# 健身股权合同范本(汇总13篇)

来源：网络 作者：静默星光 更新时间：2024-01-24

*健身股权合同范本1健身俱乐部的现状和发展趋势随着我国市场经济的发展人们的生活水\*逐渐提高，人们有了“想花钱买健康”的意识，健\*\*活理念已经越来越深入人心。健身俱乐部是为大众提供全面体育服务的经营性\*\*，现在加入健身俱乐部为自己的健康投资已成...*

**健身股权合同范本1**

健身俱乐部的现状和发展趋势

随着我国市场经济的发展人们的生活水\*逐渐提高，人们有了“想花钱买健康”的意识，健\*\*活理念已经越来越深入人心。健身俱乐部是为大众提供全面体育服务的经营性\*\*，现在加入健身俱乐部为自己的健康投资已成为了人们实现自己健\*\*活最佳途径。

20世纪80年代以来，随着\*\*各种规模的健身俱乐部的广泛建立，也带给我们一种全新的健身理念，使的有氧健身操、健美项目等得以广泛的发展，并从中派生出一些新的健身项目，如街舞、踏板操、拉丁健美操、爵士健美操及瑜伽、形体操等。这些新的健身项目不仅给大众带来了健康的体魄并且成为了一种不同年龄段的人们共同追求的时尚。

现在在\*\*很多城市，特别是\*\*、上海等大城市已经出现了不少各种规模的健身俱乐部，但相对与这些城市的人口和消费水\*来说现在的俱乐部数量还远不能满足市场的需求，并且健身俱乐部在我国发展的时间还比较短，俱乐部的水\*参差不齐，所以只要有良好的市场定位和先进的经营管理方法，相信健身俱乐部一定会有非常好的发展潜力和市场。

健身俱乐部的筹建

团对管理与项目分析

组建俱乐部一般分为硬件（装修、设备购置）、软件（指人员、特别是主要管理人员、教学人员的组建）、管理团队是俱乐部成功的关键，其中总经理、财务人员的人选及教学团队的组建应尽可能体现专业、敬业、团结。

教练经理的人选是\*\*教练团对的关键

教学团队指器械教练、器械服务及健美操教练，目前\*\*大部分俱乐部都存在以下一些问题：

没有固定的教学团队，缺乏敬业的专业教学管理人员。

没有固定的教学内容，缺乏教学评价。

没有有效的培训体制及培训教师团队。

从事教学人员素质参差不齐。

高素质的教学队伍是保证俱乐部运营发展，会员服务、会员续会的关键，同时教学优势也是保证俱乐部竞争力的关键因素之一，因此应对教学团队，特别是对教练经理的人选给予足够的重视。

（二）、选择开办俱乐部的合适场地

1、位置

俱乐部经营具有明显的地域性，即俱乐部周边3—6km范围是其主要客户服务区域。俱乐部开设位置大体分为商业区、办公区、住宅区，选址应对周边人流、收入状况进行分析后确定。

2、物业条件

①场地面积

一般需了解使用面积，通常使用面积800㎡以下为小型俱乐部，800—1500㎡为中型俱乐部，1500㎡以上为大型俱乐部。

②健身房的空间

健身房的层高及柱间距离是健身俱乐部能否吸引健身者的关键。健身俱乐部以开放性的大空间为主，层高为3m以上才能保证良好的视觉感及训练空间。柱间距的大小影响健美操厅的利用效果，一般8m间距较为常见。

③健身房的设计

在专业设计人员的配合下，了解有关方面的参数，以确定物业条件是否适合开俱乐部，这是不可缺少的过程。

与物业合作的方式

答案补充

注意场租的支付方方式和是否包含物也费、水电费用等。

流水分成

根据俱乐部的流水收入按约定的百分比提取场地费用。

合资经营

以场地入股的形式共同创办俱乐部，按利润获得场地收益。以上是俱乐部与物业常见的三种合作形式，具体应根据资金实力、对当地市场的信心、管理水\*等诸多因素确定。

答案补充

三\*\*设计装修

俱乐部\*面布局设计

俱乐部的\*面布局及各区域的面积比例是俱乐部设计乃至今后成功经营的关键。按区域大致分为：

休息区：阅读、商品销售。

健美操厅：根据俱乐部总体面积和教学实力设一个或多个跳操厅，内部设备应有\*\*音响、垫子、踏板等设备。

器械区

更衣区：有更衣柜、淋浴区、卫生间。

俱乐部设备的设计

水、暖、电、空调、消防等专业设计。

答案补充

3、俱乐部装修风格设计

第一步、通过材料选择及主要颜色确定俱乐部的风格。

第二步、施工招标、装修。

第三步、内部装饰。利用壁画营造健身气氛，并设置教练介绍栏，会员信息栏。

四、织购置健身设备

等重量训练设备、包括训练身体某一具体部位肌群的设备。

\*\*训练设备、包括卧推架、杠铃、哑铃等。

健美操设备、包括垫子、哑铃、踏板、健身球等。

电脑、电视、电话、音响等设备。

员工服装、会员礼品、宣传品等。

答案补充

五、\*\*健身俱乐部执照办理的程序

目前\*\*还没有有关营业性健身俱乐部的完备法规和行业规定，但大致可按下列

程序办理。

俱乐部经营前应办理营业执照、体育场馆经营许可、税务登记、卫生防疫登记等相关手续。

计算机管理软件的应用。

俱乐部实现计算机管理可完成健身卡管理（办卡、缴费、验卡、挂失、补卡等）、储物柜管理、收银管理，俱乐部的业务状况全部在计算机信息中体现，管理者可以方便、快捷、准确地得到一手数据，从而便于管理者进行刚性\*\*柔性管理。答案补充

六员工招聘与培训

1、健身俱乐部一般人事结构如下：

场馆经理销售人员教练团队财务人员

行政人员运营人员

招聘步骤：

发布招聘信息。

对应聘人员进行初步的筛选。

对经筛选后的人员进行相关的考核与面试。

商谈劳资方面双方的\*\*与义务。

签订相关合同。

招聘要求

一般情况：姓名、性别、\*\*、籍贯、健康状况、工作经历与经验。专业情况：可以分为专业知识和专业技能两方面进行。

试用。要求应聘人员参与实际工作，对其工作能力进行考核。

答案补充

人事管理

员工和教练培训：当所需要的人员参加工作前，应该对其进行培训，培训应包括一下几个方面：职业道德、专业知识、实际工作技巧、团对精神与合作精神，灌输企业宗旨。

鼓励机制。鼓励是一种激发企业内部员工主动精神与扩大企业效率及能量的有效\*\*，它主要通过管理条文与\*\*来体现的。它包括职位与待遇变化、精神奖励、物质奖励等。

评估体现。对俱乐部每位员工的工作量、工作效率、工作质量与人际关系等进行量化的评估。

如：建立考勤\*\*及表格、建立工作任务书与完成情况评估表等，特别是健身会所客户的评价是非常重要的。

答案补充

健身俱乐部的定位

（一）、健身俱乐部的价格定位

1、决定因素

①俱乐部的投资回报，根据俱乐部的总投资，预期回报率，会员发展预测来确定年卡基本价格。

②同等俱乐部的价位参考，通过调研同等规模、服务水\*的俱乐部的价格来确定价格。

③根据俱乐部的特色，如：教练团队的`优秀、特殊设施等确定价格。常见价格体系

\*\*的价格体系分为会员制和办卡制两种，俱乐部目前普遍采取办卡制。会员制：必须交纳一定的如会费，同时对入会的身份有所限制。

办卡制：\*\*\*\*通行会员制实际上还是办卡制，其中健身卡的常见设置分类：按时间分类：月卡、季度卡、半年卡、年卡、记次卡等。

按服务期限分类：（根据享受的服务结合有效期的长短）：金卡、银卡、翡翠卡、钻石卡等。

按场地使用峰期分类：为充分利用又分为高峰期卡、非高峰期卡、单号卡、双号卡等。

答案补充

（二）、健身俱乐部的市场定位

1、根据俱乐部的硬件、软件条件及市场情况确定俱乐部的核心客户群体。

2、在俱乐部运营中要坚持市场定的连贯性，要先知先觉而不要跟在别人之后。

3、不进行价格竞争，立足开拓市场。

4、集中力量巩固现有会员。

答案补充

四、健身俱乐部的预销售策略

（一）选择合适的宣传\*\*

俱乐部对外的应响及信息是依靠相关\*\*进行的，他直接关系到俱乐部的生存与发展。\*\*大致可分为：

\*面\*\*

主要时报刊、杂志与相关印刷制品。

电子\*\*

主要是电视、广播、internet为主。

会员的影响

主要是俱乐部会员的传播能力。

会员参观俱乐部

主要流程：预约引导参观讨论健身意义约定第一次训练时间跟进。预约

问候、定下基调、注意电话谈话的技巧。

引导参观

这是很重要的一环，来宾对俱乐部的参观会对他们是否决定加入俱乐部产生直接的影响。为了让人们深入了解俱乐部的情况，前台工作人员应主动引导来宾参观俱乐部的开放区域，在参观时应注意一下几点：

在参观前，首先应请来宾填写一张“客人基本情况\*\*表”，如客人提出异议，应向客人解释填表是为针对您的具体情况，建议并提供更适合您的服务或训练方式。

答案补充

参观应遵照事先制定好的路线行走。

引导人员应走在客人的前面(更多请你搜索\*\*\*)。

当停下来介绍时引导人员应站在客人的左前方，并保持适当的距离，为客人介绍场地时应伸出左手，一手掌指示目标。

在通过门时应先为客人开门，让客人先进，随后跟上。

在客人感兴趣的地方可多花一些时间。

不要慌慌张张，更不能看表。

如来宾的鞋不合乎要求，应请之套上鞋套。

如未经经理允许，来宾不得在健身中心内摄影照相。

争取首次拜访要求销售向潜在的会员展示会员优惠价或宣传品。

讨论健身意义、提供售价。

主动热情地向来宾交流健身给人带来的益处，积极引导来宾思考健康投资与健康之间的联系，适当时机，明确说明俱乐部各个服务项目的价格，同时说明价格与价值比。

**健身股权合同范本2**

>一、位置定位的目标：

健身房的位置必需要给群众带来方便，所在位置要有宽阔的地方停放车辆，交通繁华更为适宜;俱乐部经营具有明显的地域性，周边3―6km范围是其主要客户服务区域，俱乐部开设位置大体分为商业区、办公区、住宅区;主要应对周边人流、收入状况进行分析后方可确定。

>二、场地租约的事项

1.场地租约费用：租金，押金，物业管理费、公摊费、水电费用等费用的核算;

2.场地的租约年限

3.场地租约的每年递增费用

4.场地租约的支付方式

>三、健身房场地与设施

一、面积：按实际需要而定

通常使用面积800O以下为小型俱乐部，800―1500O为中型俱乐部，1500O以上为大型俱乐部。

二、空间要求：宽敞、明亮、空气畅通

健身房的层高及柱间距离是健身俱乐部能否吸引健身者的关键。健身俱乐部以开放性的大空间为主，层高为3m以上才能保证良好的视觉感及训练空间。柱间距的大小影响健美操厅的利用效果，一般8m间距较为常见。

三、设施与设备

根据实际情况，主要考虑：健身者的`行走路线，各功能区的特点等要素，还是就是安全方面的考虑(消防通道等)。在专业设计人员的配合下，了解有关方面的参数，以确定物业条件是否适合开俱乐部，这是不可缺少的过程。

1、俱乐部\*面布局设计

俱乐部的\*面布局及各区域的面积比例是俱乐部设计乃至今后成功经营的关键。按区域大致分为：

⑴前台(服务台)：收银/配送/咨询

⑵休闲/休息区：阅读、下棋，内设水吧台、商品区。

⑶更衣区、淋浴区、卫生间：男、女更衣室/淋浴室/卫生间(蒸汽房?)

⑷器械区分为：有氧训练区、\*\*重量区、固定器械区等

⑸健美跳操厅：根据俱乐部总体面积和教学实力设一个跳操厅，

⑹瑜珈室：常温瑜珈、高温瑜珈(可做舞蹈室)

⑺动感单车房

2、俱乐部的设备和装修风格设计

配套设备：

⑴更衣区设备：配带锁更衣柜(储物柜)、鞋架与长凳等。

⑵淋浴室设备：冷、热水淋浴汽，(如有条件可设计蒸汽房)

⑶有氧训练设备：动感单车、跑步机、椭圆机等

⑷重量训练设备：训练身体某一具体部位肌群的设备。

⑸\*\*训练设备：卧推架、杠铃、哑铃等。

⑹健美操设备：应有\*\*音响，垫子、哑铃、踏板、健身球等最详尽的健身房创业计划书最详尽的健身房创业计划书。

⑺休息区：水吧相应设备、商品展示柜、电脑、电视、电话、音响等设备。

⑻员工服装、医疗急救用品、会员礼品、宣传品等。

⑼水、电、消防等设备

装修、风格设计：

⑴俱乐部Logo的独特设计(设在最为显著的地方)

⑵招牌(以最显著的方式方法摆设和设计)

⑶内部装饰：通过材料选择及主要颜色确定俱乐部的风格(利用壁画营造健身气氛)。并设置教练介绍栏，优秀员工榜，健康知识栏，俱乐部注意事项及条例栏，会员信息栏，健身卡价格栏

⑶施工招标、装修。

>四、\*\*健身俱乐部执照办理的程序

目前\*\*还没有有关营业性健身俱乐部的完备法规和行业规定，但大致可按

下列程序办理。

1.俱乐部经营前应办理消防安全检查意见书、营业执照、经营许可、税务登记等相关手续。

2.计算机管理软件的应用。

3.俱乐部实现计算机管理可完成健身卡管理(办卡、缴费、验卡、挂失、补卡等)、储物柜管理、收银管理，俱乐部的业务状况全部在计算机信息中体现，管理者可以方便、快捷、准确地得到一手数据，从而便于管理者进行刚性\*\*柔性管理。

>五、市场环境分析

1.综合环境分析

2.竞争环境分析?

(五) 员工招聘与培训

招聘步骤：

发布招聘信息。

对应聘人员进行初步的筛选。

对经筛选后的人员进行相关的考核与面试。

商谈劳资方面双方的\*\*与义务。

签订相关合同。

招聘要求

一般情况：姓名、性别、\*\*、籍贯、健康状况、工作经历与经验。

专业情况：可以分为专业知识和专业技能两方面进行。

试用。要求应聘人员参与实际工作，对其工作能力进行考核。

人事管理

员工和教练培训：当所需要的人员参加工作前，应该对其进行培训，培训应包括一下几个方面：职业道德、专业知识、实际工作技巧、团对精神与合作精神，灌输企业宗旨。

鼓励机制。鼓励是一种激发企业内部员工主动精神与扩大企业效率及能量的有效\*\*，它主要通过管理条文与\*\*来体现的。它包括职位与待遇变化、精神奖励、物质奖励等。

评估体现最详尽的健身房创业计划书工作计划。对俱乐部每位员工的工作量、工作效率、工作质量与人际关系等进行量化的评估。

如：建立考勤\*\*及表格、建立工作任务书与完成情况评估表等，特别是健身会所客户的评价是非常重要的

招聘职位：

会籍顾问。(重点)，要有良好的销售能力

私人教练。(在校学生)(重点)要求：具有专业机健身知识，以及良好的篮球技术

客户服务。

后勤。财务。

健身俱乐部成本\*\*

流程改选：改善成本构成

**健身股权合同范本3**

>1.计划概况

我们拟将健身中心设在\*\*东城区，这里的居民收入比全国\*均高出倍;这里的工厂、企业以及其它单位的员工有着组队进行体育活动的传统。我们健身中心的活动项目都是围绕着人们的兴趣而设计的，将会超过未来会员的期望。我们所提供的设备和经验丰富的经营管理人员将使健身中心的服务超过其他类似的俱乐部。

除了上述健身俱乐部所具备的成功外，更为重要的是，我们有一组经验丰富、富有热情和生气并致力于经营这个健身中心的管理人员。张大为先生是一位出色的推销专家，他将出任健身中心的总裁;王丽华女士将出任项目部和公关部主管;刘国栋先生将主管设备处并负责职员的培训。以上这三位都具有企管硕士学位并具有多年的这一行业的经营经验。魏麦先生是一位财务方面的专家，将出任本中心的财务主管。

健身中心的创建需购置土地5公顷，连同建筑和设备安装费用共需投资450万元。以上提及的几位主要经理人员共投资60万元，一些外部投资者以获得40%的股份为条件已承诺投资约190万元。健身中心还需向有关机构贷款225万元，拟将建造此中心的土地和造好的房屋作为贷款的抵押，同时将提供40%的付款以确保此项抵押贷款的可靠。我们预计健身中心第一年的总销售额将达180万元，利税达万元。

>2.经营管理

经理人员介绍

张大为先生，现年40岁，\*\*大学企管硕士，中山大学经济学学士。张先生在广健身俱乐部担任副总裁之职多年，从事过健康俱乐部的选址、日常经营和活动项目开发等多方面的工作。在此之前，张先生作广州家庭健身中心的职员，从事过多年的直接销售工作。张先生还是一位体育爱好者，他现在仍担任\*室内运动协会的理事。

王丽华女士，现年35岁，\*人民大学企管硕士，\*\*师荡大学教育学硕士。王女士现任职于四通集团公司职工活动部经理，对职工活动项目设计和体育器材有丰富的知识和经验。王女士业余还兼任东城区青少年活动协会的理事会成员。

刘国栋先生，现年38岁，\*\*师范大学体育系学士，现任职于国际海员俱乐部器材管理部，\*\*\*是\*\*体育界的活跃人士，同时参加几个业余篮球队和排球队并兼任教练。

魏麦先生，现年48岁，\*财经大学企业财务硕士，具有高级会计师职称，现任职于全国青少年体育运动协会的主管会计师。

上述的每一位经理人员均在自己的领域之中有多年的工作经验，其中两位具有管理财务方面的经验，三位曾经有经营健身俱乐部方面的经验。这样的经理人员的组合给健身中心提供了一个坚实的基础，即使万一有某位经理人员因故离任，其他成员可即时填补空白。

上述各位人士虽然目前仍在其他单位担任要职，但并没有与他们的单位签定任何限制性合同，可以随时离职而加入健身中心。这四位经理人员已签署的一项合同约定：他们从加入健身中心之日起将至少为本中心服务五年;如果任何一位将来离开本企业，那么从离开之日起五年这内将不能从事与中心竞争性的业务。事实上，这四位原始创始人对创办本中心投入了大量的人力和资金他们将会致力于办成一个成功的健身俱乐部。

四位创始人每年的工资收入定为5万元，这与目前这个行业同等职位人员的工资水\*相当。

创业所有权分配

健身中心最初将发行10万股普通股票，四位创始人每人投资15万元，各换取14%即14，000股股票。每一位董事(共4人)将获得1%(共4000股)的股份。另有三位不参与经营的投资者共出资190万元，将按出资多少分享40%的股份。

经理人员的责任

总裁/推销部：张大为先生将出任健身中心总裁，他是整个中心的核心。他的主要责任是\*\*企业的经理人员，同时还担负训练和指导中心的销售人员的责任。

项目设计/公关：王丽华女士将出任这方面的主管。王女士将对健康俱乐部行业的发展情况以及顾客的需求进行持续的分析，制定出符合市场需求的活动项目，并负责中心的广告和宣传业务。

器材部/人事部：这个部门由刘国栋先生负责。\*\*\*将负责中心的器材购置、维护以及中心的杂务人员的管理。

财务/住处系统：这个部门由魏麦先生负责。中心的计算机系统以有相应的数据、文件也由魏先生负责管理。

董事会成员

健身中心的经理人员意识到自身缺管某些经营此中心所必需的专长。为了裣这种缺失，经理人员吸收一位律师、一位健美方面的医生、一位健美专家和一位体明星加盟董事会。他们将对中心的发展提供宝贵的经验和技巧。每一位董事会成员将获得1%的股份作为报酬，如果他们决定离开中心的话，中心的经理人员有对他们的股份进行收购的第一优先权。

>3.市场分析

市场的分布情况

健身行业的市场分割最重要的形式是其区域性，80%的会员居住在距中心周围9公里以内，\*均车程15分钟可视确定距离范围的基准。健身中心是一个具有独特体育运动设施的俱乐部，由于有室内滑冰场、排球沙滩以及特殊训练厅，将吸引一些居住较远的人们，估计所有会员的工作、居住地不超过13公里。健身中心之所以选址在\*\*市东城区，其原因是那里人口增长迅速、家庭收入高以及该地区人们对体育运动有较大的潜在需求。

人口、年龄、家庭收入和从事管理、专业技术工作的人数是判断顾客群中最重要的统计变量。东城区年人口增长率为，是全国人口增长率的倍，是\*\*市人口年增长率的倍。大约590，000人口居住在健身中心场址9公里以内，据估计，这个数字到1995年将超过650，000。分析专家说健身行业会员的年龄中值是34岁，而东城区年龄中值为32岁。

根据\*国家室内运动协会(简称室运协)的抽样\*\*，家庭收入是判断顾客群的另一重要因素，约77%的会员家庭收入超过万元，而全国家庭收入超过此线的占56%;39%的会员家庭收入超过万元。从事管理、专业技术工作的人员参加健身运动的人数远比其他行业人员多，而\*\*市专业技术和管理人员比例与全国\*均相比多二倍以上。

对比全国\*均水准，东城区体育运动的潜在市场高于95%。根据1991年国家\_对以邮政编码为区域范围的居民各种服务的潜在需求量进行的分析测算，东城区的需求指数为132，而全国的需求指数中值为103。

可行性分析

市场渗透分析是对兴建商业娱乐、健身设施在一定的市场范围内的整体市场饱和状态的预估方法。它已被公认为重要的商业分析方法。这种方法被房地产评估者、金融机构和专业顾问用于测量市场对新建健身设施的需求程度。本计划中的计算结果是根据与目标市场和设施建筑面积有关人口统计数据得来的(请参照附录有关计算方法和讨论结果)。

应用这套分析方法的结果表明：东城区以其现有的人口仍可财建一所7，500\*方米的多种体育运动俱乐部。这一市场渗透分析不能用于分析具体项目带来的利弊，因而需要通过市场研究来进一步确定该项目的可行性。我们的研究包括：选址分析，目标市场\*\*，与一些体育\*\*、社团\*\*\*、竞争对手的会员和雇员进行交谈。

>4.竞争分析

**健身股权合同范本4**

>一、团对治理与项目分析

组建俱乐部一般分为硬件(装修、设备购置)、软件(指职员、特别是主要治理职员、教学职员的组建)、治理团队是俱乐部成功的关键，其中总经理、财务职员的人选及教学团队的组建应尽可能体现专业、敬业、团结。

教练经理的人选是\*\*教练团对的关键

教学团队指器械教练、器械服务及健美操教练，目前\*\*大部分俱乐部都存在以下一些题目:没有固定的教学团队，缺乏敬业的专业教学治理职员。没有固定的教学内容，缺乏教学评价。没有有效的培训体制及培训教师团队。从事教学职员素质参差不齐。

高素质的教学队伍是保证俱乐部运营发展，会员服务、会员续会的关键，同时教学上风也是保证俱乐部竞争力的关键因素之一，因此应对教学团队，特别是对教练经理的人选给予足够的重视。

>二、选择开办俱乐部的合适场地

>1、位置

俱乐部经营具有明显的地域性，即俱乐部周边3—6km范围是其主要客户服务区域。

俱乐部开设位置大体分为贸易区、办公区、住宅区，选址应对周边人流、收进状况进行分析后确定。

>2、物业条件、场地面积

一般需了解使用面积，通常使用面积800以下为小型俱乐部，800—1500为中型俱乐部，1500?以上为大型俱乐部。健身房的空间

健身房的层高及柱间间隔是健身俱乐部能否吸引健身者的关键。健身俱乐部以开放性的大空间为主，层高为3m以上才能保证良好的视觉感及练习空间。

柱间距的大小影响健美操厅的利用效果，一般8m间距较为常见。健身房的设计

在专业设计职员的配合下，了解有关方面的参数，以确定物业条件是否适合开俱乐部，这是不可缺少的过程。

与物业合作的方式

留意场租的支付方方式和是否包含物也费、水电用度等。

流水分成

根据俱乐部的流水收进按约定的百分比提取场地用度。

合资经营

以场地进股的形式共同创办俱乐部，按利润获得场地收益。以上是俱乐部与物业常见的三种合作形式，具体应根据资金实力、对当地市场的信心、治理水同等诸多因素确定。

>三、\*\*设计装修、俱乐部\*面布局设计

俱乐部的\*面布局及各区域的面积比例是俱乐部设计乃至今后成功经营的关键。

按区域大致分为:前台

休息区:阅读、商品销售。

健美操厅:根据俱乐部总体面积和教学实力设一个或多个跳操厅，内部设备应有\*\*音响、垫子、踏板等设备。

器械区

XXX区:有XXX柜、淋浴区、卫生间。

俱乐部设备的设计

水、热、电、空调、消防等专业设计。

3、俱乐部装修风格设计

第一步、通过材料选择及主要颜色确定俱乐部的风格。

第二步、施工招标、装修。

第三步、内部装饰。

利用壁画营造健身气氛，并设置教练先容栏，会员信息栏。

>四、织购置健身设备

等重量练习设备、包括练习身体某一具体部位肌群的设备。\*\*练习设备、包括卧推架、杠铃、哑铃等。健美操设备、包括垫子、哑铃、踏板、健身球等。电脑、电视、电话、音响等设备。员工服装、会员礼品、宣传品等。

>五、\*\*健身俱乐部执照办理的程序

目前\*\*还没有有关营业性健身俱乐部的完备法规和行业规定，但大致可按下列程序办理。

俱乐部经营前应办理营业执照、运动场馆经营许可、税务登记、卫生防疫登记等相关手续。

计算机治理软件的应用。

俱乐部实现计算机治理可完成健身卡治理(办卡、缴费、验卡、挂失、补卡等)、储物柜治理、收银治理，俱乐部的业务状况全部在计算机信息中体现，治理者可以方便、快捷、正确地得到一手数据，从而便于治理者进行刚性\*\*柔性治理。

>六、员工招聘与培训

>1、健身俱乐部一般人事结构如下:

场馆经理、销售人员、教练团队、财务职员、行政人员、运营人员

>2、健身俱乐部策划书

健身俱乐部的筹建

团对管理与项目分析组建俱乐部一般分为硬件(装修、设备购置)、软件(指人员、特别是主要管理人员、教学人员的组建)、管理团队是俱乐部成功的关键，其中总经理、财务人员的人选及教学团队的组建应尽可能体现专业、敬业、团结。

>(一)小区健身会所的优势

1、离家近人口密集交通便利资源稳定等

2、节约房租水电等

3、唯一一家专业小区会所

>(二)选择开办俱乐部的合适场地

场地面积

一般需了解使用面积，通常使用面积800以下为小型俱乐部，800—1500为中型俱乐部，1500以上为大型俱乐部。

健身房的空间

健身房的层高及柱间距离是健身俱乐部能否吸引健身者的关键。健身俱乐部以开放性的大空间为主，层高为3m以上才能保证良好的视觉感及训练空间。柱间距的大小影响健美操厅的利用效果，一般8m间距较为常见。

健身房的设计

在专业设计人员的配合下，了解有关方面的参数，以确定物业条件是否适合开俱乐部，这是不可缺少的过程。

1、根据俱乐部的硬件、软件条件及市场情况确定俱乐部的核心客户群体。

2、在俱乐部运营中要坚持市场定的连贯性，要先知先觉而不要跟在别人之后。

3、不进行价格竞争，立足开拓市场。

4、集中力量巩固现有会员。

5、企业公司单位工厂医院小区商场学校。

**健身股权合同范本5**

团对管理与项目分析组建俱乐部一般分为硬件（装修、设备购置）、软件（指人员、特别是主要管理人员、教学人员的组建）、管理团队是俱乐部成功的关键，其中总经理、财务人员的人选及教学团队的组建应尽可能体现专业、敬业、团结健身房策划书策划书。

>（一）小区健身会所的优势

1、离家近人口密集交通便利资源稳定等

2、节约房租水电等

3、唯一一家专业小区会所

>（二）选择开办俱乐部的合适场地

①场地面积

一般需了解使用面积，通常使用面积800?以下为小型俱乐部，800―1500?为中型俱乐部，1500?以上为大型俱乐部。

②健身房的空间

健身房的层高及柱间距离是健身俱乐部能否吸引健身者的关键。健身俱乐部以开放性的大空间为主，层高为3m以上才能保证良好的视觉感及训练空间。柱间距的大小影响健美操厅的利用效果，一般8m间距较为常见。

③健身房的设计

在专业设计人员的配合下，了解有关方面的参数，以确定物业条件是否适合开俱乐部，这是不可缺少的过程与物业合作的方式健身俱乐部的价格定位

1、根据俱乐部的硬件、软件条件及市场情况确定俱乐部的核心客户群体。

2、在俱乐部运营中要坚持市场定的连贯性，要先知先觉而不要跟在别人之后。

3、不进行价格竞争，立足开拓市场。

4、集中力量巩固现有会员。

5、企业公司单位工厂医院小区商场学校。

**健身股权合同范本6**

他东拼西凑借来万元开始创业，短短4年，坐拥300余万元。汤兴旺，一个普通的大学生创业者，在毕业两年后，先后建立4个健身俱乐部，完成了从零到资产上百万的原始积累。他说，自己还有更远的愿望，预计在3年内将自己的健身俱乐部扩展到8至10家。

>创业的初衷很单纯

这是一个地处4楼的健身俱乐部，红黑主色调，鲜明，张扬，不断有健身的人来来往往。

从体格上看，汤兴旺是个标准的山东汉子。休闲的蓝色西装，有着超乎年龄的稳健。透过紧绷的肩部，能感觉到突起的肌肉。汤兴旺说，自己决定创业的那年，正在成都体育学院上大二。

20xx年，刚上大二，汤兴旺获得了全国锦标赛健美\*\*赛第四名，有幸去了全国几个大的健身俱乐部，他坦言，这一趟也决定了自己的未来。回校后，他毅然放弃继续冲金的比赛生涯，利用课余时间到各种培训机构学习经营管理知识，到俱乐部当健身教练。整整一个月下来，到手的工资，汤兴旺至今记得清清楚楚：130元，“不过，这段经历却为我后来的创业积累了不少经验。”

“其实，最初就是因为家庭困难，想为父母减轻点负担。”汤兴旺的家在山东偏僻的农村，而健美这一行，吃的方面相当讲究，一个月下来至少要花费3000元，这对他并不富裕的家庭而言，无疑是个沉重的负担。

>4个月就赚了6倍

“第一次单枪匹马地出来打拼，其间遇到的困难一言难尽，更恼火的是自己当时还是个学生。”说干就干，汤兴旺拿出比赛获得的奖金和家人凑的万元，开始创建他的第一家健身会所。

“实际上，那点钱只够门面装修租赁。”他回忆，为寻找一家合适的店，白天，汤兴旺就骑着单车走街串巷；晚上，就拿着一张地图圈圈点点。20xx年11月2日，经过一段时间的筹备后，汤兴旺的第一家健身会所开张，面积仅97\*方米。靠着当教练时结下的人脉，会所里几乎所有的健身器材都是赊欠而来，这在一定程度上，为汤兴旺节约了一笔不小的开支。开张后，会所的生意，汤兴旺用“说得过去”加以概括。4个月后，有人高价收购，出价超过投入6倍以上，汤兴旺觉得这笔账还划算，而且长远考虑，规模上也适应不了未来的发展，就忍痛割爱把店卖了。这一来，不仅还清了所有的器材赊欠余款，还小赚了一笔。

初次创业，让汤兴旺尝到了甜头。带着这份喜悦，汤兴旺心里有了更远的打算，依靠自己首次创业积累的实战经验，重新选择一个位置，扩大规模。

>生意越做越大

第二家店定在成都市石人小区，面积347\*方米，仅租金就花了3万多元。汤兴旺说，这一次因为门面比较大，他选择了和学校其他三个老乡一起做。为节省成本，俱乐部所有的洗浴设施都是二手的，4个大男人走东串西，哪样便宜就先买哪样回来。汤兴旺形容，这是他创业最为艰难的一次。

那时候，由于都还是在校学生，学校、店铺两边都不能耽误。往往是上午在学校上课，中午顾不上吃午饭就去店铺打扫，深夜两三点再返回，光打扫就花了整整3天3夜。那时节正是成都的梅雨季节，4个人骑着单车风里来、雨里去，经常是深夜回学校的时候，才发现自己很饿，原来自己根本还没有吃中饭和晚饭。一次清洁整下来，汤兴旺才发觉，自己根本没有衣服穿了，因为太忙，衣服不是湿的还没干，就是脏的还没洗。

这家店存在了1年零7天后又遇到高价收购。结束了这家店后，汤兴旺继续前进，20xx年11月11日，他的第3家店在高升桥开张了，面积1500\*方米，启动资金11万。有了两次创业的经验，汤兴旺开始单飞。这家店一直经营到现在。

>要让俱乐部遍地开花

对未来，汤兴旺有自己的规划。现在，在健身俱乐部的经营上，他不仅有了实战的经验，还专门创新了模式，将类似房地产的“预售”模式引入俱乐部营销概念。比如，汤兴旺的健身俱乐部就曾预售20\_年奥运主题的健身卡。

“是不断的打拼，让我坚定对健身俱乐部的信心。”就在汤兴旺第3家高升桥店开张不久，\*名牌“舒华”一眼相中这个善于经营的大学生创业者，主动注资300万元与之合作。这家健身俱乐部在成都市堪称一流。看着前来健身的人络绎不绝，他的自豪之情溢于言表，他说目前自己的2号店和3号店已经进入了装修阶段，预计在3年内将扩展到8至10家。汤兴旺口中的2号店，位于易初莲花，3号店位于西安路，总投资大约在500万元，“就是红星路，也在我开店计划之中。”

汤兴旺拿出那张破旧的地图，四面都起不少褶皱，上面全是红蓝黑不同颜色的勾画，依稀可见的是地名，哪里没有健身场所，哪里最适合开店，都在这张图上一目了然。汤兴旺说，这上面都凝聚着自己的心血，是对成都的健身市场所做的最基础的调研，以后的开店计划都在这张图上，是自己将来远大的创业蓝图。他说，他每年都要到各大专业机构进行学习，给自己不断充电，让自己的俱乐部在成都遍地开花。

健身房股权转让协议书3篇（扩展7）

——合作经营健身房协议 (菁华1篇)

**健身股权合同范本7**

岗位描述

健身房领班

岗位名称：

健身房领班

直接上级：

康乐宫主管

直接下级：

陪练员、服务员

本职工作：

主持健身房的日常工作

直接责任：

1.每月向康乐宫主管述职一次。

2.及时、正确地传达上级的指示。

3.\*\*健身房向上级投诉。

4.每月制订一份健身房的营利计划，报批后执行。

5.制订健身房员工岗位技能培训计划，报批后，协助培训部进行实施、考核。

6.根据工作需要，调陪练员、服务员的工作岗位，报康乐宫主管批准后执行，并

转入人力资源部备案。

7.制订陪练员、服务员的岗位描述，并界定他们的工作。

8.向陪练员、服务员布置工作任务。

9.记录陪练员、服务员的考勤情况。

10.受理陪练员、服务员提出的合理化建议，并按照程序进行处理。

11.每月听取陪练员、服务员的述职一次，并对其做出工作评定。

12.填写陪练员、服务员的过失单和奖励单，根据权限，按照程序，进行处理。

13.关心陪练员、服务员的思想、生活、工作。

14.每日召集陪练员、服务员进行营业前布置，营业后总结。

- 1 -

15.如陪练员、服务员在工作中出现争议，应及时予以裁决，并做出界定。

16.巡视、检查健身房的各项工作。

17.向健身房的客人说明有关规定和注意事项，劝阻客人的\*\*行为和不文明举动，

维持健身房的正常营业秩序。

18.拒绝已酗酒的客人进入健身房。

19.受理客人对健身房工作人员的投诉，按照程序进行处理。

20.根据陪练员、服务员提供的记录，整理出客人消费的帐单，按照程序，请客人

付款或签单。

21.审批陪练员提出的报修单，检查维修的结果，掌握健身器械的状况。

22.记录健身房营业状况的\'流水帐，统计出每日的营业额以及成本费用。

23.按照工作程序做好与相关部门的横向联系，如发生争议，应及时提出界定要求。

24.学习健身房的管理技巧，了解本行业其他健身房的经营状况。

25.熟悉健身房各岗位的工作，掌握一定的健身知识。

\*\*责任：

1.对健身房营利计划的完成负责。

2.对健身房的环境质量，服务质量负责。

3.对所属陪练员、服务员的纪律行为，工作秩序，整体精神面貌负责。

4.对健身房给酒店造成的影响负责。

5.对健身房的日常消耗，经营成本负责。

6.对管辖范围内健身器械，以及其它相关设备的完好负责。

主要\*\*：

1.向上级报告健身房真实工作情况的\*\*。

2.\*\*健身房向上级投诉的\*\*。

3.对健身房的工作有对外\*\*权。

4.对陪练员、服务员的业务水\*有考核权。

5.对陪练员、服务员有指挥权。

6.对陪练员、服务员的奖惩，有建议权。

7.对陪练员、服务员的工作有\*\*权，检查权。

8.对陪练员、服务员的人事调动有建议权、执行权。

9.对管辖范围内的健身场地，健身器械以及其它相关设施、设备有管理权。

10.对陪练员提出的报修单有审批权。

11.对维修部门维修健身器械的工作，有检查权。

12.对酗酒后的客人有拒绝服务的\*\*。

管辖范围：

1.健身房所属陪练员、服务员。

2.健身房所属健身场所，更衣室，休息场所以及其它相关设施。

3.健身房所属健身器械，以及其它相关设备。

4.健身房卫生责任区。

**健身股权合同范本8**

>一、创业背景

这几年的研究\*\*表明，大学生体质健康状况不容乐观，例如体质下降，容易生病等。这不仅影响了大学生当前的学习，而且也对他们未来所从事的事业产生了不可忽视的影响。尤其是这几年NBA、英超等体育活动的风靡，激发了大学生在竞技场上一展风采的愿望。当下大学生希望通过体育锻炼来增强体质。然而，学校提供的锻炼设施较为陈旧，且目前市场上健身房的收费标准往往超出了大学生的承受能力，因此，开办一间针对大学生的健身房具有明朗的前景。

结合福州高校学生健身房匮乏的现状，拟选取大学城作为创业的起点，凭借大学城庞大的学生群体及在体能教育方面的优势，可以预见我们拥有庞大的市场空间和发展空间。

>二、创业构想

>1、项目介绍

我们计划成立一间健身房，以大学城为中心，顾客以附近大学的大学生为主，以及附近周围的社会上的顾客。项目前期打算先租赁一间大仓库，地点选在地价相对较低的地段。相关配套设施有：跑步机5台、五人综合训练器1台、坐式蹬腿训练器1台、坐式胸肌推举训练器1台、下斜举重床1台、臂力训练器2台、乒乓球台、桌球台、桌游设备等。

>2、项目的经营

形势分析：前期因为设施有限，并且知名度不高，顾客对我们的认知度不高。

相应对策：我们必须先把握住每个进来的顾客，前期我们打算为每个来光顾的顾客量身定制健身方案，争取每个顾客都有专门的教练手把手的指导与训练。在顾客中留下好的口碑、好的形象，通过顾客的口碑相传，打开我们在大学城的市场，使我们能够站稳脚跟。后期发展壮大之后，首先进行面积上的扩展，设备的更新和新设备的引进，专业教练的人员数量增加。并且有可能发展成为全国一家针对大学生的专业健身连锁店。

>3、项目优势

大学城附近没有一个设备齐全、价格适合大学生的健身房。并且即使有也没有一个主要针对大学生人群的专业化的健身团队。现代社会对良好身体素质的需要，要求我们迫切改变自己，提高自己的身体素质。初中高中我们迫于学业压力锻炼的机会和时间都很少，大学的时间是很充足的并且我们处于一个从学校走向社会的转折。有一个良好的体魄对于我们走向社会、走向职场都有很大的帮助。现在很多的职业面试都是先看外表。俗话也有说：好的身体是\*\*的本钱。所以，加强锻炼，增强身体素质是现代大学生的需求。这是一个正在增长的新兴社会需求。

>4、团队优势

我们团队自己拥有有体育专业的学生、专业化的健身知识，优良的管理和营销策略以及对于事业的热忱。

>三、市场分析

大学生，一群永远走在时尚和\*\*前面的人，随着我国经济的发展，健身这个及健康又时尚的行业越来越流行了，大学生自然不会落后。

一方面，对于大学生而言，健身并不是一项很简单的很随意的消费。大学生没有固定的经济来源，同时\*时要上课，空闲时间有限。另一方面，健身房要怎么做才能吸引更多的大学生来作自己的会员呢?作为潜在消费者，无疑现在的大学生将是以后健身房的主力消费群体，在一定意义上来说，这是一项长期投资，但绝对值得，何况当下就有回报，只是相对的少点。何乐而不为?

**健身股权合同范本9**

>一、创业背景

1、项目背景

这几年的研究\*\*表明，大学生体质健康状况不容乐观，例如体质下降，容易生病等。这不仅影响了大学生当前的学习，而且也对他们未来所从事的事业产生了不可忽视的影响。尤其是这几年NBA、英超等体育活动的风靡，激发了大学生在竞技场上一展风采的愿望。当下大学生希望通过体育锻炼来增强体质。然而，学校提供的锻炼设施较为陈旧，且目前市场上健身房的收费标准往往超出了大学生的承受能力，因此，开办一间针对大学生的健身房具有明朗的前景。

结合福州高校学生健身房匮乏的现状，拟选取大学城作为创业的起点，凭借大学城庞大的学生群体及在体能教育方面的优势，可以预见我们拥有庞大的市场空间和发展空间。

>二、创业构想

1、项目介绍

我们计划成立一间健身房，以大学城为中心，顾客以附近大学的大学生为主，以及附近周围的社会上的顾客。项目前期打算先租赁一间大仓库，地点选在地价相对较低的地段。相关配套设施有：跑步机5台、五人综合训练器1台、坐式蹬腿训练器1台、坐式胸肌推举训练器1台、下斜举重床1台、臂力训练器2台、乒乓球台、桌球台、桌游设备等。

2、项目的经营

形势分析：前期因为设施有限，并且知名度不高，顾客对我们的认知度不高。

相应对策：我们必须先把握住每个进来的顾客，前期我们打算为每个来光顾的顾客量身定制健身方案，争取每个顾客都有专门的教练手把手的指导与训练。在顾客中留下好的口碑、好的形象，通过顾客的口碑相传，打开我们在大学城的市场，使我们能够站稳脚跟。后期发展壮大之后，首先进行面积上的扩展，设备的更新和新设备的引进，专业教练的人员数量增加。并且有可能发展成为全国唯一一家针对大学生的专业健身连锁店。

3、项目优势

大学城附近没有一个设备齐全、价格适合大学生的健身房。并且即使有也没有一个主要针对大学生人群的专业化的健身团队。现代社会对良好身体素质的需要，要求我们迫切改变自己，提高自己的身体素质。初中高中我们迫于学业压力锻炼的机会和时间都很少，大学的时间是很充足的并且我们处于一个从学校走向社会的转折。有一个良好的体魄对于我们走向社会、走向职场都有很大的帮助。现在很多的职业面试都是先看外表。俗话也有说：好的身体是\*\*的本钱。所以，加强锻炼，增强身体素质是现代大学生的需求。这是一个正在增长的新兴社会需求。

4、团队优势

我们团队自己拥有有体育专业的学生、专业化的健身知识，优良的管理和营销策略以及对于事业的热忱。

>三、市场分析

1、市场\*\*与行业分析

大学生，一群永远走在时尚和\*\*前面的人，随着我国经济的发展，健身这个及健康又时尚的行业越来越流行了，大学生自然不会落后。

一方面，对于大学生而言，健身并不是一项很简单的很随意的消费。大学生没有固定的经济来源，同时\*时要上课，空闲时间有限。另一方面，健身房要怎么做才能吸引更多的大学生来作自己的会员呢？作为潜在消费者，无疑现在的大学生将是以后健身房的主力消费群体，在一定意义上来说，这是一项长期投资，但绝对值得，何况当下就有回报，只是相对的少点。何乐而不为？

**健身股权合同范本10**

>一、企业介绍

“1992阳光健身中心”是一所即将创建的旨在向会员提供室内和室外体育健身运动的俱乐部。与目前已存在的大部分健康俱乐部所不同的是，“阳光健身中心”将为团队提供排球、篮球等运动场地，同时也为个人提供健身的场地和设施。健身中心将积极推动单位和家庭的参与，并向那些有兴趣提高体育技艺的人士提供专家指导和训练性课程。

一般来说，这个行业竞争的关键在于地点的选择、活动项目的设计、服务的质量和设备的条件。我们拟将健身中心设在南风百货四层，南风广场是人流集散地，文明街是最繁华的商业街，附近有多个居民小区，我们健身中心的活动项目都是围绕着人们的兴趣而设计的，将会超过未来会员的期望。我们所提供的设备和经验丰富的经营管理人员将使健身中心的服务超过其他类似的俱乐部。

>二、经营管理

1、人员介绍

总经理：张小红 经理：任舒

2、报酬

按投资金额比例分红

3、创业所有权分配

健身中心最初五位创始人投资30万元，其余四人每人投资20万。分别占百分比：、、、、。

4、经理人员的责任

总裁／推销部：主要责任是\*\*企业的经理人员，同时还担负训练和指导中心的.销售人员的责任。

项目设计／公关：对健康俱乐部行业的发展情况以及顾客的需求进行持续的分析，制定出符合市场需求的活动项目，并负责中心的广告和宣传业务。

器材部／人事部：负责中心的器材购置、维护以及中心的杂务人员的管理。 财务／住处系统：负责管理中心的计算机系统以有相应的数据、文件。

>三、市场分析

1、市场的分布情况

健身行业的市场分割最重要的形式是其区域性，80％的会员居住在距中心周围9公里以内，\*均车程15分钟可视确定距离范围的基准。健身中心是一个具有独特体育运动设施的俱乐部，由于文明街是商业街，南风百货内有大型商场，周围有KFC，国美电器，各种专卖店等，将吸引一些居住较远的人们，估计所有会员的工作、居住地不超过13公里。健身中心之所以选址于此，其原因是因为前期的资金限制以及该地区人们对体育运动有较大的潜在需求

2、可行性分析

市场渗透分析是对兴建商业娱乐、健身设施在一定的市场范围内的整体市场饱和状态的预估方法。它已被公认为重要的商业分析方法。这种方法被房地产评估者、金融机构和专业顾问用于测量市场对新建健身设施的需求程度。本计划中的计算结果是根据与目标市场和设施建筑面积有关人口统计数据得来的。

应用这套分析方法的结果表明：以其现有的人口仍可建一所600\*方米的多种体育运动俱乐部。这一市场渗透分析不能用于分析具体项目带来的利弊，因而需要通过市场研究来进一步确定该项目的可行性。

我们的研究包括：选址分析，目标市场\*\*，与一些体育\*\*、社团\*\*\*、竞争对手的会员和雇员进行交谈。

>四、竞争分析

根据我们的\*\*结果得知，该片地区目前还没有一所设施齐全，服务周到的，活动内容丰富的健身中心，优势可谓得天独厚，有着巨大的潜在市场。就目前来讲，还不存在太大的竞争对手。

>五、企业操作

1、选择地点

经过全面的分析研究，决定将健身中心设在文明街，这里是繁华地段，人流量大。方便的地理位置是一个体育俱乐部为会员提供的最基本的利益之一，至于俱乐部的大小则由市场的需要而定。我们所选的地点已已成为该市重要商业区，可以立即开始基建工作。

2、器材的配置

健身中心建筑面积600\*方米，相对而言面积偏小，这是考虑到前期的资 金以及还没有大量的会员所做的决定。设备的维修和建筑设施的保养对会员很 重要。90％以上的被\*\*者给予这个方面最高一级考虑。维修费是一项可变开 销，这一行业的\*均维修费在4％-9％。我们强调预防性维修，可以使我们的 费用支出保持较低水\*。

3、产品和服务介绍

健身中心将全年开放，每天开放14小时。为满足喜欢早起锻炼的会员需 要，早晨六点即开始开放。健身中心将是一个室内、室外多项体育运动中心， 提供以下活动设施：跑步机、按摩椅、健身车、综合训练器、椭圆机、动感单 车、美腰机、登山机、举重床、腹肌板、\*板训练凳、哑铃、乒乓球台，还有 一些力量器材等。

>六、销售策略

1、短期策略

直接邮信是我们向居民传递信息的一种经济有效的方法。很多俱乐部均采用此销售方法，它已被证明是一种成功的方法。

直接推销将被用于面向9公里以内的\*\*和单位。为能在这一新兴事业早期以最经济的\*\*尽可能占领市场，我们将直接与一些大公司取得联系。这样将保证健身中心为它们开展联赛及时签署合同，同时满足他们的具体要求。

在推销工作繁忙之时，我们将雇用临时推销员，经培训后承担一些推销业务。全职雇员则负责经常性的工作，保证不错过任何销售机会。

2、长期策略

当健身中心在建设期间吸收了第一批会员之后，我们将继续在地方报纸上登广告，并将健身中心的\*\*发布信发给各协会\*\*，通过这些\*\*来建立健身中心的信誉和争取会员。

**健身股权合同范本11**

一、创业背景

项目背景

二、创业构思

项目介绍、项目经营、项目优势

三、团队介绍

团队成员的优势

四、市场分析

市场\*\*与行业前景分析、竞争分析、弱势分析

五、\*\*与场地分析

\*\*结构、场地的选取、参考选址类型、具体选址要求、目标消费群体、经营面积定位、装修标准定位

六、营销计划

营销计划与营销策略、具体操作流程、健身方案123

七、经费预算

经费预算表、经费的筹措

八、附录

资产负债表、利润表

一、创业背景

1、项目背景

这几年的研究\*\*表明，大学生体质健康状况不容乐观，例如体质下降，容易生病等。这不仅影响了大学生当前的学习，而且也对他们未来所从事的事业产生了不可忽视的影响。尤其是这几年NBA、英超等体育活动的风靡，激发了大学生在竞技场上一展风采的愿望。当下大学生希望通过体育锻炼来增强体质。然而，学校提供的锻炼设施较为陈旧，且目前市场上健身房的收费标准往往超出了大学生的承受能力，因此，开办一间针对大学生的健身房具有明朗的前景。

结合福州高校学生健身房匮乏的现状，拟选取大学城作为创业的起点，凭借大学城庞大的学生群体及在体能教育方面的优势，可以预见我们拥有庞大的市场空间和发展空间。

二、创业构想

1、项目介绍

我们计划成立一间健身房，以大学城为中心，顾客以附近大学的大学生为主，以及附近周围的社会上的顾客。项目前期打算先租赁一间大仓库，地点选在地价相对较低的地段。相关配套设施有：跑步机5台、五人综合训练器1台、坐式蹬腿训练器1台、坐式胸肌推举训练器1台、下斜举重床1台、臂力训练器2台、乒乓球台、桌球台、桌游设备等。

2、项目的经营

形势分析：前期因为设施有限，并且知名度不高，顾客对我们的认知度不高。

相应对策：我们必须先把握住每个进来的顾客，前期我们打算为每个来光顾的顾客量身定制健身方案，争取每个顾客都有专门的教练手把手的指导与训练。在顾客中留下好的口碑、好的形象，通过顾客的口碑相传，打开我们在大学城的市场，使我们能够站稳脚跟。后期发展壮大之后，首先进行面积上的扩展，设备的更新和新设备的引进，专业教练的人员数量增加。并且有可能发展成为全国唯一一家针对大学生的专业健身连锁店。

3、项目优势

大学城附近没有一个设备齐全、价格适合大学生的健身房。并且即使有也没有一个主要针对大学生人群的专业化的健身团队。现代社会对良好身体素质的需要，要求我们迫切改变自己，提高自己的身体素质。初中高中我们迫于学业压力锻炼的机会和时间都很少，大学的时间是很充足的并且我们处于一个从学校走向社会的转折。有一个良好的体魄对于我们走向社会、走向职场都有很大的帮助。现在很多的职业面试都是先看外表。俗话也有说：好的身体是\*\*的本钱。所以，加强锻炼，增强身体素质是现代大学生的需求。这是一个正在增长的新兴社会需求。

4、团队优势

我们团队自己拥有有体育专业的学生、专业化的健身知识，优良的管理和营销策略以及对于事业的热忱。

四、市场分析

1、市场\*\*与行业分析

大学生，一群永远走在时尚和\*\*前面的人，随着我国经济的发展，健身这个及健康又时尚的行业越来越流行了，大学生自然不会落后。

一方面，对于大学生而言，健身并不是一项很简单的很随意的消费。大学生没有固定的经济来源，同时\*时要上课，空闲时间有限。另一方面，健身房要怎么做才能吸引更多的大学生来作自己的会员呢？作为潜在消费者，无疑现在的大学生将是以后健身房的主力消费群体，在一定意义上来说，这是一项长期投资，但绝对值得，何况当下就有回报，只是相对的少点。何乐而不为？

**健身股权合同范本12**

>一、团对治理与项目分析

组建俱乐部一般分为硬件(装修、设备购置)、软件(指职员、特别是主要治理职员、教学职员的组建)、治理团队是俱乐部成功的关键，其中总经理、财务职员的人选及教学团队的组建应尽可能体现专业、敬业、团结。

教练经理的人选是\*\*教练团对的关键

教学团队指器械教练、器械服务及健美操教练，目前\*\*大部分俱乐部都存在以下一些题目: 没有固定的教学团队，缺乏敬业的专业教学治理职员。 没有固定的教学内容，缺乏教学评价。 没有有效的培训体制及培训教师团队。 从事教学职员素质参差不齐。

高素质的教学队伍是保证俱乐部运营发展，会员服务、会员续会的关键，同时教学上风也是保证俱乐部竞争力的关键因素之一，因此应对教学团队，特别是对教练经理的人选给予足够的重视。

>二、选择开办俱乐部的合适场地 1、位置

俱乐部经营具有明显的地域性，即俱乐部周边3—6km范围是其主要客户服务区域。

俱乐部开设位置大体分为贸易区、办公区、住宅区，选址应对周边人流、收进状况进行分析后确定。

>2、物业条件 ?场地面积

一般需了解使用面积，通常使用面积800?以下为小型俱乐部，800 —1500?为中型俱乐部，1500?以上为大型俱乐部。 ?健身房的空间

健身房的层高及柱间间隔是健身俱乐部能否吸引健身者的关键。 健身俱乐部以开放性的大空间为主，层高为3m以上才能保证良好的视觉感及练习空间。

柱间距的大小影响健美操厅的利用效果，一般8m间距较为常见。 ?健身房的设计

在专业设计职员的配合下，了解有关方面的参数，以确定物业条件是否适合开俱乐部，这是不可缺少的过程。

与物业合作的方式 租赁

留意场租的支付方方式和是否包含物也费、水电用度等。 流水分成

根据俱乐部的流水收进按约定的百分比提取场地用度。 合资经营

以场地进股的形式共同创办俱乐部，按利润获得场地收益。 以上是俱乐部与物业常见的三种合作形式，具体应根据资金实力、对当地市场的信心、治理水同等诸多因素确定。

>三、\*\*设计装修 俱乐部\*面布局设计

俱乐部的\*面布局及各区域的面积比例是俱乐部设计乃至今后成功经营的关键。

按区域大致分为: 前台 休息区: 阅读、商品销售。 健美操厅: 根据俱乐部总体面积和教学实力设一个或多个跳操厅，内部设备应有\*\*音响、垫子、踏板等设备。

器械区 \*\*\*区: 有\*\*\*柜、淋浴区、卫生间。 俱乐部设备的设计

水、热、电、空调、消防等专业设计。 3、俱乐部装修风格设计

第一步、通过材料选择及主要颜色确定俱乐部的风格。 第二步、施工招标、装修。 第三步、内部装饰。

利用壁画营造健身气氛，并设置教练先容栏，会员信息栏。 四、织购置健身设备

等重量练习设备、包括练习身体某一具体部位肌群的设备。 \*\*练习设备、包括卧推架、杠铃、哑铃等。 健美操设备、包括垫子、哑铃、踏板、健身球等。 电脑、电视、电话、音响等设备。 员工服装、会员礼品、宣传品等。 五、\*\*健身俱乐部执照办理的程序 目前\*\*还没有有关营业性健身俱乐部的完备法规和行业规定，但大致可按下列程序办理。

俱乐部经营前应办理营业执照、运动场馆经营许可、税务登记、卫生防疫登记等相关手续。

计算机治理软件的应用。

俱乐部实现计算机治理可完成健身卡治理(办卡、缴费、验卡、挂失、补卡等)、储物柜治理、收银治理，俱乐部的业务状况全部在计算机信息中体现，治理者可以方便、快捷、正确地得到一手数据，从而便于治理者进行刚性\*\*柔性治理。

六员工招聘与培训

>1、健身俱乐部一般人事结构如下: 场馆经理 销售人员 教练团队 财务职员 行政人员 运营人员

2健身俱乐部策划书 健身俱乐部的筹建

团对管理与项目分析组建俱乐部一般分为硬件(装修、设备购置)、软件(指人员、特别是主要管理人员、教学人员的组建)、管理团队

是俱乐部成功的关键，其中总经理、财务人员的人选及教学团队的组建应尽可能体现专业、敬业、团结。

>(一)小区健身会所的优势 1、离家近人口密集交通便利资源稳定等 2、节约房租水电等 3、唯一一家专业小区会所 (二)选择开办俱乐部的合适场地 ?场地面积

一般需了解使用面积，通常使用面积800?以下为小型俱乐部，800—1500?为中型俱乐部，1500?以上为大型俱乐部。 ?健身房的空间

健身房的层高及柱间距离是健身俱乐部能否吸引健身者的关键。健身俱乐部以开放性的大空间为主，层高为3m以上才能保证良好的视觉感及训练空间。柱间距的大小影响健美操厅的利用效果，一般8m间距较为常见。

?健身房的设计

在专业设计人员的配合下，了解有关方面的参数，以确定物业条件是否适合开俱乐部，这是不可缺少的过程。

与物业合作的方式 健身俱乐部的价格定位

>1、根据俱乐部的硬件、软件条件及市场情况确定俱乐部的核心客户群体。 2、在俱乐部运营中要坚持市场定的连贯性，要先知先觉而不要跟在别人之后。

>3、不进行价格竞争，立足开拓市场。 4、集中力量巩固现有会员。

>5、企业公司单位工厂医院小区商场学校。 addAd(ad\_2)3健身房策划书 addAd(ad\_3) 一、背景分析 校园健身房成立于20xx年1月。到目前为止，各种设施还不是很完备。也还没有联系很多固定的客户。我们的健身房主要是针对学生，尤其是想减肥的女生。现在我们已经拥有了许多对同学们健身的好方法。

>1、项目分析

现代人对健康的需求在持续增长，在满足基本生活的同时，加大了对养生的重视。食疗法是养身中的其中一步，健身又是一步，两者结合，从多个方面来寻求养身之道。

>2、市场分析

目前我们的竞争还不是很大，因为离我们近的地方还没有健身房。学生在校园的空闲时间不是很多，所以我们的健身房是他们最好的选

择。 二、预期目标

>1、三个月内加大宣传，让更多的同学知道健身的重要性。 2、半年内有30个固定客户。

>3、一年后，扩大规模，在原来的基础上增加50\*方米。 三、主题 每天运动一小时，健康长寿没问题 四、传播方式

**健身股权合同范本13**

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_健身会所

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_电话：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

编号：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_课程完成期限：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

乙方作为甲方会员，为更好地进行健身，经与甲方协商一致，决定聘请甲方教练员\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_为自己的私人教练，对自身健身活动进行单独指导，约定私教课程共：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_课时,每节课费\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元，共计\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_元。为规范双方权利义务，特做如下约定：

一、乙方在享受甲方私教课程服务时必须具备\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_健身会员资格。

二、甲方在与乙方签订私人教练服务合同后，应根据乙方所购买私教课时和体质情况制定详细的健身计划，该计划经乙方确认后执行。

三、签订本协议时乙方应确保自己身体无任何不适宜健身训练的疾病，如有相关身体健康问题，乙方应在合同签订前向医生咨询，并告知私人教练。

四、本合同生效后，甲方私人教练应按照课时计划对乙方进行一对一的健身指导，在授课过程中私人教练不得同时指导他人健身。

五、本协议一式两份，每人各执一份，由双方共同签名之起日成立。

甲方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

乙方：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_年\_\_\_\_\_\_\_月\_\_\_\_\_日

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！