

2022-2028年中国健身俱乐部行业分析与市场前景预测报告

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

《2022-2028年中国健身俱乐部行业分析与市场前景预测报告》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/202201/262112.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

健身俱乐部产业的发展兴起于西方国家，其中美国健身俱乐部市场最为成熟。根据IHRSA、IBISWorld等国外知名机构的统计数据，2018年全球有超过21万家健身俱乐部，为1.83亿客户提供健身服务。与2008年相比，过去10年健身房客户的人数增加37.1%。同时，健身行业创收940亿美元，相比2017年增长8%，这一数据在过去的几年持续上升。2016-2018年全球健身俱乐部及会员数情况

中企顾问网发布的《2022-2028年中国健身俱乐部行业分析与市场前景预测报告》共九章。首先介绍了中国健身俱乐部行业市场发展环境、健身俱乐部整体运行态势等，接着分析了中国健身俱乐部行业市场运行的现状，然后介绍了健身俱乐部市场竞争格局。随后，报告对健身俱乐部做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国健身俱乐部行业发展趋势与投资预测。您若想对健身俱乐部产业有个系统的了解或者想投资中国健身俱乐部行业，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家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：健身俱乐部行业发展综述1.1健身俱乐部行业相关概述1.1.1行业定义与研究范围界定1.1.2健身俱乐部的分类1.1.3健身俱乐部行业的特点分析1.2健身俱乐部行业发展环境分析1.2.1行业政策环境分析1.2.2行业经济环境分析1.2.3行业社会环境分析 第2章：全民健身背景下健身俱乐部的发展机会分析2.1全民健身政策及其实施情况2.1.1全民健身相关政策解读（1）《全民健身条例》（2）《全民健身计划》（3）《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》（4）各地区全民健身政策情况2.1.2全民健身计划实施成果解读（1）全国实施情况（2）地区实施情况2.2健身俱乐部在全民健身服务体系中的地位及作用分析2.2.1全民健身服务体系的内涵与特征（1）全民健身服务体系内涵（2）全民健身服务体系特征2.2.2全民健身服务体系的构成（1）全民健身服务供给体系（2）全民健身服务产品体系（3）全民健身服务资源配置体系（4）全民健身服务对象体系2.2.3健身俱乐部与全民健身服务体系的关系分析（1）健身俱乐部的社会职能（2）健身俱乐部在全民健身服务体系中的地位（3）健身俱乐部在全民健身服务体系中的作用2.3全民健身背景下健身俱乐部发展的SWOT分析2.3.1全民健身国家战略对体育产业的影响分析（1）对体育市场资源配置的影响（2）对体育产业市场格局的影响（3）对体育产业发展方式的影响2.3.2全民健身国家战略背景下健身俱乐部发展的SWOT分析（1）健身俱乐部发展的优势分析（2）健身俱乐部发展的劣势分析（3）健身俱乐部发展的机遇分析（4）健身俱乐部发展面临的挑战 第3章：国际健身俱乐部行业发展分析3.1国际健身俱乐部行业发展环境分析3.1.1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3.1.2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3.2国际健身俱乐部所属行业发展现状分析3.2.1国际健身俱乐部行业发展概况3.2.2发达国家健身俱乐部所属行业的经济效益分析健身俱乐部产业的发展兴起于西方国家,其中美国健身俱乐部市场最为成熟。2018年全球健身俱乐部收入前三大国家分别是美国、德国、英国,销售收入分别为323亿美元、63亿美元、62亿美元。2018全球主要国家健身俱乐部收入分析(亿美元)3.2.3国际健身俱乐部所属行业的发展趋势分析3.3发达国家及地区健身俱乐部所属行业发展状况及经验借鉴3.3.1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3.3.2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3.3.3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3.3.4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3.3.5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4章:2019年中国健身俱乐部所属行业发展现状分析4.1中国健身俱乐部行业发展概况4.1.1中国健身行业发展历程4.1.2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4.1.3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4.2中国健身俱乐部运营分析4.2.1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4.2.2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4.2.3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5章:互联网对健身俱乐部的影响分析5.1智能设备对健身行业的影响5.1.1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5.1.2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5.1.3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5.2互联网+健身发展模式分析5.2.1互联网+健身商业模式解析(1)健身O2O模式分析1)运行方式2)盈利模式(2)智能联网模式1)运行方式2)盈利模式5.2.2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5.2.3互联网背景下健身俱乐部行业发展趋势分析 第6章:中国健身俱乐部细分市场需求调研分析6.1按性别区分的健身市场分析6.1.1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6.1.2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6.2按年龄段区分的健身市场分析6.2.118-25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6.2.226-35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6.2.335-50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6.2.450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6.3按健身目标区分的健身休闲市场分析6.3.1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6.3.2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6.3.3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6.3.4其他需求

第7章：中国重点城市健身俱乐部市场调研分析7.1北京市健身俱乐部市场调研分析7.1.1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7.1.2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7.1.3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7.1.4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7.2上海市健身俱乐部市场调研分析7.2.1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7.2.2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7.2.3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)服务的差异化定位(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7.2.4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7.3天津市健身俱乐部市场调研分析7.3.1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7.3.2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7.3.3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7.3.4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7.4深圳市健身俱乐部市场调研分析7.4.1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

7.4.2 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

7.4.3 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

1）健身指导员性别与年龄结构2）健身指导员文化程度结构与技术证书等级情况3）健身指导员指导项目及指导时间（3）深圳市健身俱乐部运营的SWOT分析

7.4.4 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

7.5 重庆市健身俱乐部市场调研分析

7.5.1 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

7.5.2 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

7.5.3 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

7.5.4 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

7.6 杭州市健身俱乐部市场调研分析

7.6.1 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

7.6.2 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

7.6.3 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

7.6.4 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

7.7 武汉市健身俱乐部市场调研分析

7.7.1 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

7.7.2 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

7.7.3 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

7.7.4 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

7.8 长沙市健身俱乐部市场调研分析

7.8.1 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

7.8.2 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

7.8.3 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7.8.4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7.9成都市健身俱乐部市场调研分析7.9.1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7.9.2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7.9.3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7.9.4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7.10西安市健身俱乐部市场调研分析7.10.1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7.10.2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7.10.3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7.10.4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7.11沈阳市健身俱乐部市场调研分析7.11.1沈阳市健身行业需求分析(1)沈阳市人口结构分析(2)沈阳市居民收入消费水平分析(3)沈阳市公众体育健身设施建设情况(4)沈阳市居民健身需求调研分析7.11.2沈阳市健身俱乐部发展情况(1)沈阳市健身俱乐部发展规模(2)沈阳市健身俱乐部分布情况(3)沈阳市健身俱乐部特点分析7.11.3沈阳市健身俱乐部运营分析(1)沈阳市健身俱乐部健身消费者分析(2)沈阳市健身俱乐部的从业人员分析(3)沈阳市健身俱乐部运营的SWOT分析7.11.4沈阳市健身俱乐部存在的问题与建议(1)目前沈阳市健身俱乐部价值链管理中存在的几个误区(2)沈阳市健身俱乐部发展的对策与建议7.12济南市健身俱乐部市场调研分析7.12.1济南市健身行业需求分析(1)济南市人口结构分析(2)济南市居民收入消费水平分析(3)济南市公众体育健身实施情况(4)济南市居民健身需求调研分析7.12.2济南市健身俱乐部发展情况(1)济南市健身俱乐部发展规模(2)济南市健身俱乐部分布情况(3)济南市健身俱乐部的运营项目(4)济南市健身俱乐部投资状况(5)济南市健身俱乐部硬件设施(6)济南市健身俱乐部的营销手段(7)济南市健身俱乐部的科研和新产品投入7.12.3济南市健身俱乐部运营分析(1)济南市健身俱乐部健身消费者分析(2)济南市健身俱乐部的从业人员分析(3)济南市健身俱乐部运营的SWOT分析7.12.4济南市健身俱乐部存在的问题与建议(1)济南市健身俱乐部存在的问题(2)济南市健身俱乐部发展的对策与建议7.13南京市健身俱乐部市场调研分析7.13.1南京

市健身行业需求分析(1)南京市人口结构分析(2)南京市居民消费水平分析(3)南京市公众体育健身实施效果(4)南京市居民健身需求调研分析

7.13.2南京市健身俱乐部发展情况(1)南京市健身俱乐部发展规模(2)南京市健身俱乐部投入规模分析(3)南京市健身俱乐部特点分析

7.13.3南京市健身俱乐部运营分析(1)南京市健身俱乐部健身消费者分析(2)南京市健身俱乐部的从业人员分析(3)南京市健身俱乐部运营的SWOT分析

7.13.4南京市健身俱乐部存在的问题与建议(1)南京市健身俱乐部存在的问题(2)南京市健身俱乐部发展的对策与建议

7.14广州市健身俱乐部市场调研分析

7.14.1广州市健身行业需求分析(1)广州市人口结构分析(2)广州市居民消费水平及消费习惯分析(3)广州市公众体育健身实施效果(4)广州市居民健身需求调研分析

7.14.2广州市健身俱乐部发展情况(1)广州市健身俱乐部发展规模(2)广州市健身俱乐部分布情况

7.14.3广州市健身俱乐部运营分析(1)广州市健身俱乐部健身消费者分析(2)广州市健身俱乐部的从业人员分析(3)广州市健身俱乐部运营的SWOT分析

7.14.4广州市健身俱乐部存在的问题与建议(1)广州市健身俱乐部存在的问题(2)广州市健身俱乐部发展的对策与建议

第8章：中国领先健身俱乐部经营分析

8.1中国健身俱乐部总体状况分析

8.1.1企业规模分析

8.1.2企业类型分析

8.1.3企业性质分析

8.2领先健身俱乐部经营状况分析

8.2.1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

8.2.2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(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

8.2.3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

8.2.4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

8.2.5一兆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

8.2.6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

8.2.7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

8.2.8青岛英派斯健康科技有限公司(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

8.2.9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8.2.10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第9章：中国健身俱乐部行业投资与前景预测()9.1中国健身俱乐部行业投资风险分
析9.1.1行业宏观经济风险9.1.2行业政策变动风险9.1.3行业市场竞争风险9.1.4行业其他相关风
险9.2中国健身俱乐部行业投资特性分析9.2.1行业进入壁垒分析9.2.2行业盈利因素分析9.2.3行
业营销模式分析9.3中国健身俱乐部行业投资潜力分析9.3.1行业投资机会分析9.3.2行业投资建
议9.4中国健身俱乐部行业前景预测9.4.1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9.4.2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()图表目录：图表1：健身俱乐部的分类图
表2：健身行业的特点图表3：近年来我国健身俱乐部行业相关政策法规一览表图表4：近年来
我国健身俱乐部行业发展相关规划及解析图表5：2015-2019年中国国内生产总值及其趋势(单
位：万亿元，%)图表6：2019年居民消费价格月度涨跌幅度(单位：万亿元，%)图表7
：2015-2019年中国城镇和农村居民人均可支配收入变动(单位：元，%)图表8：2015-2019年
中国人口数量及增长情况(单位：万人，‰)图表9：第三次婴儿潮人口步入婚育引发
第四次婴儿潮(单位：万人，%)图表10：2015-2019年中国各年龄段人口占总人口比重(单
位：%)图表11：2015-2019年中国人口抚养结构比例(单位：%)图表12：城乡居民体质的基
本特征图表13：2015-2019年中国65岁以上老年人口数量及占比(单位：亿人，%)图表14
：2015-2019年中国城镇和农村居民人均消费支出变动图(单位：元，%)图表15：2015-2019
年社会消费品零售总额(单位：亿元)图表16：2015-2019年我国居民消费率趋势(单位：%
)图表17：我国健身俱乐部市场消费行为特点图表18：《全民健身条例》政策解读图表19：
各系统体育场地数量及面积情况(单位：万个，%，亿平方米)图表20：北京市全民健身计
划实施成果图表21：2015-2019年上海市人均全民健身日常工作经费比较分析(单位：元)图
表22：2019年上海市体育场地类型现状图(单位：个)图表23：2015-2019年上海市民体质达
标率情况(单位：%)图表24：全民健身公共服务体系图表25：我国群众体育组织网络构成
图表26：现有国民体质监测组织网络构成图图表27：体育健身俱乐部社会职能更多图表请见
正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202201/262112.html>