

2016-2022年中国健身器材 市场深度调查与投资方向研究报告

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

《2016-2022年中国健身器材市场深度调查与投资方向研究报告》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/K77161DS1V.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

中国健身器材行业的发展始于20世纪80年代末，虽然起步较晚，但发展很快。随着生活水平的提高，人们的消费能力以及消费观念的不断改变，人们的健康意识也越来越强，人们在健身方面的投资也日益增加，我国健身器材行业呈现出了国内外市场销售稳定提高的良好发展态势。

2004年，整机生产企业近数百家和工业总产值70多亿元，到2009年，整机生产企业数和工业总产值分别增加至150家和600多亿元。我国健身器材行业呈现出了国内外市场销售稳定提高的良好发展态势。

2010年，我国运动器材行业规模以上企业则实现销售收入830.43亿元，同比增长28.54%。2011年，中国体育用品行业出口总额为159.16亿美元，实现贸易顺差152.4亿美元。其中，运动器材出口额占出口总额的48.87%。2012年训练健身器材制造行业实现销售收入292.15亿元，同比增长5.60%。2014年，我国运动器材行业规模以上企业则实现销售收入1254.31亿元。

未来欧洲，亚洲和拉丁美洲将是市场的主要增长点，逐渐富裕的人群将会提高自己对健康生活方式的追求，并将成为健身器材的主要消费者。目前国内健身器材行业正在持续增温，许多新厂家不断地进入市场，现有厂家也不断加大投入以巩固现有市场份额，健身市场呈现出一片繁荣的景象。中国健身器材企业要高速发展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器材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。

《2016-2022年中国健身器材市场深度调查与投资方向研究报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了健身器材行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国健身器材做了重点企业经营状况分析，并分析了中国健身器材行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 健身器材相关概述

1.1 健身器材简介

- 1.1.1 健身器材的发展历史
- 1.1.2 健身器材的分类
- 1.1.3 健身器材的技术特点剖析
- 1.2 健身器材安全标准
 - 1.2.1 室内健身器材安全检测标准介绍
 - 1.2.2 室内健身器材的安全性检验
 - 1.2.3 室内健身器材的静态检测
 - 1.2.4 室内健身器材的动态测试

第二章 2011-2013年体育用品行业分析

- 2.1 2011-2013年全球体育用品发展状况
 - 2.1.1 全球体育用品市场规模分析
 - 2.1.2 中东体育用品市场全面解析
 - 2.1.3 美国体育用品市场综述
 - 2.1.4 俄罗斯体育用品市场发展状况良好
 - 2.1.5 加拿大体育用品市场详解
 - 2.1.6 德国体育用品发展态势良好
- 2.2 2011-2013年中国体育用品市场透视
 - 2.2.1 中国体育用品市场发展综述
 - 2.2.2 中国体育用品市场贸易状况
 - 2.2.3 我国体育用品市场透析
 - 2.2.4 我国体育用品行业发展的积极因素
 - 2.2.5 浅析我国体育用品的零售格局
 - 2.2.6 中国体育用品品牌的发展概况
- 2.3 2011-2013年中国体育用品产业竞争分析
 - 2.3.1 中国体育用品市场竞争格局
 - 2.3.2 我国体育用品市场竞争日趋激烈
 - 2.3.3 未来体育用品产业的竞争战略
- 2.4 2011-2013年中国体育用品行业发展中的问题
 - 2.4.1 我国体育用品市场的不足
 - 2.4.2 我国体育用品市场的“软肋”
 - 2.4.3 我国体育用品企业发展瓶颈

- 2.5 中国体育用品发展对策措施
 - 2.5.1 中国体育用品市场发展策略分析
 - 2.5.2 我国体育用品市场的营销战略
 - 2.5.3 中国体育用品业品牌经营策略探讨
 - 2.5.4 成功体育用品企业品牌营销经验借鉴

第三章 2011-2013年健身器材行业发展状况

- 3.1 2011-2013年全球健身器材行业发展状况分析
 - 3.1.1 全球健身器材产业特性分析
 - 3.1.2 全球健身器材产业发展动态
 - 3.1.3 美国健身器材市场发展态势良好
- 3.2 2011-2013年中国健身器材行业发展环境分析
 - 3.2.1 政策环境
 - 3.2.2 宏观经济环境
 - 3.2.3 居民健康意识
 - 3.2.4 人口因素
- 3.3 2011-2013年中国健身器材行业发展状况
 - 3.3.1 中国健身器材行业发展的三个阶段
 - 3.3.2 我国健身器材行业综述
 - 3.3.3 健身器材赢得风投青睐
- 3.4 2011-2013年中国健身器材市场概况(ZY XH)
 - 3.4.1 我国健身器材以欧美为主要外销市场
 - 3.4.2 中国健身器材竞争现状浅析
 - 3.4.3 我国健身器材生产企业状况简析
- 3.5 2011-2013年中国健身器材区域发展状况
 - 3.5.1 中国台湾健身器材产业分析
 - 3.5.2 厦门健身器材业发展态势良好
 - 3.5.3 河北将加大体育健身器材投入
- 3.6 2011-2013年健身器材市场营销分析
 - 3.6.1 中国健身器材行业四种营销模式解析
 - 3.6.2 我国健身器材营销渠道的模式
 - 3.6.3 国内健身器材营销渠道发展面临的难题

3.6.4 我国健身器材市场营销策略剖析

第四章 中国训练健身器材制造行业财务状况

4.1 中国训练健身器材制造业经济规模

4.1.1 2009-2013年6月训练健身器材制造业销售规模

4.1.2 2009-2013年6月训练健身器材制造业利润规模

4.1.3 2009-2013年6月训练健身器材制造业资产规模

4.2 中国训练健身器材制造业盈利能力指标分析

4.2.1 2009-2013年6月训练健身器材制造业亏损面

4.2.2 2009-2013年6月训练健身器材制造业销售毛利率

4.2.3 2009-2013年6月训练健身器材制造业成本费用利润率

4.2.4 2009-2013年6月训练健身器材制造业销售利润率

4.3 中国训练健身器材制造业营运能力指标分析

4.3.1 2009-2013年6月训练健身器材制造业应收账款周转率

4.3.2 2009-2013年6月训练健身器材制造业流动资产周转率

4.3.3 2009-2013年6月训练健身器材制造业总资产周转率

4.4 中国训练健身器材制造业偿债能力指标分析

4.4.1 2009-2013年6月训练健身器材制造业资产负债率

4.4.2 2010-2013年6月训练健身器材制造业利息保障倍数

4.5 中国训练健身器材制造业财务状况综合分析

4.5.1 训练健身器材制造业财务状况综合评价

4.5.2 影响训练健身器材制造业财务状况的经济因素分析

第五章 2011-2013年健身器材行业的挑战与发展

5.1 中国健身器材业的SWOT分析

5.1.1 优势 (Strength)

5.1.2 劣势 (Weakness)

5.1.3 机会 (Opportunity)

5.1.4 威胁 (Threat)

5.2 2011-2013年中国健身器材行业的发展问题透析

5.2.1 我国健身器材产业的发展难点

5.2.2 制约中国健身器材行业发展的瓶颈

- 5.2.3 中国健身器材市场发展的缺陷
- 5.2.4 健身器材发展存在的隐忧
- 5.2.5 健身器材市场低迷的原因分析
- 5.3 中国健身器材行业发展策略
 - 5.3.1 健身器材行业的发展战略
 - 5.3.2 健身器材业发展要防止暴利观念
 - 5.3.3 重视知识产权保护有利于健身器材行业发展
 - 5.3.4 健身器材新标准将促进行业有序发展

第六章 2011-2013年健身器材细分市场分析

- 6.1 家用及室内健身器材
 - 6.1.1 家庭健身器材的种类
 - 6.1.2 影响家用健身器材选择的因素
 - 6.1.3 家用健身器材需求日益增加
 - 6.1.4 家用健身器材发展趋势
 - 6.1.5 未来室内健身器材的发展方向
- 6.2 室外健身器材
 - 6.2.1 室外健身器材概述
 - 6.2.2 室外健身器材的发展概况
 - 6.2.3 室外健身器材发展建议
 - 6.2.4 国标助力我国室外健身器材质量提升
- 6.3 跑步机
 - 6.3.1 跑步机的概述
 - 6.3.2 电动跑步机行业综述
 - 6.3.3 跑步机市场暴利现象严重
 - 6.3.4 跑步机赢取市场的关键
- 6.4 其他
 - 6.4.1 动感单车
 - 6.4.2 划船器
 - 6.4.3 健身车
 - 6.4.4 力量型健身器材

第七章 国内健身器材重点企业分析

7.1 深圳信隆实业股份有限公司

7.1.1 公司简介

7.1.2 2011年1-12月信隆实业经营状况分析

7.1.3 2012年1-12月信隆实业经营状况分析

7.1.4 2013年1-6月信隆实业经营状况分析(ZY XH)

7.1.5 深圳信隆实业股份有限公司发展战略

7.1.6 信隆实业未来发展展望

7.2 厦门钢宇工业有限公司

7.2.1 2006-2012年公司发展状况分析

7.2.2 公司总体规模与盈利状况

7.2.3 公司偿债能力分析

7.2.4 公司营运能力分析

7.2.5 公司获利能力分析

7.2.6 公司成长能力分析

7.3 漳州蒙发利实业有限公司

7.3.1 2006-2012年公司发展状况分析

7.3.2 公司总体规模与盈利状况

7.3.3 公司偿债能力分析

7.3.4 公司营运能力分析

7.3.5 公司获利能力分析

7.3.6 公司成长能力分析

7.4 大东傲胜保健器（苏州）有限公司

7.4.1 2006-2012年公司发展状况分析

7.4.2 公司总体规模与盈利状况

7.4.3 公司偿债能力分析

7.4.4 公司营运能力分析

7.4.5 公司获利能力分析

7.4.6 公司成长能力分析

7.5 乔山健康科技(上海)有限公司

7.5.1 2006-2012年公司发展状况分析

7.5.2 公司总体规模与盈利状况

- 7.5.3 公司偿债能力分析
- 7.5.4 公司营运能力分析
- 7.5.5 公司获利能力分析
- 7.5.6 公司成长能力分析
- 7.6 厦门群鑫机械工业有限公司
 - 7.6.1 2006-2012年公司发展状况分析
 - 7.6.2 公司总体规模与盈利状况
 - 7.6.3 公司偿债能力分析
 - 7.6.4 公司营运能力分析
 - 7.6.5 公司获利能力分析
 - 7.6.6 公司成长能力分析
- 7.7 中山盈亮健康科技有限公司
 - 7.7.1 2006-2012年公司发展状况分析
 - 7.7.2 公司总体规模与盈利状况
 - 7.7.3 公司偿债能力分析
 - 7.7.4 公司营运能力分析
 - 7.7.5 公司获利能力分析
 - 7.7.6 公司成长能力分析
- 7.7 上海东庚金属制品有限公司
 - 7.7.1 2006-2012年公司发展状况分析
 - 7.7.2 公司总体规模与盈利状况
 - 7.7.3 公司偿债能力分析
 - 7.7.4 公司营运能力分析
 - 7.7.5 公司获利能力分析
 - 7.7.6 公司成长能力分析
- 7.9 乔山健身器材(上海)有限公司
 - 7.9.1 2006-2012年公司发展状况分析
 - 7.9.2 公司总体规模与盈利状况
 - 7.9.3 公司偿债能力分析
 - 7.9.4 公司营运能力分析
 - 7.9.5 公司获利能力分析
 - 7.9.6 公司成长能力分析

- 7.10 日照中大机械轻工有限公司
 - 7.10.1 2006-2012年公司发展状况分析
 - 7.10.2 公司总体规模与盈利状况
 - 7.10.3 公司偿债能力分析
 - 7.10.4 公司营运能力分析
 - 7.10.5 公司获利能力分析
 - 7.10.6 公司成长能力分析
- 7.11 南通华亮健身器材有限公司
 - 7.11.1 2006-2012年公司发展状况分析
 - 7.11.2 公司总体规模与盈利状况
 - 7.11.3 公司偿债能力分析
 - 7.11.4 公司营运能力分析
 - 7.11.5 公司获利能力分析
 - 7.11.6 公司成长能力分析
- 7.12 发美利健康器械(上海)有限公司
 - 7.12.1 2006-2012年公司发展状况分析
 - 7.12.2 公司总体规模与盈利状况
 - 7.12.3 公司偿债能力分析
 - 7.12.4 公司营运能力分析
 - 7.12.5 公司获利能力分析
 - 7.12.6 公司成长能力分析
- 7.13 浙江恒耀实业有限公司
 - 7.13.1 2006-2012年公司发展状况分析
 - 7.13.2 公司总体规模与盈利状况
 - 7.13.3 公司偿债能力分析
 - 7.13.4 公司营运能力分析
 - 7.13.5 公司获利能力分析
 - 7.13.6 公司成长能力分析
- 7.14 联兴金属工业(昆山)有限公司
 - 7.14.1 2006-2012年公司发展状况分析
 - 7.14.2 公司总体规模与盈利状况
 - 7.14.3 公司偿债能力分析

- 7.14.4 公司营运能力分析
- 7.14.5 公司获利能力分析
- 7.14.6 公司成长能力分析
- 7.15 上海骐鸿运动用品有限公司
 - 7.15.1 2006-2012年公司发展状况分析
 - 7.15.2 公司总体规模与盈利状况
 - 7.15.3 公司偿债能力分析(ZY XH)
 - 7.15.4 公司营运能力分析
 - 7.15.5 公司获利能力分析
 - 7.15.6 公司成长能力分析
- 7.16 惠阳国威运动器材有限公司
 - 7.16.1 2006-2012年公司发展状况分析
 - 7.16.2 公司总体规模与盈利状况
 - 7.16.3 公司偿债能力分析
 - 7.16.4 公司营运能力分析
 - 7.16.5 公司获利能力分析
 - 7.16.6 公司成长能力分析
- 7.17 江西舒美特运动健身器材有限公司
 - 7.17.1 2006-2012年公司发展状况分析
 - 7.17.2 公司总体规模与盈利状况
 - 7.17.3 公司偿债能力分析
 - 7.17.4 公司营运能力分析
 - 7.17.5 公司获利能力分析
 - 7.17.6 公司成长能力分析
- 7.17 徐州军霞健身器材有限公司
 - 7.17.1 2006-2012年公司发展状况分析
 - 7.17.2 公司总体规模与盈利状况
 - 7.17.3 公司偿债能力分析
 - 7.17.4 公司营运能力分析
 - 7.17.5 公司获利能力分析
 - 7.17.6 公司成长能力分析
- 7.19 朗美(厦门)健身器材有限公司

- 7.19.1 2006-2012年公司发展状况分析
- 7.19.2 公司总体规模与盈利状况
- 7.19.3 公司偿债能力分析
- 7.19.4 公司营运能力分析
- 7.19.5 公司获利能力分析
- 7.19.6 公司成长能力分析
- 7.20 上海荣泰健身科技发展有限公司
 - 7.20.1 2006-2012年公司发展状况分析
 - 7.20.2 公司总体规模与盈利状况
 - 7.20.3 公司偿债能力分析
 - 7.20.4 公司营运能力分析
 - 7.20.5 公司获利能力分析
 - 7.20.6 公司成长能力分析

第八章 2016-2022年健身器材行业发展预测

- 8.1 体育用品发展前景趋势分析
 - 8.1.1 全球体育用品产业未来发展趋势
 - 8.1.2 我国体育用品行业面临的机遇与威胁
 - 8.1.3 我国体育用品行业发展趋势预测
 - 8.1.4 未来我国体育用品业发展的三大方向
 - 8.1.5 未来中国体育用品市场格局或将被改写
 - 8.1.6 中国体育用品业仍有巨大发展空间
- 8.2 国际健身器材行业趋势分析
 - 8.2.1 国外健身器材的发展趋势分析
 - 8.2.2 以全球年龄结构剖析健身器材产业的发展趋势
- 8.3 中国健身器材行业发展前景及趋势
 - 8.3.1 我国健身器材行业前景广阔
 - 8.3.2 中国台湾健身器材产业未来发展方向
 - 8.3.3 未来健身器材行业向网络化发展
- 8.4 2013-2018年中国训练健身器材制造行业预测分析
 - 8.4.1 2013-2018年中国训练健身器材制造行业产值预测
 - 8.4.2 2013-2018年中国训练健身器材制造行业收入预测

8.4.3 2013-2018年中国训练健身器材制造行业利润总额预测

图表目录：

图表 跑步机典型运动模式

图表 典型运动模式下的负载特性

图表 人体各部位动作速度与频率限度

图表 加拿大体育用品制造业出口额变化

图表 加拿大体育用品制造业出口额

图表 消费者需求类型及方式

图表 全球健身器材产品比例

图表 全球健身器材市场各销售通路与分布状况

图表 全球运动器材销售比例

图表 全球健身器材区域市场规模分析

图表 全球健身器材占有率情况分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jixie/K77161DS1V.html>