

2022-2028年中国中型健身 俱乐部市场深度分析与产业竞争格局报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国中型健身俱乐部市场深度分析与产业竞争格局报告》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.cction.com/report/202203/278153.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

健身俱乐部数量和会员数量迅速增长。随着近年来健身人口的快速增长和专业化指导需求加剧，新一轮的健身风潮带动行业出现复苏迹象，健身俱乐部数量实现井喷式增长。2017年我国健身俱乐部数量已经达到46050家，与美国的44633家健身俱乐部相比，已经非常接近美国水平；2017年，我国会员数量增至4327万人，与美国的6648万人还有一定的差距。中美俱乐部产业对比数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2022-2028年中国中型健身俱乐部市场深度分析与产业竞争格局报告》共十四章。首先介绍了中型健身俱乐部行业市场发展环境、中型健身俱乐部整体运行态势等，接着分析了中型健身俱乐部行业市场运行的现状，然后介绍了中型健身俱乐部市场竞争格局。随后，报告对中型健身俱乐部做了重点企业经营状况分析，最后分析了中型健身俱乐部行业发展趋势与投资预测。您若想对中型健身俱乐部产业有个系统的了解或者想投资中型健身俱乐部行业，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 中型健身俱乐部行业发展综述

1.1 中型健身俱乐部行业定义及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 行业主要产品分类

1.1.3 行业主要商业模式

1.2 中型健身俱乐部行业特征分析

1.2.1 产业链分析

1.2.2 中型健身俱乐部行业在国民经济中的地位

1.2.3 中型健身俱乐部行业生命周期分析

(1) 行业生命周期理论基础

(2) 中型健身俱乐部行业生命周期

1.3 最近3-5年中国中型健身俱乐部行业经济指标分析

1.3.1 赢利性

- 1.3.2 成长速度
- 1.3.3 附加值的提升空间
- 1.3.4 进入壁垒／退出机制
- 1.3.5 风险性
- 1.3.6 行业周期
- 1.3.7 竞争激烈程度指标
- 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 中型健身俱乐部行业运行环境分析

- 2.1 中型健身俱乐部行业政治法律环境分析
 - 2.1.1 行业管理体制分析
 - 2.1.2 行业主要法律法规
 - 2.1.3 行业相关发展规划
- 2.2 中型健身俱乐部行业经济环境分析
 - 2.2.1 国际宏观经济形势分析
 - 2.2.2 国内宏观经济形势分析
 - 2.2.3 产业宏观经济环境分析
- 2.3 中型健身俱乐部行业社会环境分析
 - 2.3.1 中型健身俱乐部产业社会环境
 - 2.3.2 社会环境对行业的影响
 - 2.3.3 中型健身俱乐部产业发展对社会发展的影响
- 2.4 中型健身俱乐部行业技术环境分析
 - 2.4.1 中型健身俱乐部技术分析
 - 2.4.2 中型健身俱乐部技术发展水平
 - 2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国中型健身俱乐部所属行业运行分析

- 3.1 我国中型健身俱乐部行业发展状况分析
 - 3.1.1 我国中型健身俱乐部行业发展阶段
 - 3.1.2 我国中型健身俱乐部行业发展总体概况
 - 3.1.3 我国中型健身俱乐部行业发展特点分析
- 3.2 2015-2019年中型健身俱乐部行业发展现状

传统健身房前期投入巨大，后期消费力不足出现亏损。传统健身房为了满足客户多方面的健身需求投入大量资金购路重型健身设备，一家小型健身俱乐部（1000平米以下）的投入约在30-100万左右投入，中型健身房（1000-2000平米）的投入大约在100-200万左右，大型健身房（2000平米以上）在200-500万左右。后期同样需要支付高昂的房价地租和沉重的人力成本，后期收益主要来自会籍收益（占比62.03%）和私教课程收益（33.57%），受到拉新困难等因素影响，容易出现亏损。2017年中国约有40%的健身房处于严重亏损状态。在如此的市场数据压力下，不少健身房运营者开始寻求转型，希望在转型中抓住未来。专注于某一领域的精品健身房成为转型的热点。中型健身俱乐部主要成本（面积1000-2000平米）

类型	具体	金额	前期成本	器材	有氧、无氧
单车	60-70万元	装修	吊顶、木地板、地垫、镜子、灯、卫生间、粉刷、洗浴室	40-80万元	
办公用品	椅子、桌子、电脑	5-10万元	转让费	从别人手上接手转租	5-10万元
后期成本	租金	一般租金合约为5-8年，商场要求半年左右租金为押金	总收入的20%-35%		
人工	销售、教练、管理人员，私教提成约为费用的30%，销售提成10%	加盟费	一般每年支付，若直营则没有	约为5-10万元	

数据来源：公开资料整理全国传统健身俱乐部收益来源占比（2018H1）数据来源：公开资料整理全国传统健身俱乐部经营情况数据来源：公开资料整理

3.2.1 2015-2019年我国中型健身俱乐部行业市场规模

3.2.2 2015-2019年我国中型健身俱乐部行业发展分析

3.2.3 2015-2019年中国中型健身俱乐部企业发展分析

3.3 区域市场分析

3.3.1 区域市场分布总体情况

3.3.2 2015-2019年重点省市市场分析

3.4 中型健身俱乐部细分产品/服务市场分析

3.4.1 细分产品/服务特色

3.4.2 2015-2019年细分产品/服务市场规模及增速

3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测

3.5 中型健身俱乐部产品/服务价格分析

3.5.1 2015-2019年中型健身俱乐部价格走势

3.5.2 影响中型健身俱乐部价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需情况

(3) 关联产品

(4) 其他

3.5.3 2022-2028年中型健身俱乐部产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要中型健身俱乐部企业价位及价格策略

第四章 我国中型健身俱乐部所属行业整体运行指标分析

4.1 2015-2019年中国中型健身俱乐部所属行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 所属行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2015-2019年中国中型健身俱乐部所属行业产销情况分析

4.2.1 我国中型健身俱乐部所属行业工业总产值

4.2.2 我国中型健身俱乐部所属行业工业销售产值

4.2.3 我国中型健身俱乐部所属行业产销率

4.3 2015-2019年中国中型健身俱乐部所属行业财务指标总体分析

4.3.1 所属行业盈利能力分析

4.3.2 所属行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国中型健身俱乐部行业供需形势分析

5.1 中型健身俱乐部行业供给分析

5.1.1 2015-2019年中型健身俱乐部行业供给分析

5.1.2 2022-2028年中型健身俱乐部行业供给变化趋势

5.1.3 中型健身俱乐部行业区域供给分析

5.2 2015-2019年我国中型健身俱乐部行业需求情况

5.2.1 中型健身俱乐部行业需求市场

5.2.2 中型健身俱乐部行业客户结构

5.2.3 中型健身俱乐部行业需求的地区差异

5.3 中型健身俱乐部市场应用及需求预测

5.3.1 中型健身俱乐部应用市场总体需求分析

(1) 中型健身俱乐部应用市场需求特征

(2) 中型健身俱乐部应用市场需求总规模

5.3.2 2022-2028年中型健身俱乐部行业领域需求量预测

(1) 2022-2028年中型健身俱乐部行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2022-2028年中型健身俱乐部行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3 重点行业中型健身俱乐部产品/服务需求分析预测

第六章 中型健身俱乐部行业产业结构分析

6.1 中型健身俱乐部产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

6.2 产业价值链条的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链条的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国中型健身俱乐部行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 产业结构调整方向分析

第七章 我国中型健身俱乐部行业产业链分析

7.1 中型健身俱乐部行业产业链分析

7.1.1 产业链结构分析

7.1.2 主要环节的增值空间

7.1.3 与上下游行业之间的关联性

7.2 中型健身俱乐部上游行业分析

7.2.1 中型健身俱乐部产品成本构成

7.2.2 2015-2019年上游行业发展现状

7.2.3 2022-2028年上游行业发展趋势

7.2.4 上游供给对中型健身俱乐部行业的影响

7.3 中型健身俱乐部下游行业分析

- 7.3.1 中型健身俱乐部下游行业分布
- 7.3.2 2015-2019年下游行业发展现状
- 7.3.3 2022-2028年下游行业发展趋势
- 7.3.4 下游需求对中型健身俱乐部行业的影响

第八章 我国中型健身俱乐部行业渠道分析及策略

- 8.1 中型健身俱乐部行业渠道分析
 - 8.1.1 渠道形式及对比
 - 8.1.2 各类渠道对中型健身俱乐部行业的影响
 - 8.1.3 主要中型健身俱乐部企业渠道策略研究
 - 8.1.4 各区域主要代理商情况
- 8.2 中型健身俱乐部行业用户分析
 - 8.2.1 用户认知程度分析
 - 8.2.2 用户需求特点分析
 - 8.2.3 用户购买途径分析
- 8.3 中型健身俱乐部行业营销策略分析
 - 8.3.1 中国中型健身俱乐部营销概况
 - 8.3.2 中型健身俱乐部营销策略探讨
 - 8.3.3 中型健身俱乐部营销发展趋势

第九章 我国中型健身俱乐部行业竞争形势及策略

- 9.1 行业总体市场竞争状况分析
 - 9.1.1 中型健身俱乐部行业竞争结构分析
 - (1) 现有企业间竞争
 - (2) 潜在进入者分析
 - (3) 替代品威胁分析
 - (4) 供应商议价能力
 - (5) 客户议价能力
 - (6) 竞争结构特点总结
 - 9.1.2 中型健身俱乐部行业企业间竞争格局分析
 - 9.1.3 中型健身俱乐部行业集中度分析
 - 9.1.4 中型健身俱乐部行业SWOT分析

9.2 中国中型健身俱乐部行业竞争格局综述

9.2.1 中型健身俱乐部行业竞争概况

- (1) 中国中型健身俱乐部行业竞争格局
- (2) 中型健身俱乐部行业未来竞争格局和特点
- (3) 中型健身俱乐部市场进入及竞争对手分析

9.2.2 中国中型健身俱乐部行业竞争力分析

- (1) 我国中型健身俱乐部行业竞争力剖析
- (2) 我国中型健身俱乐部企业市场竞争的优势
- (3) 国内中型健身俱乐部企业竞争能力提升途径

9.2.3 中型健身俱乐部市场竞争策略分析

第十章 中型健身俱乐部行业领先企业经营形势分析

10.1 北京中体倍力健身俱乐部有限公司

10.1.1 企业概况

10.1.2 企业优势分析

10.1.3 产品/服务特色

10.1.4 公司经营状况

10.1.5 公司发展规划

10.2 深圳市中航健康时尚集团股份有限公司

10.2.1 企业概况

10.2.2 企业优势分析

10.2.3 产品/服务特色

10.2.4 公司经营状况

10.2.5 公司发展规划

10.3 北京青鸟健身有限公司

10.3.1 企业概况

10.3.2 企业优势分析

10.3.3 产品/服务特色

10.3.4 公司经营状况

10.3.5 公司发展规划

10.4 威康健身管理咨询（上海）有限公司

10.4.1 企业概况

- 10.4.2 企业优势分析
- 10.4.3 产品/服务特色
- 10.4.4 公司经营状况
- 10.4.5 公司发展规划
- 10.5 一兆韦德健身管理有限公司
- 10.5.1 企业概况
- 10.5.2 企业优势分析
- 10.5.3 产品/服务特色
- 10.5.4 公司经营状况
- 10.5.5 公司发展规划
- 10.6 上海美格菲健身中心有限公司
- 10.6.1 企业概况
- 10.6.2 企业优势分析
- 10.6.3 产品/服务特色
- 10.6.4 公司经营状况
- 10.6.5 公司发展规划

第十一章 2022-2028年中型健身俱乐部行业投资前景

- 11.1 2022-2028年中型健身俱乐部市场发展前景
 - 11.1.1 2022-2028年中型健身俱乐部市场发展潜力
 - 11.1.2 2022-2028年中型健身俱乐部市场前景展望
 - 11.1.3 2022-2028年中型健身俱乐部细分行业发展前景分析
- 11.2 2022-2028年中型健身俱乐部市场发展趋势预测
 - 11.2.1 2022-2028年中型健身俱乐部行业发展趋势
 - 11.2.2 2022-2028年中型健身俱乐部市场规模预测
 - 11.2.3 2022-2028年中型健身俱乐部行业应用趋势预测
 - 11.2.4 2022-2028年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2022-2028年中国中型健身俱乐部行业供需预测
 - 11.3.1 2022-2028年中国中型健身俱乐部行业供给预测
 - 11.3.2 2022-2028年中国中型健身俱乐部行业需求预测
 - 11.3.3 2022-2028年中国中型健身俱乐部供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势

- 11.4.1 市场整合成长趋势
- 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
- 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
- 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2022-2028年中型健身俱乐部行业投资机会与风险

- 12.1 中型健身俱乐部行业投融资情况
 - 12.1.1 行业资金渠道分析
 - 12.1.2 固定资产投资分析
 - 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 2022-2028年中型健身俱乐部行业投资机会
 - 12.2.1 产业链投资机会
 - 12.2.2 细分市场投资机会
 - 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2022-2028年中型健身俱乐部行业投资风险及防范
 - 12.3.1 政策风险及防范
 - 12.3.2 技术风险及防范
 - 12.3.3 供求风险及防范
 - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
 - 12.3.5 关联产业风险及防范
 - 12.3.6 产品结构风险及防范
 - 12.3.7 其他风险及防范

第十三章 中型健身俱乐部行业投资战略研究

- 13.1 中型健身俱乐部行业发展战略研究
 - 13.1.1 战略综合规划
 - 13.1.2 技术开发战略
 - 13.1.3 业务组合战略
 - 13.1.4 区域战略规划
 - 13.1.5 产业战略规划
 - 13.1.6 营销品牌战略

- 13.1.7 竞争战略规划
- 13.2 对我国中型健身俱乐部品牌的战略思考
 - 13.2.1 中型健身俱乐部品牌的重要性
 - 13.2.2 中型健身俱乐部实施品牌战略的意义
 - 13.2.3 中型健身俱乐部企业品牌的现状分析
 - 13.2.4 我国中型健身俱乐部企业的品牌战略
 - 13.2.5 中型健身俱乐部品牌战略管理的策略
- 13.3 中型健身俱乐部经营策略分析
 - 13.3.1 中型健身俱乐部市场细分策略
 - 13.3.2 中型健身俱乐部市场创新策略
 - 13.3.3 品牌定位与品类规划
 - 13.3.4 中型健身俱乐部新产品差异化战略
- 13.4 中型健身俱乐部行业投资战略研究
 - 13.4.1 2019年中型健身俱乐部行业投资战略
 - 13.4.2 2022-2028年中型健身俱乐部行业投资战略
 - 13.4.3 2022-2028年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议（）

- 14.1 中型健身俱乐部行业研究结论
- 14.2 中型健身俱乐部行业投资价值评估
- 14.3 中型健身俱乐部行业投资建议
 - 14.3.1 行业发展策略建议
 - 14.3.2 行业投资方向建议
 - 14.3.3 行业投资方式建议（）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202203/278153.html>