

最新健身运动策划书(精选6篇)

无论是身处学校还是步入社会，大家都尝试过写作吧，借助写作也可以提高我们的语言组织能力。范文怎么写才能发挥它最大的作用呢？这里我整理了一些优秀的范文，希望对大家有所帮助，下面我们就来了解一下吧。

健身运动策划书篇一

健身房万圣节活动策划【1】

一、时间：

xxxx年10月28日星期五pm19□30

二、地点：

维尼健身大操房

三、内容：

将参加活动的全体人员分为3组，分别由该店人气教练带队(教练分为三个组，每个组三个教练。三个教练一人负责组长，一人负责啤酒)。整场晚会主要分为互动游戏、教练部助兴表演、最佳创意奖评选、化妆舞会以及喝啤酒、品糕点等。体测室作为化妆间和自助化妆间。

四、活动流程

1、教练部开场舞——杰克逊ghost

2□xxxx年10月28日晚19：30分

主持人登场宣布晚会开始，介绍晚会内容及流程

3、制作木乃伊(3组，每组3人)

所需道具：大卷卫生纸10卷

游戏规则：由2人用卫生纸将另一人缠成木乃伊，最先缠完的组获胜。

(奖品：获奖者每人奖双周卡1张、其团队成员每人奖次卡1张)

4、水盆捞人头(3组，每组5人)

所需道具：水盆3个、托盘3个、黑布3个、踏板若干、苹果20

游戏规则：第一个选手用黑布将眼睛蒙上，在队友帮助指引下穿过障碍物直至目的地(在目的地摆有一个盛满水的水盆，并且其中漂浮着若干苹果)，选手需用嘴叼起一个苹果，之后即可解下眼罩跑回起点，并击手传递到第二名选手。以此类推，至5名选手都跑完，最后一名选手先抵达起点的组为胜!

(奖品：获奖者每人奖双周卡1张、其团队成员每人奖次卡1张)

5、教练部表演(魔鬼瑜伽或者其他节目)

6、七拼八凑(参加人数30人-50人为佳，分成3组)

所需道具：托盘、背景disco音乐、奖品一份可以是精美的糖果(可以分的)

游戏规则：主持人要求大家分组坐好(一定要有男有女)

将游戏规则告知大家

每组先选出一名接收者，手持托盘站在舞台上。

其它小组人员按照主持人的要求提供物品放到托盘中。最先集齐物品的小组获胜。

背景音乐起

主持人开始宣读物品，每一个相隔一定时间给队员准备，慢慢加快。

聪明的主持人还可以临时选择一些东西。

(奖品：获奖者每人奖双周卡1张、其团队成员每人奖次卡1张)

7、铁人三项

所需道具：啤酒、面包若干、装有中奖纸条的气球

游戏规则：每组选出两名代表参加，参赛者喝完一瓶啤酒之后吃完两个面包，最后自己挑选一个气球吹爆即为获胜，参加者不仅可以得到丰厚奖品，还可以从吹爆的气球中获得意外惊喜。

(奖品：获奖者每人奖双周卡1张、其团队成员每人奖次卡1张)

8、优美尖叫比赛

所需道具：无

游戏规则：每组选出两名代表参加，参赛者发出自己遇到恐怖事物时会有的尖叫，尖叫之后有两名参赛者同时发出尖叫，人气最高的一组将成为胜利者。

(奖品：获奖者每人奖双周卡1张、其团队成员每人奖次卡1张)

9、集体兔子舞

主持人鼓动、教练带队

10、进行服装化妆的评选：最佳创意奖3名

(奖品：获奖者每人奖半年卡一张)

参与方式：自愿参加评选，参加者必须化妆及做才艺展示

评选规则：

(1)化妆效果符合模拟对象

以上就是健身房万圣节的策划方案，祝大家万圣节快乐!健身房万圣节活动策划【2】

一、活动目的

1. 使学生了解万圣节的由来和时间，感知西方文化节日氛围。
2. 认识万圣节相关的人、事、物、歌曲。
3. 增加家长的满意度。
4. 吸引校外的学生和家，提高卓悦知名度。

二、活动方案

时间：*****

形式：室内和户外相结合

对象：在校学生及家长(可邀请非本校的学生及家长参加)

三、活动前准备工作：

1、通知家长和学生参加本次活动。（各班老师）

2、布置教室环境□(laraine□katherine)

3、活动所需物品：

a.游戏物品：苹果若干、纸杯、气球、英文单词卡、糖果、装糖果袋、环境布置图片、奖品、照相机等□(lisa)

b.活动所需音乐：兔子舞、爬行音乐、万圣节相关音乐.(laraine)

c.活动ppt(sam)

四、活动流程

1. 开场舞——“兔子舞”（5分钟)(laraine)

老师教孩子跳兔子舞, 活跃现场气氛, 激发孩子兴趣, 达到热身效果。

2. 主持人致辞, 正式进入活动(3分钟)(laraine)

主持人欢迎学生和家长们到来, 并让学生说出今天的日期, 告诉孩子们今天要过一个有趣欢快的节日。活动中能吃到美味且免费的糖果, 引出主题“万圣节”。

3、简单讲述万圣节的起源(5分钟)(sam)

老师介绍万圣节的故事, 让孩子了解万圣节的时间、特殊物品、人物、习俗等

(竞猜题目见副表。)

4、和外教互动学习万圣节相关英语单词并学唱一首万圣节歌曲。(10分钟)(emmett)

5、游戏活动一：搭苹果(5分钟)(laraine)

游戏规则：1分钟时间内，2人一组，看哪组小朋友将苹果搭的最高，个数最多者胜。

游戏活动二：魔法气球(5分钟)(sam)

游戏规则：2队同时，每队2人1组，使3个气球不落地，从a到b□1分钟时限。

(游戏道具准备及示范□katherine lisa)

6、户外活动：不给糖，就捣蛋(30分钟)(所有老师)

地点：凯德广场

内容□a□有奖竞猜活动□b.请家长或老师扮演路人，学生戴上面具跟路人要糖果。

c□分享要糖果的快乐，数数自己的“劳动成果”，和其他小朋友分享。

五、注意事项：

1. 家长报名时通知家长为孩子准备面具或服饰
2. 活动前一天短信提醒家长活动时间
3. 活动流程要提前过一遍

4. 所有老师要在规定时间内完成自己所负责项目并过课

健身运动策划书篇二

活动目的：促进全民健身意识，推动健康生活方式，提高群众身体素质。

活动时间□20xx年2月1日至20xx年5月1日（三个月）

活动地点：全市范围内各社区、公园、体育场馆等场所

活动组织者：市体育局、社区居委会、各学校、体育协会等

1. 开幕式：

– 时间□20xx年2月1日

– 地点：市体育场馆

– 内容：舞蹈表演、健身演示、健身知识讲座等

2. 主题健身活动：

– 健身广场舞比赛：组织社区居民参与广场舞比赛，举办选拔赛和决赛，评选出优秀舞蹈团队并颁发奖项。

– 健身跑活动：组织全民健身跑，设立不同里程的路线供参与者选择。

– 健身讲座：邀请专业健身教练、营养师等给群众讲解健身知识、健康饮食等。

– 健身比赛：组织群众参与篮球、足球、羽毛球等体育比赛，鼓励群众积极参与体育运动。

- 健身展览：在市区举办健身用品展览，展示各类健身器材、健身房等，提供咨询、试用等服务。

3. 私人订制健身计划：邀请健身教练团队提供个性化健身计划，帮助感兴趣的群众制定专属的健身计划和饮食指导。

4. 公众宣传：通过各种渠道（电视、广播、报纸、网络）宣传健身知识、活动信息和参与方式，营造全民健身的氛围。

5. 健身公益活动：定期组织义务健身指导员到社区、学校、企业等地开展健身讲座和指导活动，提供免费健身服务。

6. 关爱健身志愿者：举办感恩活动，表彰优秀健身志愿者，给予物质奖励和荣誉证书，并安排培训课程提升他们的专业技能。

- 开幕式费用：10万人民币（租用场地、演员费用、礼品等）

- 主题健身活动费用：50万人民币（奖品、场地租用等）

- 私人订制健身计划费用：10万人民币（教练费用、宣传费用等）

- 公众宣传费用：20万人民币（广告、海报等）

- 健身公益活动费用：10万人民币（义务指导员费用、宣传费用等）

- 关爱健身志愿者费用：5万人民币（奖品、培训费用等）

- 参与人数统计：通过活动报名人数、参与人数等数据统计参与活动的群众数量。

- 调研问卷：随机抽样调查参与活动的群众，了解他们对活动的满意度、对健身意识的影响等。

- 社交媒体和媒体报道：根据社交媒体的关注度、分享量以及媒体的报道情况评估活动的社会影响力。
- 活动期间需加强场地安全管理，确保参与者的安全。
- 需加强对群众健身知识的宣讲和指导，提高参与者的运动技能和专业水平。
- 定期评估活动效果，根据反馈的意见和建议调整活动策划和组织方式。

健身运动策划书篇三

（一）健身房概述

我们阳光健身房是以经营时尚运动概念馆为核心，向大众广泛传播清新、自然、积极地，倡导全面健康的wellne理念。公司于2012年成立于成都，致力于客户的健康和美丽。以打造成成都时尚运动健身第一品牌为目标，以推广运动理念，倡导快乐生活为愿景，为实现成都市民的全面健康而奋斗终生！阳光健身房作为成都市内首家融合传统有氧和无氧器械区、乒乓球馆，室内篮球馆，室内攀岩馆、室内高尔夫馆等运动馆以及商务休闲区的时尚运动概念馆，首推一对一的私人健身教练服务，开设塑形瘦身、产后恢复、养心修身、抗衰老、减压、中招达标、赛前指导等精品课程。我们广纳贤才，精益求精，以实现全民健身为己任；我们崇尚完美、追求卓越，但不刻意追求名利，只是一直遵循“客户为本、服务至上”的方针，尽心尽力地服务客户和服务社会。

阳光势必在wellne全面健康领域带领潮流，将全球先进时尚科技之硬件设备，融合东方身心平衡之道，开发成都市场，开创全面健康的人生之旅！

（二）健身房业务方面

（三）健身房发展规划

健身行业在随着时代的发展而变化。在现今的社会，健身行业呈现多元化，为人们提供了一个休闲及娱乐的场所。而健身业的发展却得到很多实际性质的阻碍，因为市场现状及环境的改变，让健身房的市场格局发生变化。在健身业竞争是不可避免的，因为市场越大，投资者越多，而现今的人们追随时尚、追求美丽，去健身房的次数也越来越多，然而健身业的发展奠定了一定的资金基础。

（一）产品介绍

有氧系列：

跑步机、脚踏车、椭圆机、划船机、登山机。无氧系列：

单站位训练器、多站位训练器（综合训练器）、卧推床、腹肌板等板椅类专业训练器材；保健系列，带式按摩机、机械式按摩椅、电动按摩椅等器材；形体室设备，体操把杆、有氧舞蹈板、体操垫、瑜伽垫等器材等等健身器械设备。

（二）产品竞争能力

- 1、成本优势：健身房在成本方面拥有自身优势。因为健身器材耐用，
- 2、技术优势：阳光健身房拥有专业的健身团队，健身团队中的人员都有着丰富地健身及养生知识经验。
- 3、自身优劣势：阳光健身房的健身团队专业，有着丰富的健身经验，人员协作能力和团队精神强，产品类型多、丰富的养生之手、全方位的优质服务。唯一的不足是没有固定的投资方。

（三）产品定价：健身房将对成都市场进行问卷调查。然后根据问卷调查的结果及消费观、设备价来制定产品价格，使其产品价格既能吸引消费者，也能使企业产生足够的利润。

（一）行业分析：

1. 专业健身机构供不应求：

随着近年来国民生活水平的提高，人们享受式消费逐年增长，城市中白领阶层的大量涌现，带着各种需求的人们纷纷加入健身俱乐部，感受着新鲜时尚的健身方式。城市居民用于个人健身的消费每年以30%的速度递增，明显高于全球20%的平均速度。

目前人们已经不满足于简单的、直观的、分散的室外健身，他们需要有专业的场地、专业的器械、行之有效的锻炼效果以及有组织的、有专业教练指导的健身，渴望得到更多的健身知识、健身指导，专业健身机构的需求量随之增多。据初步统计，我国现有大小健身机构八千余家，按全国人口13亿计，人均健身机构拥有量为每15000人才拥有一家健身机构，与澳大利亚等发达国家每30人拥有一个健身机构相比，还存在很大距离。因此，即使在健身俱乐部呈几何级数增长的情况下，仍不能满足人们对专业健身机构的需求。

2. 健身市场规模：

随着健身热潮的持续升温，特别是2008年北京奥运会的成功举办，健身风暴将更进一步席卷全国，在20xx年年底和20xx年初，全国健身俱乐部会达到2万家左右，每65000人拥有一家健身俱乐部的。而正常的应该是每1000人就应该拥有一家健身俱乐部，全国俱乐部就应该有130万家，由此我们可以看出市场需要有多大。

3. 健身市场的效益分析：

在前述各种因素的影响下，健身这个日益庞大的市场将会产生巨大效益，同时给成功的投资者带来巨额回报。健身俱乐部的前期投资一般包括房屋租赁、装修、设备配置、人员招募、广告宣传等费用，后期经营过程中相对支出较少，以每年健身人群在中国的比例千分之八计算，每年即有所在城市人口的千分之八有可能成为您的潜在会员，用年卡价格乘以潜在会员人数即可得到年收入的大致预估。按中国健身人群每年30%的增长速度，俱乐部在经营的第二、三年，经济收益会有更大幅度增长。

（二）目标市场：

温江处于成长期很快的城市，有国色天香乐园，世界最大的泰迪熊馆，非物质遗产馆等文化和娱乐的城市，另一方面温江房地产迅速崛起，有大量外地居民入住，并且温江有众多的大学校园。所以将目标市场定为温江。目标人群为上班族，闲赋在家的太太群，学生群体等。

（三）竞争者分析：

1. 竞争对手分析

温江目前主要的商业健身俱乐部有15家。这其中不包括一些小型社区健身俱乐部和高

校健身俱乐部。虽然，温江有众多的商业健身俱乐部，但是真正对阳光健身房有竞争力、构成威胁的并不多。目前能与其竞争的主要有威尔尼斯健身俱乐部，圣力凯健身俱乐部，康林健身俱乐部。

2. 潜在加入者分析

健身房的经营，不管是从人力、物力还是财力上都是一笔很大的开支，这就决定了健身房的准入门槛较高。但随着资本

的流动性加强，大批拥有外资背景的健身俱乐部对中国健身市场的不断培育，以及人们消费观念、生活观念的改变，愈来愈多的人会加入健身大军，也就意味着更多的外资将加入竞争，可以预计今后成都地区商业健身市场的竞争将更加激烈。

3. 替代者分析

去网球场、游泳馆、高尔夫球场、保龄球馆以及爬山、骑车、公园散步、家用健身器上锻炼都是对健身俱乐部健身一定程度的替代。但是，所有这些替代品都不能像健身俱乐部一样提供全面的、多功能的健身服务。而且，健身俱乐部动感的音乐、热闹的健身场面、良好的社交氛围也是其优势所在。因此，替代品目前对阳光健身房的威胁并不大。

4. 购买者分析

消费者的讨价还价能力在规范运作的健身房面前是无法发挥出来的，像很多健身房的统一定价，消费者没有还价余地。但是，消费者有选择权，他们在权衡之中自然会选择性价比高，适合自己口味、生活习惯和居住地的健身房。处在密集和高档住宅小区附近的健身房一般来说面临的生存危机不是很大，只要价位不是定得太离谱，一般总会有消费者图方便来此健身。而像阳光健身房所处位置处于经济适中、人流量大的大学城中，房租合适，远离商业圈，大部分锻炼的人都会选择这种环境。

5. 供应商分析

对于供应商的分析，重点在四个方面：器械提供商、房地产商、健身教练以及一些清洁公司，如洗衣房、保洁公司等。其中，器材提供商和健身教练两方面又是重中之重。健身器材的国际知名品牌较多，健身房经营者选择余地比较大。选择国际品牌有利于健身房形象的树立。同时，健身房也可借

国际品牌的影响力和知名度来销售健身服务。之所以把健身教练看作供应商，是因为健身教练这个软投资的好坏在很大程度上决定了俱乐部的盈利水平。引进知名的、高水平的健身教练是保证健身房经营质量和对外声誉的重要环节，也必须规范、认真地进行管理。

6. 新力量分析

健身房在市场主要面临来自以上五种力量的挑战，在新的形势下，信息化、全球化和服务的个性化正在成为整个服务业面临的最大挑战。优秀的健身房不再仅仅是与竞争者竞争，更是与以前的自我竞争。只有超越自我、不断变革，才能赢取主动权。信息化是一个大趋势，是参与全球竞争、降低成本、提供个性化服务和保证供应链各方合作方盈利最大化的基础。

（一）健身房生产介绍

3. 劳动力和雇员的情况：公司已雇佣职工近30名，全是有自身独特能力的人，服务理念也特别强的职工。

4. 生产经营会员卡形式：年卡、半年卡、月卡、季卡、次卡

5. 卡制费用：包年1500元，包季420元，包月卡180元，以上三种形式在规定时间范围内均无次数限制。而次卡有10次卡和20次卡两种，价格也分别为100元和200元。

（二）门店选址：通过长期的考察，我们将门店选址在温江大学城，健身需要选择一个相对较为安静并且环境好的地方，人流量也大，学生平时没课的时候可以前来健身，上班族可以远离平时的喧嚣，一边健身的时候还可以回味学生时代的快乐时光。

（三）门店装修：门店的装修以暖色调为主从而体现我们健

身锻炼、健康生活的主题，店面的四周以透明的玻璃墙为主，让消费者可以从外面直接被我们的健身项目所吸引入健身房。

（一）转变健身房经营管理人员的观念

健身房的工作并不只是片面地追求市场份额和利润最大化，而是要通过有效的营销手段和品牌宣传达到健身房的健康、持续发展。经营理念是健身房经营管理的指导方向，是健身房在市场竞争中实现经济效益和社会效益最大化的行动指南。健身房必须主动适应市场环境等因素的变化，树立以市场为主导、以客户为中心的经营理念。只有管理人员的经营理念得到根本转变，服务营销策略才能有效实施。

（二）适时改善健身房硬件设施，整合内部资源，营建良好健身环境

健身房要充分利用场地规模优势，优化内部资源，提升硬件设施的经营管理水平，营造清新的消费环境，增强核心竞争力。良好的健身环境是吸引会员的一个重要因素，健身房要为健身者提供良好的服务环境，营造良好的消费氛围，才能吸引更多的消费者，并逐步使他们转变为固定消费健身房群。

（三）提高健身指导员综合素质，丰富经营项目，建立科学健身服务体系

健身指导员是健身房的核心和灵魂，健身房可以组织一些健身专家或消费者，不定时地对健身指导员的自身素质和指导能力进行检验，实行一定的奖惩制度来激励指导员不断提高自己的业务水平。此外，健身房还可考虑适当组织有关人员到条件比较先进、健身市场搞得比较活跃、运营情况比较好的地区或俱乐部参观学习，以利于提高指导水平与管理水平。健身俱乐部除了提供各健身项目技术指导外，可建立消费者的健康档案、体质追踪监测表、运动处方等。健身房应当兼顾男女顾客的健身需求，开设既有利于柔韧、协调素质，又

有利于力量素质练习的健身项目，注意男女教练的搭配，鼓励男女顾客积极参与，丰富顾客在俱乐部中的多种健身体验。加强俱乐部自主创新能力，提高俱乐部的课程研发力量，根据顾客需要，开设有针对性的个性化健身操，如康复健身操、孕妇健身操等，使健身操内容更加丰富。并且鼓励教练在音乐选择、动作创编上改革创新，形成自己的教授风格。

（四）加强与外界联系，充分利用网络平台

健身房要充分利用各种媒体资源宣传品牌，多推行公益健身活动。媒体作为现代信息传播主要手段之一，是健身房向消费者展示、推广服务产品的主要窗口。健身房可通过举办公益活动或赞助赛事，宣传健康理念和健身房文化，利用周末开展会员与家庭成员共同参与的活动，举办如怀孕期妇女的健身及营养须知、糖尿病患者如何制定健身计划和饮食搭配等专题讲座，丰富会员健身及营养知识，吸引新顾客参与俱乐部活动，挖掘潜在顾客。俱乐部经营管理人员应该注重网络技术与健身房经营之间的结合与应用，实现网络化的管理，主要包括网络宣传、网络咨询洽谈、网上消费、网络服务传递、网络信息反馈、网络会员管理等。要建立有效的会员信息系统，帮助实现对顾客群的细分，进一步了解顾客的行为模式和对服务的需求，实现服务任务的管理和服务作业的调度。另外，还可以利用网络，开设会员零距离交流平台，以低成本建立和会员长期的、紧密的关系。

（五）开业阶段的具体实施：初步营销阶段：

1. 将健身房三公里范围内人流量最大的繁华地段陈列出来，招收发卡员并分为若干组别、由每个组的主管带领到各相应地段发放免费一次健身卡。发卡员对感兴趣的潜在顾客可以立即带至俱乐部交于健身顾问进行咨询讲解，促使顾客当时办卡。
2. 组织教练、顾问、发卡员到全市高档写字楼和住宅小区发

放宣传单推广,发掘潜在客户群。

3. 由全职顾问联系政府相关部门、医院、外资企业等收入高、效益好的单位到俱乐部开展活动,并进行跟踪回访尽力签下团体单。团体单的个人健身卡价格可以灵活制定,500—600元都可以。因为真正到俱乐部健身的人可能不到总人数的10%,而且很难坚持下去。所以,团体卡的价格优势是最能够吸引企业或单位集体购买的原因。

4. 利用本市各大报纸投递站做夹报广告,省力又省钱,达到的宣传效果奇佳。在夹报的过程中必须要求俱乐部员工监督报纸投递员,防止弄虚作假,避免付了投递费而没有将宣传单投出去,造成浪费。正常经营阶段:

1. 逐步减小发卡的力度,只保留一部分优秀的发卡员在最好地段继续发卡;全职顾问的队伍逐步扩大,并象保险公司营销队伍一样形成一种庞大的气势,使俱乐部销售人员无处不在。

2. 媒体方面:电视、杂志依然坚持做品牌宣传广告,并继续以抵卡或合作的形式进行,做到少花钱多办事。报纸则发布大量的硬广告(以价格为主的宣传广告),告诉受众俱乐部的价格优势。

(二) 宣传推广阶段安排和策略

第一阶段:健身房处于初期,应锁定消费人群,分清消费层次,实地宣传健身房的健身策略。

第二阶段:健身房已经发展到了中期。可以在成都市场进一步地塑造健身房的阳光的形象及健身房的发展目标,招募更多的会员,实行会员一体制。

第三阶段:健身房已经发展为成熟期,有固定的消费群体。

（一）健身项目开发

1. 月度健身项目开发：在每个月的月末推出新健身项目，根据顾客需求来制定不同的健身需求，对新健身项目进行强力宣传，达到月度的新项目研发。
2. 季度健身项目开发：在每一个季度的末期，对健身房的项目进行测算。看那些项目的受热程度高。然后在季度推出这个季度的新健身计划，为顾客提供专业的健身项目，改善顾客体质。

（二）健身产品研发：随着健身房的消费者的增多，阳光健身房将研发新的健身产品来满足顾客的需求，同时增加健身房的经济效益。

（一）健身房融资方式

1. 融资方式：注入资金，持有股份。
2. 融资者：东方器材公司、南家健身器材、时尚塑身器材
3. 融资数额：50万元

（二）健身房未来的资本安排

未来的资本将从国外引进更多好的健身器材，纳入国外的健身专业教练。健全国内的健身体质。

（一）经营成本分析

健身房正常运营成本主要包括：

1. 销售及管理人员工资
2. 健身教练工资

3. 房租、水电费
4. 办公用品、健身器材保养
5. 广告营销支出

（二）投资预算

在当地投资一个面积1000平米健身房估计在60万左右。

1. 健身房工商注册和公关费用：1万
 2. 健身器材采购费用：30万元
 3. 营销管理人员和教练培训费用：6万元
 4. 健身房设计及装修：15万元
 5. 流动周转资金：8万元
- 合计：60万元

（三）盈利分析

10次卡价格x销售数量=10次卡营业额100（元）x400人/年=4万元

20次卡价格x销售数量=20次卡营业额200（元）x300人/年=6万元

总营业额：90+16.8+5.4+4+6=122.2万元

（具体销售模式详见健身房相关人员培训策略）

企业要想有很好的发展前景，风险是存在的。而自身方面限制也会影响风险的出现，当我们现有的器材设备不足够，私人教练人员缺乏时，企业存在一定的投资风险。而我们在发展中后期时候还未见到一定的实际效益时，说明我们缺乏专业

行业的管理经验和生产条件的限制，更或者是我们的自身的不足，引发了风险的出现。当市场风险出现时，那么可能是我们在发展时没有确定好市场的需求性，也没有找到产品开发的确定性。对于企业面临的各种风险，我们都应该采取实事求是的态度，认真分析自身原因，对每一种可能的风险制定具体措施解决。

（一）存在风险：

（二）资金退出策略：当健身房出现危机状况时，我们将采用资金退出策略，将健身房的一部分资金退出来，然后隐形化，用小部分资金继续维持公司的发展。

（三）门店缩小策略：当健身房出现危机状况时，我们将缩小门店，减少服务人员来降低资金的开支，以此维持健身房的正常运行。

健身运动策划书篇四

一、活动主题：

店庆狂欢 冰点价格

二、活动时间：

一个月

三、活动优惠：

1、进店有礼：可免费进行一次专业体检（当天来，人多留下电话预约明天，名额满了往后拖，重点是进店留下联系方式，主要针对未定过单的）

2、转发有礼：转发朋友圈，积赞 30个，或者朋友圈帮忙转

发 10次，截图证明，可以拿 10张体验券（未办卡者可以重复用 3次）（利用这个机会业务员加客人微信，为后续交流养客做好准备，做好客人备注）

转发说辞参考：

今天在 xx健身房参加店庆活动，想减肥健身的亲们，给我点赞或者转发就能和我一起来运动啦！

3、订单有礼：年卡，享 8折优惠或者减免一定钱，半年卡 8.折5，其他 9折

4、全款有礼：办理年卡再送私教 3节或者 8张体验券，半年卡全款

健身运动策划书篇五

众所周知，每年的8月8日是全民健身日，本文为这次活动方案，仅供大家参考。

今年是“ ”发展规划实施之年，是国务院《全民健身计划(-20xx年)》实施之年，今年8月8日是第六个全国“全民健身日”，组织开展好“全民健身日”活动，对深入贯彻落实《全民健身条例》《全民健身计划(-20xx)》和省委、省政府关于“推进体育强省建设”的目标要求，坚持我省“全民健身、健康xx”的群众体育发展战略，继续完善全民健身服务体系的建设具有十分重要的意义。为切实做好20xx年“全民健身日”活动的组织实施工作，使设立“全民健身日”的成果真正惠及全体人民，根据国家体育总局《关于广泛组织开展20xx年“全民健身日”活动的通知》，及省教育厅、市教体局相关要求，结合我县实际，特制订本方案，现将有关事宜通知如下：

一、指导思想

在活动组织中，要以科学发展观为指导，以贯彻落实《全民健身计划(-20xx年)》为抓手，以满足广大人民群众对公共体育服务的需求为出发点和落脚点，通过创新形式，整合现有资源，提升宣传质量，动员和引导全省、乡镇级人民政府和社会力量，组织开展一批丰富多彩、形式多样、特色鲜明、实效性强、便于参与、利民惠民的体育健身活动，不断提高广大人民群众主动参与健身的意识，激发人民群众健身热情，让人民群众享受到“全民健身日”的成果，在全县形成人人参与、共同推动的全民健身事业发展良好氛围。

二、活动原则

开展20xx年“全民健身日”活动要坚持和把握“突出主题、公益惠民、广泛动员、因地制宜、节俭高效”的原则，做到主题鲜明，精心策划，突出公益，关注民生，积极发动，社会动员，结合实际，创新特色，厉行节约，务实求效。

三、活动主题及宣传口号

20xx年“全民健身日”活动主题为：“每天锻炼一小时”。“全民健身日”宣传口号：“健身计划、健康行动”“我健身、我快乐”“天天健身、天天快乐”“好体魄、好生活”“全民健身、你我同行”“每天锻炼一小时、健康工作每一天、幸福生活一辈子”“参与全民健身、乐享低碳生活”。各地区可以结合实际，提出特色鲜明、具有广泛感召力的其他宣传口号。

四、活动时间

8月8日为全省集中组织开展“全民健身日”活动的时间，各乡镇人民政府、街道办事处可以组织开展的“全民健身月(周)”、“全民健身节”等有效性形式，结合自身实际，

适当拓展“全民健身日”活动的时空范围。

五、活动内容

我县将于8月8日举办庆祝“全民健身日”大型全民健身展示活动，邀请市、县领导参加开幕式并与群众共同进行快步走健身活动。活动载体有：

1、悬挂一批宣传口号。地点分布在城市东、西、南、北、中五个地点及主会场(详细安排附后)。责任单位：县教体局，责任人：，联系电话：

2、举办一次登山赛暨庆祝“全民健身日”活动启动仪式。责任单位：县教体局，责任人：，电话：

3、举办一场业余足球比赛。责任单位：县业余足球联盟。责任人：，联系电话：1

4、举办一场业余篮球比赛。责任单位：县篮球联盟。责任人：，联系电话：

5、举办一场广场太极拳、太极扇表演活动。责任单位：县太极协会。责任人：，联系电话：

6、举办一次自行车绕城骑行活动。责任单位：县骑协。责任人：，联系电话：

全区各乡镇办事处应在8月8日“全民健身日”举办庆祝活动时，应与区主会场形成呼应，形成全区联动、上下互动、社会协动、集中广泛的“全民健身日”活动格局。

六、有关要求

(一)加强宣传，扩大影响。充分利用广播电视、平面媒体、互联网等各种媒体方式向群众宣传《全民健身条例》和《全

民健身计划(-20xx)扩大》全民健身宣传范围。全方位、多角度报道“全民健身日”活动情况和全民健身典型事例，以点带面，推动形成正确的全民健身理念。

(二)精心组织，认真实施。围绕“每天锻炼一小时”的主题，结合我县各地特色，根据各类人群实际，广泛开展针对不同地域、不同年龄、不同行业人群的各类特色活动，引导广大群众和全社会积极响应、广泛参与。

(三)公益惠民，服务便民。“全民健身日”活动期间，鼓励和支持学校体育场馆和其他体育设施向群众开放，提供“每天锻炼一小时”的条件。

(四)志愿服务，服务全民。广泛动员和组织体育项目协会、各级社会体育指导员、学校体育教师、体育院校学生及其他社会力量，利用掌握的体育专业知识和体育资源，向广大群众普及健身知识，推广健身方法，宣传科学健身理念，服务全民健身活动。

(五)切实加强组织领导，注重“全民健身日”活动实效。一是要把“全民健身日”活动和贯彻落实《全民健身计划(-20xx)结合起来;》二是根据“每天锻炼 一小时”活动主题和宣传活动及活动内容，结合自身实际，精心组织，认真实施;三是及时汇总活动开展情况，对在开展活动中作出突出贡献的单位和个人给予适当的表彰奖励，逐步健全完善“全民健身日”活动激励机制。

项全民健身主题系列活动的总结工作，按照要求，活动结束后，将图片、文字材料通过电子邮件报区教体局体卫科。

健身运动策划书篇六

为增强全民健身意识，推进全民健身运动的’普及，在“五

一”劳动节来临之际，号房湾社区携手东坡社区将举办一次大型全民健身活动，活动方案如下：

一、活动主题

健身走进百姓运动成就健康

二、活动时间

20xx年4月25日14：00

三、活动内容

按指定路线绕河堤健步走三圈；本次活动不分年龄段次、不分组，均以个人参赛。

四、活动路线

五、奖项设置

本次活动设置前三十名奖项，凡参与活动的运动员均可获得号房湾社区精心设计的文化衫一件。

欢迎广大居民群众及各驻区单位人员积极参与！

岚皋县城关镇号房湾社区

20xx年4月14日