

2017-2023年中国健身机行业 市场分析与发展趋势预测报告

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

《2017-2023年中国健身机行业市场分析与发展趋势预测报告》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/jixie/E171616IHS.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

健身机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。

中国健身机行业的发展始于20世纪80年代末，随着中国加入WTO和北京申奥的成功，为健身机行业的发展提供了有利条件和发展机遇，健身队伍的不断扩大为健身机生产商带来浓厚商机。

中国健身机行业在迅速发展的同时，一些问题也日益显露出来。特别是在国际市场缺乏知名品牌，产品附加值较低，同时，与国际先进水平相比，中国不少生产企业还处在仿制生产阶段，产品研发和技术创新能力不足。在消费领域，与欧美等发达国家相比，健身机产品在家庭的普及率及用于健身运动的人均消费还很低。

因此，中国健身机工业企业必须抓住新的发展形势，加大科技创新，努力提高产品质量，加强自主研发能力，有关部门应尽快制订出健身机统一的技术安全标准，加强售后服务。只有这样才能在新形势下立于不败之地。

序列 公司名称 基本情况介绍 1 英派斯Impulse 青岛英派斯健康科技股份有限公司，健身器材-健身会所十大品牌，创建于1991年，国民健康解决方案的提供者和服务商，以专业开发、生产各种室内、外健身器材称誉于世的高新技术企业。青岛英派斯创建于1991年，经过20多年的发展，率先构筑了从健身器材的设计研发、生产销售，到经营连锁健身俱乐部、提供健身培训和健康管理服务的全产业链模式。公司下辖多家子、分公司，销售网点和连锁健身俱乐部遍布全国，公司已成为国内最具规模的健康产业集团。 2 舒华 舒华股份有限公司，创建于1996年，是一家集产品研发、生产制造、营销推广、品牌运作为一体的规模化、多元化生产型企业集团。产品包括家用健身器材、商用健身器材、室外健身设施、按摩器材、商业空间道具等产品，是行业内产业链最为完整的企业之一。公司目前拥有现代化生产基地，公司总部占地65亩，建筑面积60000平方米；台商分公司占地280亩，现有建筑面积110000平方米，另有在建办公楼、宿舍、厂房88000平方米，合计198000平方米；河南商丘公司占地376亩，拟建厂房125000平方米，办公楼、宿舍等综合配套25000平方米。 3 好家庭GoodFamily 深圳市好家庭实业有限公司创建于1994年，拥有多个自有品牌，拥有体育健身器材和体育用品的研发、设计、制造、经销等实力，一直秉承“传播健康理念，倡导健康生活方式，最大程度满足民众对健康生活的需求”的企业宗旨，以核心自主知识产权、现代物流、个性服务为基础运营模式，依托全国市场网络，全面服务于中国健身器材市场。 4 万年青WNQ 万年青（上海）运动器材有限公司，健身器材十大品牌，跑步机十大品牌，中国体育用品联合会健身器材分会副会长单位，国内运动器材的领先者之一。万年青秉

承“创世界名牌、做健身器材中的F1”的经营理念。拥有一支技术力量雄厚的产品研发队伍和团结严谨的市场营销团队。并按最新标准的要求通过了ISO9001:2008国际质量管理体系认证、ISO14001:2004环境管理体系认证、OHSAS18001:2007职业健康安全管理体系认证，同时主要产品均通过CE及GS认证，并严格执行国家新制定的GB17498-2008系列标准。公司当选为中国体育用品联合会健身器材分会副会长单位，同时成为美国“IHRSA”首期会员及中国企业家联合会会员单位。

5 乔山Johnson 乔山健康科技（上海）有限公司，健身器材十大品牌，始于1975年台湾，其跑步机性价比尤为高，从事专业设计、制造及行销健身器材的跨国集团公司。乔山健康科技集团是一家从事专业设计、制造及行销健身器材的跨国集团公司。公司成立于1975年，总公司设立于中国台湾，目前在世界18个国家及地区设立了行销子公司(美国、英国、德国、法国、意大利、西班牙、中国、日本、泰国、马来西亚、台湾等)，拥有台湾与上海两个生产基地。

6 澳瑞特ORIENT 澳瑞特健身器，中国名牌产品、国家免检产品、国内同行业身价最高的品牌，产品遍及京、沪、穗、汉、沈等众多城市大街小巷和数以万计的家庭。澳瑞特不仅让“长治造”遍布了神州大地，而且出口美国、欧洲、澳大利亚、中东、东南亚等20多个国家和地区，成为长治市一张铮亮的“城市名片”。

7 汇祥 山东汇祥健身器材有限公司，跑步机十大品牌，健身器材十大品牌，山东名牌，山东省著名商标，高新技术企业,科技创新优秀企业，中国文教体育用品协会副理事长单位，山东省健身器材行业知名企业。汇祥以“致力于为广大缔造快乐健康”为企业运营使命，以“专业创新、卓越品质、诚信服务、合作共赢”为核心价值观，结合国际健康产业发展趋势，针对社会健身机构多层次需求，全力开发中高档次系列健身产品，为中国全民健康工程努力奉献高品质产品和服务。

8 康乐佳 厦门康乐佳运动器材有限公司，十大踏步机品牌，福建省著名商标，福建名牌产品，厦门市著名商标，健身运动器材行业颇具影响力的专业生产商，高新技术企业。厦门康乐佳运动器材有限公司是一家致力于推进运动器材创新，打造中国国际健身运动品牌的专业厂家。目前，公司生产、销售十大系列三百多个品种，主要有：健身车、踏步机、举重床、按摩机、划船器、太空漫步机、仰卧板、跑步机、综合型健身器材等系列。

9 英吉多 山东英吉多健康产业有限公司，健身器材十大品牌，高新技术企业，山东省著名商标，山东省名牌产品，中国轻工业体育用品行业优秀企业，山东省重点培育和发展的国际知名品牌，中国文教体育用品协会第七届理事会副理事长。山东英吉多健康产业有限公司成立于1995年，是“国家高新技术企业”、“中国轻工业体育用品行业优秀企业”，中国体育用品联合会常务理事单位和中国文教体育用品协会副理事长单位。英吉多是一家注重科技研发与产品质量的创新型企业。在设计生产过程中严格遵循人体工程学原理，采用PDM集成软件设计开发，以自动激光切割机等专业设备精确加工。所设计和生产的各类高端室内

外健身器材、康复器材、休闲器材等畅销全球三十多个国家和地区。 10 铁人IRONMAN南通铁人运动用品有限公司，健身器材十大品牌，江苏省名牌产品，江苏省著名商标，江苏省出口名牌，中国体育用品联合会理事单位，中国文教体育用品协会常务理事单位，国家行业标准起草单位。

智研数据研究中心发布的《2017-2023年中国健身机行业市场分析与发展趋势预测报告》共十二章。首先介绍了健身机相关概念及发展环境，接着分析了中国健身机规模及消费需求，然后对中国健身机市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国健身机面临的机遇及发展前景。您若想对中国健身机有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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。

报告目录:

第一章 健身机产品行业基本概况 16

第一节 健身机定义 16

一、产品定义 16

二、产品分类 16

三、产品用途 16

第二节 健身机产业的发展生命周期判研 16

第三节 健身机产业链分析 17

一、产业链模型介绍 17

二、健身机产业链模型分析 20

第四节 我国健身机产业发展的“波特五力模型”分析 17

一、“波特五力模型”介绍 17

二、健身机产业环境的“波特五力模型”分析 18

1、现有企业间竞争 18

2、潜在进入者分析 19

3、替代品威胁分析 19

4、供应商议价能力 19

5、客户议价能力 19

第四节 我国健身机行业市场发展“SWOT”分析 19

一、“SWOT模型”介绍 19

1、优势--机会（SO）战略 19

2、优势--威胁（ST）战略 20

3、弱点--机会（WO）战略 20

4、弱点--威胁（WT）战略 20

二、健身机市场发展的“SWOT”分析 20

1、行业发展强势分析 20

2、行业发展弱势分析 21

3、行业发展机会 21

4、行业发威胁 21

第二章 健身机行业宏观环境发展分析 22

第一节 2013-2016年中国经济环境分析 22

一、2013-2016年宏观经济 22

二、2013-2016年工业形势 24

三、2013-2016年固定资产投资 25

第二节 2013-2016年中国健身机行业发展政策环境分析 27

一、行业政策影响分析 27

二、相关行业标准分析 28

第三节 2013-2016年中国健身机行业发展社会环境分析 28

一、2013-2016年居民消费水平分析 28

二、2013-2016年工业发展形势分析 29

第三章 健身机行业生产环境分析 30

第一节 健身机行业总体规模 30

第二节 健身机产能概况 31

一、2013-2016年产能分析 31

二、2017-2023年产能预测 32

第三节 健身机市场容量发展分析 32

一、2013-2016年市场容量分析 32

二、2017-2023年市场容量预测	34
第三节 健身机产量发展及趋势预测	35
一、2013-2016年产量分析	35
二、2017-2023年产量预测	36
第四章 健身机产品价格影响因素分析及价格趋势预测	37
第一节 国内产品价格影响因素分析	37
第二节 国内产品2013-2016年价格回顾	38
第三节 国内产品当前市场价格及评述	38
第四节 国内产品2017-2023年期间价格走势预测	39
第五章 健身机行业技术发展环境分析	40
第一节 产品工艺设备采购渠道分析	40
第二节 健身机产品国内外技术比较分析	41
一、2015年健身机产品技术变化特点	41
二、国外主要生产工艺	41
三、国内主要生产方法	42
第三节 健身机技术发展趋势预测	42
第六章 健身机产业供需发展环境分析	43
第一节 2013-2016年市场供需状况分析	43
一、2013-2016年健身机产量发展分析	43
二、2013-2016年健身机消费量发展分析	44
第二节 健身机的经销模式	44
一、健身机营销模式分析	44
二、健身机主要销售渠道分析	45
1、直效营销模式	45
2、分公司营销模式	47
3、代理营销模式	47
4、关联营销模式	48
第三节 产品竞争策略分析	48
一、提高产品附加值	48

二、提升营销水平和品牌宣传48

三、产品选择策略 48

四、销售竞争策略 48

第四节 未来5年内中国健身机市场供需格局预测 49

一、供给预测 49

二、需求预测 49

三、供需格局趋势 50

第七章 2013-2016年中国健身机的市场消费者调查分析 51

第一节 2013-2016年中国健身机市场消费者调查 51

一、性别结构分析 51

二、年龄结构分析 51

三、职业结构分析 52

四、收入结构分析 52

第二节 2013-2016年中国影响消费者购买健身机的因素分析 53

一、品牌倾向 53

二、产品性能/用途 54

三、价格期望 54

四、售后服务 55

第八章 2013-2016年中国健身机制造行业主要数据监测分析 56

第一节 2013-2016年中国健身机制造业规模分析 56

一、企业数量增长分析 56

二、从业人数增长分析 56

三、资产规模增长分析 57

第二节 2015年中国健身机制造业结构分析 58

一、企业数量结构分析 58

二、销售收入结构分析 59

第三节 2013-2016年中国健身机制造业产值分析 60

一、产成品增长分析 60

二、工业销售产值分析 61

第四节 2013-2016年中国健身机制造业成本费用结构分析 62

第五节 2013-2016年份中国健身机制造业盈利能力分析 63

一、行业盈利能力分析 64

二、行业偿债能力分析 64

三、行业营运能力分析 65

第九章 健身机2013-2016年进出口市场分析 66

第一节 全球进出口市场价格互动机制研究 66

第二节 代表性国家和地区进出口市场分析 66

一、分国别进口概况 66

二、分国别出口概况 67

第三节 中国健身机行业历史进出口总量变化 68

一、健身机行业近3年内进口总量变化 68

二、健身机行业近3年内出口总量变化 69

三、近三年内健身机进出口差量变动情况 70

第四节 中国健身机行业历史进出口结构变化 70

一、健身机行业当年内进口来源情况分析 71

二、健身机行业当年内出口去向分析 73

第五节 中国健身机行业进出口态势展望 76

一、中国健身机进出口的主要影响因素分析 76

二、健身机行业未来5年内中国进口预测分析 77

三、健身机行业未来5年内中国出口态势展望 78

第十章 健身机地区市场竞争分析 79

第一节 中国健身机区域销售市场结构变化 79

第二节 华北地区销售分析 79

一、华北地区城市图示 79

二、华北地区用户消费者偏好调查（技术、价格、售服等） 80

三、2013-2016年华北地区健身机产业市场规模发展趋势分析 81

四、华北地区主要生产或代理厂商的联系方式 82

第三节 华东地区销售分析 83

一、华东地区城市图示 83

二、华东地区用户消费者偏好调查（技术、价格、售服等） 84

三、2013-2016年华东地区健身机产业市场规模发展趋势分析	85
四、华东地区主要生产或代理厂商的联系方式	86
第四节 华南地区销售分析	86
一、华南地区城市图示	86
二、华南地区用户消费者偏好调查（技术、价格、售服等）	87
三、2013-2016年华南地区健身机产业市场规模发展趋势分析	88
四、华南地区主要生产或代理厂商的联系方式	89
第五节 西北地区销售分析	89
一、西北地区城市图示	89
二、西北地区用户消费者偏好调查（技术、价格、售服等）	90
三、2013-2016年西北地区健身机产业市场规模发展趋势分析	91
四、西北地区主要生产或代理厂商的联系方式	92
第六节 东北地区销售分析	93
一、东北地区城市图示	93
二、东北地区用户消费者偏好调查（技术、价格、售服等）	94
三、2013-2016年东北地区健身机产业市场规模发展趋势分析	95
四、东北地区主要生产或代理厂商的联系方式	96
第七节 华中地区销售分析	96
一、华中地区城市图示	96
二、华中地区用户消费者偏好调查（技术、价格、售服等）	97
三、2013-2016年华中地区健身机产业市场规模发展趋势分析	98
四、华中地区主要生产或代理厂商的联系方式	99
第八节 西南地区销售分析	99
一、西南地区城市图示	99
二、西南地区用户消费者偏好调查（技术、价格、售服等）	100
三、2013-2016年西南地区健身机产业市场规模发展趋势分析	101
四、西南地区主要生产或代理厂商的联系方式	102
第十一章 健身机行业上下游产业链发展环境分析	103
第一节 健身机行业上游行业分析	103
一、主要原材料介绍	103
二、重点上游行业发展现状	103

- 三、重点上游行业发展趋势预测 103
- 四、行业新动态及其对健身机行业的影响 104
- 五、行业竞争状况及其对健身机行业的意义 104
- 第二节 健身机行业下游行业分析 105
 - 一、主要应用领域分析 105
 - 二、主要下游行业发展现状 105
 - 三、主要下游行业发展趋势预测 105
 - 四、主要下游行业市场现状分析 106
 - 五、行业新动态及其对健身机行业的影响 107
 - 六、行业竞争状况及其对健身机行业的意义 107

第十二章 健身机特色生产及销售厂家分析 108

第一节 企业A 108

- 一、企业发展简况分析109
- 二、企业经营情况分析109
- 三、企业经营优劣势分析 109

第二节 企业B 110

- 一、企业发展简况分析110
- 二、企业经营情况分析111
- 三、企业经营优劣势分析 111

第三节 企业 C 112

- 一、企业发展简况分析112
- 二、企业经营情况分析113
- 三、企业经营优劣势分析 113

第四节 企业 D 113

- 一、企业发展简况分析114
- 二、企业经营情况分析114
- 三、企业经营优劣势分析115

第五节 企业 E 115

- 一、企业发展简况分析116
- 二、企业经营情况分析117
- 三、企业经营优劣势分析 117

第十三章 健身机产业政策及贸易预警 118

第一节 国内健身机行业税收政策分析 118

第二节 国内外环保规定 118

一、中国相关环保规定 118

二、国外相关环保规定 118

第三节 贸易预警 119

一、可能涉及的倾销及反倾销 119

二、可能遭遇的贸易壁垒及技术壁垒 119

第四节 近期人民币汇率变化的影响 119

第五节 我国与主要市场贸易关系稳定性分析 120

一、美国 120

二、欧洲 120

三、日本 121

四、韩国 121

五、大陆与台湾 122

第十四章 健身机行业未来五年内投资趋势及投资风险分析 123

第一节 2015年健身机行业投资情况分析 123

一、2015年总体投资结构 123

二、2015年投资规模情况 123

三、2015年投资增速情况 123

四、2015年分地区投资分析 123

第二节 健身机行业投资机会分析 124

一、健身机投资项目分析 124

二、可以投资的健身机模式 125

三、2017-2023年健身机投资机会 125

四、2017-2023年健身机投资新方向 126

第三节 2017-2023年中国健身机行业投资方向分析 126

一、未来健身机投资方向分析 126

二、未来健身机行业技术开发方向 127

第四节 2017-2023年中国健身机行业投资风险分析 127

- 一、经济环境风险分析 127
- 二、产业政策环境风险分析 128
- 三、市场竞争风险 129
- 四、原材料压力风险分析 129
- 五、技术风险分析 129
- 六、经营风险 129
- 七、其他风险 130
 - 1、财务风险 130
 - 2、企业出口风险分析 130
 - 3、外资进入现状及对未来市场的威胁 130

第十五章 健身机行业未来五年内投资战略研究 131

第一节 2017-2023年中国健身机行业投资策略分析 131

- 一、健身机行业投资策略 131
- 二、健身机行业投资筹划策略 131
- 三、健身机行业品牌竞争战略 132

第二节 2017-2023年中国健身机行业“十三五”建设策略 132

- 一、健身机行业发展规划 132
- 二、健身机行业建设重点 132
- 三、健身机行业优秀企业成功之道 132 (ZY LT)

图表目录：

- 图表 健身机产业的发展生命周期判研 16
- 图表 产业链模型介绍 17
- 图表 “波特五力模型”介绍 17
- 图表 “SWOT模型”介绍 19
- 图表 2013-2016年GDP及增长变化图 21
- 图表 2013-2016年工业形势 24
- 图表 2013-2016年国内固定资产投资及增长变化图 25
- 图表 2013-2016年居民消费价格指数（CPI） 28
- 图表 2013-2016年工业增加值增长速度 29
- 图表 2013-2016年健身机行业产能分析 31

图表 2017-2023年健身机行业产能预测 32
图表 2013-2016年健身机市场容量分析 32
图表 2017-2023年健身机市场容量预测 34
图表 2013-2016年1-6月健身机行业产量分析 35
图表 2017-2023年健身机行业产量预测 36
图表 健身机产品价格影响因素示意图 37
图表 健身机产品2013-2016年价格走势图 38
图表 健身机产品2017-2023年期间价格趋势预测变化图 39
图表 2013-2016年健身机行业产量发展分析 43
图表 2013-2016年健身机行业消费量发展分析 44
图表 未来5年内中国健身机市场供需格局预测 60
图表 2017-2023年健身机行业供给预测 60
图表 2017-2023年健身机行业需求预测 60
图表 2017-2023年健身机行业供需格局预测 61
更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jixie/E171616IHS.html>