

2009-2010年中国健身器材行业市场发展前景分析 报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2010年中国健身器材行业市场发展前景分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/3223032230.html>

报告价格：电子版: 6500元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7000

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

第一章 健身器材相关概述

第一节 健身器材的介绍

一、健身器材分类

二、健身器材的功能

三、健身器材的选择方法

四、健身器材品牌的发展

第二节 健身器材安全标准

一、室内健身器材安全检测标准介绍

二、室内健身器材的动态测试

三、室内健身器材的静态检测

四、室内健身器材的安全性检验

第二章 2008年中国健身器材产业发展环境

第一节 2008年中国经济环境

一、中国GDP

二、物价水平与居民收支

三、进出口贸易变化

第二节 2008年中国健身器材行业发展政策环境

第三节 2008年中国健身器材行业发展社会环境

第四节 2008年中国健身器材行业发展技术环境

第三章 健身器材发展现状

第一节 亚洲健身器材市场扫描

一、蓬勃发展的中国市场

二、日本健身器材销势良好

三、沙特阿拉伯大力进口我国的体育用品

第二节 中国健身器材产业发展情况

一、运动健身器材发展基本情况

二、中国健身器材产业发展探讨

三、我国健身器材制造业质量现状与发展趋势

四、厦门成为国内健身器材行业重要的出口基地

第三节 健身器材市场扫描

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

第四节 健身器材产业的发展和对策

- 一、兼收并蓄，协同发展，建立现代化生产企业
- 二、开拓创新，优化生产，开发主导市场的产品
- 三、深入研究，推陈出新，健全健身器材检测体系

第五节 中国健身器材渠道发展

- 一、国内渠道的发展模式
- 二、目前渠道发展面临的难题
- 三、急切呼吁规范市场秩序

第四章 中国家庭健身器材制造业

第一节 我国体育人口的不平衡状况及存在的问题

- 一、体育人口的地区间不平衡
- 二、体育人口的人群结构不平衡
- 三、体育人口层次的不平衡
- 四、个人行为方面的问题

第二节 中国家庭健身器材的发展现状

第三节 家用健身器材的选择与应用

- 一、选择家用健身器械的理由
- 二、家用健身器械3大类
- 三、常见健身器械的使用方法
- 四、家用健身器械的选择
- 五、使用健身器械时的注意事项

第四节 家用健身器新主张

第五章 健身器材细分行业

第一节 家庭健身器

- 一、家庭健身器的种类
- 二、家庭健身器销售升温
- 三、选择家庭健身器的影响因素
- 四、家庭健身器存在的问题

第二节 跑步机

- 二、中国跑步机市场发展概况
- 三、三种类型跑步机市场反映良好
- 四、电动跑步机行业急需名牌

第三节 其他健身器材介绍

- 一、划船器

二、椭圆机和按摩椅

三、电动跑步机和半躺式健身车

四、杠杆式力量训练器和杠哑铃

第六章 中国健身器材行业需求情况

第一节 健身器材行业消费者需求现状

第二节 健身器材使用情况

第三节 体育健身器材市场存在的问题

第七章 中国健身器材竞争对手

第一节 深圳信隆实业股份有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第二节 大东傲胜保健器(苏州)有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第三节 发美利健康器械(上海)有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第四节 厦门群鑫机械工业有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第五节 乔山国际健康科技集团(台湾)

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第六节 惠阳国威运动器材有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第七节 宁波展望钢塑有限公司

一、企业基本概况

二、2008-2009年企业经营与财务状况

三、2008-2009年企业竞争优势

四、企业未来发展战略与规划

第八章 2007年中国健身器材行业市场竞争格局

第一节 运动健身器材竞争状况

一、健身器材行业竞争现状

二、市场容量

三、技术水平

四、进入健身器材行业的主要障碍

五、影响行业发展的有利和不利因素

第三节 中国健身器材行业的发展战略

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

第三节 中国健身器材行业竞争态势

一、中国健身器材行业进入有序竞争阶段

二、加强行业团结 做强健身器材市场

第九章 健身器材行业发展趋势

第一节 国外健身器材发展趋势

第二节 中国健身器材行业发展趋势

第三节 我国家庭健身器械的发展趋势

第四节 健身器材用材料

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、塑料在健身器材市场的应用

第五节 体育健身器材趋势

第六节 健身器材行业存在的问题

第七节 健身器材行业的发展策略

附录

附录一：体育产业发展纲要

附录二：全民健身计划纲要

附录三：体育器材设备审定办法

部分图表：

图表 加拿大体育用品进口来源

图表 加拿大体育用品出口情况

图表 加拿大体育用品市场分布情况

图表 加拿大体育用品零售市占率情况

图表 美国健身市场的消费水平

图表 美国对各种运动的喜好程度情况

图表 美国健身器材市场销售情况

图表 全球顶级健身器材品牌分类

图表 消费者的使用目的销售渠道

图表 中国运动项目比例

图表 2002-2006年中国体育用品类广告投放费用对比

图表 2002-2006年中国体育用品类增长率对比

图表 2006-2007年1月中国体育用品类细分行业网络广告投放费用情况

图表 2006-2007年3月体育用品网络广告投放费用媒体频道排名前10位

图表 世界各大健身器材企业在华市场运作情况

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/3223032230.html>