

2016-2022年中国保健器材 行业深度调研与投资前景评估报告

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

《2016-2022年中国保健器材行业深度调研与投资前景评估报告》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/baojianpin/Y16189O77E.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

随着我国经济发展，居民生活水平的快速提升，健康投资理念日趋深入人心，商旅一族、办公室一族、亚健康人群以及中老年人群家庭保健需求的不断上升，以按摩器具产品普及为代表的健康消费升级极大促进了国内保健器械消费市场的迅速发展。

目前，国内大型保健器具制造企业中，蒙发利集团、大东傲胜保健器（苏州）有限公司、发美利健康器械（上海）有限公司、上海松下电工有限公司等以外销为主、内销为辅。大东傲胜保健器（苏州）有限公司、发美利健康器械（上海）有限公司、上海松下电工有限公司的产品主要为各类按摩椅，除出口日本等市场外，也在国内销售，其生产及代工的品牌OSIM、松下（Panasonic）、发美利（FAMILY）也在国内具有较高的市场知名度。而温州圣利保健器材有限公司、上海荣泰健身科技发展有限公司、福建怡和电子有限公司、广州市兄弟运动用品有限公司、深圳市轻松科技股份有限公司等本土企业在国内市场销售比重较大，在国内市场以自有品牌进行销售，销售品牌包括“iRest”、“荣泰”、“怡禾康”、“兄弟牌”、“倍轻松”等，主要销售产品为按摩椅、按摩垫、头部按摩器、足底按摩器等产品。

2015年行业龙头企业蒙发利销售收入达到28.31亿元，占同期国内保健器具产业销售收入总额的8.59%。

《2016-2022年中国保健器材行业深度调研与投资前景评估报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了保健器材行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国保健器材行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国保健器材行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告目录：

第一章 中国保健器材行业竞争背景分析

第一节 政策背景

一、宏观政策背景

二、财政货币政策背景

三、《全民健康科技行动方案》

四、《全民健身条例》

五、体育产业振兴规划发布

六、九类健身器材产品国标实施

第二节 经济背景

一、中国宏观经济发展状况

二、中国国民收入增长情况

三、中国社会消费品零售总额

四、中国固定资产投资情况

五、中国存贷款利率变化

六、中国人民币汇率变化情况

第三节 社会背景

一、中国人口社会背景

二、人口老龄化给保健器材带来机遇

三、礼品市场促进保健器材快速发展

四、全民健身推动保健器材市场发展

五、大众保健意识增强带动行业消费

六、亚健康人群和各种职业病人猛增

七、中国体育产业正迎来发展黄金期

第四节 技术背景

一、技术研发现状

二、新技术应用

三、技术发展趋势

四、技术创新对保健器材行业影响分析

第二章 中国保健器材行业市场现状分析

第一节 市场发展阶段

第二节 市场竞争结构

第三节 市场供需格局

一、中国保健器材行业的供给分析

二、中国保健器材行业的需求分析

三、中国保健器材行业的供需平衡分析

第四节 市场发展趋势

第五节 未来市场预测

一、2016-2022年中国保健器材行业的供给预测

二、2016-2022年中国保健器材行业的需求预测

第三章 2013-2015年中国健身及康复器械（95069110）进出口分析

第一节 2013-2015年中国健身及康复器械进口分析

一、中国健身及康复器械进口数量情况

二、中国健身及康复器械进口金额情况

第二节 2013-2015年中国健身及康复器械出口分析

一、中国健身及康复器械出口数量情况

二、中国健身及康复器械出口金额情况

第三节 2013-2015年中国健身及康复器械进出口均价分析

第四节 2013-2015年主要省市健身及康复器械进出口分析

第五节 2013-2015年中国健身及康复器械进出口流向分析

第六节 进出口因素分析

一、金融危机特别是“后危机时代”主要影响因素

二、人民币升值对进出口影响分析

三、行业高端产品进出口市场分析

四、营销模式对产品进出口影响分析

第七节 2016-2022年中国保健器材行业的进口预测

第八节 2016-2022年中国保健器材行业的出口预测

第四章 2013-2015年中国保健器材行业重点数据解析

第一节 保健器材行业总体规模分析

一、行业企业规模分析

二、行业人员规模统计

三、行业资产规模分析

四、行业负债规模分析

五、行业市场规模分析

六、行业利润总额分析

第二节 保健器材行业经营效益分析

一、行业偿债能力分析

- 二、行业盈利能力分析
- 三、行业毛利率分析
- 四、行业运营能力分析
- 五、行业发展能力分析

第五章 2013-2015年中国保健器材行业区域格局分析

- 第一节 华北地区
- 第二节 东北地区
- 第三节 华东地区
- 第四节 华中地区
- 第五节 华南地区

第六章 中国保健器材行业市场竞争分析

- 第一节 行业竞争结构
 - 一、现有企业间竞争
 - 二、潜在进入者分析
 - 三、替代品威胁分析
 - 四、供应商议价能力
 - 五、客户议价能力
- 第二节 中国保健器材行业国际竞争力比较
- 第三节 行业集中度分析
- 第四节 行业竞争趋势
- 第五节 行业竞争策略

第七章 中国保健器材行业重点企业分析

- 第一节 厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司
 - 一、企业概况
 - 二、运营现状
 - 三、前景预测
- 第二节 大东傲胜保健器（苏州）有限公司
 - 一、企业概况
 - 二、运营现状

三、前景预测

第三节 发美利健康器械(上海)有限公司

一、企业概况

二、运营现状

三、前景预测

第四节 上海荣泰健身科技发展有限公司

一、企业概况

二、运营现状

三、前景预测

第五节 浙江豪中豪健康产品有限公司

一、企业概况

二、运营现状

三、前景预测

第八章 中国保健器材行业的投资分析

第一节 投资环境

第二节 投资机遇

第三节 投资风险

一、宏观经济环境风险

二、市场竞争风险

三、原材料压力风险分析

四、技术风险分析

五、政策和体制风险

六、外资进入现状及对未来市场的威胁

第四节 投资前景

第九章 中国保健器材行业品牌经营分析及策略

第一节 保健器材行业市场品牌SWOT分析

一、优势分析（zyyzg）

二、劣势分析

三、机会分析

四、威胁分析

第二节 保健器材行业的品牌风险分析

- 一、品牌定位风险
- 二、品牌文化风险
- 三、品牌信任风险
- 四、品牌资源风险
- 五、多品牌战略风险
- 六、品牌同质风险

第三节 保健器材行业市场品牌建设及策略建议

- 一、品牌推广策略建议
- 二、品牌内涵策略建议
- 三、品牌文化策略建议
- 四、品牌外延策略建议
- 五、品牌延伸风险规避建议
- 六、区域产业集群品牌风险规避建议

第三节 保健器材行业营销现状及策略

- 一、保健器材行业营销模式探析
- 二、国内保健器材营销渠道模式
- 三、保健器材营销渠道发展难题
- 四、保健器材产品营销策略剖析
- 五、不同客户群营销策略建议

第十章 2016-2022年中国保健器材行业前景分析及对策

第一节 行业发展前景分析

- 一、行业市场发展前景分析
- 二、行业市场蕴藏的商机分析
- 三、行业整体规划解读

第二节 行业发展对策

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、市场的重点客户战略实施
- 四、产品开发及投资运营策略

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/baojianpin/Y16189O77E.html>