

2022-2027年中国健身行业市场深度分析及投资战略规划报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国健身行业市场深度分析及投资战略规划报告》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.huaon.com/channel/medicine/800247.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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

从健身人群情况来看，中国已经成为全球健身人群最多的国家。据统计，2021年中国健身人群数量为4.16亿人，预计到2026年将达到4.16亿人，年均复合增长速度为6.5%。

从渗透率情况来看，据统计，2021年中国的健身人群渗透率为21.5%，远低于美国的48.2%、欧洲的41.2%，尤其是2021年中国的健身房会员渗透率为3.2%，远低于美国的23.5%、欧洲的9.5%，中国的健身人群渗透率预计于2026年将达到29.3%。

2015-2026年中国健身人数及健身人群渗透率情况

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。

报告目录：

第一章 健身行业发展概述

第一节 健身的概念

一、定义

二、特点

第二节 健身行业发展成熟度

一、行业发展周期分析

二、行业中外市场成熟度对比

第三节 健身行业产业链分析

第二章 2017-2021年中国健身行业运行环境分析

第一节 2017-2021年中国宏观经济环境分析

第二节 2017-2021年中国健身行业发展政策环境分析

一、国内宏观政策发展建议

二、健身行业政策分析

三、相关行业政策影响分析

第三节 2017-2021年中国健身行业发展社会环境分析

第三章 2017-2021年中国健身行业市场发展分析

第一节 健身行业市场发展现状

一、市场发展概况

二、发展热点回顾

三、市场存在问题及策略分析

第二节 健身行业技术发展

- 一、技术特征现状分析
- 二、新技术研发及应用动态
- 三、技术发展趋势

第三节 中国健身行业消费市场分析

- 一、消费特征分析
- 二、消费需求趋势
- 三、品牌市场消费结构

第四节 健身行业产销数据统计分析

- 一、整体市场规模

从健身市场规模情况来看，因健康意识提高、参与健身活动的机会增加、健身开支增加、运动产品及服务增加，全球健身市场正加速增长。据统计，2021年全球健身市场规模（按年开支计）为人民币50970亿元，预计到2026年将达73142亿元，CAGR为7.5%（2015年至2021年CAGR为4.8%）；中国健身市场的市场规模预计将由2021年的7866亿元增至2026年的14793亿元，CAGR为13.5%。

2015-2026年中国健身行业市场规模及增速情况

- 二、区域市场数据统计情况

第五节 2022-2027年健身行业市场发展趋势

第四章 2017-2021年中国健身所属行业主要指标监测分析

第一节 2017-2021年中国健身所属行业工业总产值分析

- 一、2017-2021年中国健身所属行业工业总产值分析
- 二、不同规模企业工业总产值分析
- 三、不同所有制企业工业总产值比较

第二节 2017-2021年中国健身所属行业主营业务收入分析

- 一、2017-2021年中国健身所属行业主营业务收入分析
- 二、不同规模企业主营业务收入分析
- 三、不同所有制企业主营业务收入比较

第三节 2017-2021年中国健身所属行业产品成本费用分析

- 一、2017-2021年中国健身所属行业销售成本分析
- 二、不同规模企业销售成本比较分析
- 三、不同所有制企业销售成本比较分析

第四节 2017-2021年中国健身所属行业利润总额分析

- 一、2017-2021年中国健身所属行业利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析

第五节 2017-2021年中国健身所属行业资产负债分析

一、2017-2021年中国健身所属行业资产负债分析

二、不同规模企业资产负债比较分析

三、不同所有制企业资产负债比较分析

第六节 2017-2021年中国健身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

第五章 中国健身所属行业区域市场分析

第一节 华北地区

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

五、行业投资风险预测

第二节 东北地区

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

五、行业投资风险预测

第三节 华东地区

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

五、行业投资风险预测

第四节 华南地区

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

五、行业投资风险预测

第五节 华中地区

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

五、行业投资风险预测

第六节 西南地区

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

五、行业投资风险预测

第七节 西北地区

一、发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

五、行业投资风险预测

第六章 健身行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构分析

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 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 行业国际竞争力比较

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

第四节 2017-2021年健身行业竞争格局分析

一、国内外健身竞争分析

二、我国健身市场竞争分析

三、国内主要健身企业动向

第七章 健身企业竞争策略分析

第一节 健身市场竞争策略分析

一、市场增长潜力分析

二、主要潜力品种分析

三、现有健身产品竞争策略分析

四、潜力健身品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 健身企业竞争策略分析

第三节 健身行业产品定位及市场推广策略分析

一、行业产品市场定位

二、行业广告推广策略

三、行业产品促销策略

四、行业招商加盟策略

五、行业网络推广策略

第八章 健身重点企业经营策略分析

第一节 赛普健身（北京）股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第二节 深圳市中航健康时尚集团股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第三节 江苏金陵体育器材股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第四节 中体产业集团股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第五节 焦作市三利达射箭器材股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第六节 浙江康莱宝体育用品股份有限公司

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第九章 2022-2027年未来健身行业发展预测分析

第一节 未来健身行业需求与消费预测

一、2022-2027年健身产品消费预测

二、2022-2027年健身市场规模预测

三、2022-2027年健身行业总产值预测

四、2022-2027年健身行业销售收入预测

五、2022-2027年健身行业总资产预测

第二节 2022-2027年中国健身行业供需预测

一、2022-2027年中国健身供给预测

二、2022-2027年中国健身产量预测

三、2022-2027年中国健身需求预测

四、2022-2027年中国健身供需平衡预测

第十章 中国健身行业投资机会与风险分析

第一节 健身行业投资机会分析

一、健身投资项目分析

二、可以投资的健身模式

三、2022年健身投资机会

四、2022年健身投资新方向

五、2022-2027年健身行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响健身行业发展的主要因素

一、2022-2027年影响健身行业运行的有利因素分析

二、2022-2027年影响健身行业运行的稳定因素分析

三、2022-2027年影响健身行业运行的不利因素分析

四、2022-2027年我国健身行业发展面临的挑战分析

五、2022-2027年我国健身行业发展面临的机遇分析

第三节 健身行业投资风险及控制策略分析

一、2022-2027年健身行业市场风险及控制策略

二、2022-2027年健身行业政策风险及控制策略

三、2022-2027年健身行业经营风险及控制策略

四、2022-2027年健身行业技术风险及控制策略

五、2022-2027年健身同业竞争风险及控制策略

六、2022-2027年健身行业其他风险及控制策略

第十一章 健身行业投资战略研究

第一节 健身行业发展战略研究（HJ LZQ）

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

第二节 对我国健身品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、健身实施品牌战略的意义

三、健身企业品牌的现状分析

四、我国健身企业的品牌战略

五、健身品牌战略管理的策略

第三节 健身行业投资战略研究

图表目录：

图表 健身行业生命周期图

图表 健身产品国内、国际市场成熟度对比

图表 健身产品行业主要竞争因素分析

图表2017-2021年各季度三次产业增加值累计增速

图表2017-2021年工业增加值累计增速

图表2017-2021年物价指数同比变化情况

图表2017-2021年社会消费品零售总额情况

图表2017-2021年固定资产投资完成额累计增速

图表2017-2021年外贸进出口情况

图表2017-2021年各季度居民收入累计值

图表2017-2021年货币供应量同比增速

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/medicine/800247.html>