

# 2021年中国健身器材行业分析报告- 市场竞争环境与发展动向预测

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《2021年中国健身器材行业分析报告-市场竞争环境与发展动向预测》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/zhuanongshebei/552487552487.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

健身运动是一项通过徒手或利用各种器械，运用专门的动作方式和方法进行锻炼，以发达肌肉、增长体力、改善形体和陶冶情操为目的的运动项目。健身器材常以训练功能多少来分为单功能和综合型多功能两大类。

健身器材的分类

类别

主要器械

功能

单功能器械

划船器、健美车、健步机、跑步机、美腰机

哑铃、握力器，主要是用来增加臂力；划船器主要用来增强手臂力量、背阔肌和动作协调能力。

综合型多功能器械

扩胸器、引体向上、仰卧推举、仰卧起坐

扩胸器、引体向上、仰卧推举，主要是用来锻炼上肢力量及胸大肌力量；仰卧起坐，主要用来锻炼腰肌群，减少腰腹部多余脂肪。资料来源：观研天下整理

健身器材行业上游涉及各类组成材料（钢材、金属钣金件、电子显示器等），中游主要生产是不同健身器材产品（跑步机、动感单车等），下游渠道则是各通过大型商超、专卖店以及电商平台像家庭、健身房等销售产品。

健身器材产业链 资料来源：观研天下整理

随着我国国民健身意识的不断增强，健身器材市场需求也将逐步扩大。根据数据显示，2019年我国健身器材市场规模达461亿元，2020年我国健身器材市场规模达485.6亿元，同比增长5.34%；据推测，2021年我国健身器材市场规模可达518.5亿元。

2016-2021年我国健身器材市场规模、增速及预测 数据来源：观研天下整理

### 一、供应商的议价能力

供应商讨价还价能力指的是供应商提高投入价格或通过降低投入和服务的品质来增加产业成本的能力。目前，我国健身器材行业供应商主要是的是组成材料（钢材、金属钣金件、电子显示器等）等生产厂家。其中，电子显示器由于生产厂家数量较少，其议价能力较强，而钢材及金属钣金件发展时间较早，生产厂家数量众多，其议价能力较弱。近几年，我国钢材产量总体呈波动增长的趋势。根据数据显示，2019年我国钢材产量突破12亿吨大关，达12.05亿吨，较2018年同比增长8.95%；截止至2020年我国钢材产量13.25亿吨，同比增长7.7%。

2016-2020年我国钢材产量及增速 数据来源：观研天下整理

### 二、购买者的议价能力

一般来说，购买者主要通过其压价与要求提供较高的产品或服务能力的的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力。目前健身器材已经被广泛应用于生活。下游客户多为消费者，随着产品不断升级，购买者的议价能力也会不断降低。近年来，随着我国居民生活水平的提高，人们健康意识也逐渐增强，我国经常参加体育运动人数逐年上升。根据数据显示，2020年我国经常参加体育运动的人数高达4.35亿人，较2019年同比增长6.62%。

2016-2020年我国经常参加体育运动人数及增速 数据来源：观研天下整理

### 三、新进入者的威胁

近几年，我国健身器材市场增势有所放缓，相关企业注册量也有所下降。根据数据显示，2019年我国健身器材相关企业注册量达16.2万家，2020年我国健身器材相关企业注册量达12.1万家，同比下降25.3%。

2016-2020年我国健身器材相关企业注册量及增速 数据来源：观研天下整理

从地区分布来看，我国健身器材相关企业大多集中在山东、浙江、广东等地。其中我国山东省企业数量位居全国第一，截止至2021年2月共有8.4万家相关企业；其次为浙江省，相关企业数量共7.0万家；广东省位列第三，共有6.2万家。

2021年2月我国健身器材相关企业数量地域分布TOP10 数据来源：观研天下整理

### 四、替代品的威胁

替代品的威胁包括三个方面：替代品在价格上的竞争力；替代品质量和性能的满意度；客户转向替代品的难易程度。替代品对企业不仅有威胁，可能也带来机会。如果企业技术创新能力强，能够率先推出性能价格比高的新产品，就可以在竞争中保持领先优势。目前我国健身器材行业的产品本身并无外在的替代品威胁，行业主要体现为各种健身器材内部不同材料和工艺产品之间的替代威胁。

### 五、同业竞争者的竞争程度

从健身器材竞争格局来看，爱康、诺德士、力健、必确、泰诺健等品牌占据全球较高的市场份额，在我国主要争夺中高端市场；我国知名健身器材品牌主要为舒华、乔山(中国台湾)、英派斯、澳瑞特和好家庭等，其中乔山和英派斯主要为健身俱乐部和酒店提供商用产品；国内众多的区域性品牌则占据了我国的低端健身器材市场。（TJL）

我国健身器材行业竞争格局 资料来源：观研天下整理

观研报告网发布的《2021年中国健身器材行业分析报告-市场竞争环境与发展动向预测》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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

## 【目录大纲】

### 第一章 2017-2021年中国健身器材行业发展概述

#### 第一节 健身器材行业发展情况概述

- 一、健身器材行业相关定义
- 二、健身器材行业基本情况介绍
- 三、健身器材行业发展特点分析
- 四、健身器材行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售模式
- 五、健身器材行业需求主体分析

#### 第二节 中国健身器材行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、健身器材行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
  - (1) 沟通协调机制
  - (2) 风险分配机制
  - (3) 竞争协调机制
- 四、中国健身器材行业产业链环节分析
  - 1、上游产业
  - 2、下游产业

#### 第三节 中国健身器材行业生命周期分析

- 一、健身器材行业生命周期理论概述

## 二、健身器材行业所属的生命周期分析

### 第四节 健身器材行业经济指标分析

- 一、健身器材行业的赢利性分析
- 二、健身器材行业的经济周期分析
- 三、健身器材行业附加值的提升空间分析

### 第五节 中国健身器材行业进入壁垒分析

- 一、健身器材行业资金壁垒分析
- 二、健身器材行业技术壁垒分析
- 三、健身器材行业人才壁垒分析
- 四、健身器材行业品牌壁垒分析
- 五、健身器材行业其他壁垒分析

## 第二章 2017-2021年全球健身器材行业市场发展现状分析

### 第一节 全球健身器材行业发展历程回顾

### 第二节 全球健身器材行业市场区域分布情况

### 第三节 亚洲健身器材行业地区市场分析

- 一、亚洲健身器材行业市场现状分析
- 二、亚洲健身器材行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲健身器材行业市场前景分析

### 第四节 北美健身器材行业地区市场分析

- 一、北美健身器材行业市场现状分析
- 二、北美健身器材行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美健身器材行业市场前景分析

### 第五节 欧洲健身器材行业地区市场分析

- 一、欧洲健身器材行业市场现状分析
- 二、欧洲健身器材行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲健身器材行业市场前景分析

### 第六节 2021-2026年世界健身器材行业分布走势预测

### 第七节 2021-2026年全球健身器材行业市场规模预测

## 第三章 中国健身器材产业发展环境分析

### 第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析

## 六、居民消费价格变化分析

## 七、对外贸易发展形势分析

### 第二节 中国健身器材行业政策环境分析

#### 一、行业监管体制现状

#### 二、行业主要政策法规

### 第三节 中国健身器材产业社会环境发展分析

#### 一、人口环境分析

#### 二、教育环境分析

#### 三、文化环境分析

#### 四、生态环境分析

#### 五、消费观念分析

## 第四章 中国健身器材行业运行情况

### 第一节 中国健身器材行业发展状况情况介绍

#### 一、行业发展历程回顾

#### 二、行业创新情况分析

##### 1、行业技术发展现状

##### 2、行业技术专利情况

##### 3、技术发展趋势分析

#### 三、行业发展特点分析

### 第二节 中国健身器材行业市场规模分析

### 第三节 中国健身器材行业供应情况分析

### 第四节 中国健身器材行业需求情况分析

### 第五节 我国健身器材行业细分市场分析

#### 1、细分市场一

#### 2、细分市场二

#### 3、其它细分市场

### 第六节 中国健身器材行业供需平衡分析

### 第七节 中国健身器材行业发展趋势分析

## 第五章 中国健身器材所属行业运行数据监测

### 第一节 中国健身器材所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国健身器材所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

### 三、负债分析

### 四、利润规模分析

### 五、产值分析

## 第三节 中国健身器材所属行业财务指标分析

### 一、行业盈利能力分析

### 二、行业偿债能力分析

### 三、行业营运能力分析

### 四、行业发展能力分析

## 第六章 2017-2021年中国健身器材市场格局分析

### 第一节 中国健身器材行业竞争现状分析

#### 一、中国健身器材行业竞争情况分析

#### 二、中国健身器材行业主要品牌分析

### 第二节 中国健身器材行业集中度分析

#### 一、中国健身器材行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国健身器材行业市场集中度分析

### 第三节 中国健身器材行业存在的问题

### 第四节 中国健身器材行业解决问题的策略分析

### 第五节 中国健身器材行业钻石模型分析

#### 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

## 第七章 2017-2021年中国健身器材行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国健身器材行业消费市场动态情况

### 第二节 中国健身器材行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 健身器材行业成本结构分析

### 第四节 健身器材行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

#### 二、成本因素

#### 三、渠道因素



#### 四、其他因素

##### 第五节 中国健身器材行业价格现状分析

##### 第六节 中国健身器材行业平均价格走势预测

###### 一、中国健身器材行业价格影响因素

###### 二、中国健身器材行业平均价格走势预测

###### 三、中国健身器材行业平均价格增速预测

#### 第八章 2017-2021年中国健身器材行业区域市场现状分析

##### 第一节 中国健身器材行业区域市场规模分布

##### 第二节 中国华东地区健身器材市场分析

###### 一、华东地区概述

###### 二、华东地区经济环境分析

###### 三、华东地区健身器材市场规模分析

###### 四、华东地区健身器材市场规模预测

##### 第三节 华中地区市场分析

###### 一、华中地区概述

###### 二、华中地区经济环境分析

###### 三、华中地区健身器材市场规模分析

###### 四、华中地区健身器材市场规模预测

##### 第四节 华南地区市场分析

###### 一、华南地区概述

###### 二、华南地区经济环境分析

###### 三、华南地区健身器材市场规模分析

###### 四、华南地区健身器材市场规模预测

#### 第九章 2017-2021年中国健身器材行业竞争情况

##### 第一节 中国健身器材行业竞争结构分析（波特五力模型）

###### 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 中国健身器材行业SCP分析

###### 一、理论介绍

###### 二、SCP范式

###### 三、SCP分析框架

##### 第三节 中国健身器材行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 健身器材行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

## 第十一章 2021-2026年中国健身器材行业发展前景分析与预测

### 第一节 中国健身器材行业未来发展前景分析

一、健身器材行业国内投资环境分析

二、中国健身器材行业市场机会分析

三、中国健身器材行业投资增速预测

### 第二节 中国健身器材行业未来发展趋势预测

### 第三节 中国健身器材行业市场发展预测

一、中国健身器材行业市场规模预测

二、中国健身器材行业市场规模增速预测

三、中国健身器材行业产值规模预测

四、中国健身器材行业产值增速预测

五、中国健身器材行业供需情况预测

### 第四节 中国健身器材行业盈利走势预测

一、中国健身器材行业毛利润同比增速预测

二、中国健身器材行业利润总额同比增速预测

## 第十二章 2021-2026年中国健身器材行业投资风险与营销分析

### 第一节 健身器材行业投资风险分析

一、健身器材行业政策风险分析

二、健身器材行业技术风险分析

三、健身器材行业竞争风险

四、健身器材行业其他风险分析

### 第二节 健身器材行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

## 第十三章 2021-2026年中国健身器材行业发展战略及规划建议

### 第一节 中国健身器材行业品牌战略分析

一、健身器材企业品牌的重要性

二、健身器材企业实施品牌战略的意义

三、健身器材企业品牌的现状分析

四、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

### 第二节 中国健身器材行业市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国健身器材行业战略综合规划分析

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

第十四章 2021-2026年中国健身器材行业发展策略及投资建议

第一节 中国健身器材行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国健身器材行业营销渠道策略

一、健身器材行业渠道选择策略

二、健身器材行业营销策略

第三节 中国健身器材行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国健身器材行业重点投资区域分析

二、中国健身器材行业重点投资产品分析

图表详见报告正文 . . . . .

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhuanyongshebei/552487552487.html>