

中国健身连锁行业市场现状及发展趋势研究报告2024-2030年

产品名称	中国健身连锁行业市场现状及发展趋势研究报告 2024-2030年
公司名称	北京华商纵横信息咨询中心
价格	6000.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区亚运村四方大厦
联系电话	188-11718743 13621060192

产品详情

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、 2017-2023年美国健身服务业发展环境分析二、 2024-2030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、 2024-2030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、 2023年中国经济整体综述及地区对比二、 2023年开始中国经济增长速度下行趋势明显三、 2017-2023年中国不同地区的居民收入增长情况四、 2023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、 2017-2023年中国体育健身器材行业发展现状四、 2023年中国底商市场发展现状及趋势五、

观点：2023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、2024-2030年中国健身服务市场规模预测二、2024-2030年中国健身连锁市场规模预测三、2024-2030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、2017-2023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、获得风投资金的难度加大二、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、2024-2030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劣势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