

2017-2022年中国健身器材 市场深度调研及未来发展前景策略分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国健身器材市场深度调研及未来发展前景策略分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/jixie/F298471V3V.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

健身器材常以训练功能多少来分为单功能和综合型多功能两大类，常用的有划船器、健美车、健步机、跑步机、美腰机等。

中国健身器材行业的发展始于20世纪80年代末，随着中国加入WTO和北京申奥的成功，为健身器材行业的发展提供了有利条件和发展机遇，健身队伍的不断扩大为健身器材生产商带来浓厚商机。

中国健身器材行业在迅速发展的同时，一些问题也日益显露出来。特别是在国际市场缺乏知名品牌，产品附加值较低，同时，与国际先进水平相比，中国不少生产企业还处在仿制生产阶段，产品研发和技术创新能力不足。在消费领域，与欧美等发达国家相比，健身器材产品在家庭的普及率及用于健身运动的人均消费还很低。

因此，中国健身器材工业企业必须抓住新的发展形势，加大科技创新，努力提高产品质量，加强自主研发能力，有关部门应尽快制订出健身器材统一的技术安全标准，加强售后服务。只有这样才能在新形势下立于不败之地。

现阶段，我国已有众多健身器材生产企业，世界上几乎所有的普通健身器材类型，中国企业都在生产，并为大量的境外品牌进行加工，中国制造的健身器材在国际市场上占据了约60%的份额，出口交易额达20亿美元，出口已成为我国健身器材产业的重要支撑。

2015年1-10月中国训练健身器材制造出口交货值

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国健身器材市场深度调研及未来发展前景策略分析报告》共十三章。首先介绍了健身器材行业市场发展环境、健身器材整体运行态势等，接着分析了健身器材行业市场运行的现状，然后介绍了健身器材市场竞争格局。随后，报告对健身器材做了重点企业经营状况分析，最后分析了健身器材行业发展趋势与投资预测。您若想对健身器材产业有个系统的了解或者想投资健身器材行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 2013-2016年国外健身器材行业发展状况分析

第一节2013-2016年国外体育用品发展概况分析

一、欧洲体育用品市场状况分析

二、美洲体育用品市场情况分析

三、中东体育用品市场发展分析

四、全球十大体育用品品牌介绍

第二节 2013-2016年国外健身器材行业发展概述

一、国际健身器材需求格局

二、美国健身器材市场回顾

三、德国健身器材市场概况

四、国际健身器材品牌分析

第三节2017-2022年国际健身器材行业发展趋势分析

第二章 2013-2016年国际著名健身器材企业发展态势分析

第一节 美国爱康健身器材公司——爱康(ICON)

一、公司基本概况

二、在华销售情况

三、竞争优劣势分析

四、公司国际化战略发展分析

第二节 美国力健公司——力健(LIFE)

一、公司基本概况

二、在华销售情况

三、竞争优劣势分析

四、公司国际化战略发展分析

第三节 韩国泰河机电株式会社——秀健 (STEX)

一、公司基本概况

二、产品基本情况

三、在华销售情况

四、竞争优劣势分析

第四节 台湾众成工业股份有限公司——维克 (STEELFLEX)

一、公司基本概况

二、产品基本情况

三、全球销售情况

四、竞争优劣势分析

第五节 乔山健康科技股份有限公司——JOHNSON

一、公司基本概况

二、产品基本情况

三、竞争优劣势分析

四、公司国际化战略发展分析

第六节 加拿大普乐赛康集团有限公司——Bodyguard

一、公司基本概况

二、产品基本情况

三、公司国际化战略发展分析

第三章 2013-2016年中国体育用品行业发展状况分析

第一节 2013-2016年中国体育用品行业的发展

一、中国体育用品业发展概况

二、体育用品业竞争格局分析

三、体育用品市场集中度分析

四、中国体育用品发展的积极因素

五、中国体育用品加快标准化建设步伐

第二节 2013-2016年中国体育用品市场概况

一、中国体育用品的零售格局

二、中国体育用品市场上演争霸战

三、中国体育用品出口快速增长

四、中国体育用品的品牌发展之路

第三节 2013-2016年中国体育用品产业存在的问题

一、中国体育用品产业存在的不足

二、影响中国体育用品发展的因素

三、中国体育用品市场存在的几大“软肋”

四、中国体育用品市场还缺乏敏感度

第四节 2013-2016年中国体育用品产业的发展对策

第四章 2013-2016年中国健身器材行业发展环境分析

第一节 2013-2016年中国健身器材行业发展政策环境分析

- 一、健身器材行业管理体制
- 二、中国体育产业发展纲要
- 三、全民健身计划纲要
- 四、体育用品强制标准分析
- 五、室内健身器材检测标准
- 六、《全民健身条例》分析
- 七、全民健身相关计划分析

第二节 2013-2016年中国健身器材行业发展经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第三节 2013-2016年中国健身器材行业发展社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、中国城镇化率
- 六、城乡居民的体育消费需求
- 七、第三次国民体质监测分析
- 八、中国学生体质与健康调研
- 九、中国国民的健康状况分析

第五章 2013-2016年中国健身器材行业发展局势剖析

第一节 中国健身器材产业发展现状析分析

- 一、中国健身器材产业总体发展状况
- 二、中国健身器材产业得到快速发展
- 三、中国健身器材产业发展周期分析
- 四、中国健身器材产业竞争现状浅析

第二节 2013-2016年中国健身器材行业发展概况分析

- 一、运动健身器材发展基本情况分析
- 二、中国健身器材行业发展探讨分析
- 三、厦门成为国内健身器材行业重要的出口基地
- 四、健身器材对钢铁材料紧固件需求影响分析

第三节 2013-2016年中国健身器材行业发展现状分析

- 一、中低端健身器材产业发展现状分析
- 二、互动式健身器材发展分析
- 三、幼儿软性健身器材研发情况分析

第四节 2013-2016年中国健身器材进入国际市场方式分析

- 一、委托加工
- 二、贴牌生产

第五节 2013-2016年中国健身器材行业存在的问题分析

- 一、健身器材行业存在的两点隐忧
- 二、健身器材行业面临的问题分析
- 三、健身器材市场处于低迷的原因

第六节 2013-2016年中国健身器材行业的发展策略分析

- 一、健身器材产业要防止暴利泡沫
- 二、中国健身器材行业的发展建议
- 三、健身器材行业发展的对策分析
- 四、中国健身器材行业的品牌战略

第六章 2013-2016年中国健身器材市场发展态势分析

第一节 2013-2016年中国健身器材市场发展概况分析

- 一、中国健身器材市场概况
- 二、中国健身器材市场结构
- 三、中国健身器材市场销售规模
- 四、健身器材成为新的消费热点

第二节 2013-2016年中国健身器材市场状况扫描

- 一、小型保健器材销售畅快
- 二、大型健身器材市场方兴未艾
- 三、老年康复健身器材新品迭出，市场潜力大

第三节 健身器材消费者调查分析

- 一、健身器材消费者需求现状
- 二、消费者健身器材拥有量分析
- 三、消费者使用健身器材的种类
- 四、消费者购买健身器材的价格

第四节 2013-2016年中国健身器材市场营销状况分析

- 一、健身器材的市场营销渠道
- 二、健身器材营销渠道存在的问题
- 三、健身器材产品的营销策略

第七章 2013-2016年中国健身器材细分行业发展局势分析

第一节 家庭健身器

- 一、家庭健身器的种类
- 二、选择家庭健身器的影响因素
- 三、家庭健身器存在的问题
- 四、家庭健身器发展趋势分析

第二节 跑步机

- 一、跑步机的背景及分类
- 二、中国跑步机市场发展概况
- 三、电动跑步机行业发展概述
- 四、电动跑步机行业急需名牌

第三节 室外健身器材

- 一、室外健身器材的种类
- 二、中国室外健身器材的发展
- 三、室外健身器材质量显著提高
- 四、户外健身器械发展存在的问题
- 五、中国室外健身器材的发展对策

第四节 其他健身器材

- 一、划船器
- 二、椭圆机和按摩椅
- 三、健身车
- 四、杠铃

第八章 2013-2016年中国训练健身器材制造行业数据监测分析

第一节 2013-2016年中国训练健身器材制造行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、资产规模增长分析

三、销售规模增长分析

四、利润规模增长分析

第二节 2013-2016年中国训练健身器材制造行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、资产规模结构分析

三、销售规模结构分析

四、利润规模结构分析

第三节 2013-2016年中国训练健身器材制造行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2013-2016年中国训练健身器材制造行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、主要费用统计

第五节 2013-2016年中国训练健身器材制造行业运营效益分析

一、偿债能力分析

二、盈利能力分析

三、运营能力分析

第九章 2013-2016年中国健身及康复器械（95069119）进出口数据监测分析

第一节 2013-2016年中国健身及康复器械进口分析

一、健身及康复器械进口数量情况

二、健身及康复器械进口金额情况

三、健身及康复器械进口来源分析

四、健身及康复器械进口均价分析

第二节 2013-2016年中国健身及康复器械出口分析

一、健身及康复器械出口数量情况

- 二、健身及康复器械出口金额情况
- 三、健身及康复器械出口流向分析
- 四、健身及康复器械出口均价分析

第十章 2013-2016年中国健身器材行业竞争格局分析

第一节 2013-2016年中国健身器材行业竞争状况分析

- 一、行业竞争环境分析
- 二、澳瑞特与怡康发展对比分析
- 三、健身器材市场渠道竞争分析

第二节 2013-2016年中国健身器材企业核心竞争力分析

- 一、成本领先战略
- 二、差异化战略
- 三、目标集聚战略

第三节 2013-2016年中国健身器材行业的发展战略分析

- 一、中国健身器材制造业发展的战略思考
- 二、如何做健身俱乐部的战略投资评估

第十一章 2013-2016年中国健身器材行业重点企业竞争力分析

第一节 深圳信隆实业股份有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主营产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业运营能力分析
- 七、企业成本费用分析

第二节 厦门钢宇工业有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业营销网络分析

第三节 乔山健康科技（上海）有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业资质荣誉分析

第四节 厦门群鑫机械工业有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业资质荣誉分析

第五节 中山盈亮健康科技有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业营销网络分析
- 五、企业研发能力分析

第六节 南通华亮健身器材有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业营销网络分析

第七节 山西澳瑞特健康产业股份有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业竞争优势分析
- 五、企业发展战略分析

第八节 山东英吉多运动器材有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业竞争优势分析

第九节 浙江恒耀实业有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析
- 四、企业营销网络分析

第十节 上海东庚金属制品有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业主要产品分析
- 三、企业经营情况分析

第十一节 漳州蒙发利实业有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业营销网络分析

第十二节 大东傲胜保健器(苏州)有限公司

- 一、公司基本情况
- 二、企业经营情况分析

第十二章 2017-2022年中国健身器材行业的发展预测分析

第一节 2017-2022年中国体育用品行业的发展趋势分析

- 一、文化体育用品的发展前景
- 二、中国体育用品网络营销三大趋势

第二节 2017-2022年中国健身器材行业发展趋势分析

- 一、体育事业发展规划相关内容
- 二、公共体育设施建设规划
- 三、健身器材市场前景分析
- 四、中国健身器材行业发展预测
- 五、2017-2022年中国健身器材市场规模预测分析

第三节 2017-2022年中国健身器材用材料发展前景分析

- 一、健身器材升温带动钢材需求
- 二、健身器材用钢品种趋向多样化
- 三、塑料在体育和健身器械中的应用

第十三章 2017-2022年中国健身器材行业投资前景分析 (ZY GXH)

第一节 2017-2022年中国健身器材行业投资机会分析

一、健身器材行业投资吸引力分析

二、健身器材市场增长动力分析

第二节 2017-2022年中国健身器材行业投资壁垒分析

一、接受订单能力的障碍

二、市场准入障碍

三、稳定的客户网络

四、品牌

第三节 2017-2022年中国健身器材行业投资风险分析

一、宏观经济风险分析

二、原材料风险分析

三、竞争风险

四、其他风险分析

第四节 2017-2022年中国健身器材行业发展策略分析

一、健身器材企业品牌战略分析

二、健身器材企业发展策略分析

三、健身器材企业营销策略分析

四、中小健身器材企业营销策略分析

第五节 2017-2022年中国健身器材行业投资建议分析 (ZY GXH)

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jixie/F298471V3V.html>