

2008-2009年中国健身市场 分析及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2008-2009年中国健身市场分析及投资前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200810/5971.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

第一章 2007-2008年中国健身市场运行环境分析

一、2007-2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2007年中国宏观经济运行情况
- (二) 2008年经济增长趋势预测
- (三) 2008年5月PPI涨幅8.2%

二、2007-2008年健身市场政策环境分析

- (一) 国家政策
- (二) 相关产业政策
- (三) 其他政策

三、2007-2008年健身市场社会环境分析

- (一) 后奥运时代的到来
- (二) 全民健康意识的增强
- (三) 居民收入水平的提高

第二章 健身的相关概念

一、健身的定义

二、健身的目的

- (一) 减肥
- (二) 美容美体
- (三) 强壮身体
- (四) 矫正身姿
- (五) 缓解工作压力
- (六) 其他

三、健身项目

- (一) 健美操
- (二) 瑜伽
- (三) 舞蹈
- (四) 跆拳道
- (五) 时速单车
- (六) 太极
- (七) 其他

第三章 健身市场的形成及相关概念综述

一、健身市场形成的原因

二、健身市场体系组成部分

(一) 健身教练培训机构

(二) 健身器材及服饰

(三) 健身场所

(四) 健身教练

(五) 健身人员

三、健身市场发展阶段

(一) 力量型健身阶段

(二) 有氧健身

(三) 时尚健身

第四章 2007-2008年国外健身市场发展现状分析

一、2007-2008年国外健身市场发展概述

(一) 国外健身市场现状分析

(二) 国外健身设施情况分析

(三) 国外健身主要项目价格走势分析

二、2007-2008年主要国家健身市场运行情况分析

(一) 美国

(二) 德国

(三) 意大利

(四) 英国

(五) 法国

三、2009-2012年国外健身市场运行趋势分析

第五章 2007-2008年中国健身市场发展现状分析

一、2007-2008年中国健身市场特征

(一) 中国的健身业还处在起步阶段

(二) 经营者对消费市场的研究也在摸索之中

(三) 高档健身业表现出亲近平民的倾向

(四) 健身市场在经历一个剧烈的洗牌过程

二、2007-2008年中国健身市场的需求分析

- (一) 大众多样化的健身需求已呈现与日俱增态势
- (二) 便利性引导了消费者的消费行为

三、2007-2008年中国健身市场供需平衡分析

第六章 2007-2008年中国商业健身俱乐部市场发展动态分析

一、2007-2008年中国商业健身俱乐部特征

- (一) 会员的促销模式
- (二) 健身行业的私人教练须持有证书上岗
- (三) 竞争激烈

二、2007-2008年中国商业健身俱乐部市场运行情况

- (一) 各大城市的健身俱乐部运行情况
- (二) 不同规模健身俱乐部的盈利现状

三、2007-2008年商业健身俱乐部竞争格局分析

- (一) 价格大战
- (二) “圈地”运动
- (三) 竞争模式单一
- (四) 并购现象

四、2007-2008年中国健身俱乐部发展的制约因素

- (一) 定位不准
- (二) 服务不规范
- (三) 师资短缺
- (四) 健身教练水平普遍较低
- (五) 同质化现象严重
- (六) 没有明确的企业经营理念
- (七) 缺乏核心竞争力

五、2009-2012年中国健身俱乐部发展趋势

第七章 2007-2008年中国商业俱乐部热点健身项目分析

一、热点项目特征

二、瑜伽

- (一) 流水瑜珈

(二) 古典瑜珈

(三) 高温瑜珈

(四) 混和瑜珈

三、拉丁舞

(一) 恰恰

(二) 伦巴

(三) 桑巴

(四) 斗牛

(五) 牛仔舞

四、动感单车

(一) 易学

(二) 减脂效果好

五、水上健身

(一) 水中瑜珈

(二) 水中器械

(三) 水中有氧操

第八章 中国重点健身俱乐部竞争力分析

一、中体倍力

(一) 中体倍力概述

(二) 中体倍力战略分析

二、英派斯

(一) 英派斯概述

(二) 英派斯战略分析

三、浩泰健身

(一) 浩泰概述

(二) 浩泰战略分析

四、青鸟

(一) 青鸟概述

(二) 青鸟战略分析

第九章 2007-2008年中国健身器材市场发展现状分析

- 一、2007-2008年中国健身器材的市场特征分析
 - (一) 欧美健身器械PK国产品牌
 - (二) “二八法则”在健身市场尤其适用
 - (三) 国内健身器材以民营企业为主
 - (四) 以福建、山东等为中心的生产加工基地
- 二、2007-2008年中国健身器材的需求情况分析分析
 - (一) 国产中低档器材受中国消费者青睐
 - (二) 体积小、价格适中的健身器材需求量多
- 三、2007-2008年中国健身器材的竞争情况
 - (一) 品牌竞争
 - (二) 价格竞争
 - (三) 产品竞争
- 四、2009-2012年中国健身器材的发展趋势分析

第十章 2007-2008年国内外健身器材知名品牌介绍

- 一、国外健身器材知名品牌
 - (一) 力健
 - (二) 泰诺健
 - (三) 星驰
 - (四) 必确
 - (五) 诺德士
 - (六) 乔山
 - (七) 时保雅
- 二、国内健身器材知名品牌
 - (一) 英派斯
 - (二) 万年青
 - (三) 澳瑞特
 - (四) 英吉多
 - (五) 汇康
 - (六) 来跑

第十一章 2007-2008年中国健身教练培训机构分析

一、2007-2008年中国健身教练培训机构特征分析

- (一) 培训机构繁多
- (二) 以前“证”出多门的现象普遍
- (三) 逐步规范化

二、2007-2008年中国健身教练培训机构分布情况

- (一) 北京健身教练培训机构数量及分布
- (二) 上海健身教练培训机构数量及分布
- (三) 广州健身教练培训机构数量及分布

三、2007-2008年中国健身教练培训机构重点分析

- (一) 中国健美协会冰凌培训基地
- (二) 北京精诚育人科技有限公司
- (三) 帕菲克专业教练培训基地
- (四) 亚澳国际高级教练学院
- (五) 伊特斯国际健身培训学院
- (六) 其他

四、2009-2012年中国健身教练培训机构发展趋势

第十二章 2007-2008年中国健身市场消费者调查分析

- 一、中国健身俱乐部会员属性分析
- 二、中国健身器材消费者分析
- 三、中国健身培训机构学员分析

第十三章 2009-2012年中国健身市场投资机会及风险分析

- 一、2009-2012年中国健身市场投资环境分析
- 二、2009-2012年中国健身市场投资机会分析
 - (一) 全民健康意识
 - (二) 后奥运时代的到来
 - (三) 税收政策支持
 - (四) 居民消费观念的转变
- 三、2009-2012年中国健身市场投资风险分析
- 四、2009-2012年中国健身市场投资建议
 - 一、找准市场定位

- 二、以消费者为中心
- 三、谨防盲目的跟进
- 四、稳步扩大市场投资

图表目录（部分）：

图表：1995年-2007年全国粮食总产量分析

图表：1995年-2007年全国工业增加值分析

图表：1995年-2007年全国固定资产投资分析

图表：1995年-2007年社会消费品零售总额分析

图表：2007年1-12月CPI指数图

图表：2007年1-12月CPI指数表

图表：1995年-2007年进出口总额

图表：1995年-2007年农民人均纯收入

图表：1995年-2007年城镇居民人均可支配收入

图表：2007年1月-2008年5月CPI及PPI走势图

图表：略……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200810/5971.html>