



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年中国健身俱乐部市场发展状况与前景分析报告

一、调研说明

《2009-2012年中国健身俱乐部市场发展状况与前景分析报告》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/49434.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

本报告详尽描述了中国健身俱乐部行业运行的环境，重点研究并预测了其下游行业发展以及对健身俱乐部需求变化的长期和短期趋势。针对当前行业发展面临的机遇与威胁，提出了我们对健身俱乐部行业发展的投资及战略建议。本报告以严谨的内容、翔实的数据、直观的图表帮助健身俱乐部企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。我们的主要数据来源于国家统计局、国家信息中心、海关总署、中国健美协会等业内权威专业研究机构以及我中心的实地调研。本报告整合了多家权威机构的数据资源和专家资源，从众多数据中提炼出了精当、真正有价值的情报，并结合了行业所处的环境，从理论到实践、宏观与微观等多个角度进行研究分析，其结论和观点力求达到前瞻性、实用性和可行性的统一。这是我中心经过市场调查和数据采集后，由专家小组历时一年时间精心制作而成。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局、规避经营和投资风险、制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

【 目录 】

第一章 健身俱乐部的概况

第一节 健身俱乐部的起源

第二节 2007-2008年全球健身俱乐部总体运行概况

第三节 2007-2008年全球主要国家健身俱乐部的运行情况

一、美国

二、日本

三、德国

四、英国

第二章 2007-2008年国外顶尖健身俱乐部竞争力分析

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、主要服务分析

三、在华运作情况介绍

第二节 韦德伍斯国际健身连锁俱乐部

一、企业基本概况

二、主要服务分析

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、主要服务分析

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

三、在华运作情况

第三章 2007-2008年中国健身俱乐部运行环境分析

第一节 2007-2008年中国健身俱乐部运行的政治环境分析

第二节 2007-2008年中国健身俱乐部运行的经济环境分析

一、2007-2008年中国GDP增长情况

二、2007-2008年中国城乡居民家庭人均可支配收入与恩格尔系数

第三节 2007-2008年中国健身俱乐部运行的社会环境分析

一、2007-2008年中国居民的消费水平

二、2007-2008年中国居民的健身意识增强

第四章 2007-2008年中国健身俱乐部发展状况分析

第一节 2007-2008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 2007-2008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 2007-2008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

第五章 2007-2008年中国健身俱乐部上游行业——训练健身器材行业发展分析

第一节 中国训练健身器材行业发展概况

第二节 2007-2008年中国训练健身器材制造业主要经济指标运行分析

- 一、企业数量分布及增长情况
- 二、投资增长分析
- 三、收入及利润增长

第三节 健身器材的发展趋势分析

第六章 2007-2008年中国健身俱乐部消费市场分析

第一节 2007-2008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 2007-2008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 2007-2008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 2007-2008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 2007-2008年中国健身俱乐部竞争格局分析

第一节 2007-2008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 2007-2008年中国健身俱乐部同区域竞争状况分析

一、价格竞争

二、策略竞争

三、经营设施竞争

第九章 2007-2008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、企业基本概况

二、企业收入及盈利指标

三、企业资产状况分析

四、企业成本费用构成情况

五、企业竞争力分析

第四节 力圣美

一、企业基本概况

二、企业竞争力分析

第五节 北京月坛天行俱乐部

一、企业基本概况

二、企业竞争力分析

第六节 金钥匙健身俱乐部

一、企业基本概况

二、企业发展分析

三、企业经营分析

四、企业竞争力分析

第十章 2009-2012年中国健身俱乐部发展趋势预测分析

第一节 2009-2012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

第二节 2009-2012年中国健身俱乐部市场需求状况预测分析

第十一章 2009-2012年中国健身俱乐部投资前景分析

第一节 2009-2012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 2009-2012年中国健身俱乐部的投资机会分析

第三节 2009-2012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

四、及时处理顾客的投诉

图表目录部分

图表 1 2006年美国健身市场消费水平

图表 2 2003-2008年第三季度我国GDP总量及增长趋势图

图表 3 2008年前三季度我国工业增加值及增幅情况

图表 4 2003-2008年我国农村人均纯收入增长趋势图

图表 5 2003-2008年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表 6 2003-2007年我国人均GDP增长趋势图

图表 7 2003-2008年中国城镇居民人均消费支出增长趋势图

图表 8 国内外健身俱乐部盈利渠道对比图

图表 9 2006-2008年我国训练健身器材企业数量增长图

图表 10 2008年中国训练健身器材制造企业分布图

图表 11 2005-2008年中国训练健身器材制造行业总资产增长趋势图

图表 12 2005-2008年中国训练健身器材制造行业销售收入增长趋势图

图表 13 2005-2008年中国训练健身器材制造行业利润总额增长趋势图

图表 14 2006-2007年青岛英派斯（集团）有限公司销售收入情况

图表 15 2006-2007年青岛英派斯（集团）有限公司盈利指标情况

图表 16 2006-2007年青岛英派斯（集团）有限公司盈利能力情况

图表 17 2006-2007年青岛英派斯（集团）有限公司资产运行指标状况

图表 18 2006-2007年青岛英派斯（集团）有限公司资产负债能力指标分析

图表 19 2006-2007年青岛英派斯（集团）有限公司成本费用构成情况

图表 20 略。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/49434.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专业提供投资咨询报告、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。