



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008年中国休闲游憩产业发展趋势研究分析报告

一、调研说明

《2008年中国休闲游憩产业发展趋势研究分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/49504.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

【 描述 】

随着全国各城市市民生活水平和身体素质的提高,老龄化已初显端倪,健身养老的理念已为市民普遍接受。处在社会科学文化中心的全国各城市城市居民,其健身活动的发展水平和质量,基本上能反映出我国全民健身计划在城市居民中实施的成效与力度。引导城市居民形成一种与现代社会生活相适应的休闲健身意识和习惯,已成为我国跨世纪战略发展中一个重要的历史使命。展开这一研究,无疑有助于全民健身计划的深入开展,有利于推动全国各城市市民休闲健身活动朝着健康科学的方向发展。

中国城市休闲健身行业在迅速发展的同时,一些问题也日益显露出来。特别是在国际市场缺乏知名品牌,产品附加值较低,同时,与国际先进水平相比,中国不少生产企业还处在仿制生产阶段,产品研发和技术创新能力不足。在消费领域,与欧美等发达国家相比,休闲健身行业产品在家庭的普及率及用于健身运动的人均消费还很低。

《2008年中国休闲游憩产业发展趋势研究分析报告》报告是在中心“十一五”休闲健身研究组课题研究成果基础上,采用最新数据,结合我们对企业进行战略分析的基础上撰写而成,为企业把握整个行业发展趋势以及提出基于趋势上可能战略选择。

【 目录 】

第一章中国城市休闲游憩保健行业概述

第一节休闲健身内容与作用

一、休闲健身内容

二、休闲健身作用

第二节休闲健身的意义

第三节休闲健身的原则

第二章2008年中国城市休闲游憩保健行业外部宏观经济环境分析

第一节2006年及2007年国际经济环境分析

一、美国

二、欧盟

三、日本

四、金砖四国

第二节2006年中国宏观经济环境分析

一、2006年中国经济运行态势分析

二、2006年中国固定资产投资分析

第三节2007年中国宏观经济形势分析

第四节2008年全球宏观经济形势展望

第三章2008年中国城市休闲游憩保健行业发展状况分析

第一节2007年我国休闲健身市场的发展现状分析

第二节2007年我国休闲健身运动的基础建设总体状况分析

第三节2007年我国休闲健身发展特点分析

第四节我国休闲健身行业发展存在的问题及对策

第四章国外休闲游憩保健行业发展分析

第一节国外部分国家休闲健身行业发展现状分析

第二节国外健身器材发展概述

一、国际健身器材需求增加

二、美国健身器材市场回顾

三、德国健身器材市场概况

四、国际健身器材品牌介绍

第三节世界健身俱乐部品牌发展分析

一、成型期

二、快速成长期

三、成熟期

第四节世界健身俱乐部品牌的现状与发展趋势

一、世界健身俱乐部品牌现状的静态分析

二、世界健身俱乐部品牌的发展趋势

第五章我国休闲游憩保健的健身器材行业的发展分析

第一节中国健身器材市场分析

- 一、中国健身器材市场概况
- 二、中国健身器材市场特点及结构
- 三、中国健身器材市场销售概况
- 四、健身器材成为新的消费热点

第二节健身器材市场营销分析

- 一、健身器材的营销渠道
- 二、健身器材营销渠道存在的问题
- 三、健身器材产品的营销策略

第三节健身器材行业存在的问题

- 一、健身器材行业存在的两点隐忧
- 二、健身器材行业面临的四个问题
- 三、健身器材市场处于低迷的原因

第四节健身器材行业的发展策略

- 一、健身器材产业要防止暴利泡沫
- 二、中国健身器材行业的发展建议
- 三、健身器材行业发展的四点对策
- 四、中国健身器材行业的品牌策略

第六章2008年中国健身俱乐部品牌发展分析

第一节中国健身俱乐部品牌发展历程分析

第二节中国健身俱乐部品牌发展现状分析

第三节健身俱乐部品牌经营的问题与难点

- 一、健身俱乐部品牌经营存在的问题
- 二、健身俱乐部品牌经营的难点

第七章2008年中国保健行业发展现状分析

第八章2008年中国城市休闲游憩保健行业重点城市发展现状分析

第一节2007年北京市城市休闲健身行业发展现状分析

第二节2007年上海市城市休闲健身行业发展现状分析

第三节2007年南京市城市休闲健身行业发展现状分析
第四节2007年天津市城市休闲健身行业发展现状分析
第五节2007年其他城市休闲健身行业发展总体情况分析

第九章中国城市休闲游憩保健行业重点企业分析

第一节浩沙集团
第二节青鸟集团
第三节英派斯集团
第四节圳信隆实业股份有限公司
第五节乔山健康科技集团
第六节山西澳瑞特集团

第十章2008年休闲游憩产业投资风险与机会分析

第一节2008年休闲游憩产业投资风险分析

一、专业性风险
二、市场风险
三、企业组织风险
四、选址风险
五、资金与品牌风险
六、产品与环境风险
七、文化风险

第二节2008年我国休闲游憩行业投资机会分析

第十一章2008-2010年我国休闲游憩保健行业发展趋势预测

第一节2008-2010年我国休闲游憩保健行业发展规模预测
第二节我国休闲游憩保健发展趋势分析
第三节我国休闲游憩行业可持续发展的建议

附表

表1.1休闲活动的利益

表2.12006年全社会固定资产投资

表3.12001—2004年中国入境旅游及国内旅游人数和收入增长数

表9.12007年内公司主营业务收入、主营业务利润、净利润与上年的同比变动情况

表9.2主营业务分行业情况表

表9.3主营业务分地区情况表

表9.4主要客户、供应商情况

表11.1上海市1990-2000年GDP对城市园林绿地面积的影响

附图

图2.1中国经济过去15年GDP增长率

图2.2三驾马车对中国GDP增长的贡献（ % ）

图2.32006年人民币兑美元显著升值

图2.4各国货币兑美元汇率升值幅度

图2.5中国过去六年来外汇储备发展变化

图2.6中国银行存款利率变化

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/49504.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的

一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰

富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。