022年中国健身器材行业供给预测

二、2016-2022年中国健身器材行业需求预测

三、2016-2022年中国健身器材行业发展规模预测

四、2016-2022年中国健身器材行业毛利率走势分析预测

第三节 2016-2022年中国健身器材行业政策投资风险分析

一、政策和体制风险分析

二、市场竞争风险分析

- 三、企业经营管理风险分析
- 四、市场运营机制风险分析
- 五、供需波动风险分析
- 六、其他相关风险分析

第十二章 2016-2022年中国健身器材行业发展策略及投资建议

第一节 健身器材行业发展战略研究

- 一、产业战略规划
- 二、业务组合战略
- 三、营销战略规划
- 四、区域战略规划

第二节 健身器材企业经营管理策略

- 一、企业经营策略综述
- 二、企业产品经营策略
- 三、企业渠道经营策略

第三节 健身器材行业市场的重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第四节 健身器材行业项目投资建议概述ZY LZG

- 一、健身器材行业投资区域建议
- 二、健身器材行业定位建议
- 三、健身器材行业目标群体建议

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：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：健身器材行业产业链

图表：2011-2015年年我国健身器材行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国健身器材行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年年我国健身器材行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年年我国健身器材行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年年我国健身器材行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年年我国健身器材行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年年我国健身器材行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年年我国健身器材行业费用使用统计图

图表：2011-2015年年我国健身器材行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年年我国健身器材行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：其他企业……

图表：主要经济指标走势图

图表：2011-2015年健身器材行业市场供给分析

图表：2011-2015年健身器材行业市场需求分析

图表：2011-2015年健身器材行业市场规模分析

图表：健身器材所属行业生命周期判断分析

图表：健身器材所属行业区域市场分布情况分析

图表：2016-2022年中国健身器材行业市场规模分析预测

图表：2016-2022年中国健身器材行业供给分析预测

图表：2016-2022年中国健身器材行业需求分析预测

图表：2016-2022年中国健身器材行业毛利率分析预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/998477EA53.html>