

2017-2022年中国健身器材行业市场发展现状及十三五发展前景分析报告

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《2017-2022年中国健身器材行业市场发展现状及十三五发展前景分析报告》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/276916276916.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

随着生活水平的提高，人们越来越注意身体健康和体型的美丽，为此在健美方面的投资也日益增加。未来欧洲，亚洲和拉丁美洲将是市场的主要增长点，逐渐富裕的人群将会提高自己对健康生活方式的追求，并将成为健身器材的主要消费者。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个黄金市场。

健身器材是用于健身的器械，分为室内健身器材和室外健身器材。室内健身器材是指安装在室内，供人们进行健身锻炼的器材，主要包括：跑步机、健身车、动感单车及各类力量训练器材等；室外健身器材是指在室外安装固定，供人们进行健身运动锻炼的器材和设施，主要包括各类路径健身器材。在全球体育产业快速发展的大背景下，健身器材行业作为体育产业的重要组成部份，近年来也取得了较大的发展。

全球高端健身器材市场主要被美国、加拿大、德国等国家的品牌占领，如美国ICON公司（爱康）、美国Lifefitness公司（力健）、西班牙HB集团（必艾奇）、德国GYM80等。随着欧美国家劳动力成本的提高，一些国际知名的健身器材企业开始大规模采用OEM的生产模式，在牢牢掌握品牌运营，产品研发、设计和销售渠道的基础上，将附加值较低的产品生产过程转移至劳动力成本较低的发展中国家。

数据显示，2014-2016年我国健身器材销售收入分别为265.8亿元、292.1亿元、282.4亿元、324.3亿元、350.2亿元，健身器材销售市场整体呈现上升态势。家用健身器材市场、商用健身器材市场、社区健身器材市场、学校健身器材市场作为目前中国健身器材的主要市场，面临巨大的成长空间。

2014-2016年中国健身器材销售收入

我国自改革开放以来，工业化进程加快，经济发展水平得到了极大的提升。2007-2012年，我国工业增加值保持着逐年上升的趋势，但同比增速波动下降。2007年，我国工业增加值同比增速为18.5%，为近五年来的最高值；2014年，工业增加值同比增速下降为8.3%；2015年前三季度，工业增加值同比增速下降为6.2%。2015年全年，全国规模以上工业增加值按可比价格计算比上年增长6.1%。

2007-2015年全国规模以上企业工业增加值同比增速（单位：%）

2016年是中国经济持续探底的一年，经过2015-2016年全面培育新的增长源和新的动力机制，中国宏观经济预计将在2017年后期出现稳定的反弹，并逐步步入中高速的稳态增长轨道之中。2016年，预计全年GDP增速为6.7%左右，增速较2015年下降约0.2个百分点。预计2016年我国第一产业增加值增速为3.6%，第二产业为5.3%，第三产业为8.6%。消费、投资和净出口对GDP增长的拉动分别为4.0、2.6和0.1个百分点。

中国报告网发布的《2017-2022年中国健身器材行业市场发展现状及十三五发展前景分析报告》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。

第一部分产业环境透视

第一章健身器材行业发展综述

第一节健身器材简介

- 一、健身器材的发展历史
- 二、健身器材的分类
- 三、健身器材的技术特点剖析

第二节健身器材安全标准

- 一、室内健身器材安全检测标准介绍
- 二、室内健身器材的安全性检验
- 三、室内健身器材的静态检测
- 四、室内健身器材的动态测试

第三节健身器材行业经济指标分析

- 一、赢利性
- 二、成长速度
- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险性
- 六、行业周期

第二章中国健身器材行业发展环境分析

第一节经济环境分析

- 一、国家宏观经济环境
- 二、行业宏观经济环境

第二节政策环境分析

一、行业法规及政策

二、行业发展规划

第三节技术环境分析

一、主要生产技术分析

二、技术发展趋势分析

第三章国际健身器材行业发展分析及经验借鉴

第一节全球健身器材市场总体情况分析

一、全球健身器材市场结构

二、全球健身器材行业发展分析

三、全球健身器材行业竞争格局

第二节美国健身器材行业发展经验借鉴

一、美国健身器材行业发展历程分析

二、美国健身器材行业市场现状分析

三、美国健身器材行业发展趋势预测

四、美国健身器材行业对中国的启示

第三节日本健身器材行业发展经验借鉴

一、日本健身器材行业发展历程分析

二、日本健身器材行业市场现状分析

三、日本健身器材行业发展趋势预测

四、日本健身器材行业对中国的启示

第四节德国健身器材行业发展经验借鉴

一、德国健身器材行业发展历程分析

二、德国健身器材行业市场现状分析

三、德国健身器材行业发展趋势预测

四、德国健身器材行业对中国的启示

第二部分市场深度调研

第四章中国健身器材行业运行现状分析

第一节中国健身器材行业发展状况分析

一、中国健身器材行业发展阶段

二、中国健身器材行业发展总体概况

三、中国健身器材行业发展特点分析

第二节2015-2016年健身器材行业发展现状

一、中国健身器材行业市场规模

二、中国健身器材行业发展分析

三、中国健身器材企业发展分析

第三节2015-2016年健身器材市场情况分析

- 一、中国健身器材市场总体概况
- 二、中国健身器材产品市场发展分析
- 三、中国健身器材市场发展趋势分析

第五章中国健身器材市场供需形势分析

第一节健身器材行业生产分析

- 一、国内产品及原材料生产基地分布
- 二、产品及原材料产业集群发展分析
- 三、2015-2016年原材料产能情况分析

第二节中国健身器材市场供需分析

- 一、2015-2016年中国健身器材行业供给情况
 - 1、中国健身器材行业供给分析
 - 2、中国健身器材行业产品产量分析
 - 3、重点企业产能及占有份额
- 二、2015-2016年中国健身器材行业需求情况
 - 1、健身器材行业需求市场
 - 2、健身器材行业客户结构
 - 3、健身器材行业需求的地区差异
- 三、2015-2016年中国健身器材行业供需平衡分析

第三节健身器材产品市场应用及需求预测

- 一、健身器材产品应用市场总体需求分析
 - 1、健身器材产品应用市场需求特征
 - 2、健身器材产品应用市场需求总规模
- 二、2017-2022年健身器材行业领域需求量预测
 - 1、健身器材行业需求产品功能预测
 - 2、健身器材行业需求产品市场格局预测
- 三、重点行业健身器材产品需求分析预测

第六章健身器材细分市场分析

第一节家用及室内健身器材市场分析

- 一、家庭健身器材的种类
- 二、影响家用健身器材选择的因素
- 三、家用健身器材需求日益增加
- 四、家用健身器材发展趋势
- 五、未来室内健身器材的发展方向

第二节室外健身器材市场分析

- 一、室外健身器材概述
- 二、室外健身器材的发展概况
- 三、室外健身器材发展建议
- 四、国标助力我国室外健身器材质量提升
- 第三节跑步机市场发展分析
 - 一、跑步机的概述
 - 二、电动跑步机行业综述
 - 三、跑步机市场暴利现象严重
 - 四、跑步机赢取市场的关键
- 第四节其他健身器材市场分析
 - 一、动感单车
 - 二、划船器
 - 三、健身车
 - 四、力量型健身器材
- 第三部分竞争格局分析
- 第七章健身器材市场竞争格局及集中度分析
 - 第一节健身器材行业国际竞争格局分析
 - 一、国际健身器材市场发展状况
 - 二、国际健身器材市场竞争格局
 - 三、国际健身器材市场发展趋势分析
 - 四、国际健身器材重点企业竞争力分析
 - 第二节健身器材行业国内竞争格局分析
 - 一、国内健身器材行业市场规模分析
 - 二、国内健身器材行业竞争格局分析
 - 三、国内健身器材行业竞争力分析
 - 第三节健身器材行业集中度分析
 - 一、企业集中度分析
 - 二、区域集中度分析
 - 三、市场集中度分析
- 第八章健身器材行业区域市场分析
 - 第一节行业总体区域结构特征分析
 - 一、行业区域结构总体特征
 - 二、行业区域集中度分析
 - 三、行业区域分布特点分析
 - 四、行业规模指标区域分布分析

五、行业效益指标区域分布分析

六、行业企业数的区域分布分析

第二节华东地区健身器材行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第三节华南地区健身器材行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第四节华中地区健身器材行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第五节华北地区健身器材行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第六节东北地区健身器材行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第七节西部地区健身器材行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第九章中国健身器材行业重点企业经营分析

第一节赛佰斯国际有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第二节深圳信隆实业股份有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第三节中山盈亮健康科技有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四节乔山健身器材（上海）有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第五节南通华亮健身器材有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第六节发美利健康器械（上海）有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第七节上海骐鸿运动用品有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第八节惠阳国威运动器材有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第九节江西舒美特运动健身器材有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第十节上海荣泰健身科技发展有限公司

一、企业概况

二、主营产品概况

三、公司运营情况

四、公司优劣势分析

第四部分发展前景展望

第十章2017-2022年健身器材行业前景及趋势预测

第一节2017-2022年健身器材市场发展前景

一、健身器材市场发展潜力

二、健身器材市场发展前景展望

三、健身器材细分行业发展前景分析

第二节2017-2022年健身器材市场发展趋势预测

一、健身器材行业发展趋势分析

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

二、健身器材行业市场规模预测

1、健身器材行业市场容量预测

2、健身器材行业销售收入预测

三、健身器材行业细分市场发展趋势预测

第十一章2017-2022年健身器材行业投资机会与风险防范

第一节中国健身器材行业投资特性分析

一、健身器材行业进入壁垒分析

二、健身器材行业盈利模式分析

三、健身器材行业盈利因素分析

第二节中国健身器材行业投资情况分析

一、健身器材行业总体投资及结构

二、健身器材行业投资规模情况

三、健身器材行业投资项目分析

第三节中国健身器材行业投资风险

一、健身器材行业供求风险

二、健身器材行业关联产业风险

三、健身器材行业产品结构风险

四、健身器材行业技术风险

第四节健身器材行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、健身器材行业投资机遇

第五部分发展战略研究

第十二章健身器材行业发展战略研究

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

第二节对中国健身器材品牌的战略思考

一、健身器材品牌的重要性

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、中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经营策略分析

一、健身器材市场细分策略

二、健身器材市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、健身器材新产品差异化战略

第四节健身器材行业投资战略研究

一、2015年健身器材行业投资战略

二、2017-2022年健身器材行业投资战略

三、2017-2022年细分行业投资战略

图表目录：

图表：健身器材行业生命周期

图表：健身器材行业产业链结构

图表：2014-2016年中国健身器材行业盈利能力分析

图表：2014-2016年中国健身器材行业运营能力分析

图表：2014-2016年中国健身器材行业偿债能力分析

图表：2014-2016年中国健身器材行业发展能力分析

图表：2014-2016年中国健身器材行业经营效益分析

图表：2014-2016年不同规模企业利润总额分布

图表：2014-2016年健身器材行业不同规模企业从业人员分布

图表：2014-2016年健身器材行业不同规模企业销售收入分布

图表：2014-2016年健身器材行业不同规模企业资产总额分布

图表：2014-2016年健身器材行业不同规模企业数量分布

图表：2014-2016年健身器材行业不同性质企业利润总额分布

图表：2014-2016年健身器材行业不同性质企业从业人员分布

图表：2014-2016年健身器材行业不同性质企业销售收入分布

图表：2014-2016年健身器材行业不同性质企业资产总额分布

图表：2014-2016年健身器材行业不同性质企业数量分布

图表：2014-2016年全球健身器材行业市场规模

图表：2014-2016年中国健身器材行业市场规模

图表：2014-2016年健身器材行业重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国健身器材市场占全球份额比较

图表：2014-2016年健身器材行业工业总产值

图表：2014-2016年健身器材行业销售收入

图表：2014-2016年健身器材行业利润总额

图表：2014-2016年健身器材行业资产总计

图表：2014-2016年健身器材行业负债总计

图表：2014-2016年健身器材行业竞争力分析

图表：2014-2016年健身器材市场价格走势

图表：2014-2016年健身器材行业主营业务收入

图表：2014-2016年健身器材行业主营业务成本

图表：2014-2016年健身器材行业销售费用分析

图表：2014-2016年健身器材行业管理费用分析

图表：2014-2016年健身器材行业财务费用分析

图表：2014-2016年健身器材行业销售毛利率分析

图表：2014-2016年健身器材行业销售利润率分析

图表：2014-2016年健身器材行业成本费用利润率分析

图表：2014-2016年健身器材行业总资产利润率分析

图表：2014-2016年健身器材行业产能分析

图表：2014-2016年健身器材行业产量分析

图表：2014-2016年健身器材行业需求分析

图表：2014-2016年健身器材行业进口数据

图表：2014-2016年健身器材行业出口数据

图表：2014-2016年健身器材行业集中度

图表：2017-2022年健身器材行业市场规模预测

图表：2017-2022年健身器材行业销售收入预测

图表：2017-2022年健身器材行业产量预测

图表：2017-2022年健身器材行业竞争格局预测

(GYZX)

图表详见正文

特别说明：中国报告网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/wentiule/276916276916.html>