

2016-2022年中国电子按摩器行业运营态势及投资策略研究报告

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《2016-2022年中国电子按摩器行业运营态势及投资策略研究报告》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/dianzidianqi/236859236859.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

电子按摩器是根据物理学，仿生学，生物电学、中医学以及多年临床实践而研制开发出的新一代保健器材。它不仅拥有八大仿真功能，让您确实体会到针灸、推拿、按摩、锤击、火罐、刮痧、瘦身、免疫调节八种功能的美妙感觉，还有治疗高血压的独特功效。用若干个独立软触按摩头，可放松肌肉、舒缓神经、促进血液循环、加强细胞新陈代谢、增强皮肤弹性，可缓解疲劳、明显减轻各种慢性疼痛、急性疼痛和肌肉酸痛，放松身体减轻压力，减少皮肤皱纹。

我国是全球按摩器具产品的研发与制造中心，主要的按摩器具制造企业集中在我国进行生产制造。由于技术积累深厚，大东傲胜保健器（苏州）有限公司、发美利健康器械（上海）有限公司、上海松下电工有限公司等日资厂商一直是国内以按摩椅为代表的按摩器具行业的领先制造企业。2014年我国电子按摩器行业企业数量达到1574家，比2013年增加223家，销售收入达到91.65亿元，同比增长22.1%，利润总额达到13.95亿元。目前，我国电子按摩器产业已形成以设计、生产、销售、服务于一体的庞大的产业链。2014年，我国共30个省市出口按摩保健器具，其中出口排名前五的地区依次是广东、浙江、福建、江苏和上海，出口额较大，共占出口比重93.1%。其中以浙江、上海两地出口增速最快，同比达到两位数增长。

随着经济的不断发展以及人们生活节奏的不断加快，极大加重了人群健康的整体水平，目前我国的“亚健康”人群的比重已达到70%左右，超过了9亿人，而在我国利用推拿按摩进行保健和治疗，是我国中华医学的传统项目，因其老幼皆宜，应用范围十分广泛。而随着具有保健治疗功能的各种按摩器具如按摩椅、按摩器、按摩床、按摩脚盆等，因对缓解疲劳，消除亚健康效果显著，备受处于亚健康生活状态的中产阶级欢迎。巨大的需求与发展空间，使得我国的各种类型的家庭用医疗器械发展势头正劲，市场需求旺盛，已成为医疗保健器械产业的一新的增长点。在丰厚的利润和发展空间的吸引下，我国的不少企业纷纷涉及按摩器具的生产领域，使得近几年我国的按摩器具出口形势大好，目前已成为我国医疗器械及设备行业出口金额最大的产品，其出口市场正在不断扩大，出口前景非常广阔。

中国报告网发布的《2016-2022年中国电子按摩器行业运营态势及投资策略研究报告》首先介绍了电子按摩器行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

【报告大纲】

第一部分 产业环境透视

第一章 中国电子按摩器行业宏观环境分析

第一节 电子按摩器行业定义分析

一、行业定义

二、行业产品分类

第二节 电子按摩器行业宏观环境分析

一、政策环境

二、经济环境

三、技术环境

四、社会环境

第二章 全球电子按摩器行业现状及发展预测分析

第一节 全球电子按摩器行业概述

第二节 全球电子按摩器行业市场格局分析

一、全球电子按摩器贸易动向分析

二、全球电子按摩器生产规模

第三节 全球电子按摩器产业主要国家运行形势分析

一、美国

二、欧洲

三、日本

第四节 2016-2022年全球电子按摩器产业市场走势预测分析

第二部分 产业运行分析

第三章 2011-2014年中国电子按摩器行业经济指标分析

第一节 2011-2014年电子按摩器行业发展概述

第二节 2011-2014年电子按摩器行业经济运行状况

一、电子按摩器行业企业数量分析

二、电子按摩器行业资产规模分析

三、电子按摩器行业销售收入分析

四、电子按摩器行业利润总额分析

第三节 2011-2014年电子按摩器行业成本费用分析

一、电子按摩器行业销售成本分析

二、电子按摩器行业销售费用分析

三、电子按摩器行业管理费用分析

四、电子按摩器行业财务费用分析

第四节 2011-2014年电子按摩器行业运营效益分析

一、电子按摩器行业盈利能力分析

二、电子按摩器行业运营能力分析

三、电子按摩器行业偿债能力分析

四、电子按摩器行业成长能力分析

第四章 中国电子按摩器行业市场与竞争分析

第一节 电子按摩器行业上下游市场分析

一、电子按摩器行业产业链简介

二、上游市场供给分析

三、下游市场需求分析

第二节 电子按摩器行业市场供需分析

一、电子按摩器行业生产规模

二、电子按摩器行业市场需求规模

三、电子按摩器行业产品价格分析

第三节 电子按摩器行业竞争力分析

一、上游议价能力分析

二、下游议价能力分析

三、替代品威胁分析

四、新进入者威胁分析

五、行业竞争现状分析

第四节 电子按摩器行业市场集中度分析

一、行业市场集中度分析

二、行业主要竞争者分析

第三部分 产业商业模式

第五章 中国电子按摩器行业传统商业模式分析

第一节 电子按摩器行业原料采购模式

第二节 电子按摩器行业经营模式

第三节 电子按摩器行业盈利模式

第四节 OEM、ODM、OBM模式分析

第六章 中国电子按摩器行业商业模式构建与实施策略

第一节 电子按摩器行业商业模式要素与特征

一、商业模式的构成要素

二、商业模式的模式要素

1、产品价值模式

2、战略模式

3、市场模式

4、营销模式

5、管理模式

6、资源整合模式

7、资本运作模式

8、成本模式

9、营收模式

三、成功商业模式的特征

第二节 电子按摩器行业企业商业模式构建步骤

一、挖掘客户价值需求

1、转变商业思维

2、客户隐性需求

3、客户价值主张

二、产业价值链再定位

1、客户价值公式

2、产业价值定位

3、商业形态定位

三、寻找利益相关者

四、构建盈利模式

第三节 电子按摩器行业商业模式的实施策略

一、企业价值链管理的目标

1、高效率

2、高品质

3、持续创新

4、快速客户响应

二、企业价值链管理系统建设

1、组织结构系统

2、企业控制系统

三、企业文化建设

第七章 中国电子按摩器行业商业模式创新转型分析

第一节 互联网思维对行业的影响

一、互联网思维三大特征

二、基于互联网思维的行业发展

第二节 互联网时代七大商业模式

一、平台模式

1、构成平台模式的6个条件

2、平台模式的战略定位

3、平台模式成功的四大要素

4、平台模式案例

二、免费模式

1、免费商业模式解析

2、免费战略的实施条件

3、免费战略的类型

三、软硬一体化模式

1、软硬一体化商业模式案例

2、软硬一体化模式受到市场追捧

3、软硬一体化模式是一项系统工程

4、成功打造软硬一体化商业模式的关键举措

四、O2O模式

1、O2O模式爆发巨大力量

2、O2O模式分类

3、O2O模式的盈利点分析

4、O2O模式的思考

五、品牌模式

1、品牌模式的内涵及本质

2、成功的移动互联网品牌

3、如何推进品牌经营

六、双模模式

1、双模模式概述

2、移动互联网：用户规模是关键

3、双模模式案例

七、速度模式

1、什么是速度模式

2、速度模式的主要表现

3、速度模式应注意的几个问题

第三节 互联网背景下电子按摩器行业商业模式选择

一、电子按摩器行业与互联网思维的结合

二、互联网背景下电子按摩器行业商业模式选择

第四部分 行业深度分析

第八章 2014年中国电子按摩器进出口数据监测分析

第一节 2014年中国电子按摩器进口数据分析

一、进口产品结构分析

二、主要进口区域分析

三、进口金额分析

第二节 2011-2014年中国电子按摩器出口数据分析

一、出口企业结构分析

二、主要出口区域分析

三、出口金额分析

第三节 2011-2014年中国电子按摩器进出口平均单价分析

第四节 2011-2014年中国电子按摩器进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第九章 2014年电子按摩器行业企业经营情况与商业模式分析

第一节 上海荣泰健康科技股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第二节 宁波奥森健身器材科技有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第三节 厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第四节 浙江豪中豪健康产品有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第五节 深圳市倍轻松科技股份有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第六节 深圳市联创科技集团有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第七节 北京艾威康电子技术有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第八节 深圳市利尚电子科技有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第九节 福安市怡嘉电子有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第十节 深圳市攀高电子有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务产品

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业经营模式分析

六、企业发展战略规划

第五部分 行业发展预测

第十章 2016-2022年中国电子按摩器行业发展前景预测分析

第一节 2016-2022年电子按摩器行业发展前景及趋势预测分析

第二节 2016-2022年电子按摩器行业发展前景预测

一、2016-2022年电子按摩器行业生产规模预测

二、2016-2022年电子按摩器行业市场规模预测

三、2016-2022年电子按摩器行业盈利前景预测

第十一章 电子按摩器行业投资分析与预测

第一节 行业投资特性分析

一、行业进入壁垒分析

二、盈利模式分析

三、盈利因素分析

第二节 行业投资风险分析

一、投资政策风险分析

二、投资技术风险分析

三、投资供求风险分析

四、宏观经济波动风险

第三节 行业投资机会与建议

一、行业投资机会分析

二、行业主要投资建议

第四节 行业发展趋势与预测分析

一、发展趋势分析

二、发展前景预测

1、市场容量预测

2、销售收入预测

第十二章 2016-2022年中国电子按摩器行业投融资战略规划分析

第一节 电子按摩器行业关键成功要素分析

第二节 电子按摩器行业投资壁垒分析

一、电子按摩器行业进入壁垒

二、电子按摩器行业退出壁垒

第三节 电子按摩器行业投资风险与规避

一、宏观经济风险与规避

二、行业政策风险与规避

三、原料市场风险与规避

四、市场竞争风险与规避

五、技术风险分析与规避

六、下游需求风险与规避

第四节 电子按摩器行业融资渠道与策略

一、电子按摩器行业融资渠道分析

二、电子按摩器行业融资策略分析

图表目录

图表 电子按摩器原理图

图表 2012-2014年国内生产总值及增长速度

图表 2014年居民消费价格比2013年涨跌幅度

图表 2012-2014年社会消费品零售总额

图表 2014年按收入来源分全国居民人均可支配收入占比

图表 2014年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

特别说明：中国报告网所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/dianzidianqi/236859236859.html>