

2015-2020年中国健康秤市 场深度调查与市场全景评估报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2015-2020年中国健康秤市场深度调查与市场全景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/dianzi/338477WVCJ.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

报告目录：

第一章 中国健康秤行业发展环境分析	10
第一节 产品行业特征	10
一、产品行业定义	10
二、产品消费特征	10
第二节 中国宏观经济环境分析	11
一、中国GDP增长情况分析	11
二、工业经济发展形势分析	12
三、社会固定资产投资分析	14
四、全社会消费品零售总额	15
五、城乡居民收入增长分析	15
六、居民消费价格变化分析	16
第三节 政策环境特征	17
一、行业管理体制及主管部门	17
二、健康秤行业相关政策分析	18
第四节 健康秤行业竞争特征	18
一、国内外品牌竞争格局	18
二、行业进入壁垒分析	
三、可替代品威胁分析	19
四、贴牌加工产品市场威胁分析	20
第五节 健康秤行业技术环境特征	20
第二章 国内健康秤行业品牌产品市场规模分析	22
第一节 中国健康秤市场规模分析	22
第二节 2014年中国健康秤区域结构分析	22
第三节 2014年健康秤区域市场规模分析	23
一、东北地区市场规模分析	23
二、华北地区市场规模分析	23
三、华东地区市场规模分析	24
四、华中地区市场规模分析	24

五、华南地区市场规模分析 25

六、西部地区市场规模分析 25

第三章 中国健康秤行业品牌需求与消费者偏好调查 27

第一节 2009-2014年健康秤产销量统计分析 27

一、2009-2014年健康秤产量统计分析 27

二、2009-2014年健康秤销量统计分析 27

第二节 2009-2014年国内健康秤行业品牌产品平均价格走势分析 28

第三节 健康秤产品目标客户群体调查 28

一、不同收入水平消费者偏好调查 28

二、不同年龄的消费者偏好调查 29

三、不同地区的消费者偏好调查 30

第四节 健康秤产品的品牌市场调查 30

一、消费者对健康秤品牌认知度宏观调查 30

二、消费者对健康秤产品的品牌偏好调查 31

三、消费者对健康秤品牌的首要认知渠道 32

四、消费者经常购买的健康秤品牌调查 33

五、健康秤品牌忠诚度调查 33

六、消费者的消费理念调研 34

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析 34

一、价格敏感程度 34

二、品牌的影响 35

三、购买方便的影响 35

四、广告的影响程度 36

五、包装的影响程度 36

第四章 中国健康秤行业品牌产品市场供需渠道分析 37

第一节 销售渠道特征分析 37

一、供需渠道定义 37

二、供需渠道格局 37

三、供需渠道形式 37

四、供需渠道要素对比 37

第二节 中国健康秤销售渠道分析	39
一、健康秤销售渠道概述	39
二、分销渠道建立模式分析	40
三、商业礼品渠道特征分析	41
第三节 销售渠道对健康秤行业品牌发展的重要性	41
第四节 健康秤行业销售渠道的重要环节分析	42
一、批发商	42
二、零售商（无店铺零售、店铺零售）	43
三、代理商	43
第五节 中国健康秤行业品牌产品重点区域市场渠道情况分析	44
一、华东	44
二、华南	45
三、华北	45
四、西部	46
第六节 销售渠道发展趋势分析	47
一、渠道运作趋势发展	47
二、渠道支持趋势发展	47
三、渠道格局趋势发展	48
四、渠道结构扁平化趋势发展	48
第七节 销售渠道策略分析	50
一、直接渠道或间接渠道的营销策略	50
二、长渠道或短渠道的营销策略	51
三、宽渠道或窄渠道的营销策略	51
四、单一销售渠道和多销售渠道策略	52
五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略	52
第八节 销售渠道决策的评估方法	53
一、销售渠道评估数学模型介绍	53
二、财务评估法介绍	55
三、交易成本评估法介绍	55
四、经验评估法介绍	55
第五章 2009-2014年国内健康秤行业进出口市场情况分析	57

第一节 2009-2014年体重计（包括婴儿秤、家用秤）进口分析 57

一、体重计（包括婴儿秤、家用秤）进口数量情况 57

二、体重计（包括婴儿秤、家用秤）进口金额分析 57

三、体重计（包括婴儿秤、家用秤）进口来源分析 58

四、体重计（包括婴儿秤、家用秤）进口价格分析 59

第二节 2009-2014年体重计（包括婴儿秤、家用秤）出口分析 60

一、体重计（包括婴儿秤、家用秤）出口数量情况 60

二、体重计（包括婴儿秤、家用秤）出口金额分析 61

三、体重计（包括婴儿秤、家用秤）出口流向分析 61

四、体重计（包括婴儿秤、家用秤）出口价格分析 63

第六章 国内健康秤行业优势品牌企业分析 64

第一节 江苏苏宏医疗器械有限公司 64

一、企业基本情况介绍 64

二、企业产品架构分析 64

三、企业健康秤产品分析 65

四、企业经营情况分析 65

第二节 深圳市倍泰健康测量分析技术有限公司 66

一、企业基本情况介绍 66

二、企业产品架构分析 66

三、企业健康秤产品分析 67

四、企业经营情况分析 68

五、企业最新发展动态 68

第三节 中山市汇宝电子衡器有限公司 69

一、企业基本情况介绍 69

二、企业产品架构分析 70

三、企业健康秤产品分析 70

四、企业经营情况分析 71

第四节 中山市永衡日用制品有限公司 72

一、企业基本情况介绍 72

二、企业健康秤产品分析 72

三、企业经营情况分析 73

四、企业最新发展动态 73

第五节 上海友声衡器有限公司 74

一、企业基本情况介绍 74

二、企业产品架构分析 74

三、企业经营情况分析 75

四、企业产品特点分析 75

第六节 广东香山衡器集团股份有限公司 76

一、企业基本情况介绍 76

二、企业健康秤产品分析 76

三、企业竞争优势分析 77

第七节 百利达(上海)商贸有限公司 78

一、企业基本情况介绍 78

二、企业产品架构分析 78

三、企业健康秤产品分析 79

第八节 永康市永州衡器有限公司 80

一、企业基本情况介绍 80

二、企业健康秤产品分析 80

三、企业经营情况分析 81

第九节 可瑞尔科技(扬州)有限公司 82

一、企业基本情况介绍 82

二、企业健康秤产品分析 82

三、企业经营情况分析 82

第七章 国内健康秤行业品牌竞争格局分析 84

第一节 健康秤行业历史竞争格局概况 84

一、健康秤行业集中度分析 84

二、健康秤行业竞争程度分析 84

第二节 健康秤行业企业竞争状况分析 84

一、领导企业的市场力量 84

二、其他企业的竞争力 85

第三节 2015-2020年国内健康秤行业品牌竞争格局展望 86

第八章 2015-2020年国内健康秤行业品牌发展预测 88

第一节 2015-2020年健康秤行业发展预测 88

一、2015-2020年健康秤行业销售收入预测 88

二、2015-2020年健康秤行业总产值预测 88

第二节 2015-2020年健康秤行业供需预测 89

一、2015-2020年健康秤产量预测 89

二、2015-2020年健康秤需求预测 89

三、2015-2020年主要健康秤产品进出口预测 90

第三节 2015-2020年健康秤行业投资机会 91

一、2015-2020年健康秤行业主要领域投资机会 91

二、2015-2020年健康秤行业出口市场投资机会 92

三、2015-2020年健康秤行业企业的多元化投资机会 93

第四节 影响健康秤行业发展的主要因素 94

一、2015-2020年影响健康秤行业运行的有利因素分析 94

二、2015-2020年影响健康秤行业运行的稳定因素分析 95

三、2015-2020年影响健康秤行业运行的不利因素分析 96

四、2015-2020年我国健康秤行业发展面临的挑战分析 97

五、2015-2020年我国健康秤行业发展面临的机遇分析 97

第五节 健康秤行业投资风险及控制策略分析 98

一、2015-2020年健康秤行业市场风险及控制策略 98

二、2015-2020年健康秤行业政策风险及控制策略 98

三、2015-2020年健康秤行业经营风险及控制策略 99

四、2015-2020年健康秤行业技术风险及控制策略 101

五、2015-2020年健康秤行业同业竞争风险及控制 102

第九章 2015-2020年国内健康秤行业品牌投资价值与投资策略分析 103

第一节 行业SWOT模型分析 103

一、优势分析 103

二、劣势分析 103

三、机会分析 103

四、威胁分析 104

第二节 健康秤行业发展的PEST分析 104

- 一、政治和法律环境分析 104
- 二、行业发展经济环境 105
- 三、社会、文化与自然环境分析 107
- 四、技术发展环境分析 109
- 第三节 健康秤行业投资价值分析 110
 - 一、2015-2020年健康秤发展趋势分析 110
 - 二、2015-2020年健康秤市场发展空间 111
 - 三、2015-2020年健康秤产业政策趋向 112
 - 四、2015-2020年健康秤技术革新趋势 113
 - 五、2015-2020年健康秤价格走势分析 113
- 第四节 健康秤行业投资风险分析 114
 - 一、宏观调控风险 114
 - 二、市场竞争风险 114
 - 三、产业政策风险 115
 - 四、技术创新风险 115
 - 五、原料价格风险 116
- 第五节 健康秤行业投资策略分析 116
 - 一、重点投资品种分析 116
 - 二、重点投资地区分析 116
 - 三、市场进入模式分析 117
 - (一) 投资建厂 117
 - (二) OEM贴牌生产 117
- 第十章 业内专家对国内健康秤行业总结及企业经营战略建议 119
 - 第一节 健康秤行业问题总结 119
 - 第二节 2015-2020年健康秤行业企业的标杆管理 119
 - 一、国内企业的经验借鉴 119
 - 二、国外企业的经验借鉴 120
 - 第三节 2015-2020年健康秤行业企业的资本运作模式 121
 - 一、健康秤行业企业国内资本市场的运作建议 121
 - (一) 健康秤行业企业的兼并及收购建议 121
 - (二) 健康秤行业企业的融资方式选择建议 123

- 二、健康秤行业企业海外资本市场的运作建议 124
- 第四节 2015-2020年健康秤行业企业营销模式建议 125
 - 一、健康秤行业企业的国内营销模式建议 125
 - (一) 健康秤行业企业的渠道建设 125
 - (二) 健康秤行业企业的品牌建设 126
 - 二、健康秤行业企业海外营销模式建议 128
 - (一) 健康秤行业企业的海外细分市场选择 128
 - (二) 健康秤行业企业的海外经销商选择 128
- 第五节 健康秤市场的重点客户战略实施 129
 - 一、实施重点客户战略的必要性 129
 - 二、合理确立重点客户 131
 - 三、对重点客户的营销策略 133

图表目录：

- 图表 1 2014年国内生产总值构成及增长速度统计 11
- 图表 2 2009-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图 12
- 图表 3 2014年规模以上企业工业增加值增长速度趋势图 13
- 图表 4 2014年规模以上工业企业营业收入与利润总额同比增速 13
- 图表 5 2009-2014年中国全社会固定资产投资增长趋势图 14
- 图表 6 2009-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 15
- 图表 7 2009-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 16
- 图表 8 2009-2014年农村居民人均纯收入及增长趋势图 16
- 图表 9 2014年中国居民消费价格月度变化趋势图 17
- 图表 10 2009-2014年中国健康秤市场规模及其变化趋势图 22
- 图表 11 中国健康秤市场区域结构图 23
- 图表 12 2009-2014年东北地区健康秤市场规模变化趋势图 23
- 图表 13 2009-2014年华北地区健康秤市场规模变化趋势图 24
- 图表 14 2009-2014年东北地区健康秤市场规模变化趋势图 24
- 图表 15 2009-2014年华中地区健康秤市场规模变化趋势图 25
- 图表 16 2009-2014年华南地区健康秤市场规模变化趋势图 25
- 图表 17 2009-2014年西部地区健康秤市场规模变化趋势图 26
- 图表 18 2009-2014年中国健康秤产量及其变化趋势图 27

图表 19 2009-2014年中国健康秤销售量及其变化趋势图 28

图表 20 2009-2014年中国健康秤产品平均价格走势 28

图表 21 不同收入水平消费者对健康秤产品的偏好 29

图表 22 不同年龄消费者对健康秤的购买偏好 29

图表 23 不同地区消费者对健康秤的偏好 30

图表 24 消费者对健康秤的品牌认知度宏观调查 31

图表 25 消费者对健康秤产品的品牌偏好调查 31

图表 26 消费者对健康秤品牌的认知渠道调查 32

图表 27 消费者经常购买的健康秤品牌调查 33

图表 28 健康秤品牌忠诚度调查 34

图表 29 消费者的消费理念调研结果统计 34

图表 30 中国健康秤厂商销售渠道图 40

图表 31 华东地区健康秤销售渠道分布图 45

图表 32 华南地区健康秤销售渠道分布图 45

图表 33 华北地区健康秤销售渠道分布图 46

图表 34 西部地区健康秤销售渠道分布图 46

图表 35 各种营销渠道渠道的成本分析 54

图表 36 各种营销渠道渠道的毛利分析 54

图表 37 2009-2014年中国体重计（包括婴儿秤、家用秤）进口数量统计 57

图表 38 2009-2014年中国体重计（包括婴儿秤、家用秤）进口金额统计 57

图表 39 2009-2014年中国体重计（包括婴儿秤、家用秤）进口金额增长趋势图 58

图表 40 2014年中国体重计（包括婴儿秤、家用秤）进口来源地情况 58

图表 41 2014年中国体重计（包括婴儿秤、家用秤）进口来源地结构分布图 59

图表 42 2014年中国体重计（包括婴儿秤、家用秤）进口来源地情况 59

图表 43 2009-2014年中国体重计（包括婴儿秤、家用秤）进口均价情况 60

图表 44 2009-2014年中国体重计（包括婴儿秤、家用秤）进口均价趋势图 60

图表 45 2009-2014年中国体重计（包括婴儿秤、家用秤）出口数量统计 60

图表 46 2009-2014年中国体重计（包括婴儿秤、家用秤）出口金额统计 61

图表 47 2009-2014年中国体重计（包括婴儿秤、家用秤）出口金额增长趋势图 61

图表 48 2014年中国体重计（包括婴儿秤、家用秤）出口流向情况 62

图表 49 2014年中国体重计（包括婴儿秤、家用秤）出口流向结构分布图 62

图表 50 2014年中国体重计（包括婴儿秤、家用秤）出口流向情况 62

图表 51 2009-2014年中国体重计（包括婴儿秤、家用秤）出口均价情况 63

图表 52 2009-2014年中国体重计（包括婴儿秤、家用秤）出口均价趋势图

图表 53 江苏苏宏医疗器械有限公司产品系列表 64

图表 54 江苏苏宏医疗器械有限公司健康秤产品系列表 65

图表 55 江苏苏宏医疗器械有限公司健康秤产品展示 65

图表 56 江苏苏宏医疗器械有限公司收入及利润统计 66

图表 57 深圳市倍泰健康测量分析技术有限公司产品系列 67

图表 58 深圳市倍泰健康测量分析技术有限公司健康秤产品情况 67

图表 59 深圳市倍泰健康测量分析技术有限公司智能健康秤产品 68

图表 60 深圳市倍泰健康测量分析技术有限公司收入及利润统计 68

图表 61 中山市汇宝电子衡器有限公司产品系列表 70

图表 62 中山市汇宝电子衡器有限公司健康秤系列表 70

图表 63 中山市汇宝电子衡器有限公司电子人体秤产品展示 71

图表 64 中山市汇宝电子衡器有限公司收入及利润统计 71

图表 65 中山市永衡日用制品有限公司健康秤产品系列 72

图表 66 中山市永衡日用制品有限公司人体脂肪水份秤产品展示 73

图表 67 中山市永衡日用制品有限公司收入及利润统计 73

图表 68 上海友声衡器有限公司产品架构表 75

图表 69 上海友声衡器有限公司收入及利润统计 75

图表 70 广东香山衡器集团股份有限公司的多功能电子脂肪秤产品展示 77

图表 71 百利达(上海)商贸有限公司的产品系列 79

图表 72 百利达(上海)商贸有限公司健康秤产品系列表 79

图表 73 百利达(上海)商贸有限公司脂肪秤产品展示 80

图表 74 永康市永州衡器有限公司的健康秤系列产品情况 81

图表 75 永康市永州衡器有限公司的健康秤产品展示 81

图表 76 永康市永州衡器有限公司收入及利润统计 81

图表 77 可瑞尔科技(扬州)有限公司健康秤产品类型表 82

图表 78 可瑞尔科技(扬州)有限公司收入及利润统计 83

图表 79 2014年中国健康秤行业企业数量区域分布结构 84

图表 80 中国部分健康秤生产企业统计 86

图表 81 2015-2020年中国健康秤行业销售收入预测趋势图 88

图表 82 2015-2020年中国健康秤行业总产值预测趋势图 89

图表 83 2015-2020年中国健康秤行业产量预测趋势图 89
图表 84 2015-2020年中国健康秤行业销售量预测趋势图 90
图表 85 2015-2020年中国家用秤产品进口额预测趋势图 90
图表 86 2015-2020年中国家用秤产品出口额预测趋势图 91
图表 87 2009-2014年中国15-64岁女性人口数量统计 91
图表 88 2009-2014年中国60岁以上老年人口数量及占比统计 93
图表 89 2009-2014年中国65岁以上老年人口数量及占比统计 94
图表 90 2009-2014年城镇人均现金消费支出额变化趋势图 96
图表 91 2009-2014年农村人均现金消费支出额变化趋势图 96
图表 92 2009-2014年中国城乡居民医疗保健支出统计 98
图表 93 衡器产品出口退税率统计 105
图表 94 2009-2014年中国人口数量及增长率变化趋势图 107
图表 95 2014年中国人口数量及其构成情况统计 108
图表 96 2014年末中国各年龄段人口比重 108
图表 97 2006-2015年中国城镇化率变化趋势图 109
图表 98 国内部分脂肪秤厂商参数设置标准 110

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/dianzi/338477WVCJ.html>