

2021年中国家用跑步机市场分析报告- 行业规模现状与发展潜力评估

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《2021年中国家用跑步机市场分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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/jiadianchanye/537762537762.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

家用跑步机是家庭健身场景常见的一种健身器材，主要由仪表盘、机架、电机、跑步带与跑台五大部分构成，其中电机为家用跑步机核心部件，决定了家用跑步机的使用寿命、载重能力等。

家用跑步机组成结构 数据来源：公开资料整理

由于用户跑步时身体接触最多的地方是跑台，因此家用跑步机企业多注重研发、升级跑台结构，提升避震效果，以保护用户膝关节健康。除减震外，为避免用户使用家用跑步机产生过多噪音，家用跑步机企业选择安装消音装置于跑台内，以减缓震动、吸取震动声波。因此，家用跑步机跑台结构复杂，多由数层组合而成，分别为耐磨表层、隔音层、消音层、避震软垫层、减震加强层、压缩层、高强度支撑层。

家用跑步机跑台组成结构 数据来源：公开资料整理

伴随国民收入不断增长、健康意识持续增强，加之国家大力提倡全面健身，参与健身的居民数量不断增多。在此背景下，健身器材市场需求持续增长，跑步机作为居民健身的重要健身器材之一，行业发展迅速。根据数据显示，2015-2019年，我国家用跑步机销售额迅速增长，由29.4亿元增长至66.7亿元，年复合增长率约为22.7%。受2020年疫情影响，选择购买健身器材在家健身的群体不断扩大2020年我国家用跑步机行业销售额增长迅速,预计未来市场规模将继续增长。

2015-2019年我国家用跑步机销售额 数据来源：公开资料整理

从行业竞争格局来看，我国家用跑步机产业集群位于浙江地区，第一梯队龙头代表企业包括亿健、AD、优步，以上品牌成立时间较早，拥有强大的研发实力旗下家用跑步机产品减震技术佳、性稳定、市场口碑良好，在市场的销量大幅领先；第二梯队企业为高速发展中的强有力竞争者，代表企业如立久佳、Keep等，此类企业紧跟市场趋势，推出的家用跑步机性价比高，受到众多用户喜爱;第三梯队企业为中小型家用跑步机品牌企业，代表企业如小乔体育，需加强产品线上渠道营销，进而提升产品曝光量及销量。

我国家用跑步机市场竞争格局

梯队

代表企业

简介

第一梯队

亿健

亿健品牌成立于2005年，是浙江顶康科技有限公司旗下著名的跑步机品牌。公司依托于美国技术和中国网络名牌的优势，“专业 专心 专注”生产家用商用豪华跑步机及健康产品，产品通过了欧盟CE.RHOS，德国TUV.GS.SGS认证，ISO9001：2000质量体系认证，是一家专注于健身产品的制造企业，唯一一家连续多年被国家体育用品检测中心抽检合格企业。

AD

AD跑步机是跑步机业界的新品牌,2014年秋季其上市了一款入门级家用跑步机ad918,跑步机价格在一千元左右

优步

优步体育用品有限公司是一家专业化生产健身器材的高新技术企业；公司集研发设计、生产和营销推广为一体；产品全部按国际高水平的欧洲EN957安全标准设计、制造；以电动跑步机为主导，涉及健身车，力量训练器，休闲训练器等系列。

第二梯队

立久佳

浙江立久佳运动器材有限公司是一家专业生产家用跑步机、商用跑步机、健身自行车、健腹机等健身器材的综合运动器材制造商。

Keep

Keep已开设线下运动空间Keepland，并发售KeepKit系列智能硬件产品。

第三梯队

小乔体育

小乔体育文化产业发展(北京)有限公司是一家致力于设计多人联机，场景模拟，数据监测，专业指导，在线教练，颠覆行业的智能互动跑步机。 数据来源：公开资料整理（zlj）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国家用跑步机市场分析报告-行业规模现状与发展潜力评估》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。

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。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。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国家用跑步机行业发展概述

第一节 家用跑步机行业发展情况概述

一、家用跑步机行业相关定义

二、家用跑步机行业基本情况介绍

三、家用跑步机行业发展特点分析

四、家用跑步机行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、家用跑步机行业需求主体分析

第二节 中国家用跑步机行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、家用跑步机行业产业链条分析

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、中国家用跑步机行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国家用跑步机行业生命周期分析

一、家用跑步机行业生命周期理论概述

二、家用跑步机行业所属的生命周期分析

第四节 家用跑步机行业经济指标分析

- 一、家用跑步机行业的赢利性分析
- 二、家用跑步机行业的经济周期分析
- 三、家用跑步机行业附加值的提升空间分析

第五节 中国家用跑步机行业进入壁垒分析

- 一、家用跑步机行业资金壁垒分析
- 二、家用跑步机行业技术壁垒分析
- 三、家用跑步机行业人才壁垒分析
- 四、家用跑步机行业品牌壁垒分析
- 五、家用跑步机行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球家用跑步机行业市场发展现状分析

第一节 全球家用跑步机行业发展历程回顾

第二节 全球家用跑步机行业市场区域分布情况

第三节 亚洲家用跑步机行业地区市场分析

- 一、亚洲家用跑步机行业市场现状分析
- 二、亚洲家用跑步机行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲家用跑步机行业市场前景分析

第四节 北美家用跑步机行业地区市场分析

- 一、北美家用跑步机行业市场现状分析
- 二、北美家用跑步机行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美家用跑步机行业市场前景分析

第五节 欧洲家用跑步机行业地区市场分析

- 一、欧洲家用跑步机行业市场现状分析
- 二、欧洲家用跑步机行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲家用跑步机行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界家用跑步机行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球家用跑步机行业市场规模预测

第三章 中国家用跑步机产业发展环境分析

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、全社会消费品家用跑步机总额

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 中国家用跑步机行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国家用跑步机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 中国家用跑步机行业运行情况

第一节 中国家用跑步机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

三、行业发展特点分析

第二节 中国家用跑步机行业市场规模分析

第三节 中国家用跑步机行业供应情况分析

第四节 中国家用跑步机行业需求情况分析

第五节 我国家用跑步机行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国家用跑步机行业供需平衡分析

第七节 中国家用跑步机行业发展趋势分析

第五章 中国家用跑步机所属行业运行数据监测

第一节 中国家用跑步机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 中国家用跑步机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 中国家用跑步机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 2017-2020年中国家用跑步机市场格局分析

第一节 中国家用跑步机行业竞争现状分析

一、中国家用跑步机行业竞争情况分析

二、中国家用跑步机行业主要品牌分析

第二节 中国家用跑步机行业集中度分析

一、中国家用跑步机行业市场集中度影响因素分析

二、中国家用跑步机行业市场集中度分析

第三节 中国家用跑步机行业存在的问题

第四节 中国家用跑步机行业解决问题的策略分析

第五节 中国家用跑步机行业钻石模型分析

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 2017-2020年中国家用跑步机行业需求特点与动态分析

第一节 中国家用跑步机行业消费市场动态情况

第二节 中国家用跑步机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 家用跑步机行业成本结构分析

第四节 家用跑步机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 中国家用跑步机行业价格现状分析

第六节 中国家用跑步机行业平均价格走势预测

一、中国家用跑步机行业价格影响因素

二、中国家用跑步机行业平均价格走势预测

三、中国家用跑步机行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国家用跑步机行业区域市场现状分析

第一节 中国家用跑步机行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区家用跑步机市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区家用跑步机市场规模分析

四、华东地区家用跑步机市场规模预测

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、华中地区家用跑步机市场规模分析

四、华中地区家用跑步机市场规模预测

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、华南地区家用跑步机市场规模分析

四、华南地区家用跑步机市场规模预测

第九章 2017-2020年中国家用跑步机行业竞争情况

第一节 中国家用跑步机行业竞争结构分析（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 中国家用跑步机行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国家用跑步机行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 家用跑步机行业企业分析（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年中国家用跑步机行业发展前景分析与预测

第一节 中国家用跑步机行业未来发展前景分析

- 一、家用跑步机行业国内投资环境分析
- 二、中国家用跑步机行业市场机会分析
- 三、中国家用跑步机行业投资增速预测

第二节 中国家用跑步机行业未来发展趋势预测

第三节 中国家用跑步机行业市场发展预测

- 一、中国家用跑步机行业市场规模预测
- 二、中国家用跑步机行业市场规模增速预测
- 三、中国家用跑步机行业产值规模预测
- 四、中国家用跑步机行业产值增速预测
- 五、中国家用跑步机行业供需情况预测

第四节 中国家用跑步机行业盈利走势预测

- 一、中国家用跑步机行业毛利润同比增速预测
- 二、中国家用跑步机行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国家用跑步机行业投资风险与营销分析

第一节 家用跑步机行业投资风险分析

- 一、家用跑步机行业政策风险分析
- 二、家用跑步机行业技术风险分析
- 三、家用跑步机行业竞争风险
- 四、家用跑步机行业其他风险分析

第二节 家用跑步机行业应对策略

- 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年中国家用跑步机行业发展战略及规划建议

第一节 中国家用跑步机行业品牌战略分析

- 一、家用跑步机企业品牌的重要性
- 二、家用跑步机企业实施品牌战略的意义
- 三、家用跑步机企业品牌的现状分析
- 四、家用跑步机企业的品牌战略
- 五、家用跑步机品牌战略管理的策略
- 第二节 中国家用跑步机行业市场重点客户战略实施
 - 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 中国家用跑步机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
- 第四节 家用跑步机行业竞争力提升策略
 - 一、家用跑步机行业产品差异性策略
 - 二、家用跑步机行业个性化服务策略
 - 三、家用跑步机行业的促销宣传策略
 - 四、家用跑步机行业信息智能化策略
 - 五、家用跑步机行业品牌化建设策略
 - 六、家用跑步机行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国家用跑步机行业发展策略及投资建议

- 第一节 中国家用跑步机行业产品策略分析
 - 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 中国家用跑步机行业营销渠道策略
 - 一、家用跑步机行业渠道选择策略
 - 二、家用跑步机行业营销策略

第三节 中国家用跑步机行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国家用跑步机行业重点投资区域分析

二、中国家用跑步机行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/jiadianchanye/537762537762.html>