# 女生居家健身计划范文通用10篇

来源：网络 作者：海棠云影 更新时间：2025-04-26

*女生居家健身计划范文 第一篇一、创业背景1、项目背景这几年的研究调查表明，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...*

**女生居家健身计划范文 第一篇**

一、创业背景

1、项目背景

这几年的研究调查表明，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：好的身体是革命的本钱。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、市场调查与行业分析

大学生，一群永远走在时尚和思潮前面的人，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，同时平时要上课，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?

**女生居家健身计划范文 第二篇**

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。

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、俱乐部平面布局设计

俱乐部的平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、自由重量区、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自由训练设备：卧推架、杠铃、哑铃等

⑹健美操设备：应有独立音响，垫子、哑铃、踏板、健身球等

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、国内健身俱乐部执照办理的程序

目前国内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控制柔性管理。

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权利与义务。

签订相关合同。

招聘要求

一般情况：姓名、性别、学历、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手段，它主要通过管理条文与制度来体现的。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：建立考勤制度及表格、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。

健身俱乐部成本控制

**女生居家健身计划范文 第三篇**

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

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、管理水平等诸多因素确定。

三组织设计装修

俱乐部平面布局设计

俱乐部的平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，内部设备应有独立音响、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。

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。

自由训练设备、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。

五、国内健身俱乐部执照办理的程序

目前国内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控制柔性管理。

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 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权利与义务。

签订相关合同。

招聘要求

一般情况：姓名、性别、学历、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手段，它主要通过管理条文与制度来体现的。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：建立考勤制度及表格、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。

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、服务水平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

国内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：国内近年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。

(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。

四、健身俱乐部的预销售策略

(一)选择合适的宣传媒体

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

平面媒体

主要时报刊、杂志与相关印刷制品。

电子媒体

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。

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“客人基本情况调查表”，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。

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。

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。

约定第一次运动时间

当接受一位新的会员时，应主动了解客户的要求，并在客户最适宜的时间约定第一次的运动时间。

值得注意的是要负责人地告诉告诉客户的运动时间，同时尊重客户的时间安排与愿望。

运动的跟进

及时得到会员或潜在客户第一次运动后的反馈资料，并加以分析。健身过程中如果存在问题，应急时加以解答，坚定他们对健身的信念。在客人成为会员后仍要与他们联系，让他们感决你是他们的朋友，使他们把健身融入到自己的生活中去.

预售推广方式 :

俱乐部在前期推广中，会惯用会籍推广的有效方法，在以往的销售经验

中总结会籍的销售注重“面对面”的销售，面对面的销售会达到很好的

效果，展台的销售正好符合会籍销售的特性。俱乐部在布展宣传时选择

地点一般会在人员集中且符合俱乐部消费档次的场所，例如：商场、写

字楼、公寓等，销售采取面对面的销售。

a布展内容：俱乐部的平面广告图片以及发送文字资料，现场销售俱乐部

会籍。

b包装：除展板、易拉宝、桌椅、印刷品等包装一直的俱乐部形象以外，

销售人员必须经过严格的培训，着装统一，且对俱乐部的情况非常了

解。整体效果要充分体现俱乐部高品质、有特色的形象特点。

c场地选择：俱乐部在前期还是会有较强的地域限制，所以经过时常调查

周边的社区、写字楼及商场情况有如下可供布展的宣传场所

**女生居家健身计划范文 第四篇**

健身健美行业虽是人们公认的朝阳行业。但在目前的中国健身市场，90%的健身毫无技术优势，缺乏最起码的经营理念、服务观念和运行模式，那些毫无品牌优势和运行模式健身俱乐部就注定只能挣小钱或难挣、

第一部分：行业的市场分析

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。

经过查阅资料和走访廉江市区的体育老师的结果表明：在廉江市一中旁有一家“阳光健身俱

乐部”。而这所俱乐部设施比较简陋，地理环境隐蔽。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，目标市场调查，与一些体育组织、社团领导人、竞争

对手的会员和雇员进行交谈。

3、竞争对手分析：由于健身俱乐部在廉江发展的时间还比较短，而且目前只有一家，据

了解，“阳光健身俱乐部的设施是比较简单的，加上这家教练水平有限。它的最大优势就是会费低廉；但他们没有全面的推出适合全民运动的设施和丰富的课程，比如现在流行的热瑜伽，跆拳道，有氧操，动感单车，肚皮舞等一系列课程。他们的健身房运动设备摆放不科学，没有利用空间构造出更好更舒适更人性化的健身俱。

第二部分： STP分析

1、从人口状况考虑

我国的健身市场可以分为高收入者、中等收入者、低收入者或者分为儿童市场、青少年市场和成人市场又或是男性市场、女性市场。像一些追求新潮的年轻人可以开设一些时尚单车、高温瑜伽、水中有氧训练等项目。对于男性主要是开设一些训练强度较大的能起到发泄作用的健身项目，像拳击﹑格斗﹑散打﹑跆拳道等；针对女性塑身操﹑游泳﹑较柔的舞蹈等也是非常受欢迎的项目，可以塑造女性身体的柔性美同时有美容的效果。

2、从消费者心理因素细分；

健身型：身球操，健身操，形体芭蕾、踏板操等

健美型：健美操等

减肥型：高温瑜珈，跑步机，健身操等

时尚型：街舞，动感单车，有氧拉丁等

社交型：爵士，民族舞蹈，有氧拉丁等

或是根据消费高低细分为节俭型(求廉) ，保守型(求美) ，随意型(求新) 。

这种细分方法对于健身俱乐部的产品、价格服务等方面的准确定位都有很大的影响。健身俱乐部要想获得消费者满意，必须了解消费者的不同需求，进行有针对性地定位营销，才能使俱乐部更好的发展下去。

3﹑按消费者行为因素细分：

可分为早上健身型﹑中午健身型、晚上健身型。早上可以多开设一些跑步，球类等项目;晚上可以多开设瑜伽，健身操等项目。针对不同时段人群偏好的健身项目适当多开设一些。4、市场定位：

如果全部定位于廉江市消费群体是比较困难的。因此，我们把目标市场锁定在廉江廉城市区区内。廉城的未来前景好，有相当阔大的市场空间和机会点。

根据我们调查数据可知，廉江俱乐部的消费群体较为集中在附近的商业住宅的白领人士，从目前廉江市的人口变数以及本俱乐部的规模及档次上来看，成年市场是最大的市场，集中在21—30岁的群体，占全消费群体的比重为56、7%，男女人士的比例平均。同时，这些白领人士、政府公务员、休闲一族、时尚青年、很多教师，富裕的家庭主妇和其他中等和中等以上收入阶层的月收入均在3千以上。他们年轻、时尚、个性分明、崇尚自由、向往美好优质生活。这些人的消费能力是最大的，也是最大的消费群体。因此，从长远来看，随着俱乐部数量的增多，所以我们把年龄在21—30 周岁的白领作为本俱乐部20xx年营销目标的主攻目标。我们就将目标市场定位在月所入为3000元以上的21—30岁的白领人士，而次要目标消费市场是31岁以上的消费人群。

第三部分：SWOT分析

优势：

1、 本俱乐部所面对的都是青年一代，在廉江市区中心未来的发展情况来看，具有一定的挑战性和足够的发展空间。

2、 本俱乐部的经营对象主要是年轻一代的白领人士，这足以是俱乐部的一个亮点。作为新时代的他们有足够的健身认识以及一定的经济基础，还具有一定的交际交往空间，也为本俱乐部带来更多的新鲜血液。

3、 本俱乐部在一定程度上会给予顾客一定的健身知识指导，指引顾客更加科学的健身。这是在健身行业的突出亮点。

4、 本俱乐部是一间连锁的健身俱乐部，具有廉江地区最好的品牌和形象，有利于扩大市场份额。

5、 本俱乐部还设立了特色项目，如乒乓球室、台球区等多项运动区域。再加上优秀的私人教练团队，带给顾客超值的服务与享受

6、本俱乐部把健身和美容相结合，可以吸引更多顾客。

劣势：

1、 没有固定的教学团队缺乏敬业的专业教学管理人员。

2、 没有有效的教学体制及培训教师团队。

3、资金比较缺乏，廉江的经济不发达，人们课可支配资金并不宽松。

4、比较缺乏专门的经营人才，销售策略不完善。

5、场地会有限制。

机会：

1、自后，上级领导更关注廉江经济的发展和体育事业，俱乐部有更多的机会去打造根基和把市场做的更深，也会面临更多的挑战。

2、近几年来，国家对全民健身业也有一定的重视和发展，加之，我国近几年来体育事业的发展也青云直上，这也将会给本行业带来更大的市场。

威胁：

1、的投资金额、由于随着国家对全民健身的重视，将会出现一系列的体育活动。如：社区体育的发展，群众体育的发展等等，这都将给本行业带来一定的冲击。

2、虽然说近几年健身市场渐渐的深入人心，但是我国民众的健身观念还有待大大的提高，而这都不是在短时间内能够改变和发展起来的。

3、健身俱乐部是一个朝阳行业，市场的潜能巨大，加上廉江健身市场还没有饱满，未来进入的竞争对手越来越多，竞争程度加剧。

4、据廉江江的经济发展形势，未来的楼房的价格还会提升，这就增加本会所。

SO战略

（分析）S：具规模的健身美容会所，具有比较专业的教练队伍、较齐全的健身器械，超时尚品味的环境与运动器械合理化布局

O：国家对全民健身的重视，廉江的经济迅速发展，而且将会加大对体育休闲设施的投资。 （策略）：

**女生居家健身计划范文 第五篇**

一、创业背景

1、项目背景

这几年的研究调查表明，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：好的身体是革命的本钱。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。

**女生居家健身计划范文 第六篇**

早餐，午餐必吃，先在跑步机上跑40分钟，(教练说过，跑三十分钟只是消耗的水分，30分钟以上消耗的才是脂肪，所以要跑30分钟以上)然后拍打腿部肌肉，因为跑完容易使大腿变粗，然后锻炼扩胸器，再练仰卧起坐，50个一组，3组，幅度不要太大，不要让手抱着头，(会对颈椎不好)，不要身体着地，然后再哑铃练习，还有晚饭少吃甚至不吃，做不到不吃就少吃，不然消耗的都补回来了，贵在坚持

现在就开始跳操的减肥方法

首先，要先称现在的体重，如果健身房有条件的话，可以进行专业的体脂测定，看体内脂肪的分布情况，然后根据你自己的需要来进行专项减肥。比如说你虽然看起来很瘦，但是其实腰部、背部、小腹的脂肪很厚实，那你就可以通过一般的有氧运动来消耗他，比如说肚皮舞、拉丁操、搏击操、踏板操;也有可能是你的小腿很粗，但是其实脂肪含量并不高，使肌肉成分居多，那么就要选择以拉伸、放松为主的，例如:普拉提、高温瑜伽。

然后，要阶段性的定制减肥计划。最好是自己定制一个目标减重值，我一般定的是:一个月3kg左右。

一般来说运动减肥的周期比较长，一定要有恒心，就我自己来说是6个月，但是也有很多人是3个月这样。

建议从月经干净后的那周开始。经期我会停前两天。

每周6次课，每次75分钟的锻炼时间。如果达不到这个运动量，很抱歉那只能是一个维持现状的运动量。

然后每次运动的时间安拍:20分钟的有氧热身，40分钟的主课程，15分钟的拉伸和放松全身。但是这个会根据教练的不同有所不同。

如果选择在下班后开始锻炼，那么可以在锻炼前1小时补充一瓶250ml的高钙低脂奶，两片全麦面包。运动前20分钟不要进食。

运动时补充水量大约为500ml(夏天可增加200ml，冬天可减100ml)。在运动过程中补充水量每次不要超过100ml，并且不要一口气就喝完，最好是把水含在口腔内一点一点的往食道里送，这样补充水分会更充分，也不会增大你的胃的负担。

具体课程介绍:

健美操、踏板操、搏击操很容易消耗脂肪，针对的是整体的减肥，但是他对局部的雕塑作用不大。

而且动作相对简单与其他舞蹈类的健身操比起来初学者更容易掌握，可以先从这个开始。但是运动过后一定要注意充分的拉伸，否则会出现超级恐怖的球状肌肉在你的四肢。

对于我来说他最大的缺点就是:动作很乏味，没有美感。

肚皮舞、拉丁操、草裙舞、钢管舞都是针对女性腰、腹、臀部的专项练习。对于这些部位的形状塑造很好，效果也比较明显，也会锻炼到身体整个的柔韧性，而且跳起来自己心情会比较好。但是动作会稍微复杂，初次接触很容易因为信心被打击而难以坚持下去，但是只要有信心并且愿意向教练请教并且课后自己练习，还是可以的。

**女生居家健身计划范文 第七篇**

对于同一个人，也是要定期改变训练计划，才能取得比较好的效果。所以在这里经验很重要了，不见得非要有个教练，但多和比自己水平高比自己经验丰富的人士交流，定会受益良多的。

最简单也最有效的计划，一周3天，或一周6天、3天×2循环，即胸背腿各一天，胸加二头，背加肱三，练腿的一天把股四股二小腿都练到，但腹、肩没有练到，腹可以一周练3～4次、在每次训练后可以加4～8组，或4组×2～3个动作，也可以单用一天加强腹肌训练再配合有氧。肩可以在推胸的一天少推几组胸，加3组上斜加3组推举，等到高级阶段再单练肩、肱二、肱三、这样又多出3天，正好6天。

3天计划的好处有很多，如果你练6天，正好可以做两个循环，如果你练4天，这多出的一天就练你的重点、主要矛盾;如果练5天，那少的一天就舍弃掉你相对来说最好的部位或者说暂时需要等一等其他的部位，呵呵，总之先练最弱的地方，最有待提高的部位，最需要加强的主要矛盾。

如果想快点减脂，请坚持一星期至少3～4次以上的有氧训练。可在每次器械训练后30～40分钟左右，也可在早上空腹跑30-60分钟，或再安排一个有氧日，跑个痛快。饮食上注意控制热量。

计划：

第一天 胸背

卧推1～2组热身

哑铃卧推20RM×3

哑铃飞鸟20RM×3

蝴蝶机(或十字夹胸)20RM×3

罗马椅挺身(或硬拉)20RM×3

杠铃划船30RM×3

坐姿划船(或单臂哑铃划船)20RM×3

要点：练习所有胸部动作时记住要挺胸做，学会用胸肌发力，而不是拱背。练习背部动作时，意念在背上，要体会用背发力，不要用手臂发力做动作。

第二天 腿、臀、有氧

不负重蹲30次热身

深蹲30RM×3

弓箭步25RM×3

提踵20RM×3

股二弯举25RM×3

后摆腿25RM×3

跑步30～40分钟

要点：别用大重量，别用爆发力。下蹲后意念在臀部发力，站起后也要收紧臀部(男生为了练腿是用大腿的股四头肌发力的)。保持腰背腿臀的紧张，动作宜慢，防止受伤。注意组间和训练后的抻拉练习，把线条拉开。

第三天 腹、有氧

曲腿仰卧起坐(或腿放凳上)30RM×3

支撑抬腿(或坐姿抬腿)25RM×3

支撑抬腿转体(或坐姿抬腿转体)25RM×6(左右侧各3组)

负重转体50RM×3

跑步30～40分钟

要点：动作尽量慢，用腹肌发力(团身)，不要借力。组间休息不要过长，训练后做放松伸展练习。

第四天 胸、手臂

卧推1～2组热身

上斜卧推20RM×3

上斜飞鸟20RM×3

蝴蝶机(或十字夹胸)20RM×3

推肩25RM×3

二头弯举25RM×3

单臂颈后臂屈伸20RM×3

要点：训练后多做手臂肌肉的抻拉，防止成块。

第五天 腿、臀、有氧

第六天 腹、有氧

第七天 休息，或有氧、游泳、爬山、打羽毛球等

总结：所用重量不要太轻，举个例子，如果你可以用15公斤的杠铃卧推25次，而你用10公斤的杠铃推25次就一点也起不到锻炼的作用，25次一组在最后的几次要感觉比较费力，不能用可以做35次的重量做25次。也不要太重，以至动作变形，全身借力等等，尤其女孩子为的不是力量也不是块头，而是线条，象弓箭步等如果比较费力，可以徒手或手里拿个几斤的哑铃即可。组间休息时间不要太长，45～60秒即可，切记。多体会动作，宜慢不宜快。多做抻拉，学学瑜珈的动作，线条会很好看。

**女生居家健身计划范文 第八篇**

1.计划概况

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北京东城区，这里的居民收入比全国平均高出倍;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，北京大学企管硕士，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，他现在仍担任中国室内运动协会的理事。

王丽华女士，现年35岁，中国人民大学企管硕士，北京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，北京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，刘先生是北京体育界的活跃人士，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，中国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平相当。

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。他的主要责任是领导企业的经理人员，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。刘先生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，平均车程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北京市东城区，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。

**女生居家健身计划范文 第九篇**

第一天：跑步(跑步机)50分钟：慢速跑10分钟;匀速跑30分钟;最后冲刺快速跑10分钟。中间如果坚持不下来就快走，切记不要停下来，快走也不要超过2分钟。

如果有游泳的话，建议再游20分钟，可以锻炼心肺功能，增加跑步耐力。

第二天：跑步同上，哑铃蹲起动作(最小的哑铃重量)每组10次，共8组，动作要慢，这个动作可以使你的腿部肌肉线条流畅健美起来，而且臀部也会挺起来性感起来;

第三天：跑步，同，休息

第四天：跑步同上，普拉提(基本上都是伸展运动的操课，如果健身房有的话跟着上课)对肌肉线条有着很好的帮助作用，真的很管用的!如果有课千万不要错过。

第五天：跑步同上，弓步蹲每组15-20个，共5组 ，如果健身房还有其他练大腿的器械可以照着这个数量在做一下，对腿部塑型很有帮助。

最后两天休息。(可以适当的练习下腹部，如：仰卧起坐、卷腹等动作)

饮食方面：首先，减肥减脂最忌讳高热量、高脂肪的食物，油炸的食物尽量戒掉吧，因为它会毁了你一周的锻炼成果，哪怕是一顿，吃饭就吃8分饱。

饮食食谱：可以参考

早餐：一小袋半斤装牛奶+1个鸡蛋+一袋麦片

上午加餐：一个大苹果或一大根香蕉

午餐：瘦肉+一小碗米饭+一盘蔬菜(黄瓜，西红柿之类的，最好生吃)

下午加餐：一个大苹果或一大根香蕉

晚餐：一盘瘦肉(尽量不吃猪肉)，一盘蔬菜水果，一小碗米饭

训练后加餐

一小袋牛奶、一个大苹果或一根香蕉切记不要吃大油的。

**女生居家健身计划范文 第十篇**

一、一家大型健身俱乐部的成功运行必须要俱乐部的几样条件：

1、 所在地健身市场的成熟和消费者的消费能力

2、 俱乐部的以后的经营的路线确定，比如说做大众化的俱乐部还是中高档的（做大众化的卡价格比较便宜，会员量相对比较多，要求俱乐部的面积要大器械要多。对于器械的品质要求不高。做高中高档俱乐部卡价相对要贵，服务的水平要求高。器械的品质的要求也要高一点。）

3、 俱乐部的地理位置是至关重要的，选址要注意的，俱乐部的楼下要有足够多的车位。大型俱乐部的会员会相对比较多，没有够多的车位会给会员带来很多的不便。最好俱乐部的旁边会有高档的主宅区以及一个够大的停车场。

4、 在一家大型俱乐部的启动之前就应该确定好俱乐部的管理人员及主人员，大型的专业健身俱乐部的管理单靠俱乐部的投资人是无法妥善管理的，必须分派管理。以及俱乐部工作人员的前期培训。工作人员包括：教练，会籍及内部的服务人员。

5、 健身俱乐部的器械品牌的选择也是非常重要的，器械的选择要注意一下几点。不要买品牌太好的器械，因为健身器械的品牌的好坏只有教练自己懂重要的是器械的品质。器械的好坏在于它的训练的效果以及它的使用的寿命，请一个有经验的专业教练基本上可以都可以辨别器械品质的好坏。

6、 俱乐部的管理模式的选择，在北京、上海等大型俱乐部的管理模式都采用分部门管理，每个部门确定管理人员，教练部要有教练主管，会籍有会籍主管，吧台有吧台的主管。如有需要的话可以确定一个俱乐部管理经理。

7、 有一点要确定的就是如何做好俱乐部的宣传工作，这一点直接关系到投资回报的效率。一家成功的大型俱乐部的宣传要内外结合。对外的话由广告公司策划，内部的就是教

练人员的选择，对于一家刚开业的俱乐部的做内部宣传的话少不了教练，教练的选择要注意的就是不要太注重教练的块头的大小，块头太大会让健身会员有中抵触的作用，年龄段的选择也很重要，选择相对较年轻的教练比较有活力一点，教练之间必须是一个很团结的团体，年龄大差距往往造成交流的不便。教练想象的好坏给参观人员的第一感觉是非常重要的。

二、俱乐部的部门确定

A、系统部（管理部）系统部负责整个俱乐部的操作管理

B、内务部 内务部负责俱乐部的内务管理，及财务管理

C、教练部 里边有有氧教练和器械教练两类有氧教练负责俱乐部的有氧操类管理

D、会籍部 负责俱乐部的宣传售卡及会员的售后服务

E、服务部 会员在俱乐部的服务包括：前台，吧台都需要服务人员

F、\_ 负责整个俱乐部的内部清洁

三、对员工的要求及招聘

1，俱乐部里最重要的人员就是健身教练，健身教练分为器械和有氧两类。

目前做器械教练的人蛮多，但实际能说的上专业教练得很少。所以招聘器械教练的话，设定几样要求。a、有国家或者国际专业的认证机构认证的教练证书，这至少说明此教练有受过专业的培训。b、有两年以上的工作经验，或者一年以上的大型俱乐部的经验。保证有足够的经验。c、个人形象的好坏也会给俱乐部的带来很大的影响。D、电脑的操作能力是必须的

2、会籍部是负责销售的，在内在外形象都很注重。a、有一定销售经验口才好是最重要的

b、没有健身方面的知识没关系，可以由教练主管去培训。但必须在俱乐部开始营业之前完成。会籍主管必须要有大型健身俱乐部的的工作经验，这样能够保证在操作过程中遇到问题的时候去有效的解决。

3、服务部的前台接待的要求形象要好个人素质要高。吧台人员要求有一定的酒店管理经验

四、部门工作的安排及实施的方案。

1、教练部要求教练主管制作俱乐部的规章制度，器械的管理及维修维护的方案，会员训练服务的流程，训练计划的编排。器械的如何的编排合理如何摆放，怎么样安排训练及如何合理的编排训练计划。教练人员的工作安排，团体课安排。

2、会籍部要求会籍主管具体的销售方案的制作，工作时间表的安排。

3、服务部的具体的情况具体的安排

4、以上几样都需要在俱乐部开业之前完成，所以俱乐部在启动之前就需要招聘各个部门的主管，因为可以协助管理配合以后的工作，工作人员招聘管理及培训。

五、工作人员的待遇的定位

器械教练主要分为几个类别：

1、没有专业机构认证的证书的健身教练，主要是体型比较好的教练，800-1200 元

2、有专业机构认证的证书的健身教练 1200-1500 元

3、有专业认证机构认证的证书的，及两年以上的健身教练的 1500-20xx元

普通器械教练的工作范围包括；

每天7-8小时的上班时间，其中有包括值班的时间。如果有增加请按照你自己工资计算出每个小时的工作费用计算加班费。教练上班时间的工作内容有，一是检查器械的是否有损坏，或者螺丝有没有松动，有的话请做好登记及维修，并报告教练主管。在有健身会员的时候主动给与指导。当会员在做一些需要保护的动作的时候请给与保护。如在没有会员需要指导的时候，要在器械去内巡场。注意会员的训练动作是否正确，又错误及时给与指导改正。

健身教练主管的待遇，

1、没有教练主管经验的但具有管理能力的 1800-2500/元

2、有一年以上的教练主管经验的有好的管理经验的 2500/3000

3、有多年管理经验的教练主管，有好的管理模式的2500/4000

教练主管的工作范围；对于器械的管理主要有两样，一是对器械的使用安排，二、器械的维修护理。对于服务的管理，如何统一安排健身会员训练，如何统一安排教练指导健身。

对于团体课程的编排。会员训练动作的统一安排及健身计划表格的制作。包括所有健身教练人员的管理工作。

团体课类的教练的待遇为，普通的有氧操教练得待遇为80-120/元的课时费，根据教练的个人能力来确定。

六、俱乐部的具体设施及项目

目前人们的德消费心理还处于享受休闲状态，很多人喜欢安静的过着生活，悠闲自在。所以健身俱乐部也要根据消费人的心设计，增加休闲指数。做成一家及运动休闲于一身的现代健身俱乐部。可以开设的项目有；

1、 器械训练是一家俱乐部的最重要的一点，也是投资的重点部位。器械是俱乐部的硬件设施，健身教练是俱乐部的软件设施，这两个缺一不可。要求器械具备很好的使用效果。

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！