

2018年中国体育健身俱乐部行业分析报告- 市场深度分析与投资前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国体育健身俱乐部行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/342196342196.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

伴随着我国经济技术的快速发展，我国国民对生活质量和水平提出了更高的要求，对健康的意识也越来越强。国民在思想观念上的转变加速了我国成为体育健身消费市场的发展步伐。在当今社会中，体育健身俱乐部是新时代发展的产物，它作为开展大众体育的基本组织形式，可以为人们提供便捷的体育健身场所。体育健身俱乐部是在短短的几十年里迅速发展起来的行业，希望本文的论述可以更好的推动体育俱乐部健康、稳定、有序的持续发展。

资料来源：互联网

一、体育健身俱乐部的发展现状 1. 体育健身俱乐部的发展意义

体育健身俱乐部在我国仍然是一个新兴的产业，虽然它起步较晚，但是发展却非常迅速。从体育健身俱乐部的发展意义来看，它可以制约体育健身的发展。目前，体育健身俱乐部已经成为体育领域的热门话题，对其发展的研究也成为体育领域研究的重要课题。

体育健身俱乐部这种新型组织模式发挥的主要作用就是积极的传播了体育文化理念。体育俱乐部开展的各种体育活动，使其成为体育产业化发展的有效性，并推进体育健身俱乐部在我国蓬勃的发展。

2. 体育健身俱乐部在发展过程中存在的问题

我国体育健身俱乐部由于发展过快，在发展过程中很多问题都没有得到重视，导致体育健身俱乐部在我国的发展过程中存在管理机制不够健全、服务体系不够完善以及缺乏管理和专业人才这三个方面的问题。体育健身俱乐部作为我国体育健身娱乐的重要组成部分之一，其自身的经营与发展和当地的政府有着密切的关系。我国的体育健身俱乐部由于受到政府的宏观调控，导致其发展没有走多元化道路，也没有与国际化接轨，更没有顺应时代的发展潮流。这样就可以看出体育健身俱乐部在发展过程中缺乏健全的管理机制。

相关会员的管理制度作为客户服务体系的重要内容，它是体育健身俱乐部收入的重要保障。因此，我国很多体育健身俱乐部都在实行会员管理制度，最大限度的为消费者提供最优质的服务，来满足消费者在消费过程中各种欲望，从而营造良好的服务氛围。这样不仅能够吸引更多的人参与到体育健身中，还能够让会员敞开心扉，为体育健身俱乐部提出宝贵的意见。但是以上这些优点在我国体育健身俱乐部中都没有实现，服务体系存在很多漏洞。首先，会员没有享受优质的服务，其次相关的工作人员服务态度一般，甚至有时还会有较差的情况发生。现阶段人们对于体育健身的意识越来越强，室外的健身已经无法满足人们的需求，很多人更加倾向于正规的机构聘请专业的人士来进行相应的指导。而我国目前大多数体育健

身俱乐部的教练都不是专业的人才，这样在管理和指导方面就会出现很多和专业的健身知识相关的问题无法得到解决。

二、体育健身俱乐部的发展对策

1. 建立有效的管理机制

首先政府要针对体育健身俱乐部行业建立完善的监督机制，并加强相关法律法规，建立健全的管理机制。政府要从我国的国情出发，并结合体育健身俱乐部的实际情况来进行相应的宏观调控。政府也要设立相应的监管机构，来约束体育健身俱乐部内部管理中出现的问题。其次，政府可以适当的降低征税标准，这样可以降低体育健身俱乐部企业的经营负担，从而减少企业降低员工工资来节俭企业开支的现象，避免出现体育健身俱乐部的工作人员因为降低工资带来的负面情绪影响到工作中的服务态度。最后，由于体育健身俱乐部企业在前期的投入过大，而成本回收的过程又会较长，所以一般的体育健身俱乐部会出现融资问题。这就需要政府在一定程度上给予资金的支持。

2. 建立完善的服务体系

随着人们对于体育健身意识日渐增强，使体育健身俱乐部的消费群体不单单局限在白领、高薪阶层，所以体育健身俱乐部要树立“服务第一，销售第二”的观念，要谨记良好的服务是俱乐部发展的保障。最大可能的避免出现贵族化倾向，要多不同阶层做到公平、公正。此外，还要建立健全的会员投诉体系，这样可以更好的解决会员制中存在的问题。体育健身俱乐部要通过个性化服务来满足顾客多样化的需求，以此留住老顾客并吸引新顾客。这样可以为体育健身俱乐部带来更高的利润，但也要注重对于新老顾客的服务质量，只有服务跟得上时代的发展，体育健身俱乐部才能在新时代中更好的发展。

3. 引进专业人才，并注重对人才的培养

俱乐部在引进先进的体育健身设备的同时也离不开专业人才的技术指导、对设备的保护措施以及相关的理论咨询。健身教练在对顾客进行健身设备介绍时，专业人才可以针对不同的消费者进行有针对性的介绍。所以，体育健身俱乐部要注重对于专业人才招聘，健身教练是直接和顾客接触的，顾客对于健身教练的服务是否满意决定着顾客的下次光顾，教练是一个体育健身俱乐部的核心支柱，优秀的健身教练也是服务质量的保障。对于体育健身俱乐部的现有的健身教练也对其进行培养，使其在综合素质和技术水平方面能够更上一层楼，为企业提供更优质的服务。

三、结语

现阶段，我国的市场经济是要是信用经济，换句话说，信用是市场交换和市场秩序的基础。即使体育健身俱乐部是一个新兴起的行业，但对其体育健身俱乐部行业来讲也是如此，企业要想长久不衰的发展下去，就必须建立起良好的信誉和口碑，良好的信誉和口碑的来源就是企业的服务。体育健身俱乐部在发展的过程中必须注重对服务质量的提升。只有这样才能推动我国的体育健身俱乐部能够持续、平稳的发展。（GYWWJP）

观研天下发布的《2018年中国体育健身俱乐部行业分析报告-市场深度分析与投资前景研究》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2016-2018年中国体育健身俱乐部行业发展概述

第一节 体育健身俱乐部行业发展情况概述

一、体育健身俱乐部行业相关定义

二、体育健身俱乐部行业基本情况介绍

三、体育健身俱乐部行业发展特点分析

第二节中国体育健身俱乐部行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、体育健身俱乐部行业产业链条分析

三、中国体育健身俱乐部行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节中国体育健身俱乐部行业生命周期分析

一、体育健身俱乐部行业生命周期理论概述

二、体育健身俱乐部行业所属的生命周期分析

第四节体育健身俱乐部行业经济指标分析

一、体育健身俱乐部行业的赢利性分析

二、体育健身俱乐部行业的经济周期分析

三、体育健身俱乐部行业附加值的提升空间分析

第五节中国体育健身俱乐部行业进入壁垒分析

一、体育健身俱乐部行业资金壁垒分析

二、体育健身俱乐部行业技术壁垒分析

三、体育健身俱乐部行业人才壁垒分析

四、体育健身俱乐部行业品牌壁垒分析

五、体育健身俱乐部行业其他壁垒分析

第二章2016-2018年全球体育健身俱乐部行业市场发展现状分析

第一节全球体育健身俱乐部行业发展历程回顾

第二节全球体育健身俱乐部行业市场区域分布情况

第三节亚洲体育健身俱乐部行业地区市场分析

一、亚洲体育健身俱乐部行业市场现状分析

二、亚洲体育健身俱乐部行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲体育健身俱乐部行业市场前景分析

第四节北美体育健身俱乐部行业地区市场分析

一、北美体育健身俱乐部行业市场现状分析

二、北美体育健身俱乐部行业市场规模与市场需求分析

三、北美体育健身俱乐部行业市场前景分析

第五节欧盟体育健身俱乐部行业地区市场分析

一、欧盟体育健身俱乐部行业市场现状分析

二、欧盟体育健身俱乐部行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟体育健身俱乐部行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界体育健身俱乐部行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球体育健身俱乐部行业市场规模预测

第三章 中国体育健身俱乐部产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品体育健身俱乐部总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国体育健身俱乐部行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国体育健身俱乐部产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国体育健身俱乐部行业运行情况

第一节 中国体育健身俱乐部行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国体育健身俱乐部行业市场规模分析

第三节 中国体育健身俱乐部行业供应情况分析

第四节 中国体育健身俱乐部行业需求情况分析

第五节 中国体育健身俱乐部行业供需平衡分析

第六节 中国体育健身俱乐部行业发展趋势分析

第五章 中国体育健身俱乐部所属行业运行数据监测

第一节 中国体育健身俱乐部所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国体育健身俱乐部所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国体育健身俱乐部所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2016-2018年中国体育健身俱乐部市场格局分析

第一节 中国体育健身俱乐部行业竞争现状分析

一、中国体育健身俱乐部行业竞争情况分析

二、中国体育健身俱乐部行业主要品牌分析

第二节 中国体育健身俱乐部行业集中度分析

一、中国体育健身俱乐部行业市场集中度分析

二、中国体育健身俱乐部行业企业集中度分析

第三节 中国体育健身俱乐部行业存在的问题

第四节 中国体育健身俱乐部行业解决问题的策略分析

第五节 中国体育健身俱乐部行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2016-2018年中国体育健身俱乐部行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国体育健身俱乐部行业消费特点

第二节 中国体育健身俱乐部行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 体育健身俱乐部行业成本分析

第四节 体育健身俱乐部行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国体育健身俱乐部行业价格现状分析

第六节 中国体育健身俱乐部行业平均价格走势预测

一、中国体育健身俱乐部行业价格影响因素

二、中国体育健身俱乐部行业平均价格走势预测

三、中国体育健身俱乐部行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国体育健身俱乐部行业区域市场现状分析

第一节 中国体育健身俱乐部行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区体育健身俱乐部市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区体育健身俱乐部市场规模分析

四、华东地区体育健身俱乐部市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区体育健身俱乐部市场规模分析

四、华中地区体育健身俱乐部市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区体育健身俱乐部市场规模分析

第九章 2016-2018年中国体育健身俱乐部行业竞争情况

第一节 中国体育健身俱乐部行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国体育健身俱乐部行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国体育健身俱乐部行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 体育健身俱乐部行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第十一章 2018-2024年中国体育健身俱乐部行业发展前景分析与预测

第一节 中国体育健身俱乐部行业未来发展前景分析

一、体育健身俱乐部行业国内投资环境分析

- 二、中国体育健身俱乐部行业市场机会分析
- 三、中国体育健身俱乐部行业投资增速预测
- 第二节中国体育健身俱乐部行业未来发展趋势预测
- 第三节中国体育健身俱乐部行业市场发展预测
 - 一、中国体育健身俱乐部行业市场规模预测
 - 二、中国体育健身俱乐部行业市场规模增速预测
 - 三、中国体育健身俱乐部行业产值规模预测
 - 四、中国体育健身俱乐部行业产值增速预测
 - 五、中国体育健身俱乐部行业供需情况预测
- 第四节中国体育健身俱乐部行业盈利走势预测
 - 一、中国体育健身俱乐部行业毛利润同比增速预测
 - 二、中国体育健身俱乐部行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国体育健身俱乐部行业投资风险与营销分析

- 第一节 体育健身俱乐部行业投资风险分析
 - 一、体育健身俱乐部行业政策风险分析
 - 二、体育健身俱乐部行业技术风险分析
 - 三、体育健身俱乐部行业竞争风险分析
 - 四、体育健身俱乐部行业其他风险分析
- 第二节 体育健身俱乐部行业企业经营发展分析及建议
 - 一、体育健身俱乐部行业经营模式
 - 二、体育健身俱乐部行业销售模式
 - 三、体育健身俱乐部行业创新方向
- 第三节 体育健身俱乐部行业应对策略
 - 一、把握国家投资的契机
 - 二、竞争性战略联盟的实施
 - 三、企业自身应对策略

第十三章 2018-2024年中国体育健身俱乐部行业发展策略及投资建议

- 第一节 中国体育健身俱乐部行业品牌战略分析
 - 一、体育健身俱乐部企业品牌的重要性
 - 二、体育健身俱乐部企业实施品牌战略的意义
 - 三、体育健身俱乐部企业品牌的现状分析
 - 四、体育健身俱乐部企业的品牌战略
 - 五、体育健身俱乐部品牌战略管理的策略

第二节中国体育健身俱乐部行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国体育健身俱乐部行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2018-2024年中国体育健身俱乐部行业发展策略及投资建议

第一节中国体育健身俱乐部行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国体育健身俱乐部行业定价策略分析

第三节中国体育健身俱乐部行业营销渠道策略

- 一、体育健身俱乐部行业渠道选择策略
- 二、体育健身俱乐部行业营销策略

第四节中国体育健身俱乐部行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国体育健身俱乐部行业重点投资区域分析
- 二、中国体育健身俱乐部行业重点投资产品分析

图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/342196342196.html>