

2018-2023年中国健身器材行业市场供需现状调研 及投资发展趋势研究报告

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《2018-2023年中国健身器材行业市场供需现状调研及投资发展趋势研究报告》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/fangzhi/304440304440.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

在整个体育用品制造业中，健身器材一直保持着较快增长。互联网趋势下，健身器材老品牌有了生存危机感。渠道变革、产品技术迭代加速、智能化生产等一系列创新举措都为行业发展带来更多的生机活力，与此同时，也使得品牌间的“拉锯战”再度升级。

相比于成熟的欧美市场，国内健身器材消费市场在市场规模、消费群体成熟度及健身意识、销售渠道等各个方面，尚处于不断发展完善的过程中。

6-10岁儿童青少年接受各种锻炼指导的人数百分比 资料来源：公开资料整理

行业经营特征

（1）周期性

目前来看，由于存在着无器材的健身方式，健身器材消费刚性属性不强，而是具备更多的可选消费品特征，特别是高端商用健身器材，其受宏观经济周期的影响较为明显。但存量更新市场的存在、健康意识的普及以及厂商持续研发出更为贴合消费者需求的智能化、时尚化的健身器材产品，均在一定程度上消弭了经济波动对健身器材的周期性影响。

（2）区域性

健身器材生产制造需要上游众多零配件供应厂商的密切配合，销售端也以靠近港口等交通枢纽为宜，因此我国的健身器材地区产业集聚现象较为明显。国家在政策上也支持打造一批符合市场规律、具有市场竞争力的体育产业基地。从区域看，目前我国已经形成了山东半岛、长三角、珠三角等健身器材的产业集群。

（3）季节性

健身器材产品品类众多，能够满足消费者在室内外力量、有氧等各方面的健身需求。因此，整体上看，健身器材产品销售的季节性差异并不明显。

同时，由于国内目前部分地区在秋冬季节易出现雾霾等极端天气，室外空气质量较差，人群不适宜在户外运动，因此在一定程度上促进了室内健身器材在秋冬季节的销售。

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国健身器材行业市场供需现状调研及投资发展趋势研究报告》主要研究健身器材行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可

。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说明书等等。

第一章 健身器材相关概述

1.1 健身器材简介

1.1.1 健身器材发展史

1.1.2 健身器材的分类

1.1.3 技术特点剖析

1.2 健身器材行业相关标准

1.2.1 室内健身器材安全检测标准介绍

1.2.2 室内健身器材的安全性检验

1.2.3 室外健身器材安全通用要求

1.2.4 室外健身器材配建管理办法

第二章 2015-2017年体育用品行业发展分析

2.1 2015-2017年国外体育用品市场发展规模

2.1.1 法国

2.1.2 英国

2.1.3 美国

2.1.4 俄罗斯

2.2 2015-2017年中国体育用品市场运行分析

2.2.1 行业发展规模

2.2.2 出厂价格指数

2.2.3 市场竞争格局

2.2.4 出口状况分析

2.2.5 行业五力模型分析

2.3 2015-2017年中国体育用品产业集群分析

2.3.1 产业集群发展状况

2.3.2 产业集群发展特征

2.3.3 产业集群发展积极作用

2.3.4 产业集群发展存在阻力

2.3.5 产业集群发展对策解析

2.4 中国体育用品市场开发与营销分析

2.4.1 市场开发与营销现状

2.4.2 市场开发与营销问题

2.4.3 市场开发与营销策略

2.5 中国体育用品价格与供求影响因素探析

2.5.1 供求影响因素

2.5.2 价格影响因素

2.5.3 价格与需求平衡

2.6 中国体育用品产业存在的问题及发展对策

2.6.1 企业规模小

2.6.2 缺乏知名品牌

2.6.3 加大科技投入

2.6.4 集群化发展道路

2.7 中国体育用品行业发展前景及趋势

2.7.1 转型升级态势

2.7.2 行业发展机遇

2.7.3 行业发展趋势

第三章 2015-2017年健身器材行业发展分析

3.1 全球健身器材行业发展概况

3.1.1 全球健身器材市场分析

3.1.2 美国健身器材产业分析

3.1.3 欧洲品牌布局中国市场

3.2 中国健身器材行业发展环境分析

3.2.1 政策环境分析

3.2.2 宏观经济环境

3.2.3 居民健康意识

3.2.4 人口结构分析

3.2.5 居民收入水平

3.3 2015-2017年中国健身器材行业运行状况

3.3.1 行业发展阶段

3.3.2 行业产业链分析

3.3.3 行业发展规模

3.3.4 行业销售收入

3.3.5 市场出口状况

3.3.6 生产企业状况

3.4 2015-2017年中国智慧健身器材市场发展分析

3.4.1 智慧健身系统描述

3.4.2 健身器材发展热点

3.4.3 健身器材制造变革

3.4.4 健身器材行业机遇

3.5 中国健身器材市场营销分析

3.5.1 行业经营特征分析

3.5.2 行业营销模式解析

3.5.3 行业营销渠道模式

3.5.4 营销渠道发展难题

3.5.5 产品生命周期策略

3.5.6 市场营销策略建议

第四章 中国训练健身器材制造行业财务状况

4.1 2011-2015年中国训练健身器材制造行业经济规模

4.1.1 行业销售规模

4.1.2 行业利润规模

4.1.3 行业资产规模

4.2 2011-2015年中国训练健身器材制造行业盈利能力指标分析

4.2.1 行业亏损面

4.2.2 行业销售毛利率

4.2.3 行业成本费用利润率

4.2.4 行业销售利润率

4.3 2011-2015年中国训练健身器材制造行业营运能力指标分析

4.3.1 行业应收账款周转率

4.3.2 行业流动资产周转率

4.3.3 行业总资产周转率

4.4 2011-2015年中国训练健身器材制造行业偿债能力指标分析

4.4.1 行业资产负债率

4.4.2 行业利息保障倍数

4.5 中国训练健身器材制造行业财务状况综合评价

4.5.1 行业财务状况综合评价

4.5.2 行业财务状况经济影响因素

第五章 2015-2017年健身器材行业的挑战与发展策略

5.1 中国健身器材业的SWOT分析

5.1.1 优势 (Strength)

5.1.2 劣势 (Weakness)

5.1.3 机会 (Opportunity)

5.1.4 威胁 (Threat)

5.2 中国健身器材行业的发展问题透析

5.2.1 产业发展难点

5.2.2 行业发展瓶颈

5.2.3 行业隐忧分析

5.2.4 销售渠道问题

5.2.5 市场低迷原因

5.3 中国健身器材行业发展策略

5.3.1 行业发展战略

5.3.2 行业促进措施

5.3.3 行业创新策略

5.3.4 市场拓展建议

第六章 2015-2017年健身器材细分市场分析

6.1 家用及室内健身器材

6.1.1 家庭健身器材的种类

6.1.2 家用健身器材选择因素

6.1.3 家用健身器材市场需求

6.1.4 家用健身器材市场潜力

6.1.5 室内健身器材发展方向

6.2 室外健身器材

6.2.1 室外健身器材的分类

6.2.2 室外健身器材特点分析

6.2.3 室外健身器材加强管理

6.2.4 室外健身器材设计原则

6.2.5 室外健身器材行业发展建议

6.3 跑步机

6.3.1 跑步机相关概述

6.3.2 国际畅销跑步机品牌状况

6.3.3 国内知名跑步机品牌介绍

6.3.4 首款智能跑步机发布

6.3.5 跑步机企业赢取市场的关键

6.3.6 中国跑步机市场前景分析

6.4 其他

6.4.1 动感单车

6.4.2 划船器

6.4.3 健身车

6.4.4 力量型健身器材

6.4.5 康复类健身器材

第七章 2015-2017年中国健身器材行业重点企业分析

7.1 深圳信隆健康产业发展股份有限公司

7.1.1 公司发展概况

7.1.2 经营效益分析

7.1.3 业务经营分析

7.1.4 财务状况分析

7.1.5 未来前景展望

7.2 乔山健康科技集团

7.2.1 公司发展概况

7.2.2 企业并购情况

7.2.3 2015年企业经营状况

7.2.4 2016年企业经营状况

7.2.5 2017年企业经营状况

7.3 舒华股份有限公司

7.3.1 公司发展概况

7.3.2 企业经营状况

7.3.3 智能健身器材

7.3.4 企业发展战略

7.4 深圳好家庭实业有限公司

7.4.1 公司发展概况

7.4.2 公司荣誉介绍

7.4.3 公司发展优势

7.4.4 企业发展战略

7.4.5 战略合作伙伴

7.5 青岛英派斯健康科技股份有限公司

7.5.1 公司发展概况

7.5.2 企业发展荣誉

7.5.3 研发核心优势

7.5.4 转型战略分析

7.5.5 企业改制情况

7.6 山西澳瑞特健康产业股份有限公司

7.6.1 公司发展概况

7.6.2 公司技术研发

7.6.3 公司品牌建设

7.6.4 公司发展成就

第八章 中国健身器材行业投资分析及前景预测

8.1 中国健身器材行业投资风险

8.1.1 原材料涨价风险

8.1.2 市场竞争风险

8.1.3 非关税壁垒风险

8.1.4 管理风险

8.1.5 技术风险

8.1.6 环保政策的风险

8.2 健身器材行业发展前景及趋势

8.2.1 全球健身器材发展趋势

8.2.2 健身器材行业前景广阔

8.2.3 健身器材智能化发展趋势

8.3 2018-2022年中国健身器材行业预测分析

8.3.1 行业发展因素

8.3.2 销售收入预测

图表详见正文（LPJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/fangzhi/304440304440.html>