

Sports

普通高等学校体育专业教材

健身休闲俱乐部 经营管理

石 岩 主编

高等教育出版社

普通高等学校体育专业教材

健身休闲俱乐部

经营管理

Jianshen Xiuxian Julebu
Jingying Guanli

主 编 石 岩



高等教育出版社·北京

内容提要

《健身休闲俱乐部经营管理》是我国普通高等学校社会体育指导与管理、体育产业经营管理和休闲体育专业的必修课程和主干教材。本书集中反映了近 10 年来国内外健身休闲俱乐部研究与实践的新发展和作者对信息时代健身休闲俱乐部经营管理的探索和思考。主要内容包括:健身休闲俱乐部概述、健身休闲俱乐部的创立、健身休闲俱乐部的产品设计、健身休闲俱乐部的营销管理、健身休闲俱乐部服务管理、健身休闲俱乐部服务质量管理、健身休闲俱乐部人力资源开发与管理、健身休闲俱乐部设施管理、健身休闲俱乐部财务管理、健身休闲俱乐部信息管理、健身休闲俱乐部危机管理、健身休闲俱乐部会员管理以及健身休闲俱乐部投诉管理 13 章内容。

本书注重理论联系实际,体例编排适应于教学,并突出了实用性特征。本书既可作为普通高等院校社会体育指导与管理专业、休闲体育专业教材,也可作为健身休闲市场从业人员的培训教材或参考书。

图书在版编目(CIP)数据

健身休闲俱乐部经营管理 / 石岩主编. --北京:
高等教育出版社, 2015. 7

ISBN 978-7-04-042956-5

I. ①健… II. ①石… III. ①健身运动-俱乐部-经营管理-高等学校-教材 IV. ①G831.362

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 123762 号

策划编辑	范 峰	责任编辑	廖倩雯	封面设计	王凌波	版式设计	余 杨
插图绘制	杜晓丹	责任校对	杨凤玲	责任印制	刘思涵		

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街 4 号
邮政编码 100120
印 刷 煤炭工业出版社印刷厂
开 本 787 mm×960 mm 1/16
印 张 25.5
字 数 460 千字
购书热线 010-58581118

咨询电话 400-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
网上订购 <http://www.landaco.com>
<http://www.landaco.com.cn>
版 次 2015 年 7 月第 1 版
印 次 2015 年 7 月第 1 次印刷
定 价 36.10 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换
版权所有 侵权必究
物 料 号 42956-00

普通高等学校社会体育指导与管理专业 系列教材编委会

顾问：卢元镇 李宗浩

主任：周爱光

副主任：张瑞林 王凯珍 陈琦 朱元利

刘勇 曹可强 陈作松

编委会成员（按姓氏笔画为序）：

马铁 王广进 王会宗 王凯珍 尹军

石岩 卢元镇 代方梅 朱元利 刘勇

刘清早 麦全安 李豪杰 杨忠伟 汪流

宋亨国 张林 张健 张瑞林 陈作松

陈琦 周爱光 郑文海 胡小明 徐茂卫

徐霞 高岩 黄海燕 曹可强 谭建湘

序



社会体育专业 1995 年开始试办，1998 年被列为本科专业。目前，全国社会体育指导与管理专业（2012 年更名）的办学院校达到了 266 所，已经成为体育本科专业中第二大主干专业。多年来，办学院校的同仁们忠诚党的教育事业，以高度负责的精神，艰苦奋斗，努力钻研，开拓创新，为办好社会体育专业、为提高专业人才培养质量做了大量卓有成效的工作。本套教材的出版发行凝聚了广大社会体育专业仁人志士的辛勤劳动和智慧。

2001 年伊始，社会体育专业先后在首都体育学院、沈阳体育学院、西安体育学院、燕山大学、天津体育学院、湖北大学和华南师范大学举办了“全国社会体育专业建设研讨会”，对社会体育专业的定位、培养目标、课程设置等问题进行了认真研讨。2002—2007 年，华南师范大学连续主办了三届“社会体育国际论坛”，搭建起了一个国内外社会体育交流与合作的学术平台。2008 年，以研制《全国高等院校体育本科专业指导性规范》为契机，成立了我国高等教育第一个社会体育学术团体——中国高等教育学会体育专业委员会社会体育研究会。2010 年、2012 年、2014 年，社会体育研究会分别在上海师范大学、西安建筑科技大学和湖北大学成功地举办了第四届、第五届和第六届“社会体育国际论坛”，进一步加强了国内外学者之间的交流，扩大了我国社会体育专业的国际影响。这期间，研究会还在山东大学、湖北大学、山西师范大学、集美大学和河南大学召开了每年一度的社会体育研究会常务理事会，制订了社会体育研究会的规章制度和发展规划，研究了办学中的各种问题与解决对策，明确了提高人才培养质量的工作重心，肩负起了培养我国社会体育合格人才的重任。

教材建设是人才培养的关键环节。2004 年，华南师范大学牵头组织编写了国内第一套社会体育专业系列教材，为社会体育人才培养发挥了重要的作用。十余年来，我国经济社会发生了巨大的变化。我国的综合国力不断增强，经济总量已跃居世界第二，体育产业作为朝阳产业正成为我国国民经济发展的新的经济增长点；国民生活水平不断提高，余暇时间不断增多，人民群众对体育文化、健身休闲的需求日益提高；北京奥运会和广州亚运会的成功举办，极大地促进了我国群众体育活动的蓬勃发展；由体育大国向体育强国迈进，已成为实现中华民族伟大复兴、实现“中国梦”的重要组成部分。社会的发展与变革必然会影响到社会体育的发展。当前，我国提出了促进我国体育产业进一

步发展的战略决策，这为社会体育指导与管理专业人才培养提供了广阔的发展空间。社会和市场的需要，对社会体育指导与管理专业人才培养规格也提出了新的更高的要求，知识内容需要不断更新，课程体系需要调整，一些新情况、新问题需要不断探索，社会体育指导与管理专业迎来了机遇与挑战并存的发展新时期。为此，亟须编写一套与我国现行经济社会发展相适应的社会体育指导与管理专业系列教材，以满足我国经济社会发展对社会体育人才的需求。

2013年4月，社会体育研究会与高等教育出版社密切配合，着手准备编写新一轮的社会体育管理与指导专业系列教材。2014年1月，在华南师范大学召开了社会体育指导与管理系列教材编写启动会议，会上研究确定了23本系列教材书目（7本修订，16本编写）。2014年4月，编委会在山西师范大学召开编写会，对每本教材的目录和主要内容进行了审阅，提出了修改意见。本系列教材将于2015年7月陆续出版，供各高校使用。

本套教材突出地体现了以下特点：①以社会需求为导向，紧紧围绕本专业的人才培养目标总体设计各教材内容，避免各教材之间的内容重复；②系列教材全面涵盖了社会体育的各个领域，凸显了目前社会体育指导与管理专业成熟的职业方向，融入了国内外社会体育研究的最新成果；③注重知识体系与技能体系的相互融合，增加了案例分析的分量，突出了本专业的应用性特点。

真诚地希望本套教材在今后社会体育指导与管理专业教学过程中能发挥积极的作用，为提高人才培养质量作出重要贡献。

在本套系列教材的策划，编写和出版过程中，得到了高等教育出版社体育分社原社长尤超英女士、现任社长范峰先生的大力支持，在此表示衷心的感谢！

社会体育指导与管理系列教材编委会主任

周爱光

2015年4月6日

前言



改革开放以来,伴随着我国体育产业的持续快速发展,产业规模不断扩大,体育产业已成为国民经济新的增长点。《国务院关于加强发展体育产业促进体育消费的若干意见》国发〔2014〕46号文件中明确提出了到2025年要实现体育产业总产值5万亿元的宏伟目标,其中重点提出要大力发展体育健身市场。这预示着在未来10年里健身休闲娱乐业将进入加速发展、高速增长的阶段。健身休闲业作为市场经济的产物,是体育产业重要的组成部分,具有显著的市场导向作用、强大的产业外溢效应、巨大的市场成长空间和经济与社会双重效用,必将成为当今中国最具发展潜力、成长空间广阔、产业规模庞大的新兴产业之一。因此,加强健身休闲俱乐部建设,提高健身休闲俱乐部的经营管理能力,更新健身休闲俱乐部的市场竞争理念,应对全球化背景下我国健身休闲俱乐部所面临的新挑战,推进健身休闲俱乐部持续健康发展,已成为社会各界的共识。

在本书编写过程中,特别重视健身休闲俱乐部经营管理领域的最新动态,吸收了大量国内外具有典型性案例在教材之中,强调案例在课堂教学中的应用,注重理论性、创新性与实用性相结合。突出了可操作性和引导学习者阅读相关知识的外延性,力求方便教学和自学,以适应培养高素质、创新型、复合型健身休闲俱乐部经营管理人才的需要。

本书由湖北大学石岩教授主编,副主编夏青教授、席玉宝教授、史文文博士。参加编写的专家教授分别来自湖北大学、华中师范大学、安徽师范大学、三峡大学、武汉体育学院、山西师范大学、湖北民族学院、闽南师范大学、ONEFIT武汉功能训练中心、湖北省运动技术学院等10余所知名高等院校。拥有良好的专业背景和丰富的健身休闲俱乐部实践经验。具体参加编写的人员有:石岩教授(第一章,湖北大学)、张伟副教授(第二章,山西师范大学)、钟晓明副教授(第三章,武汉体育学院)、刘鸣鸣讲师(第四章,湖北省运动技术学院)、赵华相高级训练师(第五章,ONETIT武汉功能训练中心)、史文文博士(第六章,湖北大学)、李改博士(第七章,华中师范大学)、席玉宝教授(第八章,安徽师范大学)、陈金勇博士(第九章,湖北大学)、倪东业教授(第十章,湖北民族学院)、汪庆波副教授(第十一章,闽南师范大学)、熊辉讲师(第十二章,湖北大学)、夏青教授(第十三章,三峡大学),最后由石岩教授修改定稿。

本书在编写过程中,参阅引用了大量国内外相关学者在健身休闲领域和健身俱乐部方面的研究成果,并得到了许多专家、学者的指导和商业健身休闲俱乐部经营管理者的大力支持,同时,本书还得到了湖北休闲体育发展研究中心的立项资助,在此一并表示深深的谢意!

由于水平有限,加之健身休闲俱乐部的发展在理论和实践方面不断有新的突破,本书的疏漏之处在所难免,恳请专家、学者不吝指正。

编者

2015年1月

目录



第一章 绪论/1

- 第一节 健身休闲俱乐部的产生与发展/2
- 第二节 健身休闲俱乐部的性质与职能/20
- 第三节 健身休闲俱乐部的类型与基本业务/22
- 第四节 健身休闲俱乐部面临的问题与发展趋势/26
- 复习思考题/34
- 推荐阅读文献/34

第二章 健身休闲俱乐部的创立/35

- 第一节 健身休闲俱乐部创立的基本条件和影响因素/36
- 第二节 健身休闲俱乐部创立的程序/45
- 第三节 健身休闲俱乐部的组织结构和组织管理/53
- 复习思考题/62
- 推荐阅读文献/62

第三章 健身休闲俱乐部的产品设计/64

- 第一节 健身休闲俱乐部的服务产品概述/65
- 第二节 健身休闲俱乐部的产品设计与创新/73
- 第三节 健身休闲俱乐部体育娱乐体验设计/79
- 复习思考题/89
- 推荐阅读文献/89

第四章 健身休闲俱乐部的营销管理/90

- 第一节 健身休闲俱乐部营销管理/91
- 第二节 健身休闲俱乐部目标市场的管理/98
- 第三节 健身休闲俱乐部分销渠道的管理/106
- 第四节 健身休闲俱乐部的促销管理/112
- 复习思考题/117
- 推荐阅读文献/117

第五章 健身休闲俱乐部服务管理/118

第一节 健身休闲俱乐部服务概述/119

第二节 健身休闲俱乐部售前服务管理/121

第三节 健身休闲俱乐部售中服务管理/135

第四节 健身休闲俱乐部售后服务管理/141

复习思考题/148

推荐阅读文献/149

第六章 健身休闲俱乐部服务质量管理/150

第一节 健身休闲俱乐部服务质量管理概述/151

第二节 健身休闲俱乐部服务质量的测量/157

第三节 健身休闲俱乐部服务质量的补救/165

第四节 健身休闲俱乐部服务质量管理的方法/171

复习思考题/179

推荐阅读文献/179

第七章 健身休闲俱乐部人力资源开发与管理/180

第一节 健身休闲俱乐部人力资源管理概述/181

第二节 健身休闲俱乐部人员的招聘与甄选/184

第三节 健身休闲俱乐部人力资源开发/196

第四节 健身休闲俱乐部人员的薪酬与福利/215

复习思考题/227

推荐阅读文献/227

第八章 健身休闲俱乐部设施管理/228

第一节 健身休闲俱乐部设施概述/229

第二节 健身休闲俱乐部设备管理/238

第三节 健身休闲俱乐部设备管理的程序和方法/245

第四节 健身休闲俱乐部设备的保养与修理/250

复习思考题/255

推荐阅读文献/255

第九章 健身休闲俱乐部财务管理/256

第一节 健身休闲俱乐部财务管理概述/257

第二节 健身休闲俱乐部资产管理/261

第三节 健身休闲俱乐部成本费用管理/271

第四节 健身休闲俱乐部收入利润管理/277

第五节 健身休闲俱乐部的财务评价/283

复习思考题/302

推荐阅读文献/302

第十章 健身休闲俱乐部信息管理/303

第一节 健身休闲俱乐部信息管理概述/304

第二节 信息技术在健身休闲俱乐部的应用/310

第三节 健身休闲俱乐部的电子商务管理/315

复习思考题/321

推荐阅读文献/321

第十一章 健身休闲俱乐部的危机管理/322

第一节 健身休闲俱乐部危机管理概述/323

第二节 健身休闲俱乐部危机分析及预警/328

第三节 健身休闲俱乐部危机处理战略和危机管理工具/336

复习思考题/347

推荐阅读文献/348

第十二章 健身休闲俱乐部会员管理/349

第一节 会员消费心理与影响因素/350

第二节 会员评估的意义与要素/357

第三节 会员档案应用与管理策略/362

复习思考题/370

推荐阅读文献/370

第十三章 健身休闲俱乐部投诉管理/372

第一节 顾客投诉的概述/373

第二节 健身休闲俱乐部顾客投诉处理依据与程序/377

第三节 健身休闲俱乐部顾客投诉应对方法与管理策略/381

复习思考题/389

推荐阅读文献/389



参考文献/390



本章导语

我国《国民经济行业分类》中，将体育产业分为体育竞赛表演业、体育健身休闲业、体育中介业、体育用品业以及其他体育服务业 5 大类。而根据《体育产业学科发展研究报告（2008—2011）》的分类方法，体育产业分为体育产业核心层、体育产业外围层和相关体育产业层三个层次。体育产业核心层包含了体育活动组织管理、体育场馆管理活动和体育健身休闲活动，它们是我国体育产业的“三大支柱”。体育健身休闲俱乐部因其产值贡献大、与其他产业关联性强以及朝阳、绿色的特性在健身休闲业中扮演着越来越重要的作用。因此，追溯健身休闲俱乐部的渊源，分析健身休闲俱乐部产生与发展的过程，全面认识健身休闲俱乐部的性质与作用，揭示其现实发展中的问题与未来发展趋势具有十分重要的现实意义和历史意义。

第一节 健身休闲俱乐部的产生与发展

健身行业在国外尤其是欧美发达国家已有 200 多年的发展历史。在这个漫长的发展过程中,健身行业逐渐走向成熟,并形成了自己独特的经营理念和行业特点。20 世纪 50 年代以来,西方主要国家经济持续增长,人们的生活水平显著提高,加之闲暇时间增多以及生产与生活方式的变化,使得大众体育尤其是以健身和休闲为主要内容的健身俱乐部迅速发展,健身俱乐部消费真正实现了从贵族化向平民化、普遍化和生活化的转变,大众健身行业有了产业地位。经过短短几十年的发展,健身行业已成为全球体育产业中的主导产业。据国际健康运动联合会(IHRSA)统计,2013 年,全球体育健身俱乐部收入 775 亿美元,全球健身俱乐部会员人数已经达到了 1.4 亿人。美国健身俱乐部收入 224 亿美元,在全球健身俱乐部收入中占比近三成。美国健身俱乐部会员人数持续增长,2013 年达到 5 290 万人,平均每 7~8 人中就有一个是健身俱乐部会员。正如 2012 年 8 月 1 日在《IBIS WORLD》上刊载的一篇文章所述,即使在经济最低迷的时期,健身产业依旧保持其稳定的增长势头,同时保持其会员人数稳步增加以及利润稳定增长。由于人们对于健康越来越关注以及老龄化的加剧,更多健身俱乐部的需求将在下一个五年内持续增长。

在我国,健身休闲业同样已经成为国民经济的一个重要行业,在社会经济发展中发挥着非常重要的作用。2014 年 10 月 20 日国务院下发的《国务院关于加快发展体育产业 促进体育消费的若干意见》国发〔2014〕46 号文件中明确提出了到 2025 年要实现体育产业总产值 5 万亿元的宏伟目标,其中重点提出要大力发展体育健身市场,预示着在未来 10 年里健身休闲业将进入加速发展、高速增长阶段,必将成为当今中国最具发展潜力、成长空间广阔、产业规模庞大的新兴产业之一(图 1-1)。

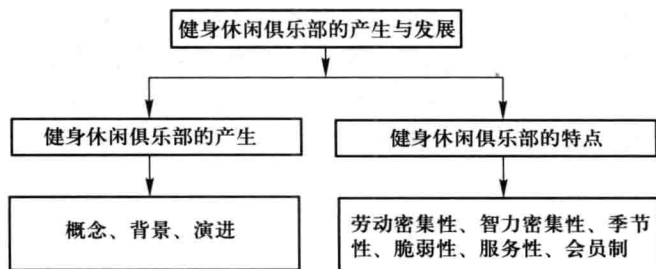


图 1-1 健身休闲俱乐部的产生与发展

一、健身休闲俱乐部的产生

(一) 商业性健身休闲俱乐部概念的界定

俱乐部这个名词最初起源于古希腊和古罗马的富有阶层。18世纪,英国出现贵族阶层运动和社交的私人俱乐部;19世纪,随着大英帝国的全球扩张,人们将这种上流社会的俱乐部文化带到了世界各地,其影响遍及整个英联邦国家。在我国,“俱乐部”是一个外来语,来自英文“Club”一词,是日本人的汉译,后传入我国,原意为“总会”和“社交圈”或指娱乐场所,现通常作为一种组织制度来解释。这几个汉字在音、形、意三方面都是绝佳的选择,且清末已传入我国,随后应用渐广,在我国沿用至今。

“俱乐部”一词在《辞海》中的解释是:①机关、团体、学校中的文化娱乐场所;②俱乐部,意即“总会”,欧美社交团体及娱乐场所的通称。广州体育学院吕树庭、韩会君一等人(1998)认为:经营性的体育俱乐部是指经营者以向大众提供休闲、娱乐、健身服务为目的,以商业性健身娱乐设施为活动场所,依靠市场机制运转的会员制群众体育俱乐部。张林(2002)对体育俱乐部的定义是“为参加某一特定活动而聚集的人群和团体或为付费成员提供服务的商业性组织”。石岩(2003)认为“体育俱乐部是由体育服务性企业经营者出面组织,会员在自愿、互助、互惠的基础上自主参加,为实现健身、美体修行、享受与快乐、社交等目的,并有相应的权利和义务的体育团体”。肖林鹏(2003)则认为商业性健身休闲俱乐部是指为满足大众健身、休闲、娱乐等需求,经营者以商业型健身设施为活动场所,依靠市场机制和利益机制运转的健身俱乐部,其经营的主要目的在于营利。邹玉玲、解祥梅(2004)认为:商业性体育健身场所是指卖方提供给买方亲身体验身体运动的场馆,一般根据场馆建设经费来源划分为体委系统和社会投资两种类型。秦椿林(2006)对经营性健身俱乐部的解释为:“以营利为目的,向社会公众提供休闲健身服务的体育企业。”

1976年,日本文部省曾为体育俱乐部下过一个定义,即:“体育俱乐部是以体育爱好者自发性、自主性的结合为基础,为增进健康和促进相互间的协调和睦而进行持续性体育活动的组织”。德国著名学者海尔曼认为,“体育俱乐部是一个以‘自由的成员资格’、‘以成员利益为准则’、‘不依赖第三者’、‘义务参加工作’和‘民主决策’为特征的自由团体”。

虽然还有许多学者从不同角度阐述了体育俱乐部的概念,并且存在一定的差异,但大体上都包含如下一些要素:①体育俱乐部是一个社会基层组织;②体育俱乐部是自发的社会体育组织;③体育俱乐部以开展体育活动为主要内

容；④体育俱乐部以盈利为目的；⑤体育俱乐部从始至终都离不开服务这一核心内容。

综合国内外不同学者和相关研究文献对健身休闲俱乐部的解释，本书把商业性健身休闲俱乐部定义为：在体育市场上经营者以向消费者提供健身、休闲、娱乐服务为内容，以会员制为基本形式，以咨询指导服务为基本手段，以盈利为目的，依托商业型健身休闲设施及活动场所，并且依靠市场机制和利益机制运转的一种体育组织。

（二）健身休闲俱乐部产生的背景

1. 国外健身休闲俱乐部产生的背景

（1）健身休闲业的发展有助于抑制“现代文明病”的蔓延。在工业发达国家，随着科学技术的进步，人的劳动方式经历了从体力型、半体力型与智力型的发展过程。在低机械化时代，人们体力支出与脑力支出之比为 9 : 1，到中等机械化时代就转变为 6 : 4，在全面自动化时代就倒置为 1 : 9。社会人口中从事脑力劳动的人数达到或超过了一半。加之，膳食结构的巨大变化，使得心脏病、糖尿病、高血压、肥胖症等这些“现代文明病”四处蔓延，其范围之广、危害之大，令人触目惊心。20 世纪 90 年代，美国为治疗肥胖导致的疾病耗费了 1 180 亿美元，远远高于吸烟导致的医疗支出 470 亿美元。美国医学会杂志在 2012 年 10 月称，肥胖已经成为美国的一种流行病，平均每年约 30 万人死于与肥胖有关的疾病。德国体重超重的人占总人口的比例高达 38%，在俄罗斯、英国、西班牙也有类似的现象。面对这样严重的恶果，为了给身体内营养物质的高积蓄寻找一条高消耗的出路，人们便开始求助于健身休闲活动，以消耗热量、减轻肥胖、保护心脏。而这一做法确实起到了积极的作用，如由于大力开展大众健身活动，美国在 20 世纪 70 年代冠心病的发病率比 40 年代下降了 8.7%，死亡率下降了 7%，80 年代后仍在持续下降。

（2）健身休闲活动是一种时尚流行的消遣娱乐手段。1890 年瑞士开始实行起源于基督教的周休制度。1919 年国际劳动宪章明确了周休 24 小时，即每周有一天公休日。1935 年国际劳工大会确立了将周工作时间压缩为 40 小时，周休两日。近年来，法国周工作时间为 35 小时，挪威为 30 小时。此外，在周休制度的基础上，西方国家还普遍实行带薪休假制度（表 1-1）。大量的闲暇时间为健身休闲活动的开展提供了必要的时间保障。20 世纪 50 年代后，各国健身娱乐市场和产业相继形成。德国 1981 年用于体育活动（包括观赏在内）的社会总时间为 106 亿小时，每人平均 300 小时，占业余时间的 10%。据调查，德国有 67% 的人参加以体育活动为主要内容的各种娱乐消遣活动。这些活动寓体育锻炼于休闲娱乐之中，同时还能增加人与人之间的接触与交往，增

进社会成员之间的情感，并且成为社会时尚和主流意识。

表 1-1 各个国家（地区）带薪休假天数

国家	天数（天）	国家	天数（天）
法国、西班牙	30	泰国	10~20
德国、意大利	35~42	中国香港	7~14
比利时	24	韩国	20
英国	20~27	中国	5~15
澳大利亚	30 天以上	中国台湾	3~30

（资料来源：王琪延，落实带薪休假 发展休闲产业 [R]，第三届休闲体育北京论坛，2014.）

（3）人口构成老龄化是健身休闲活动兴起的重要动因。20 世纪四五十年代后，发达资本主义国家人口增长趋于缓慢，出生率大大下降，又由于医疗水平的提高，平均死亡年龄上升，老年人在社会中的比重越来越大，出现了社会老龄化现象。在德国、英国、比利时、法国平均每 6~7 人中就有一位 65 岁以上的老人。日本作为当今世界人口老龄化最严重的国家，其老龄人口占全人口总数的比例达到了近 20%，也即每 5 个人中就有一个老人。如果继续当前的老龄发展趋势，到 2020 年，日本老龄人口比例将达到 25%。老龄化问题已经成为影响各国政治、经济、文化等各个方面的现实问题，也是一个深刻影响人类发展的长久性问题。老龄化带来的老年疾病问题逐渐凸显。Blomqvist 和 Carter（1997）研究发现，65 岁以上人口的数量是影响医疗费用增长的主要因素。1900 年威胁美国人健康的主要死亡原因是传染病，而进入六七十年代以后，依次让位给心脏病、恶性肿瘤和脑中风。为了保持健康，减少医疗开支，提高生命质量，世界上很多国家的老年人成了参加健身休闲活动大军中的一支稳定性最高的中坚力量。

（4）健身休闲活动与人口都市化倾向关系密切。工业化必然伴随着城市化的出现。城市是现代生活的摇篮，目前世界高收入国家城市化水平已达 80% 以上，中等以上收入国家城市化水平达 60%，中下收入国家城市化水平达 55%（图 1-2）。大量人口集中到城市，城市人口高度密集，人与人之间的社会距离大大缩短，生活内容的丰富、生活气氛的炽烈、生活空间的窄化、生活节奏的高速化，而高科技却使得人们的情感逐渐退化，人们迫切需要一个压力释放和情感交流的场所，使得大规模健身休闲活动的出现成为可能，并且推进了大型健身休闲场所的兴建和各种类型体育组织的成长与发展。