

2008-2009年中国健身器材行业研究咨询报告

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《2008-2009年中国健身器材行业研究咨询报告》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/xiantiyongpin/2901229012.html>

报告价格：电子版: 7000元 纸介版：7500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

【英文版价】 15000元 【英文电子】 16000元 【英文两版】 17000元 内容简介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。据中国文教体育用品协会的相关统计显示，2008年奥运会之后，中国家用健身器材的年销售额可能会超过120亿元。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，但是行业存在的伪劣产品、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。本研究咨询报告由咨询公司领衔撰写，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、中国行业研究网、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专业性报告。目 录CONTENTS第一部分

行业发展概况第一章 健身器材行业发展概况 1第一节 中国健身器材相关概念

1一、健身器材概况 1二、健身器材基本分类 3三、世界健身器材品牌分类介绍

4四、健身器材知识产权分析 7第二节 中国健身器材行业标准 11一、体育用品强制标准分析

11二、室内健身器材检测标准 11第三节 外国健身器材发展状况 13一、日本 13二、俄罗斯

14三、沙特阿拉伯 15四、捷克 16第二部分 行业发展环境分析第二章

中国健身器材行业发展环境分析 17第一节 中国健身器材发展宏观环境

17一、2008年上半年国民经济运行状况 17二、2008年上半年国民经济运行分析

36三、2008年上半年国家外汇储备情况 48四、2008年上半年消费者信心指数 64第二节

中国健身器材政策环境分析 65一、中国体育产业发展纲要 65二、全民健身计划纲要

72三、体育器材设备审定办法 76第三节 中国体育市场发展状况

78一、中国健身服务业发展状况 78二、体育报刊业发展状况分析

86三、我国体育市场发展状况 89四、我国体育产业发展机遇分析

97五、2008年奥运对我国体育市场影响分析 99第三章 2008年中国体育用品行业发展状况

111第一节 2008年上半年我国体育用品制造业运行情况

111一、2008年上半年体育用品制造业收入前十家企业

111二、2008年上半年体育用品制造业主要经济指标 112第二节

2008年我国体育用品市场发展状况 129一、2008年体育用品市场需求分析

129二、中国体育消费市场在世界地位分析 131三、体育用品市场竞争状况分析

133四、2008年中国体育用品市场规模预测 139第三部分 行业发展状况第四章

健身器材行业发展状况 141第一节 我国健身器材行业发展状况

141一、健身器材行业发展状况 141二、中国健身器材产业发展分析

146三、我国健身器材制造业发展战略分析

148四、健身器材对钢铁材料紧固件需求影响分析 149第二节 我国健身器材行业发展现状

150一、2008年中低端健身器材产业发展现状 150二、2008年互动式健身器材发展分析

152三、2008年幼儿软性健身器材研发情况 152第五章 我国健身器材市场发展分析

154第一节 我国健身器材市场发展状况 154一、健身器材市场发展状况

154二、健身器材消费市场调查 156三、健身器材市场价格形态分析

157四、健身器材市场品牌发展分析 161五、健身器材市场发展机遇分析 162第二节

我国健身器材细分市场发展状况 165一、室外健身器材市场发展状况

165二、室内健身器材发展分析 166三、家用健身器材市场发展状况 173第三节

2008年我国健身器材区域市场分析 177一、台湾 177二、厦门 183三、福建省漳浦

184四、山东省济宁市 184第六章 健身器材行业出口态势分析 186第一节

我国健身器材出口状况	186一、我国自主研发室外健身器材出口情况
186二、我国健身器材主要出口国家分析	188第二节 我国区域健身器材出口状况
191一、2008年厦门健身器材出口情况	191二、2008年上半年海沧健身器材出口情况
194三、2008年顺德电动健身器材出口情况	195第四部分 行业竞争状况第七章
健身器材行业竞争格局	197第一节 健身器材行业竞争状况
197二、澳瑞特与怡康发展对比分析	197一、行业竞争环境分析
199三、健身器材市场渠道竞争分析	202第二节
健身器材企业核心竞争力分析	205一、成本领先战略
205二、差异化战略	205二、差异化战略
211三、目标集聚战略	217第八章 我国健身器材重点企业
228第一节	228第一节
深圳信隆实业股份有限公司	228一、公司简介
228二、2007-2008年公司财务状况	228二、2007-2008年公司财务状况
235三、2008年上半年公司经营状况	240四、2008-2010年公司发展优势
241第二节	241第二节
乔山健康科技集团	242一、公司简介
242二、公司发展策略	248三、公司品牌策略
250第三节	256一、公司简介
山西澳瑞特健康产业集团	256二、公司品牌策略
257三、2008年公司动态	265第四节 福建WNQ健身器材有限公司
270一、公司简介	270一、公司简介
270二、公司品牌战略	273第五节 青岛英派斯集团
274一、公司简介	274二、公司品牌战略
275三、2008年公司动态	283第六节 厦门群鑫机械工业有限公司
286一、公司简介	286一、公司简介
286二、2008年公司动态	287第七节 舒华体育用品有限公司
288一、公司简介	288一、公司简介
288二、公司经营策略	288三、2008年公司动态
291第八节	291第八节
其他公司	其他公司
292一、厦门钢宇工业有限公司	292二、宁波展望钢塑有限公司
292三、山东英吉多运动器材有限公司	292四、肥安迪健身用品有限责任公司
293第五部分	293第五部分
行业发展策略与趋势第九章 健身器材企业发展策略	295第一节 健身器材企业品牌战略分析
295一、健身器材企业名牌战略分析	295二、新形势下企业品牌战略分析
295二、新形势下企业品牌战略分析	295二、新形势下企业品牌战略分析
296三、品牌全球化驱动力分析	300第二节 健身器材企业发展策略
300第二节	300第二节
健身器材企业发展策略	302二、健身器材企业发展策略
302一、健身器材企业贴牌战略分析	302二、健身器材企业发展策略
302二、健身器材企业发展策略	302二、健身器材企业发展策略
306三、健身器材企业融资策略	311第十章 健身器材行业营销策略
318第一节	318第一节
健身器材企业营销策略	318一、健身器材行业管控网络分销渠道
318一、健身器材行业管控网络分销渠道	318一、健身器材行业管控网络分销渠道
318二、健身器材企业市场营销战略	321三、后奥运时代奥运营销
321三、后奥运时代奥运营销	321三、后奥运时代奥运营销
331四、专卖店营销策略分析	335第二节 中小健身器材企业营销策略
335第二节	335第二节
中小健身器材企业营销策略	339一、中小企业营销战略
339一、中小企业营销战略	339二、中小企业营销战略
342三、中小企业电子商务营销	342三、中小企业电子商务营销
345第十一章 健身器材行业发展趋势	347第一节 2008-2010年健身器材行业发展趋势
347第一节	347第一节
2008-2010年健身器材行业发展趋势	347二、中国健身器材行业发展预测
347一、健身器材市场前景分析	347二、中国健身器材行业发展预测
347二、中国健身器材行业发展预测	347二、中国健身器材行业发展预测
348三、2010年全球健身器材市场规模预测	349第二节 2008-2009年健身器材发展趋势
349第二节	349第二节
2008-2009年健身器材发展趋势	349二、未来健身器材发展方向
349一、国外健身器材发展趋势	349二、未来健身器材发展方向
349二、未来健身器材发展方向	349二、未来健身器材发展方向
350图表目录	350图表目录
图表：2008年1月份居民消费价格指数变化	17图表：2008年1月份居民消费价格总水平
17图表：2008年1月份国民经济运行情况	17图表：2008年1月份居民消费价格总水平
19图表：2007-2008年2月居民消费价格指数变化	22图表：2008年2月国民经济运行情况
22图表：2008年2月国民经济运行情况	22图表：2008年2月国民经济运行情况

- 22图表：2008年2月份居民消费价格总水平 23图表：2008年2月我国经济及政策状况
24图表：2006-2008年1月我国贷款状况 25图表：2008年2月末广义货币供应量走势图
25图表：2008年2月份全国房屋价格指数26图表：2008年2月份居民消费价格总水平走势图
26图表：2008年2月工业品出厂价格环比图 27图表：2007-2008年2月我国CPI走势图
27图表：中国CPI各类产品和服务比重 28图表：美国CPI各类产品和服务比重
28图表：2008年1季度石油加工、炼焦行业利润总额占比图
29图表：2008年1季度石油加工、炼焦行业利润总额走势图
29图表：2008年1季度中国GDP数据 29图表：2008年1季度中国CPI数据
30图表：2008年1季度中国房价数据 30图表：2008年1季度中国PPI数据
30图表：2008年1季度中国固定资产投资数据 30图表：2008年1季度中国就业数据
30图表：2008年1季度中国居民收入数据 30图表：2008年1季度中国金融数据
30图表：2008年1季度中国外汇储备数据 31图表：2008年1季度中国贸易顺差数据
31图表：2008年1季度中国国内生产总值GDP走势图
31图表：2008年1季度准M2三个月环比增速 31图表：2008年3月全国物价指数走势图
32图表：2008年1月央行下一步调控措施动向调查 32图表：2008年央行加息次数调查
32图表：2008年2月央行下一步调控措施动向调查 33图表：2008年1月物价动向调查
33图表：CPI上涨投资动向调查 33图表：工业增加值三个月环比增速
34图表：CPI上涨消费动向调查 34图表：2008年3月份不同价格的同比和环比涨幅
34图表：2008年5月份居民消费价格总水平 35图表：2007-2008年二季度我国GDP变化
36图表：2008年1-6月居民消费价格指数变化 36图表：2008年1-6月国民生产总值
37图表：2008年1-6月农业生产总值 37图表：2008年1-6月工业生产总值
37图表：2008年1-6月固定资产投资总值 38图表：2008年1-6月社会消费品零售总额
38图表：2008年1-6月居民消费价格总水平 38图表：2008年1-6月进出口总额
39图表：2008年1-6月城镇就业情况 39图表：2008年1-6月城乡居民收入情况
39图表：2008年1-6月主要经济数据及货币调控政策 40图表：2008年1-6月我国货币政策
40图表：2007-2008年1季度进出口增速的反差 41图表：CPI上涨对投资的影响
45图表：CPI上涨对消费的影响
45图表：2008年3月金融机构本外币信贷收支表(按部门分类)
50图表：2008年3月金融机构本外币信贷收支表
51图表：2008年3月金融机构人民币信贷收支表(按部门分类)
52图表：2008年3月金融机构人民币信贷收支表
53图表：2008年3月金融机构外汇信贷收支表
54图表：2008年3月其他商业银行人民币信贷收支表55图表：2008年3月货币供应量统计表
56图表：2008年3月汇率、黄金和外汇储备报表
57图表：2007-2008年1月货币供应量走势图 57图表：2007-2008年3月货币供应量表

58图表：金融机构人民币存贷款基准利率调整表

58图表：1991-2008年我国宏观经济预警指数 61图表：1997-2008年人民币实际有效汇率

61图表：2004-2008年中国加权贷款利率与法定基准利率之差

62图表：1994-2008年中国贸易条件变化分析

62图表：1996-2008年中国贸易顺差占GDP的比例

63图表：美国经济增长与通货膨胀关系分析 63图表：日本经济增长与通货膨胀关系分析

64图表：2008年1月消费者信心指数

64图表：2008年2月消费者信心指数

64图表：2008年3月消费者信心指数

64图表：2008年4月消费者信心指数

64图表：2008年5月消费者信心指数

65图表：2008年6月消费者信心指数

65图表：2008年2月体育用品制造业销售收入前十家企业

111图表：2008年5月体育用品制造业销售收入前十家企业

111图表：2008年1-6月体育用品制造业主要经济指标全国合计

112图表：2008年1-6月国有企业中型体育用品制造业主要经济指标全国合计

113图表：2008年1-6月国有企业小型体育用品制造业主要经济指标全国合计

114图表：2008年1-6月集体企业小型体育用品制造业主要经济指标全国合计

116图表：2008年1-6月股份合作企业中型体育用品制造业主要经济指标全国合计

117图表：2008年1-6月股份合作企业小型体育用品制造业主要经济指标全国合计

119图表：2008年1-6月股份制企业中型体育用品制造业主要经济指标全国合计

120图表：2008年1-6月股份制企业小型体育用品制造业主要经济指标全国合计

122图表：2008年1-6月私营企业中型体育用品制造业主要经济指标全国合计

123图表：2008年1-6月私营企业小型体育用品制造业主要经济指标全国合计

124图表：2008年1-6月外商及港澳台投资企业中型体育用品制造业主要经济指标全国合计

126图表：2008年1-6月外商及港澳台投资企业小型体育用品制造业主要经济指标全国合计

127图表：2004-2008年中国体育用品市场规模统计及预测

134图表：2000-2006年我国健身器材出口情况

189图表：2000-2006年我国健身器材出口情况

189图表：2006年我国健身器材出口国别分析

190图表：2008年2季度深圳信隆实业股份有限公司主营构成

235图表：2007年4季度深圳信隆实业股份有限公司人员构成

236图表：2007-2008年深圳信隆实业股份有限公司投资收益分析

236图表：2007-2008年深圳信隆实业股份有限公司资本结构

237图表：2007-2008年深圳信隆实业股份有限公司获利能力分析

237图表：2007-2008年深圳信隆实业股份有限公司经营能力分析

237图表：2007-2008年深圳信隆实业股份有限公司偿债能力分析

237图表：2007-2008年深圳信隆实业股份有限公司发展能力分析

238图表：2007-2008年深圳信隆实业股份有限公司现金流量分析

238图表：2007-2008年深圳信隆实业股份有限公司主营业务收入

238图表：2007-2008年深圳信隆实业股份有限公司主营业务利润

238图表：2007-2008年深圳信隆实业股份有限公司营业利润

239图表：2007-2008年深圳信隆实业股份有限公司利润总额

239图表：2007-2008年深圳信隆实业股份有限公司净利润 240

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2901229012.html>