目录

[目录 1](#_Toc9134)

[1.1开发背景 2](#_Toc16983)

[1.2 可行性分析 3](#_Toc25081)

[1.2.1、用户痛点： 3](#_Toc12782)

[1.2.2、用户爽点： 3](#_Toc4209)

[1.2.3、竞品分析： 3](#_Toc14579)

[1.2.4、项目优势: 4](#_Toc9662)

[1.3 准备推广 7](#_Toc21784)

[1.4盈利模式 7](#_Toc11215)

[1.5 网站功能 8](#_Toc26503)

[1.5.1、首页： 8](#_Toc27189)

[1.5.2、课程训练： 8](#_Toc8285)

[1.5.3、精英教练： 8](#_Toc25659)

[1.5.4、健康知识： 8](#_Toc17103)

[1.5.5、关于我们： 8](#_Toc20727)

[1.6 技术以及解决方案 9](#_Toc28553)

## 1.1开发背景

健身行业2000年才正式在国内起步，历时10余年，2014年全国规模以上健身俱乐部已发展到5764家，健身人群多达千万人，但是和发达国家相比，这数字确是微乎其微，欧美国家，而且国家兴建的体育馆很少，其他基本都是私人健身俱乐部，私人健身会所，健身在国外的普及率非常高，发达国家经常去健身房运动人群占20—30%。

　　中国产业调研网发布的2015-2020年中国健身市场深度调查研究与发展前景分析报告认为：近年来，随着我国经济的发展，人们物质生活水平的提高，生活闲暇时间的增多，使得体育健身娱乐业在我国蓬勃发展。各种游泳馆、健身健美俱乐部、网球场、高尔夫球场、滑雪场等体育健身娱乐场所纷纷挂牌成立。体育产业的快速发展、居民收入水平的提高、健康意识的增强以及体育消费行为的逐步改变，都为我国体育健身娱乐市场的发展创造了有利条件。截止2014年，健身俱乐部为5915家。我国健身俱乐部拥有会员达到1507万。随着体育消费市场的逐渐壮大，体育健身娱乐市场将成为21世纪各国体育产业面临的最大市场。美国是目前世界上体育健身休闲业比较发达的国家，他们拥有丰富的行业管理经验，完善的行业运作体系。

　　健身行业是“朝阳产业”，但现阶段在发展中却出现了很多新问题。健身俱乐部缺乏统一行业标准与管理规范，价格战频发加深行业在社会的信任危机，会员流失严重续会率偏低，缺乏优秀人才，员工流动性大，商业盈利模式单一，主要靠会员卡（主要为年卡形式）的销售，盈利不稳定。2012年至今，经营者们越来越理性，寻求差异化、提升服务、健康管理理念、运动康复结合等特点催促着行业的新一轮洗牌。行业的发展趋势朝着专业管理化、个性化服务、融合性创、网络化营销趋势、品牌化发展趋势、连锁化经营方向发展。

　　预计2018年中国的健身俱乐部会员达到1893万人，到2020年突破2000万达到2856万人；预计2018年中国健身行业的销售收入将达到421亿元，2020年突破600亿元达到674亿元。随着互联网移动互联网的普及和产业的发展，在竞争激烈的健康和健身环境里，健身俱乐部应该利用移动营销打造品牌知名度，通过健身APP提高满意度和培养忠诚度，优化服务提升会员留存率。

## 1.2 可行性分析

1.2.1、用户痛点：

年轻人想要锻炼身体却不知道怎么才能更有效率，而老年人的身体在随着时间的变化逐渐变差，不知道如何去保养，而且人们生活闲暇时间逐渐增多,却不知道去利用这些时间；

### **1.2.2、用户爽点：**

健身有利于增强体质，可以磨练出刻苦耐劳的顽强意志，而且还可以提高记忆力，能够有效的利用自己的空余时间；

1.2.3、竞品分析：

我国由国家兴建的体育馆很少，其他基本都是私人健身俱乐部，而健身在国外的普及率非常高，；

### 1.2.4、项目优势:

项目优势在于健身房的经营理念：经过多年对健身者健身行为和健身需求的研究，革命性地推出以“快乐健身、激发本能、全面提升”为主导思想的全方位、低风险健身俱乐部运作模式，这种模式是对传统健身俱乐部运作模式的一种彻底的革命，它的消费主体是占社会人口绝大多数的普通百姓，并一改传统健身俱乐部以会员卡收入为主营收入的单一收入模式，利用自身的优势和广泛的合作资源，将卖场的概念引入健身俱乐部，并利用自主开发的网络平台，极大地丰富和加强俱乐部的收入和经营能力，并在提供专业新颖健身服务的同时，注重对健身者技能和潜能的激发培养，使健身者在提升体能的同时，也提升了自我的自信心和各种生存技能。健身俱乐部运做模式有几大亮点：

　　一、VR健身器材，改变健身者的传统健身感受，使健身成为一种乐趣。

　　数字健身俱乐部配置的系列VR有氧运动器材是体之杰公司自主开发的将虚拟现实技术、互联网、3D娱乐游戏、多媒体播放等多重技术整合于一体，提供各种不同的运动场景，将健身与电子竞技有机地结合起来，让健身者有身临其境的真实感觉。设计理念更多地从健身者的角度出发，完全改变传统健身枯燥、沉闷的氛围，诠释着“在愉悦中健身，在健身中得到快乐”的健身新概念。

　　二、互动健身技术使健身者在健身的同时心灵得到满足。

　　经过对当前国内外各类健身俱乐部的系统研究，并通过对广大健身者的调查反馈，创造性地开发了多种适合集体健身的健身器材，聘请有关专家将这些集体训练器材的锻炼方法和流行的有氧健身操巧妙地结合在一起，推出了 “互动健身操” 系列，使广大健身者在增加健身兴趣的同时，发挥她们的表现力，在获得大家的赏识和鼓励的同时，激发了健身者的参与和兴趣。

　　三、独特的健身氛围从精神意识上锁定健身者。

　　经过对健身和娱乐场所的广泛调查论证，并听取了业内外多名人士的建议，聘请专门的设计团队，设计了与众不同的健身氛围，这种氛围不仅充分体现了健身俱乐部健身设施和布局的特点，也集合了迪厅和现场实况的多种元素，梦幻般的灯光音响效果使健身者更能感受到健身的乐趣。

　　四、多平台、多渠道收入的立体经营模式，使经营者坦然面对各种风险。

　　健身俱乐部一改传统俱乐部以会员卡销售收入为主的经营策略，采用普通大众均可接受的低廉健身费用，使绝大多数的普通百姓参与到健身的行列中来。公司利用自身研发的技术，以及多年体育制造行业的资源，充分与国内外各企业进行广泛的合作，在健身俱乐部经营中率先提出了“电子竞技平台”、“家庭健身专家在线指导平台”和“健身卖场”的全新概念，并为此设计了整套的行销策略，其中不仅有各种独特的健身相关产品，还包括精心设计的有偿健身服务和集体健身活动的各类衍生品。引导健身者在不知不觉中主动参与各种消费活动，利用公司统一的网络资源和物流配送体系，使所有连锁俱乐部资源共享，统一经营，共同发展。

　　五、注重激发健身者的本能，使健身者在健身过程中获到最大健身效果，使之提高健身境界。

　　健身俱乐部在为健身者提供专业、优质的健身服务的同时，注重对健身者提供多种激发本能的培训，在非高峰健身时段为健身者安排了丰富的职场咨询、商务交流、技能培训、人才推荐等活动，并利用公司自己的体育文化公司和影视传播公司为健身者提供多重展示和表现自我的机会，使健身者的本能在潜移默化中被激发出来。

## 1.3 准备推广

线上推广：在商城、年轻人多的地方进行宣传，扫二维码进行项目跟进；可以在周末时在商场进行限时免费体验，让大家感受到健身的乐趣与健身房的环境。

线下推广：官方网站，微博、微信公众号进行有效宣传；与广为熟知的艺人合作或网红进行产品使用，分享大家使用后的感受，进行项目宣传；

## 1.4盈利模式

我们的健身俱乐部一改传统俱乐部以会员卡销售收入为主的经营策略，采用普通大众均可接受的低廉健身费用，使绝大多数的普通百姓参与到健身的行列中来。公司利用自身研发的技术，以及多年体育制造行业的资源，充分与国内外各企业进行广泛的合作，在健身俱乐部经营中率先提出了“电子竞技平台”、“家庭健身专家在线指导平台”和“健身卖场”的全新概念，并为此设计了整套的行销策略，其中不仅有各种独特的健身相关产品，还包括精心设计的有偿健身服务和集体健身活动的各类衍生品。引导健身者在不知不觉中主动参与各种消费活动，利用公司统一的网络资源和物流配送体系，使所有连锁俱乐部资源共享，统一经营，共同发展。

## 1.5 网站功能

### 1.5.1、首页：

展示了课程训练的项目，专业的服务，以及公司的一些精英教练和健康知识；点击进入二级页面是课程与教练的详情页；以及一些热门的健康知识，点击进入三级页面是项目的详情页；

### 1.5.2、课程训练：

整个网站我们一共介绍了10种健身课程，点击进入三级页面是我们各个课程的详细介绍。

### 1.5.3、精英教练：

在网站中我们一共介绍4个星级教练；点击进入得三级页面是对各个教练的详细介绍。

### 1.5.4、健康知识：

这个页面是我们找专人对近期一些健康知识的汇总，点击进入得三级页面是对各个健康知识的详解。

### 1.5.5、关于我们：

这个页面有关于我们的公司的一些介绍，点击进入三级页面可以对我们留言，以及在网上报名和公司的联系方式。

## 1.6 技术以及解决方案

1）HTML：HTML超文本标记语言，通过标签去标记网页内容，被浏览器阅读并识别后，以Wed页面的形式最终显示出来。html是网页内容的载体，主要运用到html中的盒子模型、浮动、伪类选择器等技术；可以包含文字、图片、视频等。

2）CSS：层叠样式表（Cascading style sheets）css的作用是给网页中的元素添加样式。标题字体、颜色变化，或为标题加入背景图片、边框等。主要运用到rem布局、定位等。

3）视口问题：视口指的是可视区域的大小，默认视口大小一般为980px；视觉视口一般指的是移动设备屏幕的大小，视觉视口和默认视口统一，所以在HTML中引入<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0, maximum-scale=1.0, user-scalable=0">

4）适配问题:即理想视口，首先不需要用户缩放和横向滚动条就能正常的查看网站的所以内容。例如14px的文字无论是在何种密度屏幕，何种分辨率下，显示出来的大小都是差不多的。原理是：rem单位根据根节点（html）的字体大小进行设置，通过动态设置根节点字体大小来实现理想视口；要在HTML中引用<script type="text/javascript" src=“js/rem.js”></script>。