

2013-2018年中国健身器材 行业竞争格局及投资商机分析报告

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

《2013-2018年中国健身器材行业竞争格局及投资商机分析报告》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/L85043VIT7.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

第一章健身器材相关概述

第一节健身器材的介绍

- 一、健身器材分类
- 二、健身器材的功能
- 三、健身器材的选择方法
- 四、健身器材品牌的发展

第二节健身器材安全标准

- 一、室内健身器材安全检测标准介绍
- 二、室内健身器材的动态测试
- 三、室内健身器材的静态检测
- 四、室内健身器材的安全性检验

第二章体育用品的发展

第一节国外体育用品发展概况

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

第二节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

第三节中国体育用品市场概况

- 一、中国体育用品的零售格局
- 二、2013年体育用品市场分析
- 三、中国体育用品市场上演争霸战
- 四、中国体育用品出口快速增长
- 五、中国体育用品的品牌发展之路

第四节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
- 第五节中国体育用品的发展对策
- 一、中国体育用品品牌发展策略
 - 二、中国体育用品企业发展策略
 - 三、中国体育用品市场发展对策
 - 四、中国体育用品应加快出口步伐

第三章健身器材行业的发展

第一节国外健身器材发展概述

- 一、国际健身器材需求增加
- 二、美国健身器材市场回顾
- 三、德国健身器材市场概况
- 四、国际健身器材品牌介绍

第二节中国健身器材市场分析

- 一、中国健身器材市场概况
- 二、中国健身器材市场特点及结构
- 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
- 五、厦门成为中国最大健身器材出口基地

第三节健身器材市场营销分析

- 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

第四节健身器材行业存在的问题

- 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

第五节健身器材行业的发展策略

- 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

第四章健身器材细分行业分析

第一节家庭健身器

- 一、家庭健身器的种类
- 二、家庭健身器销售升温
- 三、选择家庭健身器的影响因素
- 四、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介绍

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

第五章重点企业介绍

第一节深圳信隆实业股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2011-2013年公司经营状况
- 三、2011-2013年公司财务数据
- 四、公司发展展望及策略

第二节乔山健康科技集团

- 一、企业介绍

二、乔山健康科技集团的发展之路

三、乔山健康科技集团的竞争优势

四、乔山健康科技集团的远景目标

第三节 山西澳瑞特集团

一、企业介绍

二、技术是澳瑞特集团成长的原动力

三、管理是澳瑞特集团腾飞的助推器

第四节 深圳好家庭实业有限公司

一、企业介绍

二、深圳好家庭引领健身时尚

三、好家庭健身器材的品牌策略

第五节 福建万年青健身器材有限公司

一、企业介绍

二、万年青成就健身器材第一品牌

三、万年青健身器材换标走上国际化之路

第六节 青岛英派斯集团

一、企业介绍

二、英派斯品牌的战略转型

三、英派斯品牌的服务策略

第六章 2013-2018年健身器材行业发展预测

第一节 2013-2018年体育用品行业的发展趋势

一、文化体育用品的发展前景

二、2013-2018年中国体育用品市场前景

三、中国体育用品网络营销三大趋势

第二节 健身器材行业的发展趋势及前景展望

一、国外健身器材的发展趋势

二、中国健身器材的发展趋势

三、健身器材产品趋向智能化

四、网络健身器材前景可观

附录

附录一：体育产业发展纲要

附录二：全民健身计划纲要

附录三：体育器材设备审定办法

部分图表目录

图表：加拿大体育用品进口来源

图表：加拿大体育用品出口情况

图表：加拿大体育用品市场分布情况

图表：加拿大体育用品零售市占率情况

图表：美国健身市场的消费水平

图表：美国对各种运动的喜好程度情况

图表：美国健身器材市场销售情况

图表：全球顶级健身器材品牌分类

图表：消费者的使用目的销售渠道

图表：中国运动项目比例

图表：2011-2013年深圳信隆实业股份有限公司主营构成

图表：2011-2013年深圳信隆实业股份有限公司流动资产表

图表：2011-2013年深圳信隆实业股份有限公司长期投资表

图表：2011-2013年深圳信隆实业股份有限公司固定资产表

图表：2011-2013年深圳信隆实业股份有限公司无形及其他资产表

图表：2011-2013年深圳信隆实业股份有限公司流动负债表

图表：2011-2013年深圳信隆实业股份有限公司长期负债表

图表：2011-2013年深圳信隆实业股份有限公司股东权益表

图表：2011-2013年深圳信隆实业股份有限公司主营业务收入表

图表：2011-2013年深圳信隆实业股份有限公司主营业务利润表

图表：2011-2013年深圳信隆实业股份有限公司营业利润表

图表：2011-2013年深圳信隆实业股份有限公司利润总额表

图表：2011-2013年深圳信隆实业股份有限公司净利润表

图表：2011-2013年深圳信隆实业股份有限公司每股指标表

图表：2011-2013年深圳信隆实业股份有限公司获利能力表

图表：2011-2013年深圳信隆实业股份有限公司经营能力表

图表：2011-2013年深圳信隆实业股份有限公司偿债能力表

图表：2011-2013年深圳信隆实业股份有限公司资本结构表

图表：2011-2013年深圳信隆实业股份有限公司发展能力表

图表：2011-2013年深圳信隆实业股份有限公司现金流量分析表

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jixie/L85043VIT7.html>