

2018-2023年中国健身器材行业分析报告- 市场深度分析与发展趋势预测

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年中国健身器材行业分析报告-市场深度分析与发展趋势预测》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/fangzhi/316349316349.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

健身器材常以训练功能多少来分为单功能和综合型多功能两大类，常用的有划船器、健美车、健步机、跑步机、美腰机等。

体育场地设施是发展体育产业的基本条件和保障，是作为体育竞技、体育教学、体育娱乐和体育锻炼活动的体育建筑、场地室外设施的统称，具体包括体育中心及球类运动、田径运动等专业训练健身馆等。随着我国经济快速发展、居民收入水平以及体育锻炼意识的不断提高，国内体育场地设施建设规模不断扩大；此外，随着各类体育赛事举办次数及规模的扩大，进一步推动了体育场馆设施的建设。体育设施的新建及翻新改造将形成体育器材的直接需求；同时，体育设施建设将满足持续性的居民体育健身需求或赛事举办需要，带动体育器材市场需求的持续增加。

上世纪80年代末，健身器材已进入中国市场，但当时只在高档的五星级酒店才能见到，而且当摆设居多，人们不清楚它的用途，也不理解为何它的价格比国内的一部汽车还贵。90年代末期，家用器材曾有过一段辉煌，但并未持续太久。经过大起大落，现今的健身市场进入了一个比较理性的稳步发展阶段。专家预测，未来五年内，保健按摩器材市场在我国的销售空间将达到250亿元。

但是，不可否认的是，我国目前健身俱乐部数量及质量仍然远远落后于欧美等西方国家，据统计，我国平均100多万人才拥有一家健身俱乐部，随着我国经济的飞速发展，解决了温饱问题的现代人，对生命质量的提高产生了一种新的需求。富裕起来的老百姓更加关注自己的身体健康，由此衍生出的健康经济为保健器械企业带来巨大的商机。

中国的市场究竟有多大。有数据显示，2008年奥运会之后，中国家用健身器材的年销售额超过120亿元，是2004年的3倍左右，且每年仍有超过30%的增长，中国将成为世界上最具潜力的市场。

透过表面的数字，业内人士分析认为，目前国内健身器材市场呈现出以下特点：

1、体育健身消费水平比欧美国家低

由于我国经济水平与发达国家相比还存在距离，这导致在体育健身消费水平方面也存在差距，健身器材的消费尚处于起步阶段，健身消费仍然处于较低的水平。收入直接影响了人们对体育消费的投入。现在我国民众正处于温饱需求得到满足，并正在向小康需求发展的阶段，体育消费正在成为人们提高生活质量的一项基本需要。

2、市场销售体制结构较为简单

我国的销售体制结构较为简单，多半属于体育用品店型的企业，经营项目繁多，有的企业甚至家用和商用器材都销售，这和层级分明的美国市场有所不同。而且国内连锁经营的企业并不多，预计未来发展空间极大。

3、健身消费发展空间大

据调查显示，国人最常从事的五大运动是散步/跑步、羽毛球、气功太极拳、乒乓球、篮排

足球。由此可见健身运动尚未普及，仍需加以推广。

除了以上所述以外，影响我国居民健身消费的因素还有地区经济发展不平衡、体育消费场所较少、体育设施不足、闲暇时间不够多等硬件因素。在硬件因素解决以后，影响我国居民体育消费的则是体育意识、健康意识等软件因素。有能力进行体育消费的人并不参加运动就是这个原因。因此，在人们生活水平达到一定程度时进行全民体育教育，加强全民健身意识是扩大体育消费的主要举措之一。随着人们对健康和体育需求的提高，加上体育消费市场管理的不断完善，体育消费市场必将扩大和发展起来。

2007-2016年训练健身器材制造业销售收入变化趋势图（单位：亿元，%） 资料来源：公开资料整理 观研天下发布的《2018-2023年中国健身器材行业分析报告-市场深度分析与发展趋势预测》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 2017年健身器材行业发展环境分析

第一节 2017年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产历史变动轨迹分析
- 三、2017年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2017年中国健身器材行业发展政策环境分析

- 一、中国体育产业发展纲要
- 二、全民健身计划纲要
- 三、体育器材设备审定办法
- 四、体育用品强制标准分析
- 五、室内健身器材检测标准材

第三节 2017年中国健身器材行业发展社会环境分析

第二章 2017年国际健身器材行业发展状况分析

第一节 2017年国外体育用品发展概况分析

- 一、欧洲体育用品市场状况分析
- 二、美洲体育用品市场情况分析
- 三、中东体育用品市场发展概况分析
- 四、全球十大体育用品品牌介绍

第二节 2017年国外健身器材行业发展概述

- 一、国际健身器材需求格局
- 二、美国健身器材市场回顾
- 三、德国健身器材市场概况
- 四、国际健身器材品牌分析

第三节 2018-2023年国际健身器材行业发展趋势分析

第三章 2017年国际著名健身器材企业发展态势分析

第一节 美国爱康健身器材公司——爱康(ICON)

- 一、公司基本概况
- 二、在华销售情况
- 三、竞争优劣势分析
- 四、公司国际化发展分析

第二节 美国力健公司——力健(LIFE)

- 一、公司基本概况
- 二、在华销售情况
- 三、竞争优劣势分析
- 四、公司国际化战略发展分析

第三节 韩国泰河机电株式会社——秀健(STEX)

- 一、公司基本概况
- 二、在华销售情况
- 三、竞争优劣势分析
- 四、公司国际化战略发展分析

第四节 台湾众成工业股份有限公司——伟克(STEELFLEX)

- 一、公司基本概况
- 二、在华销售情况
- 三、竞争优劣势分析
- 四、公司国际化战略发展分析

第五节 乔山健康科技股份有限公司——JOHNSON

- 一、公司基本概况

二、在华销售情况

三、竞争优劣势分析

四、公司国际化战略发展分析

第六节 加拿大普乐赛康集团有限公司——Bodyguard

一、公司基本概况

二、在华销售情况

三、竞争优劣势分析

四、公司国际化战略发展分析

第四章 2017年中国体育用品行业发展状况分析

第一节 2017年中国体育用品行业的发展

一、中国体育用品业发展概况

二、中国体育用品发展的积极因素

三、中国体育用品加快标准化建设步伐

第二节 2017年中国体育用品市场概况

一、中国体育用品的零售格局

二、中国体育用品市场上演争霸战

三、中国体育用品出口快速增长

四、中国体育用品的品牌发展之路

第三节 2017年中国体育用品存在的问题

一、中国体育用品品牌存在的不足

二、影响中国体育用品发展的因素

三、中国体育用品市场存在的几大“软肋”

四、中国体育用品市场还缺乏敏感度

第四节 2017年中国体育用品的发展对策

第五章 2017年中国健身器材行业发展局势剖析

第一节 中国健身器材行业发展历程分析

一、1987 - 1994年的初步发展期

二、1995 - 1997年的不稳定高峰期

三、1998 - 1999年受东南亚金融危机影响的下滑期

四、2000年至今的稳定发展期

第二节 2017年中国健身器材行业发展概况分析

一、运动健身器材发展基本情况分析

二、中国健身器材行业发展探讨分析

三、厦门成为国内健身器材行业重要的出口基地

四、健身器材对钢铁材料紧固件需求影响分析

第三节 2017年中国健身器材行业发展现状分析

一、中低端健身器材产业发展现状分析

二、互动式健身器材发展分析

三、幼儿软性健身器材研发情况分析

第四节 2017年中国健身器材进入国际市场方式分析

一、委托加工

二、贴牌生产

第五节 2017年中国健身器材行业存在的问题分析

一、健身器材行业存在的两点隐忧

二、健身器材行业面临的四个问题

三、健身器材市场处于低迷的原因

第六节 2017年中国健身器材行业的发展策略分析

一、健身器材产业要防止暴利泡沫

二、中国健身器材行业的发展建议

三、健身器材行业发展的四点对策

四、中国健身器材行业的品牌策略

第六章 2017年中国健身器材市场发展态势分析

第一节 2017年中国健身器材市场发展概况分析

一、中国健身器材市场概况

二、中国健身器材市场结构

三、中国健身器材市场销售概况

四、健身器材成为新的消费热点

第二节 2017年中国健身器材市场状况扫描

一、小型保健器材销售畅快

二、大型健身器材市场方兴未艾

三、老年康复健身器材新品迭出，市场潜力大

第三节 2017年中国健身器材市场营销状况分析

一、健身器材的营销渠道

二、健身器材营销渠道存在的问题

三、健身器材产品的营销策略

第七章 2017年中国健身器材细分行业发展局势分析

第一节 家庭健身器

- 一、家庭健身器的种类
- 二、选择家庭健身器的影响因素
- 三、家庭健身器存在的问题

第二节 跑步机

- 一、跑步机的背景及分类
- 二、中国跑步机市场发展概况
- 三、三种类型跑步机市场反映良好
- 四、电动跑步机行业急需名牌

第三节 其他健身器材

- 一、划船器
- 二、椭圆机和按摩椅
- 三、半躺式健身车
- 四、杠杆式力量训练器和杠哑铃

第八章 2016-2017年中国训练健身器材制造行业主要数据监测分析

第一节 2016-2017年中国训练健身器材制造行业总体数据分析

- 一、2017年中国训练健身器材制造行业全部企业数据分析
- 二、2017年中国训练健身器材制造行业全部企业数据分析
- 三、2017年中国训练健身器材制造行业全部企业数据分析

第二节 2016-2017年中国训练健身器材制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2017年中国训练健身器材制造行业不同规模企业数据分析
- 二、2017年中国训练健身器材制造行业不同规模企业数据分析
- 三、2017年中国训练健身器材制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2016-2017年中国训练健身器材制造行业不同所有制企业数据分析

- 一、2017年中国训练健身器材制造行业不同所有制企业数据分析
- 二、2017年中国训练健身器材制造行业不同所有制企业数据分析
- 三、2017年中国训练健身器材制造行业不同所有制企业数据分析

第九章 2017年中国健身器材行业竞争格局分析

第一节 2017年中国健身器材行业竞争状况分析

- 一、行业竞争环境分析
- 二、澳瑞特与怡康发展分析
- 三、健身器材市场渠道竞争分析

第二节 2017年中国健身器材企业核心竞争力分析

一、成本领先战略

二、差异化战略

三、目标集聚战略

第三节 2017年中国健身器材行业的发展战略分析

一、中国健身器材制造业发展的战略思考

二、如何做健身俱乐部的战略投资评估

第十章 2017年中国健身器材行业重点企业竞争力分析

第一节 深圳信隆实业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 厦门钢宇工业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 漳州蒙发利实业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 大东傲胜保健器（苏州）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 乔山健康科技(上海)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 厦门群鑫机械工业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 中山盈亮健康科技有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 上海东庚金属制品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 南通华亮健身器材有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一章 2018-2023年中国健身器材行业的发展趋势与投资预测分析

第一节 2018-2023年中国体育用品行业的发展趋势分析

- 一、文化体育用品的发展前景
- 二、中国体育用品网络营销三大趋势

第二节 2018-2023年中国健身器材行业发展趋势分析

- 一、健身器材市场前景分析
- 二、中国健身器材行业发展预测
- 三、2018-2023年中国健身器材市场规模预测分析

第三节 2018-2023年中国健身器材用材料发展前景分析

- 一、健身器材升温带动钢材需求
- 二、健身器材用钢品种趋向多样化
- 三、塑料在健身器材市场的应用

第四节 2018-2023年中国健身器材行业投资机会分析

第五节 2018-2023年中国健身器材行业投资风险分析

第六节 2018-2023年中国健身器材行业发展策略分析

- 一、健身器材企业品牌战略分析
- 二、健身器材企业发展策略分析
- 三、健身器材企业营销策略分析
- 四、中小健身器材企业营销策略分析

第七节 专家投资建议

(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/fangzhi/316349316349.html>