

2018-2023年中国训练健身器材制造行业分析报告- 市场深度分析与发展前景预测

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年中国训练健身器材制造行业分析报告-市场深度分析与发展前景预测》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/316458316458.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

健身器材产业的行业关联面广消费者对健身器材的需求是各式各样,仅仅依赖与生产和提供健身器材服务的产业是满足不了的。健身活动除依靠健身器材产业之外,必须有其他关联行业支持才行。健身产业不仅带来体育产业的发展,还可以带动机械、纺织、电子等制造业,还能带动及其他有关产业的发展。健身器材产业是朝阳产业我国健身器材行业的发展始于20世纪90年代初,健身器材行业经历了引进、学习、提高到现在的快速发展,尤其是2008年奥运会后,健身器材行业抓住发展契机,呈现出了国内外市场销售稳定提高的良好发展态势。

目前训练健身器材行业发展因科技推动日益提升,展现出十分广阔的市场前景。可以预见的是,未来行业销售突破400亿元大关将指日可待。以前国内消费者使用健身器材的产品主要集中于跑步机和小型力量训练器材、健身自行车等种类,而现在一些过去只有在专业训练中才使用的“高科技”也开始步入大众健身领域。训练健身器材装上智能系统,量身打造的训练计划可自动运行。经过小型化、便携式设计,监测心率、血压,计算里程、消耗热量等功能,也可以“浓缩”在运动码表、手表、手环等小仪器中,成为科学健身的好帮手。

健身器材市场出现转暖的趋势,主要原因有以下几个:

(1) 全民健身热潮的推动

2014年,国务院印发《关于发展体育产业促进体育消费的若干意见》,将全民健身上升为国家战略。通过推行全民健身计划,我国全民健身活动蓬勃开展,体育健身成为更多人的生活方式。根据公开资料显示,目前我国经常健身的人群已经突破3.85亿人,庞大的健身人口将持续推动健身器材行业的发展。

(2) 健身俱乐部的普及

健身器材市场的回暖,还要得益于健身俱乐部的普及。健身俱乐部的快速发展提高了人们的健身意识,促进了健身人群对健身器材的消费,拉动了健身器材行业的发展。根据公开资料显示,2016年我国健身俱乐部数量同比增长超过20%,达到4425家,健身俱乐部会员达到了663.77万人。在健身俱乐部的推动下,新一轮健身潮正在兴起。

(3) 政策驱动

毫无疑问,近期先后出台的重大政策,诸如《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》、《全民健身计划(2017—2020年)》、《体育产业发展“十三五”规划》等,对健身器材市场同样起到了巨大的推动作用。

2、 2017年健身器材出口市场分析

根据海关总署的统计数据显示,2017年我国健身器材出口金额为26.60亿美元,较2016年同比下降2.45%,继续出现下滑的趋势。这主要是由于两个方面的原因造成的,其一是受国际经济形势不景气的影响,外需出现萎缩;其二是,在国内政策红利的大背景下,部分厂商将市场转向国内,减少了出口额。

从出口地分布来看,美国、英国、德国、日本、荷兰、西班牙等西方发达国家是我国

健身器材的主要出口市场。其中，2017年我国健身器材在美国市场的出口额达到9.18亿美元，占到出口总额的34.49%，仍旧为健身器材第一大出口市场。

2017年我国健身器材出口地分布示意图（单位：%）资料来源：公开资料整理 观研天下发布的《2018-2023年中国训练健身器材制造行业分析报告-市场深度分析与发展前景预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

【报告大纲】

第一章：训练健身器材行业定义及外部影响因素分析

1.1训练健身器材行业界定和分类

1.1.1行业界定

1.1.2行业属性

（1）行业所处的生命周期

（2）行业对周期反应

1.2训练健身器材行业外部影响因素分析

1.2.1行业政策分析

1.2.2宏观经济走势分析

（1）国外宏观经济走势分析

1）国际宏观经济现状

2）国际宏观经济

（2）国内宏观经济走势分析

1）国内宏观经济现状

2）国内宏观经济预测

（3）行业消费分析

1）中国居民收入分析

2）居民消费结构分析

1.2.3社会健身及健身习惯

1.3报告研究单位与研究方法

1.3.1研究单位介绍

1.3.2研究方法概述

第二章：训练健身器材行业前景预测

2.1训练健身器材行业发展现状分析

2.1.1训练健身器材行业发展总体概况

2.1.2训练健身器材行业发展主要特点

- (1) 行业成长空间巨大
- (2) 缺乏自主品牌和自主设计
- (3) 外资企业占据主导地位

2.1.3训练健身器材行业及财务分析

- (1) 训练健身器材行业规模分析
- (2) 训练健身器材行业盈利能力分析
- (3) 训练健身器材行业运营能力分析
- (4) 训练健身器材行业偿债能力分析
- (5) 训练健身器材行业发展能力分析

2.2训练健身器材行业经济指标分析

2.2.1训练健身器材行业主要经济效益影响因素

2.2.2训练健身器材行业经济指标分析

2.2.3不同规模企业主要经济指标比重变化情况分析

2.2.4不同性质企业主要经济指标比重变化情况分析

2.2.5不同地区企业经济指标分析

- (1) 企业数量分地区情况
- (2) 资产规模分地区情况
- (3) 工业总产值分地区情况
- (4) 销售收入分地区情况

2.3训练健身器材行业供需平衡分析

2.3.1全国训练健身器材行业供给情况分析

- (1) 全国训练健身器材行业总产值分析
- (2) 全国训练健身器材行业产成品分析

2.3.2全国训练健身器材行业需求情况分析

- (1) 全国训练健身器材行业销售产值分析
- (2) 全国训练健身器材行业销售收入分析

2.3.3全国训练健身器材行业产销率分析

2.4训练健身器材行业进出口市场分析

2.4.1训练健身器材行业进出口状况综述

2.4.2训练健身器材行业出口市场分析

(1) 行业出口整体情况

(2) 行业出口产品结构分析

(3) 行业内外销比例分析

2.4.3训练健身器材行业进口市场分析

(1) 行业进口整体情况

(2) 行业进口产品结构

(3) 国内市场内外供应比例分析

2.4.4训练健身器材行业进出口前景及

(1) 训练健身器材行业出口前景及

(2) 训练健身器材行业进口前景及

2.5中国训练健身器材行业发展前景预测

2.5.1训练健身器材行业发展的驱动因素分析

2.5.2训练健身器材行业发展的障碍因素分析

2.5.3训练健身器材行业发展

2.5.4训练健身器材行业发展前景预测

(1) 行业规模预测

(2) 行业进出口情况预测

第三章：训练健身器材行业发展销售预测及集中度分析

3.1训练健身器材行业结构波特五力模型分析

3.1.1现有竞争者之间的竞争

3.1.2关键要素的供应商议价能力分析

3.1.3消费者议价能力分析

3.1.4行业潜在进入者分析

3.1.5替代品分析

3.1.6结论

3.2训练健身器材行业国际竞争格局分析

3.2.1国际训练健身器材市场发展状况

3.2.2国际训练健身器材品牌分析

3.2.3国际训练健身器材市场发展趋势分析

3.2.4跨国公司在中国市场的投资布局及销售分析

(1) 美国ICON公司

(2) 美国力健 (life)

(3) 乔山健康 (JOHNSON)

(4) 西班牙BH集团 (必艾奇)

3.2.5 跨国公司在中国的竞争策略分析

3.3 训练健身器材行业国内竞争格局分析

3.3.1 国内训练健身器材行业市场规模分析

3.3.2 国内训练健身器材行业竞争现状分析

3.3.3 国内训练健身器材行业竞争格局分析

3.4 训练健身器材行业集中度分析

3.4.1 行业销售收入集中度分析

3.4.2 行业利润集中度分析

3.4.3 行业工业总产值集中度分析

第四章：训练健身器材行业细分市场潜力分析

4.1 训练健身器材行业产品定义及分类

4.1.1 训练健身器材行业产品定义

4.1.2 训练健身器材行业产品分类

4.2 按使用场合分类训练健身器材行业细分市场潜力分析

4.2.1 家用健身器材市场潜力分析

(1) 家用健身器材市场发展现状

(2) 家用健身器材市场容量预测

(3) 家用健身器材市场潜力分析

4.2.2 商用健身器材市场潜力分析

(1) 商用健身器材市场发展现状

(2) 商用健身器材市场容量预测

(3) 商用健身器材市场潜力分析

4.2.3 户外健身器材市场潜力分析

(1) 户外健身器材市场发展现状

(2) 户外健身器材市场容量预测

(3) 户外健身器材市场潜力分析

4.3 按使用人群分类训练健身器材行业细分市场潜力分析

4.3.1 儿童健身器材市场潜力分析

(1) 儿童健身器材市场发展现状

(2) 儿童健身器材市场容量预测

(3) 儿童健身器材市场潜力分析

4.3.2成年男性健身器材市场潜力分析

- (1) 成年男性健身器材市场发展现状
- (2) 成年男性健身器材市场容量预测
- (3) 成年男性健身器材市场潜力分析

4.3.3成年女性健身器材市场潜力分析

- (1) 成年女性健身器材市场发展现状
- (2) 成年女性健身器材市场容量预测
- (3) 成年女性健身器材市场潜力分析

4.3.4老年人健身器材市场潜力分析

- (1) 老年人健身器材市场发展现状
- (2) 老年人健身器材市场容量预测
- (3) 老年人健身器材市场潜力分析

4.4按锻炼目的分类训练健身器材行业细分市场潜力分析

4.4.1有氧健身器材市场潜力分析

- (1) 有氧健身器材总体市场潜力分析
- (2) 跑步机市场潜力分析
- (3) 健身车市场潜力分析
- (4) 椭圆机市场潜力分析
- (5) 登山机市场潜力分析
- (6) 划船器市场潜力分析
- (7) 按摩椅市场潜力分析

4.4.2无氧健身器材市场潜力分析

- (1) 无氧健身器材总体市场潜力分析
- (2) 杠铃市场潜力分析
- (3) 哑铃市场潜力分析
- (4) 拉力器市场潜力分析
- (5) 综合训练机市场潜力分析

4.5按地理区域分类训练健身器材行业细分市场潜力分析

4.5.1一线城市健身器材市场潜力分析

- (1) 一线城市健身器材市场发展现状
- (2) 一线城市健身器材市场容量预测
- (3) 一线城市健身器材市场潜力分析

4.5.2

二、三线城市健身器材市场潜力分析

- (1)

二、三线城市健身器材市场发展现状

(2)

二、三线城市健身器材市场容量预测

(3)

二、三线城市健身器材市场潜力分析

4.5.3农村健身器材市场潜力分析

(1) 农村健身器材市场发展现状

(2) 农村健身器材市场容量预测

(3) 农村健身器材市场潜力分析

第五章：训练健身器材行业销售渠道及营销战略分析

5.1训练健身器材行业销售渠道分析

5.1.1训练健身器材行业销售模式

5.1.2训练健身器材行业销售渠道

5.1.3现有渠道模式存在问题分析

5.1.4训练健身器材渠道构建策略

5.2训练健身器材行业营销战略分析

5.2.1训练健身器材行业营销模式与案例分析

(1) 服务营销模式与案例分析

(2) 顾问式营销模式与案例分析

(3) 赞助营销模式与案例分析

(4) 体验式营销模式与案例分析

(5) 差异化营销模式与案例分析

(6) 产品生命周期营销模式与案例分析

(7) 互动营销模式与案例分析

5.2.2训练健身器材行业营销战略

(1) 销售队伍建设战略

(2) 企业质量监管战略

(3) 销售渠道拓展战略

(4) 直营店面设计战略

5.2.3品牌销售突破瓶颈战略

第六章：训练健身器材行业领先制造商生产经营分析

6.1训练健身器材行业制造商排名分析

6.1.1训练健身器材行业制造商工业总产值排名

6.1.2训练健身器材行业制造商销售收入排名

6.1.3训练健身器材行业制造商利润总额排名

6.2训练健身器材行业领先制造商生产经营分析

6.2.1江苏康力源健身器材有限公司-军霞

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况优劣势分析

6.2.2浙江启迈斯工贸有限公司-启迈斯/CHISLIM

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

6.2.3舒华股份有限公司-舒华

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

6.2.4上海美力德健身器材有限公司-美力德

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

6.2.5 万年青(上海)运动器材有限公司-迈年青

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

6.2.6 深圳信隆实业股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产销能力分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构及新产品动向

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

6.2.7 厦门钢宇工业有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构及新产品动向

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

6.2.8 朗美(厦门)训练健身器材有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

6.2.9 山西新和机械设备有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析

6.2.10舒华股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

6.2.11山东汇祥健身器材有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (四) 企业经营状况优劣势分析

6.2.12青岛英派斯健康科技股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况优劣势分析
- (11) 企业最新发展动向分析

6.2.13宁波昌隆训练健身器材有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

6.2.14山东汇康运动器材有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

6.2.15上海骐鸿运品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

6.2.16山东宝德龙健身器材有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况优劣势分析

6.2.17浙江豪中豪健康产品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

6.2.18徐州军霞训练健身器材有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

6.2.19厦门群鑫机械工业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

6.2.20山西澳瑞特健康产业股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

(10) 企业最新发展动向分析

6.2.21南通铁人运品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

6.2.22山东英吉多健康产业有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

6.2.23宁波凯利斯运动器材有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析

6.2.24山东英克莱集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

6.2.25中山盈亮健康科技有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析

- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析

6.2.26佛山市顺德区奥玛健身器材制造有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产销能力分析
- (3) 企业组织架构分析
- (4) 企业产品结构及新产品动向
- (5) 企业销售渠道与网络
- (6) 企业经营状况优劣势分析
- (7) 企业最新发展动向分析

第七章：训练健身器材行业运营分析预测

7.1训练健身器材行业及细分市场吸引力评价

7.1.1训练健身器材行业吸引力评价

- (1) 销售收入
- (2) 销售收入增长率
- (3) 利润总额
- (4) 利润总额增长率
- (5) 市场容量
- (6) 市场竞争强度

7.1.2训练健身器材行业细分市场吸引力评价

7.2训练健身器材行业投资特性分析

7.2.1训练健身器材行业进入壁垒分析

- (1) 知识产权壁垒
- (2) 贸易壁垒
- (3) 品牌壁垒

7.2.2训练健身器材行业盈利模式分析

7.2.3训练健身器材行业盈利因素分析

7.3训练健身器材行业投资兼并与重组整合分析

7.3.1训练健身器材行业投资兼并与重组整合概况

7.3.2训练健身器材行业投资兼并与重组整合趋势分析

7.4训练健身器材行业投资机会与投资风险分析

7.4.1训练健身器材行业投资机会分析

7.4.2训练健身器材行业投资风险分析

7.5训练健身器材行业投资

7.5.1训练健身器材行业投资价值

7.5.2训练健身器材行业可投资方向

7.5.3训练健身器材行业投资

图表目录

图表1：行业按生命周期分类

图表2：2016-2017年训练健身器材行业销售收入增长率（单位：%）

图表3：行业按对经济周期的反应分类

图表4：2016-2017年中国训练健身器材行业市场规模增长速度与P增速对比图（单位：%）

图表5：与训练健身器材行业有关的国内行业协会

图表6：我国训练健身器材行业发展相关政策及法律法规

图表7：我国训练健身器材行业发展相关标准

图表8：2016-2017年美国实际P（年化季率）变化情况（单位：%）

图表9：2016-2017年欧元区P季度增速走势图（单位：%）

图表10：2016-2017年度日本P环比变化情况（单位：%）
（GYJPFSW）

图表详见报告正文

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着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/316458316458.html>