

2012-2016年中国健身房行业 市场分析与行业调查报告

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

《2012-2016年中国健身房行业市场分析与行业调查报告》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/qitaxiuxian1112/L216189DR2.html>

【报告价格】纸介版**6800**元 电子版**7000**元 纸介+电子**7500**元

【出版日期】2011-12-26

【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《2012-2016年中国健身房行业市场分析与行业调查报告》共十二章。首先介绍了健身房相关概述、中国健身房市场运行环境等，接着分析了中国健身房市场发展的现状，然后介绍了中国健身房重点区域市场运行形势。随后，报告对中国健身房重点企业经营状况分析，最后分析了中国健身房行业发展趋势与投资预测。您若想对健身房产业有个系统的了解或者想投资健身房行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

健身房是城市里用来健身的场所。一般而言，都有齐全的器械设备，有较全的健身及娱乐项目，有专业的教练进行指导，有良好的健身氛围。在健身房不仅能锻炼肌肉，让身材更有形，也能认识新很多朋友。健身房的健身器多达近百种，但归纳起来，大致可分为三种类型：①全身性健身器械：如10项综合训练器、家用16功能健身器等；②局部性健身器械：如健身自行车、划船器、楼梯机、跑步机，以及小腿弯举器、重锤拉力器、提踵练习器等；③小型健身器械：如人们所熟知的哑铃、壶铃、曲柄杠铃、弹簧拉力器、健身盘、弹力棒、握力器等。

第一章 世界健身房市场运行现状分析

第一节 健身房的健身器分类

一、全身性健身器械

二、局部性健身器械

三、小型健身器械

第二节 2011年世界健身房市场发展现状分析

一、世界健身房运行特点分析

二、世界主要地区健身状况分析

三、世界健身者需求情况分析

第三节 2012-2016年世界健身房市场发展趋势分析

第二章 中国健身房产业发展环境分析

第一节 国内健身房经济环境分析

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年中国健身房经济发展预测分析

第二节 中国健身房行业政策环境分析

第三章 中国健身房行业运行状况分析

第一节 2011年中国健身房行业发展概述

一、健身房行业特点分析

二、健身房价格分析

三、健身房行业登陆创业板

第二节 2011年中国健身房行业运行动态分析

一、日本joyfit连锁健身房首店落户厦门

二、上海金融危机下的健身房行业调查

三、小型健身房投资方案

第三节 2011年中国健身房行业发展存在问题分析

第四章 中国健身房市场运行态势分析

第一节 2011年中国健身房市场运行分析

一、健身房市场动向分析

二、市场需求不断增加

三、南京爆发价格战

第二节 2011年中国健身房市场经营状况分析

一、经营模式分析

二、经营特点分析

三、经营战略分析

第五章 中国健身房消费市场分析

第一节 2011年中国健身房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 2011年中国健身房的营销理念

一、非经营性的体育健身房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 2011年中国健身房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

第六章 中国健身房市场营销策略分析

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

第七章 2008-2010年中国健身器材制造行业数据监测分析

第一节 2008-2010年中国健身器材行业总体数据分析

- 一、2008年中国健身器材行业全部企业数据分析
- 二、2009年中国健身器材行业全部企业数据分析
- 三、2010年中国健身器材行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国健身器材行业不同规模企业数据分析

一、2008年中国健身器材行业不同规模企业数据分析

二、2009年中国健身器材行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国健身器材行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国健身器材行业不同所有制企业数据分析

一、2008年中国健身器材行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国健身器材行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国健身器材行业不同所有制企业数据分析

第八章 中国健身房市场竞争格局分析

第一节 2011年中国健身房市场竞争现状分析

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 2011年中国健身房产业重点省市竞争分析

一、北京

二、上海

三、深圳

第三节 2011年中国健身房提升竞争力策略分析

第九章 中国健身房重点企业分析

第一节 中体产业集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 青岛英派斯（集团）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 其它健身房分析

一、北京市塑美健身房

二、金牛区香枫健身房

三、杭州市拱墅区活力健身房

四、上海南湾健身房

五、重庆市渝中区天骄健身房

六、爱民健身房

七、宁波海曙凯旋健身房

八、成都金捷诺休闲游艺设备有限公司

第十章 中国健身器材市场运行形势发展分析

第一节 2011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 2011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 2011年中国健身器材行业存在的问题分析

第十一章 2012-2016年中国健身房市场发展趋势预测分析

第一节 2012-2016年中国健身房行业发展趋势分析

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 2012-2016年中国健身房市场发展预测分析

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

第三节 2012-2016年中国健身房行业盈利预测分析

第十二章 2012-2016年中国健身房行业投资机会与风险分析

第一节 2012-2016年中国健身房行业投资环境分析

第二节 2012-2016年中国健身房行业投资机会分析

一、健身房投资潜力分析

二、健身房吸引力分析

第三节 2012-2016年中国健身房行业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、政策风险分析

三、其它风险分析

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：中体产业集团股份有限公司主要经济指标走势图

图表：中体产业集团股份有限公司经营收入走势图

图表：中体产业集团股份有限公司盈利指标走势图

图表：中体产业集团股份有限公司负债情况图

图表：中体产业集团股份有限公司负债指标走势图

图表：中体产业集团股份有限公司运营能力指标走势图

图表：中体产业集团股份有限公司成长能力指标走势图

图表：青岛英派斯（集团）有限公司主要经济指标走势图

图表：青岛英派斯（集团）有限公司经营收入走势图
图表：青岛英派斯（集团）有限公司盈利指标走势图
图表：青岛英派斯（集团）有限公司负债情况图
图表：青岛英派斯（集团）有限公司负债指标走势图
图表：青岛英派斯（集团）有限公司运营能力指标走势图
图表：青岛英派斯（集团）有限公司成长能力指标走势图
图表：中体倍力健身俱乐部课程表（一）
图表：中体倍力健身俱乐部课程表（二）
图表：中体倍力健身俱乐部课程表（三）
图表：中体倍力健身俱乐部课程表（四）
图表：中体倍力健身俱乐部课程表（五）
图表：英派斯一星级教练统计表
图表：英派斯二星级教练统计表
图表：英派斯三星级教练统计表
图表：英派斯四星级教练统计表
图表：英派斯健身一星级私人健身教练统计表
图表：英派斯健身二星级私人健身教练统计表
图表：英派斯健身三星级私人健身教练统计表
图表：英派斯健身四星级私人健身教练统计表
图表：英派斯健身俱乐部分布图
图表：青岛英派斯（集团）有限公司销售收入情况
图表：青岛英派斯（集团）有限公司盈利指标情况
图表：青岛英派斯（集团）有限公司盈利能力情况
图表：青岛英派斯（集团）有限公司资产运行指标状况
图表：青岛英派斯（集团）有限公司资产负债能力指标分析
图表：青岛英派斯（集团）有限公司成本费用构成情况
图表：2012-2016年中国健身器材需求预测分析
图表：2012-2016年中国健身房行业盈利预测分析
图表：略……

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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/qitaxiuxian1112/L216189DR2.html>