

# 2015-2020年中国瑜伽培训市场运行态势及投资策略 略报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国瑜伽培训市场运行态势及投资策略报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/161244.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

第一章 2014年中国瑜伽培训产业运行整体综述	15
第一节2014年中国瑜伽培训市场动态分析	15
第二节2014年中国瑜伽培训产业现状综述	15
一、经营方式分析	15
二、品牌机构渗透情况	15
三、促销和公关形象	16
四、扩张思路比较研究	16
第三节2014年中国瑜伽培训产业发展中存在的问题	17
第四节 2014年全球瑜伽培训发展现状及潜力研究	19
第二章 2014年中国瑜伽培训行业发展环境深度研究	20
第一节2014年中国瑜伽培训行业经济环境剖析	20
一、国民经济运行情况GDP	20
二、消费价格指数CPI、PPI	22
三、全国居民收入情况	26
四、恩格尔系数	31
五、工业发展形势	32
六、固定资产投资情况	35
七、财政收支状况	48
八、中国汇率调整	51
九、货币供应量	53
十、中国外汇储备	54
十一、存贷款基准利率调整情况	54
十二、存款准备金率调整情况	55
十三、社会消费品零售总额	58
十四、对外贸易进出口	59
十五、城镇人员从业状况	60
第二节2014年中国瑜伽培训行业政治环境研究	60
一、行业相关产业政策探讨	61
二、政策背后对策战略	61
第三节2014年中国瑜伽培训行业社会环境深度研究	61
第四节2014年中国瑜伽培训行业技术环境研究	65
一、网络技术融入	65
二、教学模式	65

三、师资力量 66

四、其它 66

第三章 2014年中国瑜伽培训行业市场运行状况分析 68

第一节 2014年中国瑜伽培训行业市场动态分析 68

一、资讯一 68

二、资讯二 68

三、其它 69

第二节 2014年中国瑜伽培训行业供求格局发展现状分析 70

一、需求 70

二、区域市场分析 71

三、服务应配套市场 71

第三节 2014年中国瑜伽培训行业市场规模分析 71

第四章 2014年中国瑜伽培训细分市场运行态势研究 73

第一节 瑜伽教练培训 73

第二节 瑜伽学员培训 73

第三节 其它 75

第五章 2014年中国瑜伽培训区域市场深度调查分析 76

第一节 华北地区（天津、北京、河北、山西、内蒙）76

一、区域市场动态数据监测 76

二、外资品牌机构渗透情况 76

三、国内品牌机构网络布局调查 77

四、国内培训机构盈利状况调研 78

五、华北区域瑜伽培训机构发展潜力研究 79

一、区域市场动态数据监测 80

二、外资品牌机构渗透情况 81

三、国内品牌机构网络布局调查 82

四、国内培训机构盈利状况调研 83

五、东北区域瑜伽培训机构发展潜力研究 84

第三节 华东地区（上海市、江苏、浙江、安徽、福建、江西、山东）85

一、区域市场动态数据监测 85

二、外资品牌机构渗透情况 86

三、国内品牌机构网络布局调查 87

四、国内培训机构盈利状况调研 88

五、华东区域瑜伽培训机构发展潜力研究 89

第四节 华中地区（河南、湖北、湖南）90

- 一、区域市场动态数据监测 90
- 二、外资品牌机构渗透情况 91
- 三、国内品牌机构网络布局调查 92
- 四、国内培训机构盈利状况调研 93
- 五、华中区域瑜伽培训机构发展潜力研究 94
- 第五节 华南地区（广东、广西、海南）95
  - 一、区域市场动态数据监测 95
  - 二、外资品牌机构渗透情况 96
  - 三、国内品牌机构网络布局调查 97
  - 四、国内培训机构盈利状况调研 98
  - 五、华南区域瑜伽培训机构发展潜力研究 99
- 第六节 西南地区（重庆市、四川、贵州、云南、西藏）100
  - 一、区域市场动态数据监测 100
  - 二、外资品牌机构渗透情况 101
  - 三、国内品牌机构网络布局调查 102
  - 四、国内培训机构盈利状况调研 103
  - 五、西南区域瑜伽培训机构发展潜力研究 104
- 第七节 西北地区（陕西、甘肃、青海、宁夏、新疆）105
  - 一、区域市场动态数据监测 105
  - 二、外资品牌机构渗透情况 106
  - 三、国内品牌机构网络布局调查 107
  - 四、国内培训机构盈利状况调研 108
  - 五、西北区域瑜伽培训机构发展潜力研究 109
- 第六章 2014年中国瑜伽培训市场消费者需求调研数据 111
  - 第一节 2014年中国瑜伽培训市场消费者需求变量分析 111
    - 一、人口统计变量分析 111
    - 二、地理变量分析 112
    - 三、心理变量分析 112
    - 四、行为变量分析 113
  - 第二节 2014年中国瑜伽培训市场消费者需求特征分析 113
    - 一、消费者品牌偏好 113
    - 二、消费者环境偏好 114
    - 三、消费者价格偏好 115
    - 四、消费者师资力量偏好 116
    - 三、消费者影响因素 117

第三节 未来中国瑜伽培训市场消费者需求趋势预测	117
第七章2014年中国瑜伽培训行业市场格局评价研究	119
第一节2014年中国瑜伽培训市场竞争现状评价	119
一、中国瑜伽培训竞争力市场考察	119
二、中国瑜伽培训企业并购研究	119
三、中国瑜伽培训市场竞争程度研究	119
第二节2014年中国瑜伽培训行业集中度分析	119
一、市场集中度分析	119
二、区域集中度分析	120
第三节2014年中国瑜伽培训提升竞争力策略研究	120
第八章2014年中国瑜伽培训行业国际知名品牌企业综合竞争力考察	122
第一节 帕坦伽利国际瑜伽会所	122
一、企业整体概况	122
二、营业规模研究	122
三、市场策略分析	123
四、综合竞争力研究	123
五、未来发展规划	123
第二节easyoga	123
一、企业整体概况	123
二、营业规模研究	124
三、市场策略分析	125
四、综合竞争力研究	126
五、未来发展规划	126
第三节 瑜之美国国际有限公司	126
一、企业整体概况	126
二、营业规模研究	127
三、市场策略分析	127
四、综合竞争力研究	127
五、未来发展规划	128
第四节 禅悦国际瑜伽健康管理机构	128
一、企业整体概况	128
二、营业规模研究	129
三、市场策略分析	129
四、综合竞争力研究	130
五、未来发展规划	130

## 第五节 美国ASYEI学院 130

- 一、企业整体概况 130
- 二、营业规模研究 131
- 三、市场策略分析 131
- 四、综合竞争力研究 131
- 五、未来发展规划 132

## 第六节 香港颐嘉(国际)健康产业集团有限公司 132

- 一、企业整体概况 132
- 二、营业规模研究 132
- 三、市场策略分析 132
- 四、综合竞争力研究 132
- 五、未来发展规划 133

## 第九章 2014年中国瑜伽培训行业国内重点机构企业综合竞争力监测 134

### 第一节 悠季瑜伽 134

- 一、企业基本调查 134
- 二、营业规模调研 134
- 三、市场策略剖析 134
- 四、竞争力研究 134
- 五、未来发展策略 136

### 第二节 元泉瑜伽 136

- 一、企业基本调查 137
- 二、营业规模调研 137
- 三、市场策略剖析 137
- 四、竞争力研究 137
- 五、未来发展策略 137

### 第三节 达哈玛瑜伽会所 138

- 一、企业基本调查 138
- 二、营业规模调研 138
- 三、市场策略剖析 138
- 四、竞争力研究 138
- 五、未来发展策略 139

### 第四节 至善瑜伽 139

- 一、企业基本调查 139
- 二、营业规模调研 139
- 三、市场策略剖析 139

四、竞争力研究	140
五、未来发展策略	140
第五节 天悦瑜伽会馆	140
一、企业基本调查	140
二、营业规模调研	140
三、市场策略剖析	141
四、竞争力研究	141
五、未来发展策略	141
第十章 2015-2020年中国瑜伽培训行业市场供需状况展望	142
第一节2015-2020年中国培训市场未来前景展望	142
第二节2015-2020年中国瑜伽培训行业市场规模预测	149
一、未来市场规模预测	149
二、品牌培训机构趋势	150
第三节2015-2020年中国瑜伽培训行业市场盈利预测研究	151
第四节 2015-2020年中国瑜伽培训行业发展潜力预测	152
第十一章 2014年中国瑜伽培训市场销售策略与盈利模式研究	154
第一节2014年中国瑜伽培训市场销售策略探讨研究	154
第二节 2014年中国瑜伽培训市场盈利模式深度调研	155
第三节 2014年中国瑜伽培训市场营销渠道调查	157
第十二章2014年中国瑜伽培训行业未来发展形势预测	158
第一节2014年中国瑜伽培训行业特点分析	158
第二节2014年中国瑜伽培训行业现状综述	158
第三节2014年中国瑜伽培训行业发展建议及对策	160
第十三章2015-2020年中国瑜伽培训行业投资潜力与未来前景预测	161
第一节 2015-2020年中国瑜伽培训行业投资价值研究	161
第二节2015-2020年中国瑜伽培训行业投资机会分析	161
第三节2015-2020年中国瑜伽培训行业投资机会与风险分析	162
一、市场竞争风险	162
二、经营风险分析	162
三、信誉风险分析	163
四、其他风险分析	163
第四节 权威专家投资建议点评	163
1、增加互联网对瑜伽市场的影响方面的研究分析：	165
（1）如全国有多少瑜伽机构用了互联网，如网站、博客、微信、微博。状态如何？	165
（2）有多少群体受到互联网的影响，如了解知识方面、交流、等。	166



(3) 有多少网站(宣传的、交流的、电子商务的)。 167

(4) 瑜伽用品市场电子商务的状态。 168

2、分析瑜伽的互联网营销状态 168

3、瑜伽用品电子商务市场分析 170

4、瑜伽场馆电子商务市场分析 170

图表目录：

图表11991-2014年中国GDP增长率情况 20

图表22014年城乡居民人均收入平均数与中位数比较情况(元) 29

图表32014年农村居民人均纯收入构成 29

图表42014年城镇居民人均总收入构成 29

图表5历年城乡居民人均收入及人均国内生产总值实际增长率 30

图表6历年城乡居民收入差距 30

图表72014年城镇固定资产投资增长速度 35

图表82014年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 36

图表92006-2014年全社会固定资产投资及增长速度 37

图表102014年1-10月我国固定资产投资情况 39

图表112014年各地区固定资产投资(不含农户)情况 41

图表122014年我国固定资产(不含农户)增速情况 43

图表 132011-2014年固定资产投资到位资金同比增速 44

图表 142014年1-10月份固定资产投资(不含农户)主要数据 45

图表 152008-2014年年末国家外汇储备及其增长速度 54

图表 16存款准备金率历次调整一览表 55

图表17社会消费品零售总额增长趋势 59

图表 182011-2014年我国瑜伽培训市场潜在需求规模情况 70

图表 192011-2014年我国瑜伽培训市场规模情况 71

图表 202011-2014年我国华北地区瑜伽培训市场规模情况 76

图表 212011-2014年我国华北地区瑜伽培训市场外资品牌渗透率情况 76

图表 222011-2014年我国华北地区瑜伽培训市场品牌机构网络布局情况(%) 77

图表 232011-2014年我国华北地区瑜伽培训市场盈利能力情况 78

图表 242015-2020年我国华北地区瑜伽培训市场发展潜力预测 79

图表 252011-2014年我国东北地区瑜伽培训市场规模情况 80

图表 262011-2014年我国东北地区瑜伽培训市场外资品牌渗透率情况 81

图表 272011-2014年我国东北地区瑜伽培训市场品牌机构网络布局情况(%) 82

图表 282011-2014年我国东北地区瑜伽培训市场盈利能力情况 83

图表 292015-2020年我国东北地区瑜伽培训市场发展潜力预测 84

- 图表 30 2011-2014年我国华东地区瑜伽培训市场规模情况 85
- 图表 31 2011-2014年我国华东地区瑜伽培训市场外资品牌渗透率情况 86
- 图表 32 2011-2014年我国华东地区瑜伽培训市场品牌机构网络布局情况 (%) 87
- 图表 33 2011-2014年我国华东地区瑜伽培训市场盈利能力情况 88
- 图表 34 2015-2020年我国华东地区瑜伽培训市场发展潜力预测 89
- 图表 35 2011-2014年我国华中地区瑜伽培训市场规模情况 90
- 图表 36 2011-2014年我国华中地区瑜伽培训市场外资品牌渗透率情况 91
- 图表 37 2011-2014年我国华中地区瑜伽培训市场品牌机构网络布局情况 (%) 92
- 图表 38 2011-2014年我国华中地区瑜伽培训市场盈利能力情况 93
- 图表 39 2015-2020年我国华中地区瑜伽培训市场发展潜力预测 94
- 图表 40 2011-2014年我国华南地区瑜伽培训市场规模情况 95
- 图表 41 2011-2014年我国华南地区瑜伽培训市场外资品牌渗透率情况 96
- 图表 42 2011-2014年我国华南地区瑜伽培训市场品牌机构网络布局情况 (%) 97
- 图表 43 2011-2014年我国华南地区瑜伽培训市场盈利能力情况 98
- 图表 44 2015-2020年我国华南地区瑜伽培训市场发展潜力预测 99
- 图表 45 2011-2014年我国西南地区瑜伽培训市场规模情况 100
- 图表 46 2011-2014年我国西南地区瑜伽培训市场外资品牌渗透率情况 101
- 图表 47 2011-2014年我国西南地区瑜伽培训市场品牌机构网络布局情况 (%) 102
- 图表 48 2011-2014年我国西南地区瑜伽培训市场盈利能力情况 103
- 图表 49 2015-2020年我国西南地区瑜伽培训市场发展潜力预测 104
- 图表 50 2011-2014年我国西北地区瑜伽培训市场规模情况 105
- 图表 51 2011-2014年我国西北地区瑜伽培训市场外资品牌渗透率情况 106
- 图表 52 2011-2014年我国西北地区瑜伽培训市场品牌机构网络布局情况 (%) 107
- 图表 53 2011-2014年我国西北地区瑜伽培训市场盈利能力情况 108
- 图表 54 2015-2020年我国西北地区瑜伽培训市场发展潜力预测 109
- 图表 55 2014年我国瑜伽培训市场消费者品牌关注度情况 113
- 图表 56 2014年我国瑜伽培训市场消费者消费环境关注度情况 114
- 图表 57 2014年我国瑜伽培训市场消费者价格关注度情况 115
- 图表 58 2014年我国瑜伽培训市场消费者师资力量关注度情况 116
- 图表 59 2015-2020年我国瑜伽培训市场潜在需求预测情况 117
- 图表 60 2014年我国瑜伽培训市场区域集中度情况 120
- 图表 61 2015-2020年我国瑜伽培训市场规模预测情况 149
- 图表 62 2015-2020年我国瑜伽培训市场盈利能力预测情况 151
- 图表 63 2015-2020年我国瑜伽培训发展潜力预测情况 152
- 图表 64 2014年全国瑜伽培训市场使用互联网比例情况 165

图表 65 2014年全国瑜伽培训市场使用各类互联网占比情况 165

图表 66 2014年我国瑜伽培训市场消费者受互联网影响占比情况 166

图表 67 2011-2014年我国瑜伽培训市场网站数量情况 167

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/161244.html>