

# 2020-2026年中国健身俱乐部市场深度评估与行业竞争对手分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国健身俱乐部市场深度评估与行业竞争对手分析报告》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/202006/169124.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

健身俱乐部数量是健身行业发展状况的重要指标，我国健身俱乐部数量自出现以来一直保持较高的增长，从2010年3245家增至2017年的5000余家。虽然在2011-2013年间，由于健身市场竞争加剧导致行业出现关门潮，健身俱乐部数量增长速度放缓甚至为负。但是，随着近年来健身人口的快速增长和专业化指导需求加剧，新一轮的健身风潮带动行业出现复苏迹象，健身俱乐部数量也随之迅速增长。预计到2019年我国健身俱乐部数量将达到5861家。

2017年健身会员数量增至近900万人，同比增长14.97%。会员平均年龄在在30.7岁左右，健身会员的平均年龄基本没有变化，但健身会员的年龄结构出现较大的变化：25-29岁，36-40岁年龄段的用户有较大增长，健身会员的整体年龄分布更加分散。预测到2019年全国健身俱乐部会员人数有望进一步突破1000万人。

### 报告目录 第1章：国际健身俱乐部行业发展状况分析

#### 1.1 国际健身俱乐部行业发展环境分析

##### 1.1.1 全球人口健康状况分析

- (1) 人类预期寿命
- (2) 死亡原因及疾病死亡率
- (3) 人口亚健康

##### 1.1.2 国际宏观经济环境分析

- (1) 国际宏观经济发展现状
- (2) 国际宏观经济发展预测
- (3) 国际宏观经济发展对行业的影响分析

#### 1.2 国际健身俱乐部行业发展现状分析

##### 1.2.1 国际健身俱乐部行业发展概况

##### 1.2.2 发达国家健身俱乐部行业的经济效益分析

##### 1.2.3 国际健身俱乐部行业的发展趋势分析

#### 1.3 发达国家/地区健身俱乐部行业发展状况及经验借鉴

##### 1.3.1 美国健身行业发展分析

- (1) 美国健身行业发展概况
- (2) 美国健身俱乐部发展情况分析
- (3) 美国健身行业发展趋势

##### 1.3.2 欧洲健身行业发展分析

- (1) 欧洲健身行业发展概况

(2) 欧洲健身俱乐部发展情况分析

(3) 欧洲健身行业发展趋势

### 1.3.3 日本健身行业发展分析

(1) 日本健身行业发展概况

(2) 日本健身俱乐部发展情况分析

(3) 日本健身行业发展趋势

### 1.3.4 台湾地区健身行业发展分析

(1) 台湾健身行业发展概况

(2) 台湾健身俱乐部发展情况分析

(3) 台湾健身行业发展趋势

### 1.3.5 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2章：中国健身俱乐部行业发展状况分析

### 2.1 中国健身俱乐部行业发展概况

#### 2.1.1 中国健身行业发展历程

#### 2.1.2 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

#### 2.1.3 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

### 2.2 中国健身俱乐部运营分析

#### 2.2.1 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

#### 2.2.2 中国健身俱乐部经营项目分析

(1) 传统健身服务项目

(2) 特殊健身服务项目

(3) 时尚休闲、娱乐服务项目

### 2.2.3 中国健身俱乐部运营存在的问题

(1) 市场定位问题

(2) 安全意识问题

(3) 有效管理问题

(4) 会员流失问题

(5) 经营发展问题 第3章：中国健身俱乐部细分市场需求调研分析

## 3.1 按性别区分的健身市场分析

### 3.1.1 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

### 3.1.2 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

## 3.2 按年龄段区分的健身市场分析

### 3.2.1 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

### 3.2.2 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

### 3.2.3 35-50周岁年龄段人群健身市场调研分析

(1) 35-50周岁年龄段人群健身需求特征分析

(2) 35-50周岁年龄段人群健身项目的选择

### 3.2.4 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

## 3.3 按健身目标区分的健身休闲市场分析

### 3.3.1 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

### 3.3.2 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

### 3.3.3 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

### 3.3.4 其他需求

## 第4章：中国重点城市健身俱乐部市场调研分析

### 4.1 北京市健身俱乐部市场调研分析

#### 4.1.1 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

#### 4.1.2 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

#### 4.1.3 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
- (3) 北京市健身俱乐部运营的SWOT分析

#### 4.1.4 北京市健身俱乐部存在的问题与建议

- (1) 北京市健身俱乐部存在的问题
- (2) 北京市健身俱乐部发展的对策与建议

### 4.2 上海市健身俱乐部市场调研分析

#### 4.2.1 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

#### 4.2.2 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

#### 4.2.3 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
- (4) 上海市健身俱乐部运营的SWOT分析

#### 4.2.4 上海市健身俱乐部存在的问题与建议

- (1) 上海市健身俱乐部存在的问题
- (2) 上海市健身俱乐部发展的对策与建议

#### 4.3 天津市健身俱乐部市场调研分析

##### 4.3.1 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

##### 4.3.2 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

##### 4.3.3 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
- (3) 天津市健身俱乐部运营的SWOT分析

##### 4.3.4 天津市健身俱乐部存在的问题与建议

- (1) 天津市健身俱乐部存在的问题
- (2) 天津市健身俱乐部发展的对策与建议

#### 4.4 深圳市健身俱乐部市场调研分析

##### 4.4.1 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

#### 4.4.2 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

#### 4.4.3 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

(3) 深圳市健身俱乐部运营的SWOT分析

#### 4.4.4 深圳市健身俱乐部存在的问题与建议

(1) 深圳市健身俱乐部存在的问题

(2) 深圳市健身俱乐部发展的对策与建议

#### 4.5 重庆市健身俱乐部市场调研分析

##### 4.5.1 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

##### 4.5.2 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

##### 4.5.3 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

(3) 重庆市健身俱乐部运营的SWOT分析

##### 4.5.4 重庆市健身俱乐部存在的问题与建议

(1) 重庆市健身俱乐部存在的问题

(2) 重庆市健身俱乐部发展的对策与建议

#### 4.6 杭州市健身俱乐部市场调研分析

##### 4.6.1 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

#### 4.6.2 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

#### 4.6.3 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
- (3) 杭州市健身俱乐部运营的SWOT 分析

#### 4.6.4 杭州市健身俱乐部存在的问题与建议

- (1) 杭州市健身俱乐部存在的问题
- (2) 杭州市健身俱乐部发展的对策与建议

### 4.7 武汉市健身俱乐部市场调研分析

#### 4.7.1 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

#### 4.7.2 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

#### 4.7.3 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
- (3) 武汉市健身俱乐部运营的SWOT分析

#### 4.7.4 武汉市健身俱乐部存在的问题与建议

- (1) 武汉市健身俱乐部存在的问题
- (2) 武汉市健身俱乐部发展的对策与建议

### 4.8 长沙市健身俱乐部市场调研分析

#### 4.8.1 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

#### 4.8.2 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

#### 4.8.3 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
- (3) 长沙市健身俱乐部运营的SWOT分析

#### 4.8.4 长沙市健身俱乐部存在的问题与建议

- (1) 长沙市健身俱乐部存在的问题
- (2) 长沙市健身俱乐部发展的对策与建议

#### 4.9 成都市健身俱乐部市场调研分析

##### 4.9.1 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

##### 4.9.2 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

##### 4.9.3 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

(3) 成都市健身俱乐部运营的SWOT分析

#### 4.9.4 成都市健身俱乐部存在的问题与建议

(1) 成都市健身俱乐部存在的问题

(2) 成都市健身俱乐部发展的对策与建议

#### 4.10 西安市健身俱乐部市场调研分析

##### 4.10.1 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

##### 4.10.2 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

##### 4.10.3 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

(3) 西安市健身俱乐部运营的SWOT分析

##### 4.10.4 西安市健身俱乐部存在的问题与建议

(1) 西安市健身俱乐部存在的问题

(2) 西安市健身俱乐部发展的对策与建议

#### 第5章：中国领先健身俱乐部经营案例分析

##### 5.1 中国健身俱乐部总体状况分析

###### 5.1.1 企业规模分析

###### 5.1.2 企业类型分析

###### 5.1.3 企业性质分析

##### 5.2 领先健身俱乐部经营状况分析

###### 5.2.1 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

#### 5.2.2 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
  - 1) 公司营收情况分析
  - 2) 公司盈利能力分析
  - 3) 运营能力能力分析
  - 4) 公司偿债能力分析
  - 5) 公司发展能力分析

- (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
- (7) 企业最新发展动态

#### 5.2.3 北京青鸟健身有限公司

- (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

#### 5.2.4 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

#### 5.2.5 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
- (7) 企业最新发展动态

#### 5.2.6 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

#### 5.2.7 浩沙国际健身管理有限公司

- (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

#### 5.2.8 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
- (7) 企业最新发展动态

#### 5.2.9 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

#### 5.2.10 北京奥迈体育文化发展有限责任公司

- (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

#### 5.2.11 新金仕堡体育发展（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

#### 5.2.12 上海斯巴顿体育俱乐部有限公司

- (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
- (7) 企业最新发展动态

#### 5.2.13 北京奇迹之光体育发展有限公司

- (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

#### 5.2.14 北京宝迪沃体育文化发展有限责任公司

(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

#### 5.2.15 天津东方宝力豪体育健身有限公司

(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

#### 5.2.16 浙江舒适堡健身美容有限公司

(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

(7) 企业最新发展动态

#### 5.2.17 山东银座健身发展有限公司

(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

(7) 企业最新发展动态

#### 5.2.18 广州市力美健投资管理有限公司

- (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
- (7) 企业最新发展动态

#### 5.2.19 亚洲运动及体适能专业学院有限公司

- (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

#### 5.2.20 上海体适能体育管理有限公司

- (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

### 第6章：“互联网+”时代健身俱乐部行业发展前景与投资潜力

#### 6.1 智能设备对健身行业的影响

##### 6.1.1 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

##### 6.1.2 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

##### 6.1.3 智能设备对健身行业的影响分析

- (1) 智能设备对健身行业的影响
- (2) 健身智能设备的发展趋势分析
- 6.2 互联网+健身发展模式分析
  - 6.2.1 互联网+健身商业模式解析
    - (1) 健身O2O模式分析
    - (2) 智能联网模式
  - 6.2.2 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
  - 6.2.3 互联网背景下健身俱乐部行业发展趋势分析
- 6.3 中国健身俱乐部行业发展前景预测
  - 6.3.1 健身休闲市场规模预测
    - (1) 全球体育产业产值情况分析
    - (2) 我国体育产业产值情况分析
    - (3) 我国体育产业产值预测
    - (4) 我国健身休闲产值情况分析
  - 6.3.2 健身俱乐部规模预测
    - (1) 全球健身俱乐部区域分布格局
    - (2) 我国健身俱乐部规模及预测
    - (3) 健身俱乐部行业的社会现实需求分析
- 6.4 中国健身俱乐部行业投资潜力分析
  - 6.4.1 行业投资机会分析
  - 6.4.2 行业投资建议

#### 图表目录

图表1：2020-2026年全球人口预期寿命情况

图表2：近年全球死亡原因排名以及相应的死亡人数（单位：人）

图表3：2019年全球主要经济体经济预测情况（单位：%）

图表4：2016-2019年全球健身俱乐部数量情况（单位：万家）

图表5：2016-2019年全球健身俱乐部收入情况（单位：亿美元）

图表6：2016-2019年美国健身俱乐部数量情况（单位：家）

图表7：2016-2019年美国健身俱乐部会员人数情况（单位：百万人）

图表8：2019年欧洲会员总数前20的健身俱乐部（单位：人）

图表9：2019年欧洲20强健身俱乐部发源地统计（单位：家）

图表10：2016-2019年欧洲健身俱乐部收购与合并事件统计（单位：件）

图表11：2019年前20的欧洲健身俱乐部的销售额增长幅度（单位：%）

图表12：2019年日本健身俱乐部行业整体状态

图表13：2019年日本6家健身俱乐部营业额统计与排名（单位：亿日元；%）

图表14：台湾健身俱乐部发展形态

图表15：2016-2019年中国训练健身器材制造行业企业数量趋势图（单位：家）

图表16：2016-2019年中国训练健身器材制造行业资产规模变化趋势图（单位：亿元，%）

图表17：2016-2019年中国训练健身器材制造行业总产值趋势图（单位：万元）

图表18：2016-2019年中国训练健身器材制造行业销售收入趋势图（单位：亿元，%）

图表19：2016-2019年中国训练健身器材制造行业产销率变化趋势图（单位：%）

图表20：2016-2019年健身产业产值情况（单位：亿元）

图表21：2016-2019年中国健身俱乐部数量增长情况（单位：家）

图表22：2016-2019年我国经常参加体育锻炼的人数（单位：万人）

图表23：部分连锁健身俱乐部不同连锁经营形式的比重（单位：%）

图表24：健身俱乐部经营服务项目对比

图表25：全国健身俱乐部中男性健身消费者比重（单位：%）

图表26：男性健身者需求统计图（单位：%）

图表27：男性健身者项目选择统计图（单位：%）

图表28：全国健身俱乐部中女性健身消费者比重（单位：%）

图表29：女性健身者参加健身动机统计图（单位：%）

图表30：女性健身者项目选择统计图（单位：%）

图表31：国内外健身房提供的减肥方法

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202006/169124.html>