

中国健身会馆产业规模调查及未来五年发展规划 分析报告

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《中国健身会馆产业规模调查及未来五年发展规划分析报告》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/204338204338.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

中国报告网发布的《中国健身会馆产业规模调查及未来五年发展规划分析报告》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、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研究分析。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。

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。

第一章 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 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 未来五年世界健身会馆市场发展趋势预测分析

第二章 世界著名健身会馆运行浅析

第一节 蓝海健身会馆

一、企业概况

二、企业经营swot分析

三、企业发展战略分析

第二节 加州健身会馆

一、企业概况

二、企业经营swot分析

三、企业发展战略分析

第三节 5R health

一、企业概况

二、企业经营swot分析

三、企业发展战略分析

第三章 中国健身会馆产业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

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、中国宏观经济发展预测分析

第二节 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 中国健身会馆社会环境发展分析

第四章 中国健身会馆产业发展现状分析

第一节 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 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 中国健身会馆发展存在问题分析

第五章 中国健身会馆市场运行态势分析

第一节 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 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 中国健身会馆市场发展影响因素分析

第六章 中国健身会馆消费市场分析

第一节 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 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 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 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 中国健身会馆市场竞争格局分析

第一节 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 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 中国健身会馆市场竞争存在的问题分析

第九章 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 威尔士健身

第二节 兆韦德健身

第三节 美格菲

第四节 宝迪沃

第五节 金仕堡

第六节 中体倍力

第七节 青鸟健身

第八节 亚历山大健身

第九节 奥力健身

第十节 浩沙健身

第十一节 动の感健身会馆

第十二节 阳光健身会馆

第十章 中国健身器材产业运行形势分析

第一节 国外健身器材市场动态分析

一、国际健身器材需求增加

二、美国健身器材二手交易市场看商机

三、德国健身器材消费日增

四、国际健身器材品牌市场透析

第二节 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

六、中国健身器材进入国际市场方式分析

1、委托加工

2、贴牌生产

第三节 中国健身器材市场状况扫描

一、小型保健器材销售畅快

二、大型健身器材市场方兴未艾

三、老年康复健身器材新品迭出，市场潜力大

第四节 中国健身器材行业存在的问题分析

第十一章 未来五年中国健身会馆市场发展趋势预测分析

第一节 未来五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 未来五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 未来五年中国健身会馆行业盈利预测分析

第十二章 未来五年中国健身会馆行业投资机会与风险分析

第一节 未来五年中国健身会馆行业投资环境分析

第二节 未来五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 未来五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 专家投资建议

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/204338204338.html>