

中国健身休闲产业发展趋势及十四五规划分析报告2023-2028年

产品名称	中国健身休闲产业发展趋势及十四五规划分析报告2023-2028年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708
联系电话	18766830652 18766830652

产品详情

中国健身休闲产业发展趋势及十四五规划分析报告2023-2028年.....【报告编号】360851【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 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

健身休闲产业基本介绍1.1 健身休闲产业概念及发展意义1.1.1 概念界定1.1.2 发展意义1.2 健身休闲产业的相关分类1.2.1 分类的目的1.2.2 行业的范围1.2.3 分类的原则1.2.4 分类的方法第二章 2020-2022年中国健身休闲产业发展环境PEST分析2.1 政策（Political）环境2.1.1 体育产业重点政策汇总2.1.2 健康中国行动意见2.1.3 全民健身计划解读2.1.4 “十四五”国民健康规划2.1.5 全民健身基本公共服务标准2.2 经济（Economic）环境2.2.1 宏观经济概况2.2.2 对外经济分析2.2.3 固定资产投资2.2.4 宏观经济展望2.3 社会（Social）环境2.3.1 居民收入水平2.3.2 居民消费水平2.3.3 人口规模结构2.3.4 体育与亚健康2.3.5 体育消费状况2.4 技术（Technological）环境2.4.1 移动互联网2.4.2 云计算技术2.4.3 大数据技术2.4.4 物联网技术第三章 中国运动健身人群分析3.1 运动健身人群画像特点3.1.1 运动健身人群性别年龄结构3.1.2 运动健身人群学历层次分布3.1.3 运动健身人群城市等级分布3.2 运动健身人群行为分析3.2.1 运动健身人群应用偏好类型3.2.2 健身人群便捷生活应用偏好3.2.3 健身人群聊天社交应用偏好3.2.4 健身人群办公管理应用偏好3.2.5 健身人群智能设备应用偏好3.3 运动健身人群消费分析3.3.1 运动健身形式与场景变化3.3.2 KOL关注人群网络使用特征3.3.3 KOL关注人群用户画像分析第四章 2020-2022年中国健身休闲产业发展综合分析4.1 中国健身休闲产业发展状况4.1.1 产业发展历程4.1.2 产业发展规模4.1.3 基础设施数量4.1.4 服务供给状况4.1.5 相关项目发展4.2 中国运动健身行业发展分析4.2.1 运动健身发展历程4.2.2 运动健身市场规模4.2.3 运动健身细分市场4.2.4 健身市场渗透状况4.2.5 健身行业发展前景4.3 中国体育俱乐部行业总体分析4.3.1 体育俱乐部基本内涵4.3.2 体育俱乐部发展特点4.3.3 体育俱乐部发展意义4.3.4 体育俱乐部产业链条4.3.5 健身俱乐部支持政策4.3.6 健身俱乐部发展现状4.3.7 体育俱乐部经营模式4.3.8 体育俱乐部发展潜力4.3.9 体育俱乐部发展问题4.3.10 体育俱乐部发展措施4.4 中国健身休闲产业发展困境及问题分析4.4.1 产业发展总体困境4.4.2 产业发展挑战分析4.4.3 国家层面主要问题4.4.4 企业层面主要问题4.4.5 消费层面现存问题4.5 中国健身休闲产业发展建议对策4.5.1 产业总体发展策略4.5.2 国家层面解决对策4.5.3 企业层面发展策略4.5.4 消费层面发展建议第五章 2020-2022年中国“互联网+”健身休闲行业发展分析5.1 “互联网+”体育产业发展分析5.1.1 相关定义分析5.1.2 产业发展现状5.1.3 商业模式分析5.1.4 发展现存问题5.1.5 产业发展路径5.1.6

产业发展策略5.1.7 产业发展趋势5.2 在线运动健身发展状况5.2.1 在线健身发展逻辑5.2.2
线上健身市场规模5.2.3 在线健身市场结构5.2.4 在线健身市场渗透率5.2.5 在线健身企业布局5.2.6
在线健身市场格局5.3 健身休闲服务O2O模式发展分析5.3.1 O2O模式发展特点5.3.2 O2O模式应用状况5.3.3
O2O模式应用障碍5.3.4 应用优化策略分析5.4 “互联网+”健身休闲行业发展趋势5.4.1 技术融合趋势5.4.2
业务融合趋势5.4.3 市场融合趋势第六章 2020-2022年中国户外运动行业发展分析6.1
中国户外运动行业发展综述6.1.1 户外运动含义6.1.2 户外运动分类6.1.3 行业发展特点6.1.4 行业发展历程6.2
中国户外运动市场运行情况6.2.1 市场发展规模6.2.2 行业发展现状6.2.3 品牌竞争格局6.2.4 企业融资动态6.3
中国户外运动人群分析6.3.1 户外运动人均消费6.3.2 徒步旅游出行天数6.3.3 户外运动人群画像6.3.4
户外人群消费选择6.4 国内外户外用品行业发展现状6.4.1 全球户外用品6.4.2 国内营收规模6.4.3
市场结构占比6.4.4 销售渠道分布6.4.5 行业发展问题6.5 中国户外运动部分区域市场发展现状6.5.1
云南省6.5.2 浙江省6.5.3 福建省6.5.4 河北省6.6 中国户外运动行业发展问题及策略分析6.6.1
行业发展问题6.6.2 行业发展策略第七章 2020-2022年中国水上运动产业发展状况7.1
中国水上运动产业发展综述7.1.1 产业发展基础7.1.2 市场开发现状7.1.3 企业数量规模7.1.4
企业融资动态7.1.5 产业主要任务7.1.6 市场开发策略7.1.7 产业保障措施7.2
中国水上运动细分产业发展潜力分析7.2.1 帆船运动7.2.2 皮划艇运动7.2.3 赛艇运动7.2.4 摩托艇运动7.3
中国水上运动部分区域市场发展现状7.3.1 上海7.3.2 江苏7.3.3 江西7.3.4 广东7.3.5 贵州7.3.6 海南7.4
未来我国水上运动产业发展治理路径7.4.1 治理基础7.4.2 治理主体7.4.3 治理创新7.4.4 治理结构第八章
2020-2022年中国山地运动产业发展状况8.1 中国山地运动产业发展综述8.1.1 产业发展基础8.1.2
活动办赛指南8.1.3 户外事故分析8.1.4 产业主要任务8.1.5 产业保障措施8.2
中国山地运动部分区域市场发展现状8.2.1 贵州省8.2.2 陕西省8.2.3 四川省8.2.4 西藏自治区8.3
中国山地户外运动产业发展问题及对策分析8.3.1 产业发展困境8.3.2 产业发展问题8.3.3 产业发展路径8.3.4
产业发展对策第九章 2020-2022年中国航空运动产业发展状况9.1
2020-2022年中国航空运动产业发展综述9.1.1 产业发展现状9.1.2 产业总体要求9.1.3 产业主要任务9.1.4
产业保障措施9.1.5 产业发展建议9.1.6 未来发展潜力9.2 中国航空运动部分区域市场发展现状9.2.1
河南省9.2.2 甘肃省9.2.3 山东省9.2.4 浙江省9.2.5 许家崖9.3 中国航空运动相关法律法规修改情况9.3.1
航空体育运动管理办法9.3.2 动力伞运动管理办法9.3.3 滑翔伞运动管理办法9.3.4 热气球运动管理办法9.3.5
动力悬挂滑翔运动管理办法9.3.6 双人跳伞运动管理办法第十章
2020-2022年中国冰雪运动产业发展状况10.1 我国冰雪运动产业发展政策发展10.1.1
产业政策发展历程10.1.2 地方政策不断完善10.1.3 冰雪运动目标实现10.1.4 冰雪运动发展政策导向10.2
2020-2022年中国冰雪运动产业运行分析10.2.1 冰雪运动发展历程10.2.2 冰雪运动现状综述10.2.3
冰雪运动市场规模10.2.4 冰雪赛事市场分析10.2.5 滑雪产业发展状况10.2.6 冰雪运动爱好者分析10.2.7
冰雪旅游消费特点10.2.8 冰雪运动投融资状况10.3 中国冰雪运动部分区域市场发展现状10.3.1 吉林省10.3.2
北京市10.3.3 河北省10.3.4 贵州省10.4 中国冰雪运动产业发展问题10.4.1 冰雪体育事业发展问题10.4.2
冰雪运动产业发展困境10.4.3 冰雪运动融入全民的障碍10.4.4 冰雪赛事市场问题凸显10.4.5
冰雪运动核心竞争力不足10.4.6 冰雪运动自主品牌缺乏10.4.7 冰雪文化培育不足10.4.8
疫情产生不利影响10.5 我国冰雪运动发展战略对策10.5.1 优化冰雪运动产业供给10.5.2
冰雪体育产业转型发展10.5.3 提升冰雪竞技运动竞争力10.5.4 提升我国冰雪运动竞技实力10.5.5
加大力度培育特色冰雪文化第十一章 2020-2022年中国健身休闲特色运动产业发展状况11.1
2020-2022年中国极限运动产业发展潜力分析11.1.1 行业发展概况11.1.2 行业发展特点11.1.3
行业影响因素11.1.4 产业平台发展11.1.5 行业发展趋势11.2 2020-2022年电子竞技市场发展潜力分析11.2.1
全球市场现状11.2.2 行业发展阶段11.2.3 行业产业链11.2.4 行业市场规模11.2.5 细分市场状况11.2.6
行业用户规模11.2.7 电竞人才缺口11.2.8 行业发展趋势11.3 2020-2022年高尔夫产业发展潜力分析11.3.1
产业基本概述11.3.2 市场规模现状11.3.3 公众化的问题11.3.4 公众化的策略11.3.5 行业发展趋势第十二章
2020-2022年中国健身休闲产业跨界融合发展分析12.1
2020-2022年体育健身休闲产业与旅游产业融合发展分析12.1.1 产业融合发展基础12.1.2
产业融合发展概述12.1.3 产业融合市场规模12.1.4 产业融合发展问题12.1.5 产业融合发展建议12.1.6
产业融合发展展望12.2 2020-2022年体育健身休闲产业与养老产业融合发展分析12.2.1
产业融合发展意义12.2.2 产业融合发展可行性12.2.3 产业融合发展模式12.2.4 产业融合发展路径12.2.5
产业融合发展方向第十三章 2020-2022年中国健身休闲器材及设备市场发展全面分析13.1
2020-2022年中国健身休闲器材行业发展现状13.1.1 行业发展阶段13.1.2 市场发展规模13.1.3
行业细分规模13.1.4 市场需求状况13.1.5 行业发展趋势13.2 2020-2022年可穿戴设备市场总体发展状况13.2.1

应用技术13.2.2 产品演进13.2.3 平台案例13.3 2020-2022年可穿戴运动设备市场分析13.3.1
全球市场分析13.3.2 规模13.3.3 市场竞争状况13.3.4 企业布局发展13.3.5 市场规模预测13.4
可穿戴运动设备发展问题与趋势分析13.4.1 科学化问题和个性化发展趋势13.4.2
丰富化问题和化发展趋势13.4.3 虚拟化问题和数据化发展趋势13.4.4
私密性问题及安全化发展趋势第十四章 2020-2022年中国健身休闲产业区域发展分析14.1
京津冀地区健身休闲产业协同发展分析14.1.1 产业协同发展特点14.1.2 产业协同发展瓶颈14.1.3
产业协同发展路径14.2 长三角地区健身休闲行业发展综述14.2.1 行业发展历程14.2.2 行业发展现状14.2.3
产业发展亮点14.2.4 产业发展优势14.2.5 行业发展建议14.2.6 行业发展趋势14.3
内蒙古健身休闲产业发展分析14.3.1 产业供求分析14.3.2 产业发展主要任务14.3.3
产业发展运行机制构建14.3.4 产业发展目标14.4 粤港澳大湾区健身休闲产业发展分析14.4.1
产业发展现状14.4.2 产业发展挑战14.4.3 产业发展策略14.5 上海市健身休闲产业发展分析14.5.1
产业发展规模14.5.2 产业发展特点14.5.3 产业发展困境14.5.4 产业发展对策第十五章
2019-2022年中国健身休闲行业重点企业分析15.1 中体产业集团股份有限公司15.1.1 企业发展概况15.1.2
经营效益分析15.1.3 业务经营分析15.1.4 财务状况分析15.1.5 核心竞争力分析15.1.6 公司发展战略15.1.7
未来前景展望15.2 莱茵达体育发展股份有限公司15.2.1 企业发展概况15.2.2 经营效益分析15.2.3
业务经营分析15.2.4 财务状况分析15.2.5 核心竞争力分析15.2.6 未来前景展望15.3
深圳信隆健康产业发展股份有限公司15.3.1 企业发展概况15.3.2 经营效益分析15.3.3 业务经营分析15.3.4
财务状况分析15.3.5 核心竞争力分析15.3.6 公司发展战略15.3.7 未来前景展望15.4
青岛英派斯健康科技股份有限公司15.4.1 企业发展概况15.4.2 经营效益分析15.4.3 业务经营分析15.4.4
财务状况分析15.4.5 核心竞争力分析15.4.6 公司发展战略15.4.7 未来前景展望15.5
探路者控股集团股份有限公司15.5.1 企业发展概况15.5.2 经营效益分析15.5.3 业务经营分析15.5.4
财务状况分析15.5.5 核心竞争力分析15.5.6 公司发展战略15.5.7 未来前景展望15.6
贵人鸟股份有限公司15.6.1 企业发展概况15.6.2 经营效益分析15.6.3 业务经营分析15.6.4 财务状况分析15.6.5
核心竞争力分析15.6.6 公司发展战略15.6.7 未来前景展望第十六章
2023-2028年健身休闲行业发展前景分析16.1 中国健身休闲行业投资环境分析16.1.1
健身休闲产业投资机遇16.1.2 体育产业投资规模分析16.1.3 健身行业投资规模状况16.2
中国健身休闲行业发展趋势16.2.1 与社会同步发展16.2.2 正规化发展趋势16.2.3 全方位发展趋势16.2.4
智能化应用趋势16.2.5 数字化融合方向16.3 “十四五”体育发展规划16.3.1 总体要求16.3.2 主要目标16.3.3
重点任务16.3.4 保障措施16.4 2023-2028年中国健身休闲产业预测分析16.4.1
2023-2028年中国健身休闲产业影响因素分析16.4.2 2023-2028年中国健身休闲活动总产出预测附录附录一
：《全民健身计划（2021-2025年）》附录二：《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》附录三：
《关于推进“十四五”农民体育高质量发展的指导意见》图表目录图表1
体育及相关行业分类表图表2 体育及相关行业分类表（续一）图表3
体育及相关行业分类表（续二）图表4 体育及相关行业分类表（续三）图表5
体育及相关行业分类表（续四）图表6 体育及相关行业分类表（续五）图表7
2019-2021年中国国家层面体育产业政策汇总图表8 全民健身基本公共服务标准（2021年版）图表9
2017-2021年国内生产总值及其增长速度图表10 2017-2021年三次产业增加值占国内生产总值比重图表11
2022年二季度和上半年GDP初步核算数据图表12 2017-2022年GDP同比增长速度图表13
2017-2021年货物进出口总额图表14 2021年货物进出口总额及其增长速度图表15
2021年主要商品出口数量、金额及其增长速度图表16
2021年主要商品进口数量、金额及其增长速度图表17
2021年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重图表18
2021年三次产业投资占固定资产投资比重（不含农户）图表19
2021年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度图表20
2021年固定资产投资新增主要生产与运营能力图表21
2021年房地产开发和销售主要指标及其增长速度图表22
2021-2022年固定资产投资（不含农户）月度同比增速图表23
2022年固定资产投资（不含农户）主要数据图表24
2020-2021年居民人均可支配收入平均数与中位数图表25
2021-2022年居民人均可支配收入平均数与中位数图表26 2021年居民人均消费支出及构成图表27
2022年居民人均消费支出及构成图表28 2021年全国人口数及其构成图表29

2021年中国亚健康人群年龄占比图表30 2021年中国亚健康人群改善身体素质方式图表31
2014和2020年成年人与老年人三类体育消费的占比图表32
2020年7岁及以上不同年龄组人群每周参加1次及以上体育锻炼人数比例图表33
2020年7岁及以上不同年龄组人群经常参加体育锻炼人数比例图表34 物联网各层次定义和领域图表35
运动健身人群性别分布图表36 运动健身人群年龄分布图表37 运动健身人群学历分布图表38
运动健身人群细分图表39 运动健身人群城市等级分布图表40 2021年运动健身人群媒介偏好图表41
2021年运动健身人群便捷生活App偏好（TGI）图表42
2021年运动健身人群聊天社交App偏好（TGI）图表43
2021年运动健身人群办公管理App偏好（TGI）图表44
2021年运动健身人群智能设备App偏好（TGI）图表45 运动健身形式与场景特征变化图表46
2022年运动健身APP用户&KOL关注人群用户规模及重合情况图表47
2022年运动健身类APP月活跃用户规模图表48 运动健身APP用户&KOL关注人群网络使用行为特征图表49
2022年运动健身APP用户&KOL关注人群用户画像图表50
2015-2020年中国健身休闲活动总产出及其占体育产业总产出的比例图表51
2018-2021年中国健身休闲基础设施数量图表52
2014和2020年成年人与老年人使用各类体育健身场所的比例图表53
2020年成年人与老年人参加各类体育健身组织的比例图表54
2020年成年人与老年人参加过各类群众体育赛事活动的比例图表55
2014年和2020年成年人获取各类体育健身指导途径的人数比例图表56
2014年和2020年老年人获取各类体育健身指导途径的人数比例图表57 中国运动健身行业发展历程图表58
2015-2021年中国健身市场规模及健身人群规模图表59 2015-2021年中国健身细分市场占比图表60
2015-2021年中国健身人群渗透率图表61 体育俱乐部产业链全景图图表62 中国与欧美健身产业对比