

2022-2027年中国运动健身行业市场调研及未来发展趋势预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2022-2027年中国运动健身行业市场调研及未来发展趋势预测报告》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/other/818972.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

2015年以来，中国健身人口连续增长，健身行业市场规模也不断扩大，2020年，虽然疫情出行控制，线下健身市场几乎停滞，线上、居家健身市场得到大规模发展，健身市场规模整体呈现连续增长趋势。截至2021年，全球健身市场规模为50970亿元，我国健身市场规模为7866亿元，同比增长10%，健身人群约有3亿人，越来越多的人参与到健身行业中。

2015-2021年中国健身市场规模及健身人群规模

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1章 运动健身行业发展综述

1.1运动健身行业定义及分类

1.1.1行业定义

1.1.2行业产品/服务分类

1.1.3行业主要商业模式

1.2运动健身行业特征分析

1.2.1产业链分析

1.2.2运动健身行业在产业链中的地位

1.3运动健身行业政治法律环境分析

1.3.1行业管理体制分析

1.3.2行业主要法律法规

1.3.3行业相关发展规划

1.4运动健身行业经济环境分析

1.4.1国际宏观经济形势分析

1.4.2国内宏观经济形势分析

1.4.3产业宏观经济环境分析

1.5运动健身行业技术环境分析

1.5.1运动健身技术发展水平

1.5.2行业主要技术现状及发展趋势

第2章 国际运动健身行业发展经验借鉴和典型企业运营情况分析

2.1国际运动健身行业发展总体状况

2.1.1国际运动健身行业发展规模分析

2.1.2国际运动健身行业市场结构分析

2.1.3国际运动健身行业竞争格局分析

2.1.4国际运动健身行业市场容量预测

2.2国外主要运动健身市场发展状况分析

2.2.1欧盟运动健身行业发展状况分析

2.2.2美国运动健身行业发展状况分析

2.2.3日本运动健身行业发展状况分析

2.3国际运动健身企业运营状况分析

第3章 我国运动健身行业发展现状

3.1我国运动健身行业发展现状

3.1.1运动健身行业品牌发展现状

3.1.2运动健身行业消费市场现状

3.1.3运动健身市场需求层次分析

3.1.4我国运动健身市场走向分析

3.2我国运动健身行业发展状况

3.2.1 2021年中国运动健身行业发展回顾

3.2.2 2021年运动健身行业发展情况分析

3.2.3 2021年我国运动健身市场特点分析

3.2.4 2021年我国运动健身市场发展分析

3.3中国运动健身行业供需分析

3.3.1 2021年中国运动健身市场供给总量分析

3.3.2 2021年中国运动健身市场供给结构分析

3.3.3 2021年中国运动健身市场需求总量分析

3.3.4 2021年中国运动健身市场需求结构分析

3.3.5 2021年中国运动健身市场供需平衡分析

第4章 中国运动健身所属行业经济运行分析

4.1 2018-2021年运动健身所属行业运行情况分析

4.1.1 2021年运动健身所属行业经济指标分析

4.1.2 2021年运动健身所属行业经济指标分析

第5章 我国运动健身所属行业整体运行指标分析

5.1 2017-2021年中国运动健身所属行业总体规模分析

5.1.1企业数量结构分析

5.1.2人员规模状况分析

5.1.3行业资产规模分析

5.1.4行业市场规模分析

5.2 2017-2021年中国运动健身所属行业运营情况分析

5.2.1 我国运动健身所属行业营收分析

5.2.2 我国运动健身所属行业成本分析

5.2.3 我国运动健身所属行业利润分析

5.3 2017-2021年中国运动健身所属行业财务指标总体分析

5.3.1 行业盈利能力分析

5.3.2 行业偿债能力分析

5.3.3 行业营运能力分析

5.3.4 行业发展能力分析

第6章 我国运动健身行业竞争形势及策略

6.1 行业总体市场竞争状况分析

6.1.1 运动健身行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

据统计，2021年12月中国运动健身类App月活跃用户规模最高的是Keep，用户规模高达2066万人，远远超过其他运动健身应用软件用户规模。其中天天跳绳用户多为中小學生，运动世界校园多在各大高校以在校大学生为主要用户群体，规定学生的运动量和运动时长。

2021年12月中国运动健身类App月活跃用户规模

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

6.1.2 运动健身行业企业间竞争格局分析

6.1.3 运动健身行业集中度分析

6.2 中国运动健身行业竞争格局综述

6.2.1 运动健身行业竞争概况

(1) 中国运动健身行业竞争格局

(2) 运动健身行业未来竞争格局和特点

(3) 运动健身市场进入及竞争对手分析

6.2.2 中国运动健身行业竞争力分析

(1) 我国运动健身行业竞争力剖析

(2) 我国运动健身企业市场竞争的优势

(3) 国内运动健身企业竞争能力提升途径

6.2.3 运动健身市场竞争策略分析

第7章 中国运动健身所属行业区域市场调研

7.1 华北地区运动健身行业调研

7.1.1 2018-2021年行业发展现状分析

7.1.2 2018-2021年市场规模情况分析

7.1.3 2022-2027年市场需求情况分析

7.1.4 2022-2027年行业趋势预测分析

7.2 东北地区运动健身行业调研

7.2.1 2018-2021年行业发展现状分析

7.2.2 2018-2021年市场规模情况分析

7.2.3 2022-2027年市场需求情况分析

7.2.4 2022-2027年行业趋势预测分析

7.3 华东地区运动健身行业调研

7.3.1 2018-2021年行业发展现状分析

7.3.2 2018-2021年市场规模情况分析

7.3.3 2022-2027年市场需求情况分析

7.3.4 2022-2027年行业趋势预测分析

7.4 华南地区运动健身行业调研

7.4.1 2018-2021年行业发展现状分析

7.4.2 2018-2021年市场规模情况分析

7.4.3 2022-2027年市场需求情况分析

7.4.4 2022-2027年行业趋势预测分析

7.5 华中地区运动健身行业调研

7.5.1 2018-2021年行业发展现状分析

7.5.2 2018-2021年市场规模情况分析

7.5.3 2022-2027年市场需求情况分析

7.5.4 2022-2027年行业趋势预测分析

7.6 西南地区运动健身行业调研

7.6.1 2018-2021年行业发展现状分析

7.6.2 2018-2021年市场规模情况分析

7.6.3 2022-2027年市场需求情况分析

7.6.4 2022-2027年行业趋势预测分析

7.7 西北地区运动健身行业调研

7.7.1 2018-2021年行业发展现状分析

7.7.2 2018-2021年市场规模情况分析

7.7.3 2022-2027年市场需求情况分析

7.7.4 2022-2027年行业趋势预测分析

第8章 我国运动健身行业产业链分析

8.1运动健身行业产业链分析

8.1.1产业链结构分析

8.1.2主要环节的增值空间

8.1.3与上下游行业之间的关联性

8.2运动健身上游行业分析

8.2.1运动健身产品成本构成

8.2.2 2017-2021年上游行业发展现状

8.3运动健身下游行业分析

8.3.1运动健身下游行业分布

8.3.2 2017-2021年下游行业发展现状

8.3.3 2022-2027年下游行业发展趋势

8.3.4下游需求对运动健身行业的影响

第9章 运动健身重点企业发展分析

9.1一兆韦德健身管理有限公司

9.1.1企业概况

9.1.2企业经营状况

9.1.3企业盈利能力

9.1.4企业市场战略

9.2威康健身管理咨询(上海)有限公司

9.2.1企业概况

9.2.2企业经营状况

9.2.3企业盈利能力

9.2.4企业市场战略

9.3北京中体倍力健身俱乐部有限公司

9.3.1企业概况

9.3.2企业经营状况

9.3.3企业盈利能力

9.3.4企业市场战略

9.4青岛英派斯健康科技股份有限公司

9.4.1企业概况

9.4.2企业经营状况

9.4.3企业盈利能力

9.4.4企业市场战略

9.5 深圳市古德菲力投资管理有限公司

9.5.1 企业概况

9.5.2 企业经营状况

9.5.3 企业盈利能力

9.5.4 企业市场战略

9.6 深圳市中航健康时尚集团股份有限公司

9.6.1 企业概况

9.6.2 企业经营状况

9.6.3 企业盈利能力

9.6.4 企业市场战略

9.7 上海舒适堡健身美容中心有限公司

9.7.1 企业概况

9.7.2 企业经营状况

9.7.3 企业盈利能力

9.7.4 企业市场战略

9.8 杭州乐刻网络技术有限公司

9.8.1 企业概况

9.8.2 企业经营状况

9.8.3 企业盈利能力

9.8.4 企业市场战略

9.9 北京中体联合数据科技有限公司

9.9.1 企业概况

9.9.2 企业经营状况

9.9.3 企业盈利能力

9.9.4 企业市场战略

9.10 深圳市超级猩猩健身管理有限公司

9.10.1 企业概况

9.10.2 企业经营状况

9.10.3 企业盈利能力

9.10.4 企业市场战略

第10章 运动健身行业投资与趋势预测分析

10.1 2021年运动健身行业投资情况分析

10.1.1 2021年总体投资结构

10.1.2 2021年投资规模情况

10.1.3 2021年投资增速情况

- 10.1.4 2021年分行业投资分析
- 10.2运动健身行业投资机会分析
 - 10.2.1运动健身投资项目分析
 - 10.2.2 2021年运动健身投资新方向
- 10.3 2022-2027年运动健身行业投资建议
- 11.3.1 2021年运动健身行业投资前景研究
- 11.3.2 2022-2027年运动健身行业投资前景研究
- 第11章 运动健身行业发展预测分析
 - 11.1 2022-2027年中国运动健身市场预测分析
 - 11.1.1 2022-2027年我国运动健身发展规模预测
 - 11.1.2 2022-2027年运动健身产品价格预测分析
 - 11.2 2022-2027年中国运动健身行业供需预测
 - 11.2.1 2022-2027年中国运动健身供给预测
 - 11.2.2 2022-2027年中国运动健身需求预测
 - 11.3 2022-2027年中国运动健身市场趋势分析
- 第12章 运动健身企业管理策略建议
 - 12.1提高运动健身企业竞争力的策略
 - 12.1.1提高中国运动健身企业核心竞争力的对策
 - 12.1.2运动健身企业提升竞争力的主要方向(HJ LZZX)
 - 12.1.3影响运动健身企业核心竞争力的因素及提升途径
 - 12.1.4提高运动健身企业竞争力的策略
 - 12.2对我国运动健身品牌的战略思考
 - 12.2.1运动健身实施品牌战略的意义
 - 12.2.2运动健身企业品牌的现状分析
 - 12.2.3我国运动健身企业的品牌战略
 - 12.2.4运动健身品牌战略管理的策略

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/other/818972.html>