

# 中国健身连锁市场竞争研究分析与投资战略决策建议报告2023-2029年

产品名称	中国健身连锁市场竞争研究分析与投资战略决策建议报告2023-2029年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号中国铁建大厦
联系电话	010-56231698 18766830652

## 产品详情

中国健身连锁市场竞争研究分析与投资战略决策建议报告2023-2029年\*\*\*\*\*

\*\*\*\*\*【报告编号】359416【出版日期】2022年12月【出版机构】

中研华泰研究院【交付方式】EMIL电子版或特快专递【报告价格】纸质版:6500元 电子版:6800元  
纸质版+电子版:7000元【联系人员】

刘亚 免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 章 研究概述节、 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节、 美国健身连锁行业市场现状及发展趋势一、  
2017-2022年美国健身服务业发展环境分析二、 2023-2029年美国健身服务市场规模预测三、  
美国健身市场消费水平分析四、 2023-2029年美国体育健身器材市场现状及发展趋势五、  
美国健身连锁机构拓展中国市场现状六、 美国健身连锁行业竞争格局分析七、  
美国健身连锁行业发展趋势第二节、 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节、  
中国健身连锁政策环境研究一、 政策环境综述二、 政策对体育健身行业政策支持力度低三、  
商业特许经营管理条例四、 消费者维权政策集锦五、  
各级政府陆续出台发展体育建设事业的优惠政策六、 观点：政策环境对健身连锁行业的影响第二节、  
中国健身连锁经济环境研究一、 2022年中国经济整体综述及地区对比二、  
2022年开始中国经济增长速度下行趋势明显三、 2017-2022年中国不同地区的居民收入增长情况四、  
2022年物价普涨，人工和物业租赁价格上涨五、 中国体育健身经济扑面而来六、  
观点：经济环境对健身连锁行业的影响第三节、 中国健身连锁社会环境研究一、  
中国居民健身意识迅速提高，都市人越来越注重形体及健康二、

健身消费由白领人群向其他人群全面覆盖三、 经营成本（人工和物业为主）不断攀升四、  
健身教练人才较为短缺五、 健身消费陷阱层出不穷，危害行业健康发展六、  
观点：社会环境对健身连锁行业的影响第四节、 中国健身连锁行业产业环境研究一、  
健身与连锁的结合受到资本方的关注二、 目前国内外资本市场环境不利于健身连锁企业的融资三、  
2017-2022年中国体育健身器材行业发展现状四、 2022年中国底商市场发展现状及趋势五、  
观点：2022年资本市场环境对健身连锁企业的影响 第五章 中国健身连锁市场现状及发展趋势研究节、  
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、 2023-2029年中国健身服务市场规模预测二、 2023-2029年中国健身连锁市场规模预测三、 202  
3-2029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、  
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、 2017-2022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节、 北京一、  
商业环境地质战略研究二、 2023-2029年北京健身服务市场规模预测三、 北京健身服务机构的种类四、  
北京健身连锁行业竞争格局分析五、 主要健身连锁机构规模对比六、  
典型健身连锁企业竞争优势SWOT分析第二节、 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一、  
好家庭获6000万元的投资1、 投融资主体2、 投融资动因3、 投融资过程4、 投融资经验及启示5、  
点评投融资案例二、 一兆韦德与淡马锡合作三、 蓝驰创投注资活跃传媒1000万美元 第八章  
中国健身连锁行业国际主体企业竞争力分析节、 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、  
浩沙健身与美健身俱乐部一、 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