

# 2009-2012年健身器材行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2009-2012年健身器材行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/6472164721.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 8000

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

健身器材主要分为三大类。跳绳、拉力器、哑铃等是价格便宜的健身器材，此类低档健身器性能单一，结构简单，使用方便，多在百元以内，而且也是大多数消费者家中必备的健身器材。其次是中档健身器，如跑步机、健身车、划船器等，价格多为千元以下。这类健身器的结构比较复杂，某些性能也已达到较高水平，而且占地面积较小。第三种是高档健身器，如多功能跑步机等。这类健身器具备跑步、划船、蹬车、旋转腰部、俯卧撑等多种功能，价格比较昂贵，大多在千元甚至万元以上，且占地面积较大。目前，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，出口已逐渐成为我国健身器材产业发展的方向。健身器材市场分为家用以及商用市场两部分。随着北京奥运会的举办成功，这也为健身器材行业提供了有利条件和发展机遇。人们对于健身器材，特别是家用健身器材的需求也日益增加。而家用市场的规模也远较商用市场规模大，且增长快。

城市居民对体育用品的消费已经从低档为主向中高档方向发展，农村居民尤其是已经进入小康生活标准的农村地区，对中低档体育用品的消费也将逐步形成新的需求。随着农村地区收入的增加将使健身市场的潜力变成现实，中国健身器材市场的年销售额逐年增长，中国人对健康的关注正在形成一个黄金市场。虽然健身队伍的不断扩大为健身器材生产商带来了浓厚商机，但是行业存在的产品伪劣、夸大宣传等不良现象也成为了制约行业发展的棘手问题。据中国社会调查事务所的一项调查显示：83%的人认为国产健身器的质量问题是制约消费者购买的主要原因。对一般家庭来说，追求性能优越、质量可靠、经久耐用，是消费者的共同心愿。然而，目前市场上销售的一些健身器功能不齐全、部件易损坏的现象相当严重。我国健身器材行业尽管内外销市场趋旺，但在国际市场缺乏知名品牌却是一个不得不面对的事实。目前，我国出口的健身器材产品基本上是以“委托加工”和“贴牌生产”的方式进入国际市场，产品附加值较低。同时，与国际先进水平相比，我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。这也意味着，我国健身器材行业仍有很广阔的发展空间。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。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家海关总署、国家商务部、国家体育总局、中国健身器材行业协会、中国文教体育用品协会、中国体育用品联合会、中国轻工业联合会、中国社会调查事务所、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量资料，对国际、国内健身器材行业的市场发展状况、竞争格局、营销策略、发展趋势、领先企业以及投资策略等方面进行了深入的分析，并分门

别类地对健身器材行业主要细分市场予以了重点分析。结合新时期的各方面因素，用数字说话，对中国健身器材行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证，全文列示了大量图表，图文并茂。报告还对国家相关政策进行了介绍和趋向研判，是健身器材行业生产、经营、投资、科研企业及相关单位极具参考价值的专业性报告。

## 目录

### CONTENTS

#### 第一部分 行业发展现状

##### 第一章 健身器材行业发展概述

###### 第一节 健身器材的概念

###### 一、健身器材的定义

###### 二、健身器材的特点

###### 三、健身器材的分类

###### 第二节 健身器材行业发展成熟度

###### 一、行业发展周期分析

###### 二、行业中外市场成熟度对比

###### 三、行业及其主要子行业成熟度分析

###### 第三节 健身器材市场特征分析

###### 一、市场规模

###### 二、产业关联度

###### 三、影响需求的关键因素

###### 四、国内和国际市场

###### 五、主要竞争因素

###### 六、生命周期

##### 第二章 国际健身器材市场发展分析

###### 第一节 世界健身器材行业发展分析

###### 一、2007年世界健身器材行业发展分析

###### 二、2008年世界健身器材行业发展分析

###### 三、2009年世界健身器材行业发展分析

###### 第二节 全球健身器材市场分析

###### 一、2009年全球健身器材需求分析

###### 二、2009年欧美健身器材需求分析

###### 三、2009年中外健身器材市场对比

###### 第三节 2008-2009年主要地区健身器材行业发展分析

###### 一、2008-2009年美洲健身器材行业分析

###### 二、2008-2009年亚洲健身器材行业分析

### 三、2008-2009年欧洲健身器材行业分析

#### 第三章 我国健身器材行业发展分析

##### 第一节 国内健身器材行业发展现状

###### 一、我国健身器材行业消费状况

###### 二、我国健身器材行业生产状况

###### 三、我国健身器材行业面临的问题

###### 四、我国健身器材行业产品结构

###### 五、中国健身器材行业技术发展

##### 第二节 中国健身器材市场供需状况

###### 一、2009年中国健身器材行业供给能力

###### 二、2009年中国健身器材市场供给分析

###### 三、2009年中国健身器材市场需求分析

###### 四、2009年中国健身器材产品价格分析

##### 第三节 我国健身器材市场分析

###### 一、2008年上半年健身器材市场分析

###### 二、2008年下半年健身器材市场分析

###### 三、2009年上半年健身器材市场分析

###### 四、2009年健身器材市场的走向分析

#### 第四章 健身器材产业经济运行分析

##### 第一节 2008-2009年中国健身器材产业工业总产值分析

###### 一、2008-2009年中国健身器材产业工业总产值分析

###### 二、不同规模企业工业总产值分析

###### 三、不同所有制企业工业总产值比较

##### 第二节 2008-2009年中国健身器材产业市场销售收入分析

###### 一、2008-2009年中国健身器材产业市场总销售收入分析

###### 二、不同规模企业总销售收入分析

###### 三、不同所有制企业总销售收入比较

##### 第三节 2008-2009年中国健身器材产业产品成本费用分析

###### 一、2008-2009年中国健身器材产业成本费用总额分析

###### 二、不同规模企业销售成本比较分析

###### 三、不同所有制企业销售成本比较分析

##### 第四节 2008-2009年中国健身器材产业利润总额分析

###### 一、2008-2009年中国健身器材产业利润总额分析

###### 二、不同规模企业利润总额比较分析

###### 三、不同所有制企业利润总额比较分析

## 第五章 我国健身器材产业进出口分析

### 第一节 我国健身器材产品进口分析

#### 一、2008年进口总量分析

#### 二、2008年进口结构分析

#### 三、2008年进口区域分析

### 第二节 我国健身器材产品出口分析

#### 一、2008年出口总量分析

#### 二、2008年出口结构分析

#### 三、2008年出口区域分析

### 第三节 我国健身器材产品进出口预测

#### 一、2009年上半年进口分析

#### 二、2009年上半年出口分析

#### 三、2009年健身器材进口预测

#### 四、2009年健身器材出口预测

## 第六章 健身器材行业营销策略

### 第一节 健身器材企业营销策略

#### 一、健身器材行业管控网络分销渠道

#### 二、健身器材企业市场营销战略

#### 三、后奥运时代奥运营销

#### 四、专卖店营销策略分析

### 第二节 中小健身器材企业营销策略

#### 一、中小企业营销战略

#### 二、中小企业营销策略

#### 三、中小企业电子商务营销

## 第二部分 行业竞争格局

## 第七章 健身器材行业竞争格局分析

### 第一节 行业竞争结构分析

#### 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 行业集中度分析

#### 一、市场集中度分析

#### 二、企业集中度分析

### 三、区域集中度分析

#### 第三节 行业国际竞争力比较

##### 一、生产要素

##### 二、需求条件

##### 三、支援与相关产业

##### 四、企业战略、结构与竞争状态

##### 五、政府的作用

#### 第四节 健身器材行业主要企业竞争力分析

##### 一、重点企业资产总计对比分析

##### 二、重点企业从业人员对比分析

##### 三、重点企业全年营业收入对比分析

##### 四、重点企业出口交货值对比分析

##### 五、重点企业利润总额对比分析

##### 六、重点企业综合竞争力对比分析

#### 第五节 2008-2009年健身器材行业竞争格局分析

##### 一、2008年健身器材行业竞争分析

##### 二、2008年中外健身器材产品竞争分析

##### 三、2008-2009年国内外健身器材竞争分析

##### 四、2008-2009年我国健身器材市场竞争分析

##### 五、2008-2009年我国健身器材市场集中度分析

##### 六、2009-2012年国内主要健身器材企业动向

### 第八章 健身器材企业竞争策略分析

#### 第一节 健身器材市场竞争策略分析

##### 一、2009年健身器材市场增长潜力分析

##### 二、2009年健身器材主要潜力品种分析

##### 三、现有健身器材产品竞争策略分析

##### 四、潜力健身器材品种竞争策略选择

##### 五、典型企业产品竞争策略分析

#### 第二节 健身器材企业竞争策略分析

##### 一、金融危机对健身器材行业竞争格局的影响

##### 二、金融危机后健身器材行业竞争格局的变化

##### 三、2009-2012年我国健身器材市场竞争趋势

##### 四、2009-2012年健身器材行业竞争格局展望

##### 五、2009-2012年健身器材行业竞争策略分析

##### 六、2009-2012年健身器材企业竞争策略分析

## 第九章 主要健身器材企业竞争分析

### 第一节 深圳信隆实业股份有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第二节 乔山健康科技集团

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第三节 山西澳瑞特健康产业集团

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第四节 福建WNQ健身器材有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第五节 青岛英派斯集团

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第六节 厦门群鑫机械工业有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况

#### 四、2009-2012年发展战略

### 第七节 舒华体育用品有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、竞争优势分析

#### 三、2008-2009年经营状况



#### 四、2009-2012年发展战略

##### 第八节 其他公司

一、厦门钢宇工业有限公司

二、宁波展望钢塑有限公司

三、山东英吉多运动器材有限公司

四、肥安迪健身用品有限责任公司

##### 第三部分 行业前景预测

#### 第十章 健身器材行业发展趋势分析

##### 第一节 2009年发展环境展望

一、2009年宏观经济形势展望

二、2009年政策走势及其影响

三、2009年国际行业走势展望

##### 第二节 2009年健身器材行业发展趋势分析

一、2009年技术发展趋势分析

二、2009年产品发展趋势分析

三、2009年行业竞争格局展望

##### 第三节 2009-2012年中国健身器材市场趋势分析

一、2008-2009年健身器材市场趋势总结

二、2009-2012年健身器材发展趋势分析

三、2009-2012年健身器材市场发展空间

四、2009-2012年健身器材产业政策趋向

五、2009-2012年健身器材技术革新趋势

六、2009-2012年健身器材价格走势分析

#### 第十一章 未来健身器材行业发展预测

##### 第一节 未来健身器材需求与消费预测

一、2009-2012年健身器材产品消费预测

二、2009-2012年健身器材市场规模预测

三、2009-2012年健身器材行业总产值预测

四、2009-2012年健身器材行业销售收入预测

五、2009-2012年健身器材行业总资产预测

##### 第二节 2009-2012年中国健身器材行业供需预测

一、2008-2012年中国健身器材供给预测

二、2009-2012年中国健身器材产量预测

三、2009-2012年中国健身器材需求预测

四、2009-2012年中国健身器材供需平衡预测

五、2009-2012年中国健身器材产品价格预测

六、2009-2012年主要健身器材产品进出口预测

#### 第四部分 投资战略研究

### 第十二章 健身器材行业投资现状分析

#### 第一节 2008年健身器材行业投资情况分析

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

#### 第二节 2009年上半年健身器材行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资及结构

二、2009年上半年投资规模情况

三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

六、2009年上半年外商投资情况

### 第十三章 健身器材行业投资环境分析

#### 第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

#### 第二节 政策法规环境分析

一、2009年健身器材行业政策环境

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

#### 第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响

### 第十四章 健身器材行业投资机会与风险

#### 第一节 行业活力系数比较及分析

一、2009年相关产业活力系数比较

二、2007-2008行业活力系数分析

## 第二节 行业投资收益率比较及分析

### 一、2009年相关产业投资收益率比较

### 二、2007-2008行业投资收益率分析

## 第三节 健身器材行业投资效益分析

### 一、2008-2009年健身器材行业投资状况分析

### 二、2009-2012年健身器材行业投资效益分析

### 三、2009-2012年健身器材行业投资趋势预测

### 四、2009-2012年健身器材行业的投资方向

### 五、2009-2012年健身器材行业投资的建议

### 六、新进入者应注意的障碍因素分析

## 第四节 影响健身器材行业发展的主要因素

### 一、2009-2012年影响健身器材行业运行的有利因素分析

### 二、2009-2012年影响健身器材行业运行的稳定因素分析

### 三、2009-2012年影响健身器材行业运行的不利因素分析

### 四、2009-2012年我国健身器材行业发展面临的挑战分析

### 五、2009-2012年我国健身器材行业发展面临的机遇分析

## 第五节 健身器材行业投资风险及控制策略分析

### 一、2009-2012年健身器材行业市场风险及控制策略

### 二、2009-2012年健身器材行业政策风险及控制策略

### 三、2009-2012年健身器材行业经营风险及控制策略

### 四、2009-2012年健身器材行业技术风险及控制策略

### 五、2009-2012年健身器材同业竞争风险及控制策略

### 六、2009-2012年健身器材行业其他风险及控制策略

## 第十五章 健身器材行业投资战略研究

### 第一节 健身器材行业发展战略研究

#### 一、战略综合规划

#### 二、技术开发战略

#### 三、业务组合战略

#### 四、区域战略规划

#### 五、产业战略规划

#### 六、营销品牌战略

#### 七、竞争战略规划

### 第二节 对我国健身器材品牌的战略思考

#### 一、企业品牌的重要性

#### 二、健身器材实施品牌战略的意义

三、健身器材企业品牌的现状分析

四、我国健身器材企业的品牌战略

五、健身器材品牌战略管理的策略

第三节 健身器材行业投资战略研究

一、2008年健身器材行业投资战略研究

二、2009年健身器材行业投资战略研究

三、2009-2012年健身器材行业投资形势

四、2009-2012年健身器材行业投资战略

图表目录

图表：健身器材产业链分析

图表：国际健身器材市场规模

图表：国际健身器材生命周期

图表：2008-2009年中国健身器材行业市场规模

图表：2008-2009年全球健身器材产业市场规模

图表：2008-2009年健身器材重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国健身器材行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国健身器材行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国健身器材行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国健身器材竞争力分析

图表：2009-2012年中国健身器材产能预测

图表：2009-2012年中国健身器材消费量预测

图表：2009-2012年中国健身器材市场前景预测

图表：2009-2012年中国健身器材市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国健身器材发展前景预测

图表：2008年1-12月健身器材产量全国合计

图表：2008年1-12月健身器材产量北京市合计

图表：2008年1-12月健身器材产量天津市合计

图表：2008年1-12月健身器材产量河北省合计

图表：2008年1-12月健身器材产量山西省合计

图表：2008年1-12月健身器材产量辽宁省合计

图表：2008年1-12月健身器材产量吉林省合计

图表：2008年1-12月健身器材产量黑龙江合计

图表：2008年1-12月健身器材产量上海市合计

图表：2008年1-12月健身器材产量江苏省合计

图表：2008年1-12月健身器材产量浙江省合计

图表：2008年1-12月健身器材产量安徽省合计

图表：2008年1-12月健身器材产量福建省合计

图表：2008年1-12月健身器材产量江西省合计

图表：2008年1-12月健身器材产量山东省合计

图表：2008年1-12月健身器材产量河南省合计

图表：2008年1-12月健身器材产量湖北省合计

图表：2008年1-12月健身器材产量湖南省合计

图表：2008年1-12月健身器材产量广东省合计

图表：2008年1-12月健身器材产量广西区合计

图表：2008年1-12月健身器材产量海南省合计

图表：2008年1-12月健身器材产量重庆市合计

图表：2008年1-12月健身器材产量四川省合计

图表：2008年1-12月健身器材产量贵州省合计

图表：2008年1-12月健身器材产量云南省合计

图表：2008年1-12月健身器材产量陕西省合计

图表：2008年1-12月健身器材产量甘肃省合计

图表：2008年1-12月健身器材产量新疆区合计

图表：2008年1-12月健身器材产量内蒙古合计

图表：2009年1-6月健身器材产量全国合计

图表：2009年1-6月健身器材产量北京市合计

图表：2009年1-6月健身器材产量天津市合计

图表：2009年1-6月健身器材产量河北省合计

图表：2009年1-6月健身器材产量山西省合计

图表：2009年1-6月健身器材产量辽宁省合计

图表：2009年1-6月健身器材产量吉林省合计

图表：2009年1-6月健身器材产量黑龙江合计

图表：2009年1-6月健身器材产量上海市合计

图表：2009年1-6月健身器材产量江苏省合计

图表：2009年1-6月健身器材产量浙江省合计

图表：2009年1-6月健身器材产量安徽省合计

图表：2009年1-6月健身器材产量福建省合计

图表：2009年1-6月健身器材产量江西省合计

图表：2009年1-6月健身器材产量山东省合计

图表：2009年1-6月健身器材产量河南省合计

图表：2009年1-6月健身器材产量湖北省合计

图表：2009年1-6月健身器材产量湖南省合计

图表：2009年1-6月健身器材产量广东省合计

图表：2009年1-6月健身器材产量广西区合计

图表：2009年1-6月健身器材产量海南省合计

图表：2009年1-6月健身器材产量重庆市合计

图表：2009年1-6月健身器材产量四川省合计

图表：2009年1-6月健身器材产量贵州省合计

图表：2009年1-6月健身器材产量云南省合计

图表：2009年1-6月健身器材产量陕西省合计

图表：2009年1-6月健身器材产量甘肃省合计

图表：2009年1-6月健身器材产量新疆区合计

图表：2009年1-6月健身器材产量内蒙古合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标全国合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标贵州省合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月健身器材行业经济指标新疆区合计

图表：2008年2月健身器材行业收入前十家企业

图表：2008年5月健身器材行业收入前十家企业

图表：2008年8月健身器材行业收入前十家企业

图表：2008年11月健身器材行业收入前十家企业

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标全国合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标北京市合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标天津市合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标河北省合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标山西省合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标吉林省合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标上海市合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标江苏省合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标浙江省合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标安徽省合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标福建省合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标江西省合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标山东省合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标河南省合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标湖北省合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标湖南省合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标广东省合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标广西区合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标海南省合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标重庆市合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标四川省合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标贵州省合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标云南省合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标陕西省合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标青海省合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-6月健身器材行业经济指标新疆区合计

图表：2008年1-12月健身器材进口数据

图表：2008年1季度健身器材进口数据

图表：2008年1月健身器材进口数据

图表：2008年2月健身器材进口数据

图表：2008年3月健身器材进口数据

图表：2008年2季度健身器材进口数据

图表：2008年4月健身器材进口数据

图表：2008年5月健身器材进口数据

图表：2008年6月健身器材进口数据

图表：2008年3季度健身器材进口数据

图表：2008年7月健身器材进口数据

图表：2008年8月健身器材进口数据

图表：2008年9月健身器材进口数据

图表：2008年4季度健身器材进口数据

图表：2008年10月健身器材进口数据

图表：2008年11月健身器材进口数据

图表：2008年12月健身器材进口数据

图表：2008年1-12月健身器材出口数据

图表：2008年1季度健身器材出口数据

图表：2008年1月健身器材出口数据

图表：2008年2月健身器材出口数据

图表：2008年3月健身器材出口数据

图表：2008年2季度健身器材出口数据

图表：2008年4月健身器材出口数据

图表：2008年5月健身器材出口数据

图表：2008年6月健身器材出口数据

图表：2008年3季度健身器材出口数据



图表：2008年7月健身器材出口数据

图表：2008年8月健身器材出口数据

图表：2008年9月健身器材出口数据

图表：2008年4季度健身器材出口数据

图表：2008年10月健身器材出口数据

图表：2008年11月健身器材出口数据

图表：2008年12月健身器材出口数据

图表：2009年1-6月健身器材进口数据

图表：2009年1季度健身器材进口数据

图表：2009年1月健身器材进口数据

图表：2009年2月健身器材进口数据

图表：2009年3月健身器材进口数据

图表：2009年2季度健身器材进口数据

图表：2009年4月健身器材进口数据

图表：2009年5月健身器材进口数据

图表：2009年6月健身器材进口数据

图表：2009年1-6月健身器材出口数据

图表：2009年1季度健身器材出口数据

图表：2009年1月健身器材出口数据

图表：2009年2月健身器材出口数据

图表：2009年3月健身器材出口数据

图表：2009年2季度健身器材出口数据

图表：2009年4月健身器材出口数据

图表：2009年5月健身器材出口数据

图表：2009年6月健身器材出口数据

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/6472164721.html>