

2022-2028年中国健身市场 发展现状与市场年度调研报告

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

《2022-2028年中国健身市场发展现状与市场年度调研报告》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/wenhuaityu/114382XC0M.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

用户对专业的精品健身工作室的需求不断增加。精品健身房会员数在2012年至2015年间增加了70%，2015年精品健身工作室已在美国健身市场占据35%市场份额，这一比例还在不断增加。我国健身发展共有四个阶段，上世纪80-90年代兴起了强调提醒塑造的力量型健身；90年代后有氧健身的概念开始流行，国内健身俱乐部开始流行会员制；20世纪以来，健身俱乐部开始结合舞蹈、瑜伽等形式进行发展；未来为了满足多样化的需求，更加专业的工作室将成为主要增长点。上海体育学院和美国运动医学学会联合发布的《2019中国及全球健身趋势》表明，未来私人训练、团练、健身工作室、瑜伽、核心训练以及孕妇产后训练等排名上升较快，其对应专业健身工作室将迎来发展机遇。

2019中国及全球健身趋势

2019中国及全球健身趋势

-

2019中国

2019全球

1

力量训练

可穿戴设备

2

减重运动

团体训练

3

私人训练

高强度间歇训练

4

团体训练

老年人健身训练

5

健身工作室

自重训练

6

青少年体育

认证健身专业人士

7

瑜伽

瑜伽

8

核心训练

私人训练

9

孕妇产后班

功能性健身

10

杠铃训练

运动即良医

数据来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2022-2028年中国健身市场发展现状与市场年度调研报告》共十一章。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：

第一章健身行业发展概述

第一节健身的概念

一、定义

二、特点

第二节健身行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

第三节健身行业产业链分析

第二章2015-2019年中国健身行业运行环境分析

第一节2015-2019年中国宏观经济环境分析

第二节2015-2019年中国健身行业发展政策环境分析

一、国内宏观政策发展建议

(一) 继续实施积极的财政政策，加大结构调整力度

(二) 采取组合调控措施，确保物价水平稳定

(三) 推动节能减排市场化运作

二、健身行业政策分析

三、相关行业政策影响分析

第三节2015-2019年中国健身行业发展社会环境分析

第三章2015-2019年中国健身行业市场发展分析

第一节健身行业市场发展现状

一、市场发展概况

2018年健身领域获得天使轮融资的占比最大为26.8%，其次是Pre-A轮融资占比17.1%，B轮之前的健身项目总占比超过一半以上为63.5%。可以看出，资本对于健身行业新涌现出的项目还是比较感兴趣，希望看到多元化发展，寻找新的机会。

2018年健身领域融资轮次占比

数据来源：公开资料整理

二、发展热点回顾

三、市场存在问题及策略分析

第二节健身行业技术发展

一、技术特征现状分析

二、新技术研发及应用动态

三、技术发展趋势

第三节中国健身行业消费市场分析

一、消费特征分析

二、消费需求趋势

三、品牌市场消费结构

第四节健身行业产销数据统计分析

一、整体市场规模

二、区域市场数据统计情况

第五节2022-2028年健身行业市场发展趋势

第四章2015-2019年中国健身所属行业主要指标监测分析

第一节2015-2019年中国健身产业工业总产值分析

一、2015-2019年中国健身产业工业总产值分析

二、不同规模企业工业总产值分析

三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节2015-2019年中国健身产业主营业务收入分析

一、2015-2019年中国健身产业主营业务收入分析

二、不同规模企业主营业务收入分析

三、不同所有制企业主营业务收入比较

第三节2015-2019年中国健身产业产品成本费用分析

一、2015-2019年中国健身产业销售成本分析

二、不同规模企业销售成本比较分析

三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节2015-2019年中国健身产业利润总额分析

一、2015-2019年中国健身产业利润总额分析

二、不同规模企业利润总额比较分析

三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五节2015-2019年中国健身产业资产负债分析

一、2015-2019年中国健身产业资产负债分析

二、不同规模企业资产负债比较分析

三、不同所有制企业资产负债比较分析

第六节2015-2019年中国健身行业财务指标分析

一、所属行业盈利能力分析

二、所属行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第五章中国健身所属行业区域市场分析

第一节华北地区

- 一、发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测
- 五、行业投资风险预测

第二节东北地区

- 一、发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测
- 五、行业投资风险预测

第三节华东地区

- 一、发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测
- 五、行业投资风险预测

第四节华南地区

- 一、发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测
- 五、行业投资风险预测

第五节华中地区

- 一、发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测
- 五、行业投资风险预测

第六节西南地区

- 一、发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测
- 五、行业投资风险预测

第七节西北地区

- 一、发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测
- 五、行业投资风险预测

第六章健身行业竞争格局分析

第一节行业竞争结构分析

- 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

第二节行业集中度分析

- 一、市场集中度分析
- 二、企业集中度分析
- 三、区域集中度分析

第三节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

第四节2015-2019年健身行业竞争格局分析

- 一、国内外健身竞争分析
- 二、我国健身市场竞争分析

三、国内主要健身企业动向

第七章健身企业竞争策略分析

第一节健身市场竞争策略分析

- 一、市场增长潜力分析
- 二、主要潜力品种分析
- 三、现有健身产品竞争策略分析
- 四、潜力健身品种竞争策略选择
- 五、典型企业产品竞争策略分析

第二节健身企业竞争策略分析

第三节健身行业产品定位及市场推广策略分析

- 一、行业产品市场定位
- 二、行业广告推广策略
- 三、行业产品促销策略
- 四、行业招商加盟策略
- 五、行业网络推广策略

第八章健身重点企业经营策略分析

第一节赛普健身(武汉)股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第二节深圳市中航健康时尚集团股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析
- 四、企业成本费用情况

第三节江苏金陵体育器材股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业销售收入及盈利水平分析
- 三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第四节中体产业集团股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第五节焦作市三利达射箭器材股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第六节浙江康莱宝体育用品股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第九章2022-2028年未来健身行业发展预测分析

第一节未来健身行业需求与消费预测

一、2022-2028年健身产品消费预测

二、2022-2028年健身市场规模预测

三、2022-2028年健身行业总产值预测

四、2022-2028年健身行业销售收入预测

五、2022-2028年健身行业总资产预测

第二节2022-2028年中国健身行业供需预测

一、2022-2028年中国健身供给预测

二、2022-2028年中国健身产量预测

三、2022-2028年中国健身需求预测

四、2022-2028年中国健身供需平衡预测

第十章中国健身行业投资机会与风险分析

第一节健身行业投资机会分析

- 一、健身投资项目分析
- 二、可以投资的健身模式
- 三、2019年健身投资机会
- 四、2019年健身投资新方向
- 五、2022-2028年健身行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节影响健身行业发展的主要因素

- 一、2022-2028年影响健身行业运行的有利因素分析
- 二、2022-2028年影响健身行业运行的稳定因素分析
- 三、2022-2028年影响健身行业运行的不利因素分析
- 四、2022-2028年我国健身行业发展面临的挑战分析
- 五、2022-2028年我国健身行业发展面临的机遇分析

第三节健身行业投资风险及控制策略分析

- 一、2022-2028年健身行业市场风险及控制策略
- 二、2022-2028年健身行业政策风险及控制策略
- 三、2022-2028年健身行业经营风险及控制策略
- 四、2022-2028年健身行业技术风险及控制策略
- 五、2022-2028年健身同业竞争风险及控制策略
- 六、2022-2028年健身行业其他风险及控制策略

第十一章健身行业投资战略研究（）

第一节健身行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节对我国健身品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、健身实施品牌战略的意义

三、健身企业品牌的现状分析

四、我国健身企业的品牌战略

五、健身品牌战略管理的策略（ ）

第三节健身行业投资战略研究

部分图表目录:

图表健身行业生命周期图

图表健身产品国内、国际市场成熟度对比

图表健身产品行业主要竞争因素分析

图表2015-2019年各季度三次产业增加值累计增速

图表2015-2019年工业增加值累计增速

图表2015-2019年物价指数同比变化情况

图表2015-2019年社会消费品零售总额情况

图表2015-2019年固定资产投资完成额累计增速

图表2015-2019年外贸进出口情况

图表2015-2019年各季度居民收入累计值

图表2015-2019年货币供应量同比增速

图表2015-2019年健身产品消费量变化图

图表2015-2019年健身企业品牌集中度分析

图表2015-2019年健身产品产能分析

图表2015-2019年中国健身产业工业总产值分析

图表2015-2019年健身不同规模企业工业总产值分析

图表2015-2019年健身不同所有制企业工业总产值比较

图表2015-2019年中国健身产业主营业务收入分析

图表2015-2019年健身不同规模企业主营业务收入分析

图表2015-2019年健身不同所有制企业主营业务收入比较

图表2015-2019年中国健身产业销售成本分析

图表2015-2019年健身不同规模企业销售成本比较分析

图表2015-2019年健身不同所有制企业销售成本比较分析

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/114382XC0M.html>