

2024-2030年中国健身俱乐部行业市场全景调查及 发展战略研究报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国健身俱乐部行业市场全景调查及发展战略研究报告》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：<https://www.chyxx.com/research/202010/899636.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

智研咨询专家团队倾力打造的《2024-2030年中国健身俱乐部行业市场全景调查及发展战略研究报告》（以下简称《报告》）正式揭晓，自2019年出版以来，已连续畅销6年，成功成为企业了解和开拓市场，制定战略方向的得力参考资料。报告从国家经济与产业发展的宏观战略视角出发，深入剖析了健身俱乐部行业未来的市场动向，精准挖掘了行业的发展潜力，并对健身俱乐部行业的未来前景进行研判。

本报告分为发展综述、发展机会、发展现状、影响因素、市场调研、经营分析、投资分析、前景预测等主要篇章，共计9章。涉及健身俱乐部厂家、市场规模等核心数据。

报告中所有数据，均来自官方机构、行业协会等公开资料以及深入调研获取所得，并且数据经过详细核实和多方求证，以期为行业提供精准、可靠和有效价值信息！

健身俱乐部是指为满足消费者（会员为主）的身体锻炼及塑形、康复保健、娱乐休闲等方面的需要，而向消费者提供场地、器材、技术指导及相关服务等营利性机构。健身俱乐部主要分为独立型和连锁型健身俱乐部。

随着我国经济平稳较快地发展，人民群众生活水平不断提高，对健康服务的需求正在从传统的疾病治疗转为更加重视疾病预防和保健，以及追求健康的生活方式，对体育健身等新兴健康服务的需求快速增加。2023年，中国健身俱乐部收入规模达487亿元，同比增长25.19%。

。

健身俱乐部行业的上游包括健身器械的生产及销售、教练培训及资格认证、健身房设计及建设，即资源供给部分；健身行业的中游为健身服务，主要是各种业态的健身俱乐部，按照客户定位不同分为健身俱乐部、健身工作室、团课工作室和新型健身房；健身俱乐部行业的下游健身消费群体。

中国健身俱乐部行业的企业分布呈现出一定的地域特征，主要集中在人口密集和经济发达的地区，包括上海市、北京市、广东省等。上海市代表性企业有威尔仕、美格菲；北京市代表性企业有中体倍力、奇迹健身；广东省代表性企业有超级猩猩、中航健身会。

作为一个见证了中国健身俱乐部十余年发展的专业机构，智研咨询希望能够与所有致力于与健身俱乐部行业企业携手共进，提供更多有效信息、专业咨询与个性化定制的行业解决方案，为行业的发展尽绵薄之力。

报告目录

第1章 健身俱乐部行业发展综述

1.1 健身俱乐部行业相关概述

1.2 健身俱乐部行业发展环境分析

1.2.1 行业政策环境分析

1.2.2 行业经济环境分析

1.2.3 行业社会环境分析

第2章 全民健身背景下健身俱乐部的发展机会分析

2.1 全民健身政策及其实施情况

2.1.1 全民健身相关政策解读

(1) 《全民健身条例》

(2) 《全民健身计划》

(3) 《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》

(4) 各地区全民健身政策情况

2.1.2 全民健身计划实施成果解读

(1) 全国实施情况

(2) 地区实施情况

2.2 健身俱乐部在全民健身服务体系中的地位及作用分析

2.2.1 全民健身服务体系的内涵与特征

(1) 全民健身服务体系内涵

(2) 全民健身服务体系特征

2.2.2 全民健身服务体系的构成

(1) 全民健身服务供给体系

(2) 全民健身服务产品体系

(3) 全民健身服务资源配置体系

(4) 全民健身服务对象体系

2.2.3 健身俱乐部与全民健身服务体系的关系分析

(1) 健身俱乐部的社会职能

(2) 健身俱乐部在全民健身服务体系中的地位

(3) 健身俱乐部在全民健身服务体系中的作用

2.3 全民健身背景下健身俱乐部发展的SWOT分析

2.3.1 全民健身国家战略对体育产业的影响分析

(1) 对体育市场资源配置的影响

(2) 对体育产业市场格局的影响

(3) 对体育产业发展方式的影响

2.3.2 全民健身国家战略背景下健身俱乐部发展的SWOT分析

- (1) 健身俱乐部发展的优势分析
- (2) 健身俱乐部发展的劣势分析
- (3) 健身俱乐部发展的机遇分析
- (4) 健身俱乐部发展面临的挑战

第3章 国际健身俱乐部行业发展分析

3.1 国际健身俱乐部行业发展环境分析

3.1.1 全球人口健康状况分析

3.1.2 国际宏观经济环境分析

3.2 国际健身俱乐部所属行业发展现状分析

3.2.1 国际健身俱乐部行业发展概况

3.2.2 国际健身俱乐部所属行业的发展趋势分析

3.3 发达国家及地区健身俱乐部所属行业发展状况及经验借鉴

3.3.1 美国健身行业发展分析

3.3.2 欧洲健身行业发展分析

3.3.3 日本健身行业发展分析

3.3.4 台湾地区健身行业发展分析

3.3.5 国外健身行业发展经验总结

- (1) 政府大力支持
- (2) 科学合理的定位
- (3) 专业细致的管理
- (4) 行业协会协调
- (5) 拓展盈利手段

第4章 2023年中国健身俱乐部所属行业发展现状分析

4.1 中国健身俱乐部行业发展概况

4.1.1 中国健身行业发展历程

4.1.2 中国训练健身器材发展状况

- (1) 训练健身器材制造行业发展规模
- (2) 训练健身器材制造行业供需状况

4.1.3 中国健身俱乐部发展状况

- (1) 中国健身俱乐部发展规模
- (2) 中国健身俱乐部供需状况

4.2 中国健身俱乐部运营分析

4.2.1 中国健身俱乐部连锁经营模式分析

- (1) 健身俱乐部连锁化经营的形式
- (2) 健身俱乐部连锁化经营的地域分布
- (3) 健身俱乐部连锁化经营的品牌建设
- 4.2.2 中国健身俱乐部经营项目分析
- 4.2.3 中国健身俱乐部运营存在的问题

第5章 互联网对健身俱乐部的影响分析

5.1 智能设备对健身行业的影响

5.1.1 智能健身设备发展情况分析

- (1) 智能健身设备发展概况
- (2) 主要健身APP应用情况
- 5.1.2 健身智能设备经营模式分析
 - (1) 结合数据的智能硬件模式
 - (2) 以激励为导向的健身APP模式
 - (3) 虚实结合的健身教练模式
 - (4) 个性化减肥资讯模式

5.1.3 智能设备对健身行业的影响分析

5.2 互联网+健身发展模式分析

5.2.1 互联网+健身商业模式解析

5.2.2 互联网+健身案例分析

- (1) 美国ClassPass公司
- (2) 健身App“火辣健身”
- (3) “超级猩猩”健身舱项目

5.2.3 互联网背景下健身俱乐部行业发展趋势分析

第6章 中国健身俱乐部细分市场需求调研分析

6.1 按性别区分的健身市场分析

6.1.1 中国男性健身市场调研分析

- (1) 男性的健身需求分析
- (2) 男性健身项目的选择

6.1.2 中国女性健身市场调研分析

- (1) 女性的健身需求分析
- (2) 女性健身项目的选择

6.2 按年龄段区分的健身市场分析

6.2.1 18-25周岁年龄段人群健身市场调研分析

- (1) 18-25周岁年龄段人群健身需求特征分析
- (2) 18-25周岁年龄段人群健身项目的选择
- 6.2.2 26-35周岁年龄段人群健身市场调研分析
 - (1) 26-35周岁年龄段人群健身需求特征分析
 - (2) 26-35周岁年龄段人群健身项目的选择
- 6.2.3 36-50周岁年龄段人群健身市场调研分析
 - (1) 36-50周岁年龄段人群健身需求特征分析
 - (2) 36-50周岁年龄段人群健身项目的选择
- 6.2.4 50周岁以上年龄段人群健身市场调研分析
 - (1) 50周岁以上年龄段人群健身需求特征分析
 - (2) 50周岁以上年龄段人群健身项目的选择
- 6.3 按健身目标区分的健身休闲市场分析
 - 6.3.1 塑身需求
 - (1) 塑身需求的健身消费者需求特征分析
 - (2) 塑身需求的消费者健身项目的选择
 - 6.3.2 减肥需求
 - (1) 减肥需求的健身消费者需求特征分析
 - (2) 减肥需求的消费者健身项目的选择
 - 6.3.3 情感需求
 - (1) 情感需求的健身消费者需求特征分析
 - (2) 情感需求的消费者健身项目的选择
 - 6.3.4 其他需求

第7章 中国重点城市健身俱乐部市场调研分析

7.1 北京市健身俱乐部市场调研分析

7.1.1 北京市健身行业需求分析

- (1) 北京市人口结构分析
- (2) 北京市居民消费水平分析
- (3) 北京市公众体育健身设施建设情况
- (4) 北京市居民健身需求调研分析

7.1.2 北京市健身俱乐部发展情况

- (1) 北京市健身俱乐部发展规模
- (2) 北京市健身俱乐部分布情况
- (3) 北京市健身俱乐部特点分析

7.1.3 北京市健身俱乐部运营分析

- (1) 北京市健身俱乐部健身消费者分析
- (2) 北京市健身俱乐部的从业人员分析
- 7.2 上海市健身俱乐部市场调研分析
 - 7.2.1 上海市健身行业需求分析
 - (1) 上海市人口结构分析
 - (2) 上海市居民消费水平分析
 - (3) 上海市公众体育健身设施建设情况
 - 1) 公共体育设施建设方面
 - (4) 上海市居民健身需求调研分析
 - 7.2.2 上海市健身俱乐部发展情况
 - (1) 上海市健身俱乐部发展规模
 - (2) 上海市健身俱乐部分布情况
 - (3) 上海市健身俱乐部特点分析
 - 7.2.3 上海市健身俱乐部运营分析
 - (1) 上海市健身俱乐部健身消费者分析
 - (2) 上海市健身俱乐部的市场定位分析
 - (3) 上海市健身俱乐部的从业人员分析
- 7.3 天津市健身俱乐部市场调研分析
 - 7.3.1 天津市健身行业需求分析
 - (1) 天津市人口结构分析
 - (2) 天津市居民消费水平分析
 - (3) 天津市公众体育健身发展情况
 - (4) 天津市居民健身需求调研分析
 - 7.3.2 天津市健身俱乐部发展情况
 - (1) 天津市健身俱乐部发展规模
 - (2) 天津市健身俱乐部分布情况
 - 7.3.3 天津市健身俱乐部运营分析
 - (1) 天津市健身俱乐部健身消费者分析
 - (2) 天津市健身俱乐部的从业人员分析
- 7.4 深圳市健身俱乐部市场调研分析
 - 7.4.1 深圳市健身行业需求分析
 - (1) 深圳市人口结构分析
 - (2) 深圳市居民消费水平及消费习惯分析
 - (3) 深圳市公众体育健身实施情况
 - (4) 深圳市居民健身需求调研分析

7.4.2 深圳市健身俱乐部发展情况

- (1) 深圳市健身俱乐部发展规模
- (2) 深圳市健身俱乐部分布情况

7.4.3 深圳市健身俱乐部运营分析

- (1) 深圳市健身俱乐部健身消费者分析
- (2) 深圳市健身俱乐部的从业人员分析

7.5 重庆市健身俱乐部市场调研分析

7.5.1 重庆市健身行业需求分析

- (1) 重庆市人口结构分析
- (2) 重庆市居民消费水平及消费习惯分析
- (3) 重庆市公众体育健身设施建设情况
- (4) 重庆市居民健身需求调研分析

7.5.2 重庆市健身俱乐部发展情况

- (1) 重庆市健身俱乐部发展规模
- (2) 重庆市健身俱乐部分布情况
- (3) 重庆市健身俱乐部特点分析

7.5.3 重庆市健身俱乐部运营分析

- (1) 重庆市健身俱乐部健身消费者分析
- (2) 重庆市健身俱乐部的从业人员分析

7.6 杭州市健身俱乐部市场调研分析

7.6.1 杭州市健身行业需求分析

- (1) 杭州市人口结构分析
- (2) 杭州市居民收入水平分析
- (3) 杭州市公众体育健身设施建设情况
- (4) 杭州市居民健身需求调研分析

7.6.2 杭州市健身俱乐部发展情况

- (1) 杭州市健身俱乐部发展规模
- (2) 杭州市健身俱乐部分布情况
- (3) 杭州市健身俱乐部特点分析

7.6.3 杭州市健身俱乐部运营分析

- (1) 杭州市健身俱乐部健身消费者分析
- (2) 杭州市健身俱乐部的从业人员分析

7.7 武汉市健身俱乐部市场调研分析

7.7.1 武汉市健身行业需求分析

- (1) 武汉市人口结构分析

- (2) 武汉市居民消费水平及消费习惯分析
- (3) 武汉市公众体育健身设施建设情况
- (4) 武汉市居民健身需求调研分析
- 7.7.2 武汉市健身俱乐部发展情况
 - (1) 武汉市健身俱乐部发展规模
 - (2) 武汉市健身俱乐部分布情况
 - (3) 武汉市健身俱乐部特点分析
- 7.7.3 武汉市健身俱乐部运营分析
 - (1) 武汉市健身俱乐部健身消费者分析
 - (2) 武汉市健身俱乐部的从业人员分析
- 7.8 长沙市健身俱乐部市场调研分析
 - 7.8.1 长沙市健身行业需求分析
 - (1) 长沙市人口结构分析
 - (2) 长沙市居民收入及消费水平分析
 - (3) 长沙市公众体育健身设施建设情况
 - (4) 长沙市居民健身需求调研分析
 - 7.8.2 长沙市健身俱乐部发展情况
 - (1) 长沙市健身俱乐部发展规模
 - (2) 长沙市健身俱乐部分布情况
 - (3) 长沙市健身俱乐部特点分析
 - (4) 长沙市商业健身俱乐部主要经营形式与收费情况
 - 7.8.3 长沙市健身俱乐部运营分析
 - (1) 长沙市健身俱乐部健身消费者分析
 - (2) 长沙市健身俱乐部的从业人员分析
- 7.9 成都市健身俱乐部市场调研分析
 - 7.9.1 成都市健身行业需求分析
 - (1) 成都市人口结构分析
 - (2) 成都市居民收入水平分析
 - (3) 成都市公众体育健身实施效果
 - (4) 成都市居民健身需求调研分析
 - 7.9.2 成都市健身俱乐部发展情况
 - (1) 成都市健身俱乐部发展规模
 - (2) 成都市健身俱乐部盈利情况
 - (3) 成都市健身俱乐部经营项目
 - (4) 成都市健身俱乐部营销现状

- (5) 成都市健身俱乐部网络技术
- 7.9.3 成都市健身俱乐部运营分析
 - (1) 成都市健身俱乐部健身消费者分析
 - (2) 成都市健身俱乐部的从业人员分析
- 7.10 西安市健身俱乐部市场调研分析
 - 7.10.1 西安市健身行业需求分析
 - (1) 西安市人口结构分析
 - (2) 西安市居民消费水平及消费习惯分析
 - (3) 西安市公众体育健身设施建设情况
 - (4) 西安市居民健身需求调研分析
 - 7.10.2 西安市健身俱乐部发展情况
 - (1) 西安市健身俱乐部发展规模
 - (2) 西安市健身俱乐部分布情况
 - (3) 西安市健身俱乐部特点分析
 - (4) 西安市健身房提供项目
 - (5) 西安市健身房营销分析
 - 7.10.3 西安市健身俱乐部运营分析
 - (1) 西安市健身俱乐部健身消费者分析
 - (2) 西安市健身俱乐部的从业人员分析

第8章 中国领先健身俱乐部经营分析

- 8.1 中国健身俱乐部总体状况分析
 - 8.1.1 企业规模分析
 - 8.1.2 企业类型分析
 - 8.1.3 企业性质分析
- 8.2 领先健身俱乐部经营状况分析
 - 8.2.1 北京中体倍力健身俱乐部有限公司
 - (1) 企业发展简况分析
 - (2) 企业经营情况分析
 - (3) 企业经营模式分析
 - (4) 企业服务内容分析
 - (5) 企业网点布局分析
 - (6) 企业经营优劣势分析
 - 8.2.2 深圳市中航健康时尚集团股份有限公司
 - (1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业服务内容分析

(5) 企业网点布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

8.2.3 武汉知行健身管理股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业服务内容分析

(5) 企业网点布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

8.2.4 威康健身管理咨询(上海)有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业服务内容分析

(5) 企业网点布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

8.2.5 一兆韦德健身管理有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业服务内容分析

(5) 企业网点布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

8.2.6 上海美格菲健身中心有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业服务内容分析

(5) 企业网点布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

8.2.7 郑州黄金时代科技健康产业有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业服务内容分析

(5) 企业网点布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

8.2.8 青岛英派斯健康科技股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业服务内容分析

(5) 企业网点布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

8.2.9 上海星之健身俱乐部有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业服务内容分析

(5) 企业网点布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

8.2.10 莱美健身服务(上海)有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营模式分析

(4) 企业服务内容分析

(5) 企业网点布局分析

(6) 企业经营优劣势分析

第9章 中国健身俱乐部行业投资与前景预测

9.1 中国健身俱乐部行业投资风险分析

9.1.1 行业宏观经济风险

9.1.2 行业政策变动风险

9.1.3 行业市场竞争风险

9.1.4 行业其他相关风险

9.2 中国健身俱乐部行业投资特性分析

9.2.1 行业进入壁垒分析

- 9.2.2 行业盈利因素分析
- 9.2.3 行业营销模式分析
- 9.3 中国健身俱乐部行业投资潜力分析
 - 9.3.1 行业投资机会分析
 - 9.3.2 行业投资建议
- 9.4 中国健身俱乐部行业前景预测
 - 9.4.1 健身休闲市场规模预测
 - 9.4.2 健身俱乐部趋势预测

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202010/899636.html>