

2022-2028年中国健身连锁产业竞争现状及投资策略 略研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国健身连锁产业竞争现状及投资策略研究报告》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/202104/947431.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

智研咨询发布的《2022-2028年中国健身连锁产业竞争现状及投资策略研究报告》共十二章。首先介绍了健身连锁行业市场发展环境、健身连锁整体运行态势等，接着分析了健身连锁行业市场运行的现状，然后介绍了健身连锁市场竞争格局。随后，报告对健身连锁做了重点企业经营状况分析，最后分析了健身连锁行业发展趋势与投资预测。您若想对健身连锁产业有个系统的了解或者想投资健身连锁行业，本报告是您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。

报告目录：

第一章 研究概述

第一节 研究背景

- 一、 连锁成为风投关注的重点领域
- 二、 健身服务行业需要突破发展瓶颈
- 三、 中国消费升级趋势明显，健康概念深受关注
- 四、 中国健身服务市场蓬勃发展

第二节 研究内容

- 一、 研究对象分布
- 二、 研究区域分布
- 三、 研究内容及要点

第三节 研究方法

- 一、 数据说明
- 二、 方法特征
- 三、 应用指标
- 四、 应用原理

第四节 研究结论

- 一、 市场定位
- 二、 商业模式
- 三、 发展瓶颈
- 四、 营销整合
- 五、 消费特征
- 六、 市场热点
- 七、 企业动态

八、 风投融资

九、 机会风险

第二章 健身连锁定位及特征

第一节 健身连锁定位

一、 健身行业的定义

二、 中国健身服务行业发展历程

三、 健身服务经营模式

四、 目标市场定位

五、 服务档次定位

第二节 健身连锁行业特征

一、 行业发展历程

二、 行业规模经济特性

三、 行业经营模式特性

四、 行业壁垒特性

第三节 健身连锁经营模式

一、 直营

二、 加盟

三、 会所+培训+连锁

四、 会员付费模式的改造

第三章 全球健身连锁行业现状及发展趋势研究

第一节 美国健身连锁行业市场现状及发展趋势

第二节 俄罗斯健身连锁行业市场现状及发展趋势

第三节 英国健身连锁行业市场现状及发展趋势

第四章 中国健身连锁内外部发展环境研究

第一节 中国健身连锁政策环境研究

第二节 中国健身连锁经济环境研究

第三节 中国健身连锁社会环境研究

第四节 中国健身连锁行业产业环境研究

第五章 中国健身连锁市场现状及发展趋势研究

第一节 中国健身连锁市场发展特征研究

一、 健身连锁处于初级发展阶段

二、 消费陷阱及维权困难造成行业公信力下降

三、 健身连锁行业恶性竞争

四、 健身教练的缺乏造成服务质量下降

五、 两大类的健身服务机构各有特征

第二节 中国健身连锁市场规模现状研究

- 一、2022-2028年中国健身服务市场规模预测
- 二、2022-2028年中国健身连锁市场规模预测
- 三、2022-2028年中国健身器材市场规模预测

第三节 中国健身连锁的五大成功因素

- 一、连锁化的规模优势
- 二、准确的市场定位
- 三、良好的内部运营管理系统
- 四、便利的地段
- 五、优质的体验消费模式
- 六、精准的服务营销策略

第四节 中国健身连锁市场竞争格局研究

- 一、国际健身连锁引领中国健身连锁行业的发展
- 二、2017-2021年主要健身连锁企业数量及门店数量
- 三、商业健身俱乐部的市场定位及经营特征
- 四、全民健身中心的市场定位及经营特征
- 五、民营及外资在健身服务业占据%的份额

第五节 中国健身连锁行业中存在的主要问题

- 一、获得风投资本的难度加大
- 二、行业服务质量缺乏标准
- 三、行业经济效益下降
- 四、成本控制措施不力
- 五、服务项目及硬件设备重复，而软件方面跟不上要求

第六节 中国健身连锁市场发展趋势研究

- 一、对健身连锁市场发展的有利因素分析
- 二、对健身连锁市场发展的不利因素分析
- 三、会员制连锁俱乐部成为健身服务连锁的趋势
- 四、业外资本加快进入健身连锁行业
- 五、健身器材、健身服务、健身媒体呈现连锁式三位一体发展

第六章 中国重点城市健身连锁市场与竞争研究

- 第一节 北京
- 第二节 上海
- 第三节 南京
- 第四节 广州
- 第五节 深圳

第六节 重点城市市场对比分析

- 一、市场发展阶段对比
- 二、市场规模对比
- 三、市场消费特性对比
- 四、市场消费环境对比

第七章 中国健身行业投融资与并购分析

第一节 中国健身行业投融资与并购动因

- 一、运营模式再造
- 二、引入国际管理理念
- 三、获取充足的扩张资金
- 四、区域性扩张
- 五、外资抢占市场

第二节 中国健身行业投融资与并购案例

第八章 中国健身连锁行业国际主体企业竞争力分析

第一节 美国宝力豪健身国际连锁

- 一、公司简介
- 二、营业规模
- 三、经营模式及定位
- 四、市场运作4P分析
- 五、连锁品牌化运作
- 六、发展战略

第二节 英派斯集团

- 一、公司简介
- 二、营业规模
- 三、经营模式及定位
- 四、市场运作4P分析
- 五、连锁品牌化运作
- 六、发展战略

第三节 美国金仕堡

- 一、公司简介
- 二、营业规模
- 三、经营模式及定位
- 四、市场运作4P分析
- 五、连锁品牌化运作
- 六、发展战略

第四节 Slim and Tone

- 一、 公司简介
- 二、 营业规模
- 三、 经营模式及定位
- 四、 市场运作4P分析
- 五、 连锁品牌化运作
- 六、 发展战略

第五节 金吉姆

- 一、 公司简介
- 二、 营业规模
- 三、 经营模式及定位
- 四、 市场运作4P分析
- 五、 连锁品牌化运作
- 六、 发展战略

第六节 美国24小时健身集团

- 一、 公司简介
- 二、 营业规模
- 三、 经营模式及定位
- 四、 市场运作4P分析
- 五、 连锁品牌化运作
- 六、 发展战略

第九章 中国健身连锁行业国内主体企业竞争力分析

第一节 中体倍力

- 一、 公司简介
- 二、 营业规模
- 三、 经营模式及定位
- 四、 市场运作4P分析
- 五、 连锁品牌化运作
- 六、 发展战略

第二节 浩沙健与美健身俱乐部

- 一、 公司简介
- 二、 营业规模
- 三、 经营模式及定位
- 四、 市场运作4P分析
- 五、 连锁品牌化运作

六、发展战略

第三节 北京动岚健身

- 一、公司简介
- 二、营业规模
- 三、经营模式及定位
- 四、市场运作4P分析
- 五、连锁品牌化运作
- 六、发展战略

第四节 星之健健身俱乐部

- 一、公司简介
- 二、营业规模
- 三、经营模式及定位
- 四、市场运作4P分析
- 五、连锁品牌化运作
- 六、发展战略

第五节 祥魁(连锁)健身俱乐部

- 一、公司简介
- 二、营业规模
- 三、经营模式及定位
- 四、市场运作4P分析
- 五、连锁品牌化运作
- 六、发展战略

第十章 中国健身连锁市场消费者需求特征及趋势分析

第一节 中国健身连锁市场消费者需求变量分析

- 一、人口统计变量分析
- 二、地理变量分析
- 三、心理变量分析
- 四、行为变量分析

第二节 中国健身连锁市场消费者需求特征分析

- 一、消费产品偏好
- 二、消费品牌偏好
- 三、消费渠道偏好
- 四、消费环境偏好
- 五、消费影响因素

第十一章 中国健身连锁行业投资机会与风险分析

第一节 中国健身连锁行业投资优劣势研究

- 一、 中国健身连锁行业投资优势
- 二、 中国健身连锁行业投资劣势
- 三、 中国健身连锁行业投资机会
- 四、 中国健身连锁行业投资风险

第二节 中国健身连锁行业投资风险分析

- 一、 资金财务风险
- 二、 选址风险
- 三、 市场定位风险
- 四、 管理风险
- 五、 市场风险

第十二章 中国健身连锁行业投融资战略决策建议

第一节 中国健身连锁行业战略研究成果

第二节 中国健身连锁行业投融资战略建议（ZY KT）

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202104/947431.html>