

2009-2010年中国休闲健身 行业市场分析与发展预测分析报告

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

《2009-2010年中国休闲健身行业市场分析与发展预测分析报告》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/998477YEV3.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

[b]2009-2010年中国[b]休闲健身[/b]行业市场分析与发展预测分析报告 内容介绍：[/b]

休闲产业是近代工业文明的产物。西方未来学家预测，2015年前后，发达国家将进入休闲时代，发展中国家也将紧随其后，休闲经济将成为下一个经济大潮。我国的休闲产业于上世纪九十年代开始兴起，经过十多年的发展，已初具规模。随着人民生活水平的逐步提高和闲暇时间的增多，休闲产业必将会进一步发展壮大。

随着人们生活水平的迅速提高，休闲健身已成为人们日常生活的一种需求，并且随着人们对休闲运动可以强身、防病、健体认识的提高，休闲健身已经成为一种时尚，变成人们的一种自觉行为。有些人在尝到休闲健身的甜头以后，把休闲健身当作是每天的必修课，人们对休闲健身的兴趣越来越浓，这一点从众多的休闲健身中心如雨后春笋般兴起中可见一斑。

休闲健身运动之所以能在现代人的休闲方式中占有显著的地位，很大程度上与它本身的特点和所具有的社会功能，以及它对个体自身改造的意义密切相关。现代化的生产方式不仅给社会和个人带来了财富和闲暇时间，同时也带来了许多对人性人的生命不利的因素。在自动化大生产过程中，员工们在流水线上不断重复地进行同一性质和结构的生产动作，枯燥厌倦之感可想而知；每天与大量的文件、数字、报表等打交道的文职人员，更难以摆脱压抑的感受。长期积累的厌倦和压抑，最终会引起个人心理机能上的不平衡，从而导致心理疾病的产生。何况那种单调刻板的劳动状态，以及长时间伏案和各种仪器、计算机操作所导致的身体运动不足，使器官机能退化，适应能力和抗病能力减弱。很显然，处于这种心理和生理状况的人们，是十分渴望从这种压力下解脱出来以恢复正常的生活状态，而休闲健身运动则较好地满足了人们的这种需求。

另一方面，休闲健身运动的活动方式繁多，内容十分丰富。从无需什么设备、技术到高规格场地设施、专用器材、专门化技术；从个人独立操作到多人共同参与；从健身、娱乐到康复、竞技等等，无论什么社会阶层、职业，性别和年龄的人，都能从中选择到既符合自己的社会地位，又能满足自己的兴趣爱好；既适宜自己的经济条件，又适合自己的活动能力的方式进行活动。与其他任何一类社会文化娱乐和休闲方式相比，休闲健身运动无疑具有最广泛的社会适应性，而且，适宜的身体运动不仅有利于机体强壮，也有益于心理健康。

人口结构的变化、经济的发展水平提高以及闲暇时间的增多都为我国现阶段休闲体育的兴起提供了必要的条件，使休闲体育在我国悄然兴起成为必然。

[b]目 录[/b]

[b]第一章 休闲健身相关背景概述[/b]

第一节 休闲与休闲健身

一、休闲

二、休闲运动与健身

第二节 休闲健身运动的生理机制

第三节 休闲运动对人身心的影响

一、加强人的文明意识与道德修养

二、有效地调节人的情绪状态

三、提高人体适应环境的能力

四、提高身体基本活动能力

五、可以发展良好的心理品质

第四节 休闲健身运动的基本特点

一、具有自主性

二、高度的娱乐性

三、锻炼效果实效性

四、具有很强的社会性

五、增长知识、锻炼意志

第五节 休闲健身运动的基本要素

一、要有科学的余暇价值观

二、要保持积极的心理状态

三、要善于与运动伙伴合作

四、要善于学习休闲健身运动的知识

五、要结合自己的特点

六、要有安全意识

[b]第二章 休闲健身的内容与作用[/b]

第一节 现代休闲健身的内容

一、以达到一定目的为内容的休闲健身活动

二、体育项目休闲健身活动

第二节 休闲健身的作用

一、提高文化素养

二、改善人际关系

三、发展个性,增强适应社会的能力

[b]第三章 国外休闲健身项目[/b]

第一节 澳大利亚人：与鸵鸟一起休闲

第二节 美国人：静思想健身美容

第三节 韩国人：饭后稍休息，再去“百步走”

第四节 奥地利人：向自然物质疗法要健康

第五节 瑞士人不掷铅球掷石头

第六节 西班牙人：与海水一起共度休闲时光

[b]第四章 现代生活方式与休闲健身运动[/b]

第一节 现代生活方式与“文明病”的产生

第二节 休闲健身运动是现代生活的重要组成部分

第三节 我国休闲健身运动的现状和功能

一、休闲运动和人的文明意识与道德修养

二、休闲运动有效地调节人的情绪状态

三、休闲运动提高人适应环境的能力

四、休闲运动提高人体基本活动能力

五、休闲运动可以培养良好的心理品质

[b]第五章 城市休闲健身运动的可持续发展[/b]

第一节 媒介的宣传促进了全民休闲健身意识的提高

第二节 经济的发展给城市休闲健身运动的发展奠定了基础

一、沿海城市休闲健身运动的大发展

二、城市休闲健身运动业的发展

第三节 促进城市休闲健身运动可持续发展的建议

一、继续加强大众媒介的宣传，提高全民休闲健身意识

二、坚持休闲健身运动多元化、趣味化、娱乐化

三、发展休闲健身运动产业

四、培养休闲健身运动产业经营、管理、中介等方面的人才

[b]第六章 休闲项目对城市休闲适宜性的价值评价[/b]

第一节 城市休闲项目的类型

第二节 休闲项目影响城市休闲适宜性的构成要素

一、休闲项目的类别特征

二、休闲体验性价值

三、休闲项目的限制性程度

第三节 休闲项目对城市休闲适宜性贡献的定量研究

一、构建城市休闲适宜性计算公式

二、指标的确定方法

第四节 结论和启示

- 一、休闲项目越多，城市休闲适宜性程度往往越大
- 二、尽可能降低休闲项目的消费门槛和限制性程度
- 三、要有选择性地建设休闲项目
- 四、为不同城市休闲适宜性程度比较提供参考依据

[b]第七章 现阶段中国休闲体育发展[/b]

第一节 休闲体育的含义

第二节 休闲体育的社会价值

- 一、促进人们身心健康
- 二、娱乐享受，促进人际交往
- 三、有利于实施和健全终身体育
- 四、促进社会经济的快速发展

第三节 休闲体育在我国兴起的必然性

- 一、人口结构的变化
- 二、经济发展水平的提高
- 三、余暇时间增多

第四节 休闲体育发展的情况

- 一、发展现状
- 二、发展前景

第五节 发展休闲体育的建议

- 一、建立专门的机构，加强管理
- 二、加大宣传力度，增加资金投入和场馆建设
- 三、加强产品开发和拓宽研究领域，满足不同人群的需求
- 四、重视环境保护，提高环保意识

[b]第八章 现阶段中国休闲体育发展面临的机遇与挑战[/b]

第一节 中国休闲体育发展面临的机遇

- 一、社会转型和市场经济的发展
- 二、我国人口数量、质量、结构发生了较大的变化
- 三、信息时代的来临带来休闲意识的增强

第二节 中国休闲体育发展面临的挑战

- 一、体育管理制度亟待健全

- 二、休闲体育专业人才的缺乏
- 三、休闲体育的形式与内容显得较为单一
- 四、资金的短缺与市场经营的不规范
- 五、体育场地设施建设与开发相对落后

第三节 建议

- 一、建立和完善休闲体育的管理体制,使之更加灵活和与时俱进
- 二、加强休闲体育专门人才的培养
- 三、挖掘传统体育项目,重视开发新兴的体育项目
- 四、大力推进体育产业的市场化进程
- 五、进一步抓好体育场地设施的建设

[b]第九章 运动休闲健身企业投资风险因素份额系与评估指标体系建构的研究方法与过程[/b]

第一节 研究方法

- 一、文献资料法
- 二、问卷调查法
- 三、专家咨询法

第二节 关于体育产业和本章的研究视阈

第三节 调查方法与调查对象

第四节 调查对象的基本情况与简要分析

- 一、经营年限：新入行者居多
- 二、投资规模：前期以低中档为主，近期以中高档为主
- 三、企业资本类型：以社会私有资本为主
- 四、目标顾客群：同质性较高、市场细分尚不明显
- 五、企业利润与产业风险评价：以低利润、中等风险评价为主

第五节 主要调查结果处理

[b]第十章 运动休闲健身产业投资风险因子分析[/b]

第一节 专业性风险

第二节 市场风险

第三节 企业组织风险

第四节 选址风险

第五节 资金与品牌风险

第六节 产品与环境风险

第七节 文化风险

[b]第十一章 运动休闲健身产业投资风险评估指标体系建构[/b]

第一节 运动休闲健身产业投资风险评估指标体系

第二节 运动休闲健身产业投资风险评估讨论

- 一、风险管理：“攘外必先安内”
- 二、同业竞争：合作博弈方为长久之策
- 三、文化风险：不可坐视
- 四、兼职教练管理：心理契约不可小视

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/998477YEV3.html>