

2011-2015年中国健身俱乐部行业市场分析报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国健身俱乐部行业市场分析研究报告》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.bosidata.com/yule1010/J043802ASM.html>

【报告价格】纸介版**6800**元 电子版**7000**元 纸介+电子**7200**元

【出版日期】2010-10-26

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国健身俱乐部行业市场分析研究报告》共九章。首先介绍了中国健身俱乐部行业的概念，接着分析了中国健身俱乐部行业发展环境，然后对中国健身俱乐部行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国健身俱乐部行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国健身俱乐部行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

在经历了十几年的高速发展后，大量出现的商业健身俱乐部迎来战国时代，面临重新整合洗牌，抢地盘、拉队伍、争资金，竞争正趋于白热化。整合市场，让价格回归，向资本化运作、规模化发展的产业高度看齐，正在成为健身俱乐部发展的出路之一。与此同时，成立产业联盟也成为俱乐部发展的未来思路。产业联盟是企业间结成的互相协作和资源整合的合作模式，上个世纪70年代起健身产业联盟在美国、欧洲、日本等发达国家和地区蓬勃发展，目前我国的健身产业联盟也正在积极酝酿中。

第一章 2010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 2010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 2010年全球主要国家健身俱乐部的运行情况

第二章 中国健身俱乐部运行环境解析

第一节 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 2010年中国健身俱乐部运行的经济环境分析

- 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、2011年中国宏观经济发展预测分析

第三章 中国健身俱乐部产业运行新形势透析

第一节 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 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 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

第四章 中国健身俱乐部市场经营研究

第一节 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 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 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 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 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 2008-2010年中国训练健身器材制造行业主要数据监测分析

第一节 2008-2010年中国健身俱乐部行业总体数据分析

一、2008年中国健身俱乐部行业全部企业数据分析

二、2009年中国健身俱乐部行业全部企业数据分析

三、2010年中国健身俱乐部行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国健身俱乐部行业不同规模企业数据分析

一、2008年中国健身俱乐部行业不同规模企业数据分析

二、2009年中国健身俱乐部行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国健身俱乐部行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国健身俱乐部行业不同所有制企业数据分析

一、2008年中国健身俱乐部行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国健身俱乐部行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国健身俱乐部行业不同所有制企业数据分析

第六章 中国健身俱乐部竞争新格局分析

第一节 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 2010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

第七章 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

第八章 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

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

第九章 2011-2015年中国健身俱乐部投资前景预测分析

第一节 2011-2015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 2011-2015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 2011-2015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（部分）：

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

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：2009年澳洲地区TOP5 连锁健身俱乐部及店数

图表：2006-2009年中国健身俱乐部数量增长情况

图表：国内外健身俱乐部盈利渠道对比图

图表：2006-2010年5月份中国训练健身器材制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年5月份中国训练健身器材制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年5月份中国训练健身器材制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2006-2010年5月份中国训练健身器材制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2010年中国训练健身器材制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2010年中国训练健身器材制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2010年中国训练健身器材制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2010年中国训练健身器材制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2006-2010年5月份中国训练健身器材制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2006-2010年5月份中国训练健身器材制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年5月份中国训练健身器材制造出口交货值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年5月份中国训练健身器材制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2006-2010年5月份中国训练健身器材制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2006-2010年5月份中国训练健身器材制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2006-2010年5月份中国训练健身器材制造行业主要盈利能力指标分析

图表：略……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yule1010/J043802ASM.html>