

# 2016-2022年中国商业健身 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](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年中国商业健身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/wenhuatiyu/B88477ZNXD.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

健身服务业是市场经济条件下体育活动社会化、产业化、消费化的产物。它以体育健身项目为中介，为参与者提供各种满足健身需求的服务。健身服务业是健康管理及促进服务领域的重要组成部分。世界卫生组织提出的一项有关饮食、运动和健康的全球战略明确指出：不健康的饮食和缺乏运动是导致那些最严重的非传染性疾病的主要原因，这些疾病包括心血管疾病和 性糖尿病以及一些癌症。科学的运动健身可以起到强壮体格、帮助减肥、减少糖尿病危险、防治心脏病、防治腰背及关节疼痛、改善失眠、维护心理健康等作用。近年来，国家出台一系列政策促进健身服务产业发展。

随着经济发展和人民生活水平的提高，对科学文明健康生活方式的追求越来越成为人们的重要诉求，根据国家统计局2014年针对20-69岁人群的调研发现，我国有51%的人群进行健身运动，比2013年提高1.5个百分点。2011-2015年我国经常参加体育锻炼的人数不断上升，2015年经常参加体育锻炼的人数达到近4亿人，庞大的健身人口未来将为健身行业带来巨大的需求。《全民健身计划（2016&mdash;2020年）》提出，到2020年，参加体育锻炼的人数明显增加，每周参加1次及以上体育锻炼的人数达到7亿，经常参加体育锻炼的人数达到4.35亿。

在尼尔森与国家体育总局共同实行的调查中，除了增强体质这个共同的原因外，70、80后重视通过科学系统的运动健身在缓解压力的同时有效预防运动损伤，而85后则重视通过高效的运动内容设计达到塑身修形的效果，90后则将运动作为社交的重要一环，喜欢通过晒运动照、晒运动成果在社交网络中塑造自身健康形象。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国商业健身市场深度研究与投资前景评估报告》共十三章。首先介绍了健身行业市场发展环境、健身整体运行态势等，接着分析了健身行业市场运行的现状，然后介绍了健身市场竞争格局。随后，报告对健身做了重点企业经营状况分析，最后分析了健身行业发展趋势与投资预测。您若想对健身产业有个系统的了解或者想投资健身行业，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 2014-2016年中国健身市场运行环境分析1

一、2014-2016年中国经济发展环境分析1

## 二、2014-2016年健身市场政策环境分析3

(一) 国家政策3

(二) 相关产业政策5

(三) 其他政策5

## 三、2014-2016年健身市场社会环境分析7

(一) 全民健康意识的增强7

(二) 居民收入水平的提高7

## 第二章 健身的相关概念9

### 一、健身的定义9

### 二、健身的目的9

(一) 减肥9

(二) 美容美体10

(三) 强壮身体10

(四) 矫正身姿10

(五) 缓解工作压力11

(六) 其他11

### 三、健身项目13

(一) 健美操13

(二) 瑜伽13

(三) 舞蹈14

(四) 跆拳道15

(五) 时速单车16

(六) 太极16

(七) 其他17

## 第三章 健身市场的形成及相关概念综述18

### 一、健身市场形成的原因18

### 二、健身市场体系组成部分19

(一) 健身教练培训机构19

(二) 健身器材及服饰20

(三) 健身场所22

(四) 健身教练23

(五) 健身人员24

三、健身市场发展阶段25

(一) 力量型健身阶段25

(二) 有氧健身25

(三) 时尚健身25

(四) 专业健身25

第四章 2014-2016年国外健身市场发展现状分析27

一、2014-2016年国外健身市场发展概述27

(一) 国外健身市场现状分析27

(二) 国外健身设施情况分析30

(三) 国外健身主要项目价格走势分析30

二、2014-2016年主要国家健身市场运行情况分析32

三、2016-2022年国外健身市场运行趋势分析37

第五章 2014-2016年中国健身市场发展现状分析47

一、2014-2016年中国健身市场特征47

二、2014-2016年中国健身市场的需求分析51

三、2014-2016年中国健身市场供需平衡分析52

第六章 2014-2016年中国商业健身俱乐部市场发展动态分析60

一、2014-2016年中国商业健身俱乐部特征60

二、2014-2016年中国商业健身俱乐部市场运行情况63

三、2014-2016年商业健身俱乐部竞争格局分析69

四、2014-2016年中国健身俱乐部发展的制约因素69

五、2016-2022年中国健身俱乐部发展趋势72

第七章 2014-2016年中国商业俱乐部热点健身项目分析75

一、热点项目特征75

二、瑜伽77

(一) 流水瑜伽77

(二) 古典瑜珈77

(三) 高温瑜珈80

(四) 混和瑜珈83

三、拉丁舞83

(一) 恰恰83

(二) 伦巴90

(三) 桑巴94

(四) 斗牛96

(五) 牛仔舞97

四、动感单车99

(一) 易学99

(二) 减脂效果好100

五、水上健身100

(一) 水中瑜珈100

(二) 水中器械104

(三) 水中有氧操104

第八章 中国重点健身俱乐部竞争力分析107

一、中体倍力107

(一) 中体倍力概述107

(二) 中体倍力战略分析107

二、英派斯108

(一) 英派斯概述108

(二) 英派斯战略分析109

三、浩泰健身110

(一) 浩泰概述110

(二) 浩泰战略分析110

四、青鸟111

(一) 青鸟概述111

(二) 青鸟战略分析112

第九章 2014-2016年中国健身器材市场发展现状分析113

- 一、2014-2016年中国健身器材的市场特征分析113
- 二、2014-2016年中国健身器材的需求情况分析114
- 三、2014-2016年中国健身器材的竞争情况117
  - (一) 品牌竞争117
  - (二) 价格竞争122
  - (三) 产品竞争122
- 四、2016-2022年中国健身器材的发展趋势分析123

## 第十章 2014-2016年国内外健身器材知名品牌介绍125

### 一、国外健身器材知名品牌125

- (一) 力健125
- (二) 泰诺健126
- (三) 星驰127
- (四) 必确128
- (五) 诺德士129
- (六) 乔山130
- (七) 时保雅131

### 二、国内健身器材知名品牌132

- (一) 英派斯132
- (二) 万年青133
- (三) 澳瑞特135
- (四) 英吉多142
- (五) 汇康144
- (六) 来跑144

## 第十一章 2014-2016年中国健身教练培训机构分析146

- 一、2014-2016年中国健身教练培训机构特征分析146
- 二、2014-2016年中国健身教练培训机构分布情况147
  - (一) 北京健身教练培训机构数量及分布147
  - (二) 上海健身教练培训机构数量及分布149
  - (三) 广州健身教练培训机构数量及分布149
- 三、2014-2016年中国健身教练培训机构重点分析149

- (一) 中国健美协会冰凌培训基地149
  - (二) 北京精诚育人科技有限公司150
  - (三) 帕菲克专业教练培训基地150
  - (四) 亚澳国际高级教练学院151
  - (五) 伊特斯国际健身培训学院151
- 四、2016-2022年中国健身教练培训机构发展趋势153

## 第十二章 2014-2016年中国健身市场消费者调查分析161

- 一、中国健身俱乐部会员属性分析161
- 二、中国健身器材消费者分析162
- 三、中国健身培训机构学员分析163

## 第十三章 2016-2022年中国健身市场投资机会及风险分析165 (ZY GXH)

- 一、2016-2022年中国健身市场投资环境分析165
- 二、2016-2022年中国健身市场投资机会分析169
- 三、2016-2022年中国健身市场投资风险分析172
- 四、2016-2022年中国健身市场投资建议186
  - (一) 找准市场定位186
  - (二) 以消费者为中心187
  - (三) 谨防盲目的跟进188
  - (四) 稳步扩大市场投资189 (ZY GXH)

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/B88477ZNXD.html>