



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国健身会馆运行 走势与投资前景展望报告

一、调研说明

《2010-2015年中国健身会馆运行走势与投资前景展望报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/144945.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

第一章 2009-2010年世界健身会馆市场发展形势分析

第一节 健身市场的形成及相关概念综述

- 一、健身市场形成的原因
- 二、健身市场体系组成部分
- 三、健身市场发展阶段

第二节 2009-2010年世界健身会馆市场运行分析

- 一、世界健身会馆发展规模分析
- 二、市场需求结构多样化分析
- 三、世界健身会馆发展历史分析

第三节 2010-2015年世界健身会馆市场发展趋势预测分析

第二章 2009-2010年世界著名健身会馆市场发展战略分析

第一节 蓝海健身会馆

- 一、企业发展历程分析
- 二、2009-2010年企业经营状况分析
- 三、2009-2010年企业发展战略分析
- 四、未来企业发展规划分析

第二节 加州健身会馆

- 一、企业发展历程分析
- 二、2009-2010年企业经营状况分析
- 三、2009-2010年企业发展战略分析
- 四、未来企业发展规划分析

第三节 5R health

- 一、企业发展历程分析
- 二、2009-2010年企业经营状况分析
- 三、2009-2010年企业发展战略分析
- 四、未来企业发展规划分析

第三章 2009-2010年中国健身会馆产业发展环境分析

第一节 2009-2010年中国经济发展环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入

三、恩格尔系数

四、财政收支状况

五、存贷款利率变化

第二节 2009-2010年中国健身会馆产业政策发展环境分析

一、健身教练必须持国家认可证书才能上岗

二、报考健身教练有一定门槛

三、健身教练培训课程综合化

第三节 2009-2010年中国健身会馆社会环境发展分析

第四章 2009-2010年中国健身会馆产业发展现状分析

第一节 2009-2010年中国健身会馆产业发展分析

一、中国会馆发展规模分析

二、经营项目不断更新

三、中国健身会馆产业特色分析

第二节 2009-2010年中国健身会馆产业运行动态分析

一、健身馆争夺社区市场

二、健身市场教练短缺

三、教练身价日趋攀升

第三节 2009-2010年中国健身会馆发展存在问题分析

第五章 2009-2010年中国健身会馆市场运行态势分析

第一节 2009-2010年中国健身会馆市场运行分析

一、健身会馆价格走势分析

二、市场需求不断增加

三、南京爆发价格战

第二节 2009-2010年中国健身会馆市场经营状况分析

一、经营模式分析

二、经营特点分析

三、经营战略分析

第三节 2009-2010年中国健身会馆市场发展影响因素分析

第六章 2009-2010年中国健身会馆消费市场分析

第一节 2009-2010年中国健身会馆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 2009-2010年中国健身会馆的营销理念

- 一、非经营性的体育健身会馆通常采用生产观念的营销方式
- 二、专项休闲运动会馆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 2009-2010年中国健身会馆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 2009-2010年中国健身会馆营销策略分析研究

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 2009-2010年中国健身会馆市场竞争格局分析

第一节 2009-2010年中国健身会馆市场竞争现状分析

一、品牌竞争分析

二、经营特色竞争分析

三、服务竞争分析

第二节 2009-2010年中国健身会馆产业重点省市竞争分析

一、北京

二、上海

三、深圳

第三节 2009-2010年中国健身会馆市场竞争存在的问题分析

第九章 2009-2010年中国健身会馆市场优势企业经营状况及竞争力分析

第一节 动の感健身会馆

一、企业基本概况分析

二、会馆主营项目分析

三、会馆教练团队分析

四、会馆发展战略规划分析

第二节 阳光健身会馆

一、企业基本概况分析

二、会馆主营项目分析

三、会馆经营理念分析

四、会馆教练团队分析

第三节 豪杰健身馆

一、企业基本概述

二、经营宗旨

三、服务项目

四、未来经营策略

第四节 其它健身会馆分析

一、瑞鼎健身休闲会馆

二、新玛特健身会馆

三、香港(大连)圣玛瑜加会馆

第十章 2009-2010年中国健身器材形势发展分析

第一节 2009-2010年国外健身器材发展概述

一、国际健身器材需求增加

二、美国健身器材市场回顾

三、德国健身器材市场概况

四、国际健身器材品牌介绍

第二节 2009-2010年中国健身器材运行态势分析

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

四、厦门成为中国最大健身器材出口基地

五、训练健身器材制造业主要指标分析

第三节 2009-2010年中国健身器材行业存在的问题分析

第十一章 2010-2015年中国健身会馆行业投资机会与风险分析

第一节 2010-2015年中国健身会馆行业投资环境分析

第二节 2010-2015年中国健身会馆行业投资机会分析

一、健身会馆投资潜力分析

二、健身会馆吸引力分析

第三节 2010-2015年中国健身会馆行业投资风险预警分析

一、市场竞争风险分析

二、政策风险分析

三、其它风险分析

第四节 专家建议

第十二章 2010-2015年中国健身会馆市场发展趋势预测分析

第一节 2010-2015年中国健身会馆行业发展趋势分析

一、产业规模预测分析

二、产业集中度预测分析

三、产业服务趋势分析

第二节 2010-2015年中国健身会馆市场发展预测分析

一、训练健身器材制造业预测分析

二、健身器材需求预测分析

三、健身器材进出口预测分析

第三节 2010-2015年中国健身会馆行业盈利预测分析

图表目录：

图表：2007年1-11月加拿大健身器材进口来源

图表：2007年1-11月加拿大健身器材出口情况

图表：加拿大健身器材市场分布情况

图表：加拿大健身器材零售市占率情况

图表：美国健身市场的消费水平

图表：美国对各种运动的喜好程度情况

图表：美国健身器材市场销售情况

图表：全球顶级健身器材品牌分类

图表：消费者的使用目的销售渠道

图表：中国运动项目比例

图表：2006-2008年训练健身器材制造业企业数量增长趋势图

图表：2006-2008年中国训练健身器材制造业亏损企业数量及亏损面情况变化图

图表：2006-2008年训练健身器材制造业累计从业人数及增长情况对比图

图表：2005-2008年中国训练健身器材制造业销售收入及增长趋势图

图表：2005-2008年中国训练健身器材制造业毛利率变化趋势图

图表：2005-2008年中国训练健身器材制造业利润总额及增长趋势图

图表：2006-2008年中国训练健身器材制造业总资产利润率变化图

图表：2005-2008年中国训练健身器材制造业总资产及增长趋势图

图表：2008-2009年中国训练健身器材制造业亏损企业对比图

图表：2009年1-11月中国训练健身器材制造业不同规模企业分布结构图

图表：2009年1-11月中国训练健身器材制造业不同所有制企业比例分布图

图表：2009年1-11月中国训练健身器材制造业主营业务收入与上年同期对比表

图表：2009年1-11月中国训练健身器材制造业收入前五位省市比例对比表

图表：2009年1-11月中国训练健身器材制造业销售收入排名前五位省市对比图

图表：2009年1-11月中国训练健身器材制造业收入前五位省区占全国比例结构图

图表：2009年1-11月中国训练健身器材制造业主营入同比增速前五省市对比 单位：千元

图表：2009年1-11月中国训练健身器材制造主营业务收入增长速度前五省市增长趋势图

图表：2009年1-11月中国训练健身器材制造业利润总额及与上年同期对比图

图表：2009年1-11月中国训练健身器材制造业利润总额前五位省市统计表 单位：千元

图表：2009年1-11月中国训练健身器材制造业利润总额前五位省市对比图

图表：2009年中国训练健身器材制造业利润总额增长幅度最快的省市统计表 单位：千元

图表：2009年中国训练健身器材制造业利润总额增长最快省市变化趋势图

图表：2009年1-11月中国训练健身器材制造业从业人数与上年同期对比图

图表：2009年1-11月中国训练健身器材制造业资产总计及与上年同期对比图

图表：2009年1-11月中国训练健身器材制造业资产总计前五位省市统计表

图表：2009年1-11月中国训练健身器材制造业资产总计前五省市资产情况对比图

图表：2009年1-11月中国训练健身器材制造业资产总计前五位省市分布结构图

图表：2009年1-11月中国训练健身器材制造资产增长幅度最快的省市统计表 单位：千元

图表：2009年1-11月中国训练健身器材制造业资产增速前五省市资产总计及增长趋势

图表：未来中国健身器材市场产销预测分析

图表：未来中国健身器材市场进出口预测分析

图表：未来中国健身器材市场价格走势分析

图表：2010-2015年中国训练健身器材制造业预测分析

图表：略…………

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/144945.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法

6、定性分析与定量分析方法

7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。