

中国瑜伽馆行业现状深度分析与投资前景研究报告（2024-2031年）

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《中国瑜伽馆行业现状深度分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202412/737485.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

前言：瑜伽作为一种优雅、安全的健身运动，近年吸引着无数瑜伽爱好者（尤其是女性）练习。有调查数据显示，在瑜伽练习者当中，有48%的会员每周练习频次在2-4次。随着瑜伽运动的不断普及，作为用于学习和练习瑜伽的专业场所——瑜伽馆，其数量也在不断增多。2023年我国瑜伽馆数量达到9万家左右。其中抖音、视频号等短视频平台成为了瑜伽馆发展运营的重要阵地。

一、行业相关概述

瑜伽馆是用于学习和练习瑜伽的专业场所，通常提供各种瑜伽课程，包括传统的瑜伽体式、呼吸控制和冥想练习，旨在帮助学员达到身心平衡和健康。

瑜伽馆一般分为基本型、标准型和豪华型。基本型瑜伽馆通常提供基本的瑜伽课程和设施，适合初学者；标准型瑜伽馆则提供更全面的服务和设施，适合有一定经验的学员；豪华型瑜伽馆则提供高端的设施和服务，包括高温瑜伽室、按摩服务等。

二、瑜伽成为中国女性最爱运动之一，在健身房的运动项目中占比第四

近年来，随着女性受教育程度提高、可支配收入增加，自身健康、身形塑造得到重视，有健身习惯的女性越来越多，女性运动人群快速增长，并逐渐成为运动健身主力军。而在众多健身运动中，瑜伽因其本身具有增强躯体延展性及柔韧性，塑造身材身型的特点，还可以舒缓日常生活工作压力、缓解身体及精神疲劳，成为中国女性最爱的运动之一。

数据显示，瑜伽占比45.5%，仅次于有氧运动、跑步、健身操，位列第四。而在瑜伽练习者当中，有12%的会员每周练习1次，48%的会员每周练习频次在2-4次，40%的会员每周练习次数在5次以上。

数据来源：公开数据，观研天下整理

数据来源：公开数据，观研天下整理

三、瑜伽市场规模稳步扩大，预计到2025年将增长至603亿元

健身瑜伽的标准化、产业化使瑜伽逐渐成为体育健身行业的重要组成部分。近年来我国瑜伽行业市场整体呈现增长态势。尤其是在2020年后，瑜伽市场规模呈现出稳步上升的趋势。

数据显示，2019-2023年我国瑜伽市场规模从406亿元增长到了534亿元。预计到2025年我国瑜伽市场规模将增长至603亿元。

数据来源：公开数据，观研天下整理

四、瑜伽馆数量达到9万家左右，主要集中在东部地区

得益于瑜伽市场的发展向好，进入2020年后，我国瑜伽馆数量呈现出稳步上升的趋势。截

至2023年12月，全国广义健身类场馆数约11.7万家，其中健身工作室42177家。虽然关于瑜伽馆的具体数量没有明确，但健身工作室通常包括瑜伽馆，因此可以推测瑜伽馆的数量大约在9万家左右。

从地区来看，目前我国瑜伽馆主要集中在东部地区。有相关数据显示，2023年东部地区瑜伽馆数量占比最大，达到了53%；其次为中部地区和西部地区，占比分别为25%、19%。这组数据说明，我国瑜伽馆地区分布在一定程度上与全国GDP的分布占比相吻合（2022年度全年东部地区生产总值占比54.69%；中部地区生产总值占比22.15%；西部地区生产总值占比21.35%；东北地区生产总值占比4.81%）。

数据来源：公开数据，观研天下整理

五、目前消费者主要以女性为主，占据着86%的市场份额

从消费者看，近年我国男性瑜伽练习者不断增长，占比从2018年的5.1%增长到了2023年的13.78%。但目前由于瑜伽是一项较为温和的健身方式，更受女性青睐，因此我国瑜伽消费者仍主要女性为主，占据着86%的市场份额。

数据来源：公开数据，观研天下整理

六、线上市场规模占比逐年提升，以抖音、视频号等短视频平台成瑜伽馆发展的重要阵地

从渠道来看，目前我国瑜伽消费的主要渠道包括线上平台、线下实体店和社交媒体平台。近年随着互联网的不断发展，线上市场规模占比逐年提升，并逐渐成为了我国瑜伽消费的重要渠道之一。根据相关数据，2023年瑜伽线上培训课程的消费趋势中占据了48.3%的份额，这一数据显示出线上渠道在瑜伽培训中的重要地位。

在线上市场中，抖音、视频号等短视频平台和小红书等种草平台成为了瑜伽馆发展的重要阵地。目前，抖音、视频号、小红书平台上的瑜伽账号众多，但头部账号仍然集中在少数人手中。大部分账号的经营者都是个人或小团队，缺乏系统性的运营策略和品牌建设。因此，竞争格局呈现出多元化的特点，但仍有较大的发展空间。

以抖音、视频号等短视频平台为例：市场上众多的瑜伽场馆都在短视频平台上有自己的账号，竞争激烈。除了瑜伽场馆，还有一些健身博主和个体瑜伽教练也在平台上分享瑜伽教程，形成一定的竞争压力。

目前我国以抖音、视频号等短视频平台用户基数庞大，且呈现出稳定的增长趋势。截止2023年底国内短视频用户规模约为10.53亿，占网民总数的96.4%。与此同时抖音、视频号等短视频平台为瑜伽馆行业不断赋能，包括具有低成本高效率地宣传、扩大品牌影响力、实时互动与反馈。

数据来源：公开数据，观研天下整理

资料来源：公开资料，观研天下整理

当前在短视频平台上，年轻女性人群是瑜伽消费的主力军。根据数据显示，23-35岁的年轻用户是瑜伽视频的主要观看者，其中女性用户更是占据了70%的绝对多数。她们关注健康、注重身材管理，对生活质量有较高要求。同时，这部分人群也是消费的主力军，具有较强的购买力和消费意愿。（WW）

注：上述信息仅作参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国瑜伽馆行业现状深度分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》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，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。行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国瑜伽馆行业发展概述

第一节 瑜伽馆行业发展情况概述

一、瑜伽馆行业相关定义

二、瑜伽馆特点分析

三、瑜伽馆行业基本情况介绍

四、瑜伽馆行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、瑜伽馆行业需求主体分析

第二节中国瑜伽馆行业生命周期分析

- 一、瑜伽馆行业生命周期理论概述
- 二、瑜伽馆行业所属的生命周期分析

第三节瑜伽馆行业经济指标分析

- 一、瑜伽馆行业的赢利性分析
- 二、瑜伽馆行业的经济周期分析
- 三、瑜伽馆行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球瑜伽馆行业市场发展现状分析

第一节全球瑜伽馆行业发展历程回顾

第二节全球瑜伽馆行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲瑜伽馆行业地区市场分析

- 一、亚洲瑜伽馆行业市场现状分析
- 二、亚洲瑜伽馆行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲瑜伽馆行业市场前景分析

第四节北美瑜伽馆行业地区市场分析

- 一、北美瑜伽馆行业市场现状分析
- 二、北美瑜伽馆行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美瑜伽馆行业市场前景分析

第五节欧洲瑜伽馆行业地区市场分析

- 一、欧洲瑜伽馆行业市场现状分析
- 二、欧洲瑜伽馆行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲瑜伽馆行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界瑜伽馆行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球瑜伽馆行业市场规模预测

第三章 中国瑜伽馆行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对瑜伽馆行业的影响分析

第三节中国瑜伽馆行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对瑜伽馆行业的影响分析

第五节中国瑜伽馆行业产业社会环境分析

第四章 中国瑜伽馆行业运行情况

第一节中国瑜伽馆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

第二节中国瑜伽馆行业市场规模分析

一、影响中国瑜伽馆行业市场规模的因素

二、中国瑜伽馆行业市场规模

三、中国瑜伽馆行业市场规模解析

第三节中国瑜伽馆行业供应情况分析

一、中国瑜伽馆行业供应规模

二、中国瑜伽馆行业供应特点

第四节中国瑜伽馆行业需求情况分析

一、中国瑜伽馆行业需求规模

二、中国瑜伽馆行业需求特点

第五节中国瑜伽馆行业供需平衡分析

第五章 中国瑜伽馆行业产业链和细分市场分析

第一节中国瑜伽馆行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、瑜伽馆行业产业链图解

第二节中国瑜伽馆行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对瑜伽馆行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对瑜伽馆行业的影响分析

第三节我国瑜伽馆行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国瑜伽馆行业市场竞争分析

第一节中国瑜伽馆行业竞争现状分析

- 一、中国瑜伽馆行业竞争格局分析
- 二、中国瑜伽馆行业主要品牌分析
- 第二节中国瑜伽馆行业集中度分析
 - 一、中国瑜伽馆行业市场集中度影响因素分析
 - 二、中国瑜伽馆行业市场集中度分析
- 第三节中国瑜伽馆行业竞争特征分析
 - 一、企业区域分布特征
 - 二、企业规模分布特征
 - 三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国瑜伽馆行业模型分析

第一节中国瑜伽馆行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国瑜伽馆行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国瑜伽馆行业SWOT分析结论

第三节中国瑜伽馆行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国瑜伽馆行业需求特点与动态分析

第一节中国瑜伽馆行业市场动态情况

第二节中国瑜伽馆行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节瑜伽馆行业成本结构分析

第四节瑜伽馆行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节中国瑜伽馆行业价格现状分析

第六节中国瑜伽馆行业平均价格走势预测

- 一、中国瑜伽馆行业平均价格趋势分析
- 二、中国瑜伽馆行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国瑜伽馆行业所属行业运行数据监测

第一节中国瑜伽馆行业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

第二节中国瑜伽馆行业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

第三节中国瑜伽馆行业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

第十章 2019-2023年中国瑜伽馆行业区域市场现状分析

第一节中国瑜伽馆行业区域市场规模分析

- 一、影响瑜伽馆行业区域市场分布的因素

二、中国瑜伽馆行业区域市场分布

第二节中国华东地区瑜伽馆行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区瑜伽馆行业市场分析

(1) 华东地区瑜伽馆行业市场规模

(2) 华东地区瑜伽馆行业市场现状

(3) 华东地区瑜伽馆行业市场规模预测

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、华中地区瑜伽馆行业市场分析

(1) 华中地区瑜伽馆行业市场规模

(2) 华中地区瑜伽馆行业市场现状

(3) 华中地区瑜伽馆行业市场规模预测

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、华南地区瑜伽馆行业市场分析

(1) 华南地区瑜伽馆行业市场规模

(2) 华南地区瑜伽馆行业市场现状

(3) 华南地区瑜伽馆行业市场规模预测

第五节华北地区瑜伽馆行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区瑜伽馆行业市场分析

(1) 华北地区瑜伽馆行业市场规模

(2) 华北地区瑜伽馆行业市场现状

(3) 华北地区瑜伽馆行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区瑜伽馆行业市场分析

(1) 东北地区瑜伽馆行业市场规模

(2) 东北地区瑜伽馆行业市场现状

(3) 东北地区瑜伽馆行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区瑜伽馆行业市场分析

(1) 西南地区瑜伽馆行业市场规模

(2) 西南地区瑜伽馆行业市场现状

(3) 西南地区瑜伽馆行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区瑜伽馆行业市场分析

(1) 西北地区瑜伽馆行业市场规模

(2) 西北地区瑜伽馆行业市场现状

(3) 西北地区瑜伽馆行业市场规模预测

第十一章 瑜伽馆行业企业分析（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、公司优势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

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

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国瑜伽馆行业发展前景分析与预测

第一节中国瑜伽馆行业未来发展前景分析

一、瑜伽馆行业国内投资环境分析

二、中国瑜伽馆行业市场机会分析

三、中国瑜伽馆行业投资增速预测

第二节中国瑜伽馆行业未来发展趋势预测

第三节中国瑜伽馆行业规模发展预测

一、中国瑜伽馆行业市场规模预测

二、中国瑜伽馆行业市场规模增速预测

三、中国瑜伽馆行业产值规模预测

四、中国瑜伽馆行业产值增速预测

五、中国瑜伽馆行业供需情况预测

第四节中国瑜伽馆行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国瑜伽馆行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国瑜伽馆行业进入壁垒分析

一、瑜伽馆行业资金壁垒分析

二、瑜伽馆行业技术壁垒分析

三、瑜伽馆行业人才壁垒分析

四、瑜伽馆行业品牌壁垒分析

五、瑜伽馆行业其他壁垒分析

第二节瑜伽馆行业风险分析

一、瑜伽馆行业宏观环境风险

二、瑜伽馆行业技术风险

三、瑜伽馆行业竞争风险

四、瑜伽馆行业其他风险

第三节中国瑜伽馆行业存在的问题

第四节中国瑜伽馆行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国瑜伽馆行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国瑜伽馆行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国瑜伽馆行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节瑜伽馆行业营销策略分析

一、瑜伽馆行业产品策略

二、瑜伽馆行业定价策略

三、瑜伽馆行业渠道策略

四、瑜伽馆行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202412/737485.html>