

# 2013-2018年中国健身俱乐部行业运营态势及投资规模研究报告

## 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

《2013-2018年中国健身俱乐部行业运营态势及投资规模研究报告》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.abaogao.com/b/qita/N03827A1Z4.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

### 第一章 2012-2013年全球健身俱乐部产业运行透析

#### 第一节 健身俱乐部的起源

#### 第二节 2012-2013年全球健身俱乐部总体运行概况

- 一、全球成功的健身俱乐部类型及亮点分析
- 二、俱乐部再投资与设计
- 三、健身俱乐部进入了竞争时代
- 四、全球健身俱乐部的会员激增及续会率分析
- 五、全球健身俱乐部市场动态分析

#### 第三节 2012-2013年全球主要国家健身俱乐部的运行情况

##### 一、美国

- 1、美国健身产业年总产值分析
- 2、美国健身俱乐部的续会率分析
- 3、美国健身俱乐部资金投入情况

##### 二、日本

##### 三、澳大利亚

##### 四、英国

#### 第四节 2013-2018年全球健身俱乐部产业趋势展望

### 第二章 2012-2013年中国健身俱乐部运行环境解析

#### 第一节 2012-2013年中国健身俱乐部政策环境分析

- 一、国家拉动内需、刺激经济发展的政策对健身产业的影响
- 二、健身教练必须持国家认可证书才能上岗
- 三、报考健身教练有一定门槛
- 四、健身教练培训课程综合化

#### 第二节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2012年中国宏观经济发展预测分析

#### 第三节 2012-2013年中国健身俱乐部运行的社会环境分析

- 一、中国居民的消费水平

- 二、中国居民的健身意识增强
- 三、人口环境分析
- 四、文化环境分析

### 第三章 2012-2013年中国健身俱乐部产业运行新形势透析

#### 第一节 2012-2013年中国健身俱乐部产业运行总况

- 一、现阶段的我国健身娱乐市场呈现出多样化的特点
- 二、中国健身产业链逐渐形成
- 三、中国健身产业正是处于高速发展时期
- 四、全国健身俱乐部企业规模分析（包括在建）及增长速度
- 五、民营资本在整个健身产业市场份额
- 六、我国健身俱乐部管理状况

#### 第二节 2012-2013年中国健身产业细分领域运行透析

- 一、全民健身体育活动场所
- 二、专项休闲运动俱乐部
- 三、有氧运动健身中心
- 四、综合健康恢复中心

#### 第三节 2012-2013年中国健身俱乐部市场运行透析

- 一、中国已成为世界上最大的商业健身休闲市场
- 二、中国健身娱乐产品和服务需求市场庞大
- 三、中国健身市场规模

#### 第四节 2012-2013年中国健身俱乐部产业热点问题探讨

### 第四章 2012-2013年中国健身俱乐部市场经营研究

#### 第一节 2012-2013年中国健身俱乐部的类型分析

- 一、以经营性为主的健身娱乐性俱乐部
- 二、非经营性的体育健身俱乐部
- 三、大众健身及培养青少年的健身俱乐部

#### 第二节 2012-2013年中国健身俱乐部市场体系构建的基本框架分析

- 一、对我国经营性健身俱乐部市场定位的探析
- 二、健身俱乐部管理模式亮点分析
- 三、健身俱乐部的客服体系

### 第三节 2012-2013年中国健身俱乐部的盈利渠道分析

#### 一、健身俱乐部盈利渠道分析

#### 二、挖掘二次消费对健身俱乐部的讨论

### 第四节 2012-2013年中国健身俱乐部市场经营要点解析

#### 一、盲目降价

#### 二、中国健身俱乐部续会率及会员流失情况

#### 三、会籍顾问与教练流动性分析

#### 四、定位问题

## 第五章 2012-2013年中国健身俱乐部上游行业&mdash;&mdash;训练健身器材行业发展分析

### 第一节 2012-2013年中国训练健身器材行业运行现状综述

#### 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

### 第二节 2007-2013年三季度中国训练健身器材制造行业数据监测分析

#### 一、2007-2013年三季度中国训练健身器材制造行业规模分析

#### 二、2012年三季度中国训练健身器材制造行业结构分析

#### 三、2007-2013年三季度中国训练健身器材制造行业产值分析

#### 四、2007-2013年三季度中国训练健身器材制造行业成本费用分析

#### 五、2007-2013年三季度中国训练健身器材制造行业盈利能力分析

### 第三节 未来中国健身器材的发展趋势分析

## 第六章 2012-2013年中国健身俱乐部消费市场调研

### 第一节 2012-2013年中国健身俱乐部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 2012-2013年中国健身俱乐部的市场营销理念

#### 一、非经营性的体育健身俱乐部通常采用生产观念的营销方式

#### 二、专项休闲运动俱乐部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 2012-2013年中国健身俱乐部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 2012-2013年中国健身俱乐部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 2012-2013年中国健身俱乐部竞争新格局分析

### 第一节 2012-2013年中国健身俱乐部波特五力模型分析

- 一、供应商的讨价还价能力
- 二、消费者讨价还价的能力
- 三、新进入者的威胁
- 四、替代品的威胁
- 五、行业内现有竞争者的竞争

## 第二节 2012-2013年中国健身俱乐部竞争分析

### 一、中国健身俱乐部竞争之道

### 二、外资背景健身俱乐部强势进驻北京

### 三、地区型健身俱乐部与全国连锁健身俱乐部竞争

## 第三节 2013-2018年中国健身俱乐部竞争趋势分析

## 第九章 2012-2013年国外顶尖健身俱乐部竞争力透析

### 第一节 美国宝力豪(Powerhouse Gym)国际健身连锁俱乐部

#### 一、企业基本概况

#### 二、主要服务调查

#### 三、在华运作情况

### 第二节 韦德伍斯国际健身连锁俱乐部

#### 一、企业基本概况

#### 二、主要服务调查

#### 三、在华运作情况

### 第三节 WorldGym世界健身连锁俱乐部

#### 一、企业基本概况

#### 二、主要服务调查

#### 三、在华运作情况

### 第四节 一兆韦德国际健身中心

#### 一、企业基本概况

#### 二、主要服务调查

#### 三、在华运作情况

## 第十章 2012-2013年中国优势健身俱乐部竞争力分析

### 第一节 宝迪沃

#### 一、企业基本概况

#### 二、企业竞争力分析

### 第二节 北京青鸟健身俱乐部

#### 一、企业基本概况

#### 二、企业竞争力分析

### 第三节 英派斯

- 一、企业基本情况
- 二、企业收入及盈利指标
- 三、企业资产状况分析
- 五、企业竞争力分析

#### 第四节 力圣美

- 一、企业基本情况
- 二、企业竞争力分析

#### 第五节 北京月坛天行俱乐部

- 一、企业基本情况
- 二、企业竞争力分析

#### 第六节 金钥匙健身俱乐部

- 一、企业基本情况
- 二、企业发展分析
- 三、企业经营分析
- 四、企业竞争力分析

### 第十一章 2013-2018年中国健身俱乐部前景展望与趋势预测分析

#### 第一节 2013-2018年中国健身俱乐部产业前景预测

- 一、人们健康的需求从被动的治疗型向主动的预防保健型转换
- 二、健身娱乐市场多元化发展方向
- 三、体育健身产业在我国还属于处在成长初期的新兴产业

#### 第二节 2013-2018年中国健身俱乐部经营模式趋势预测分析

- 一、通过网络化及特许经营的方式推向大众化
- 二、降低服务成本，采用社会营销提高社会效益
- 三、通过推行大范围的教育培训计划，引导全民的健康消费观念更新
- 四、积极争取政府的支持，扩大影响力

#### 第三节 2013-2018年中国健身俱乐部市场需求状况预测分析

- 一、健身俱乐部市场需求状况预测分析
- 二、健身俱乐部市场盈利预测分析

### 第十二章 2013-2018年中国健身俱乐部投资前景预测分析

#### 第一节 2013-2018年中国健身俱乐部的投资环境分析



- 一、人民群众对于健身消费需求的剧烈膨胀
- 二、多样性、专业性、全面的服务市场会逐步扩大，服务内容的比重日益增加
- 三、健身娱乐市场可以有效地拉动居民的消费，有望得到政府的进一步支持
- 四、人们健康的需求从被动的治疗型向主动的预防保健型转换

## 第二节 2013-2018年中国健身俱乐部的投资机会分析

- 一、中国健身俱乐部投资价值研究
- 二、区域投资潜力分析
- 三、与产业相关的投资机会分析

## 第三节 2013-2018年中国健身俱乐部经营管理控制的建议

- 一、建立服务标准和规范
- 二、重视人员的选拔和培训
- 三、加强与顾客的沟通
- 四、及时处理顾客的投诉

### 【图表目录】

图表：美国健身市场消费水平

图表：澳大利亚健身市场环境情况

图表：澳大利亚健身市场情况

图表：澳大利亚女性瑜伽图片

图表：澳大利亚健身俱乐部种类

图表：澳洲地区TOP5 连锁健身俱乐部及店数

图表：2006-2013年三季度国内生产总值

图表：2006-2013年三季度居民消费价格涨跌幅度

图表：2012年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2006-2013年三季度年末国家外汇储备

图表：2006-2013年三季度财政收入

图表：2006-2013年三季度全社会固定资产投资

图表：2012年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2012年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2012年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2007-2013年三季度我国训练健身器材制造行业企业数量增长趋势图

图表：2007-2013年三季度我国训练健身器材制造行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2007-2013年三季度我国训练健身器材制造行业从业人数增长趋势图

图表：2007-2013年三季度我国训练健身器材制造行业资产规模增长趋势图

图表：2012年我国训练健身器材制造行业不同类型企业数量分布图

图表：2012年我国训练健身器材制造行业不同所有制企业数量分布图

图表：2012年我国训练健身器材制造行业不同类型企业销售收入分布图

图表：2012年我国训练健身器材制造行业不同所有制企业销售收入分布图

图表：2007-2013年三季度我国训练健身器材制造行业产成品增长趋势图

图表：2007-2013年三季度我国训练健身器材制造行业工业销售产值增长趋势图

图表：2007-2013年三季度我国训练健身器材制造行业出口交货值增长趋势图

图表：2007-2013年三季度我国训练健身器材制造行业销售成本增长趋势图

图表：2007-2013年三季度我国训练健身器材制造行业费用使用统计图

图表：2007-2013年三季度我国训练健身器材制造行业主要盈利指标统计图

图表：2007-2013年三季度我国训练健身器材制造行业主要盈利指标增长趋势图

图表：2013-2018年中国健身俱乐部投资盈利预测分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/N03827A1Z4.html>