

# 2017-2022年中国健身器材 市场运行态势及投资策略建议报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国健身器材市场运行态势及投资策略建议报告》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/T61651NZR3.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

我国居民的健身意识不断增强，健身已经融入了许多人的生活。全国健身房正以每年5%左右的速度递增，行业规模不断增大，健身器材作为健身房的上游环节，需求也日益增加。值得注意的是，健身器材市场分为家用以及商用市场两部分，除了商用健身器材出现增长之外，家用健身器材的需求量增势也较好。

未来我国健身器材将朝三个方向发展，其一，标准化，当前我国健身器材的标准还不完善，今后将进入标准化生产阶段；其二，认证化，根据国际惯例，原带行政职能的审定将被第三方认证所替代，而目前我国健身器材的认证市场较为混乱，还未与国际接轨，未来认证化将会普遍推广；其三，智能化，智能健身器材将向用户推送健身计划、健身指导、健身提醒、社交等全方位健身服务，大大提高健身过程的科学性、娱乐性和趣味性，市场需求会大幅增加。

健身器材目前需求正在不断增加，而且也正处于升级转型阶段，智能健身设备层出不穷，未来发展前景良好。2015年我国健身器材市场规模约为400亿元，中投顾问产业研究中心预测，到2020年市场规模有望达到640亿元，未来五年复合增速约为10%。

### 2016-2022年中国健身器材市场规模预测

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国健身器材市场运行态势及投资策略建议报告》共八章。首先介绍了健身器材行业市场发展环境、健身器材整体运行态势等，接着分析了健身器材行业市场运行的现状，然后介绍了健身器材市场竞争格局。随后，报告对健身器材做了重点企业经营状况分析，最后分析了健身器材行业发展趋势与投资预测。您若想对健身器材产业有个系统的了解或者想投资健身器材行业，本报告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 健身器材相关概述

#### 1.1 健身器材简介

##### 1.1.1 健身器材发展史

##### 1.1.2 健身器材的分类

健身器材的分类 哑铃握力器 多功能仰卧起坐板 划船器 主要用来增强手臂力量、背阔肌和动作协调能力。 AMT体适能运动机 与其他的健身方式不同，用户可以在不同的运动模式和完全零冲击体验下，类似于登楼梯、步行、慢跑和长跑间自由转换。您可以通过这种即时转换模式功能，调整您的训练模式来达到针对特定肌肉群训练的目标。 椭圆运转机 平滑流畅的运动轨迹和交叉坡度专利技术让使用者以符合生物力学的姿势锻炼肌肉组，增加了锻炼的多样性和有效性。零阻力的锻炼减少肌肉劳损的发生。 健美车 锻炼时，象骑自行车一样，主要用来增强腿部力量，增强心血管功能。 健步车 主要用以锻炼腿、腰、腹部肌肉及心肺功能。 跑步机 主要用以锻炼腿、臀、腰、腹部肌肉及心肺功能。 美腰机 可对腰部、背部作放松按摩。 综合型多功能器 一般都包括扩胸器、引体向上、仰卧推举、仰卧起坐等器械的功能。扩胸器、引体向上、仰卧推举，主要是用来锻炼上肢力量及胸大肌力量；仰卧起坐，主要用来锻炼腰肌群，减少腰腹部多余脂肪。

### 1.1.3 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 2014-2016年体育用品行业发展分析

### 2.1 2014-2016年国外体育用品市场发展规模

#### 2.1.1 欧洲

#### 2.1.2 美洲

#### 2.1.3 中东

#### 2.1.4 俄罗斯

#### 2.1.5 日本

### 2.2 2014-2016年中国体育用品市场运行分析

#### 2.2.1 产业发展回顾

#### 2.2.2 产业复苏态势

#### 2.2.3 细分市场分析

#### 2.2.4 市场竞争格局

#### 2.2.5 区域格局分析

- 2.2.6 国际竞争力现状
- 2.3 2014-2016年中国体育用品产业集群分析
  - 2.3.1 产业集群发展状况
  - 2.3.2 产业集群发展特征
  - 2.3.3 产业集群发展积极作用
  - 2.3.4 产业集群发展存在阻力
  - 2.3.5 产业集群发展对策解析
- 2.4 2014-2016年中国体育用品业竞争分析
  - 2.4.1 品牌竞争分析
  - 2.4.2 行业新进入者
  - 2.4.3 市场竞争热点
  - 2.4.4 行业五力模型分析
- 2.5 中国体育用品市场开发与营销分析
  - 2.5.1 市场开发与营销现状
  - 2.5.2 市场开发与营销中的问题
  - 2.5.3 市场开发与营销策略
- 2.6 中国体育用品价格与供求影响因素探析
  - 2.6.1 影响供求的主要因素
  - 2.6.2 影响价格变动的主要因素
  - 2.6.3 确定价格优势带动市场需求
- 2.7 体育用品产业存在的问题及发展对策
  - 2.7.1 企业规模小
  - 2.7.2 缺乏知名品牌
  - 2.7.3 加大科技投入
  - 2.7.4 走集群化发展道路
- 2.8 中国体育用品行业发展前景及趋势
  - 2.8.1 行业发展机遇
  - 2.8.2 行业发展潜力
  - 2.8.3 行业发展趋势

### 第三章 2014-2016年健身器材行业发展分析

- 3.1 全球健身器材行业发展概况

- 3.1.1 全球健身器材产业特性
- 3.1.2 美国健身器材产业分析
- 3.1.3 欧洲健身器材市场分析
- 3.2 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 2014-2016年中国健身器材行业运行状况
  - 3.3.1 行业发展阶段
  - 3.3.2 行业发展特点
  - 3.3.3 行业发展规模
  - 3.3.4 对外贸易分析
  - 3.3.5 市场需求状况
  - 3.3.6 市场竞争状况
  - 3.3.7 生产企业状况
- 3.4 2014-2016年中国健身器材市场发展热点
  - 3.4.1 多功能健身器材
  - 3.4.2 健身类可穿戴设备
  - 3.4.3 新奇小巧型健身器材
- 3.5 2014-2016年健身器材行业区域市场分析
  - 3.5.1 浙江省
  - 3.5.2 厦门市
  - 3.5.3 晋江市
  - 3.5.4 宁津县
  - 3.5.5 新店镇
- 3.6 中国健身器材市场营销分析
  - 3.6.1 行业营销模式解析
  - 3.6.2 行业营销渠道模式
  - 3.6.3 营销渠道发展难题
  - 3.6.4 市场营销策略建议

## 第四章 中国训练健身器材制造行业财务状况

### 4.1 2011-2015年中国训练健身器材制造行业经济规模

#### 4.1.1 行业销售规模

#### 4.1.2 行业利润规模

#### 4.1.3 行业资产规模

### 4.2 2011-2015年中国训练健身器材制造行业盈利能力指标分析

#### 4.2.1 行业亏损面

#### 4.2.2 行业销售毛利率

#### 4.2.3 行业成本费用利润率

#### 4.2.4 行业销售利润率

### 4.3 2011-2015年中国训练健身器材制造行业营运能力指标分析

#### 4.3.1 行业应收账款周转率

#### 4.3.2 行业流动资产周转率

#### 4.3.3 行业总资产周转率

### 4.4 2011-2015年中国训练健身器材制造行业偿债能力指标分析

#### 4.4.1 行业资产负债率

#### 4.4.2 行业利息保障倍数

### 4.5 中国训练健身器材制造行业财务状况综合评价

#### 4.5.1 行业财务状况综合评价

#### 4.5.2 影响行业财务状况的经济因素分析

## 第五章 2014-2016年健身器材行业的挑战与发展策略

### 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 中国健身器材行业的发展问题透析

#### 5.2.1 产业发展难点

#### 5.2.2 行业发展瓶颈

#### 5.2.3 行业隐忧分析

#### 5.2.4 销售渠道问题

#### 5.2.5 市场低迷原因

### 5.3 中国健身器材行业发展策略

#### 5.3.1 行业发展战略

#### 5.3.2 行业促进措施

#### 5.3.3 行业创新策略

#### 5.3.4 市场拓展建议

## 第六章 2014-2016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 家用健身器材行业现状

#### 6.1.4 家用健身器材市场潜力

#### 6.1.5 家用健身器材消费态势

#### 6.1.6 室内健身器材发展方向

### 6.2 室外健身器材

#### 6.2.1 室外健身器材概述

#### 6.2.2 室外健身器材行业实施新国标

#### 6.2.3 室外健身器材行业的发展创新

#### 6.2.4 室外健身器材安全标准获国际认可

#### 6.2.5 室外健身器材存在的主要问题

#### 6.2.6 室外健身器材行业发展建议

### 6.3 跑步机

#### 6.3.1 跑步机的概述

#### 6.3.2 国际畅销跑步机品牌状况

#### 6.3.3 中国跑步机市场竞争形势

#### 6.3.4 跑步机企业渠道竞争分析

#### 6.3.5 跑步机企业赢取市场的关键

#### 6.3.6 中国跑步机市场前景分析

### 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
- 6.4.5 康复类健身器材

## 第七章 2014-2016年中国健身器材行业重点企业分析

### 7.1 深圳信隆实业股份有限公司

- 7.1.1 公司发展概况
- 7.1.2 经营效益分析
- 7.1.3 业务经营分析
- 7.1.4 财务状况分析
- 7.1.5 未来前景展望

### 7.2 乔山健康科技集团

- 7.2.1 公司发展概况
- 7.2.2 企业并购情况
- 7.2.3 2014年乔山经营状况分析
- 7.2.4 2015年乔山经营状况分析
- 7.2.5 2016年乔山经营状况分析

### 7.3 山西澳瑞特健康产业股份有限公司

- 7.3.1 公司发展概况
- 7.3.2 公司技术研发
- 7.3.3 公司品牌建设
- 7.3.4 公司发展成就

### 7.4 深圳好家庭实业有限公司

- 7.4.1 公司发展概况
- 7.4.2 公司荣誉介绍
- 7.4.3 公司发展优势
- 7.4.4 公司发展战略
- 7.4.5 战略合作伙伴

### 7.5 青岛英派斯健康科技股份有限公司

- 7.5.1 公司发展概况
- 7.5.2 研发核心优势
- 7.5.3 转型战略分析

- 7.5.4 企业改制情况
- 7.6 舒华股份有限公司
  - 7.6.1 公司发展概况
  - 7.6.2 推动全民健身普及
  - 7.6.3 智能运动产品介绍

## 第八章 中国健身器材行业投资分析及前景预测（ZY GXH）

- 8.1 中国健身器材行业投资风险
  - 8.1.1 原材料、能源涨价的风险
  - 8.1.2 市场竞争风险
  - 8.1.3 非关税壁垒风险
  - 8.1.4 管理风险
  - 8.1.5 技术风险
  - 8.1.6 环保政策的风险
- 8.2 健身器材行业发展前景及趋势
  - 8.2.1 全球健身器材的发展趋势分析
  - 8.2.2 中国健身器材行业前景广阔
  - 8.2.3 健身器材与互联网融合趋势
- 8.3 2017-2022年中国训练健身器材制造行业预测分析
  - 8.3.1 中国训练健身器材制造行业发展因素分析
  - 8.3.2 2017-2022年中国训练健身器材制造行业销售收入预测
  - 8.3.3 2017-2022年中国训练健身器材制造行业利润总额预测（ZY GXH）

### 图表目录：

- 图表1 跑步机典型运动模式
- 图表2 典型运动模式下的负载特性
- 图表3 人体各部位动作速度与频率限度
- 图表4 2015年年末各体育品牌企业净利润
- 图表5 各体育用品公司年末库存现状
- 图表6 广东体育用品制造产业集群分布
- 图表7 浙江体育用品制造产业集群分布
- 图表8 福建体育用品制造产业集群分布

- 图表9 全球健身器材产品比例
- 图表10 全球健身器材市场各销售通路与分布状况
- 图表11 北美进口健身器材产品原产地分布TOP5
- 图表12 我国训练健身器材行业发展相关政策及法律法规
- 图表13 我国训练健身器材行业发展相关标准
- 图表14 2014-2015年国内生产总值增长速度
- 图表15 2014-2015年规模以上工业增加值增速
- 图表16 2014-2015年固定资产投资（不含农户）及房地产开发投资名义增速
- 图表17 2014-2015年社会消费品零售总额名义增速
- 图表18 2014-2015年居民消费价格上涨情况
- 图表19 2014-2015年工业生产者出厂价格涨跌情况
- 图表20 影响健康主要因素分布
- 图表21 2015年中国训练健身器材制造出口交货值
- 图表22 2011-2015年训练健身器材制造业销售收入
- 图表23 2012-2015年训练健身器材制造业销售收入增长趋势图
- 图表24 2011-2015年训练健身器材制造业利润总额
- 图表25 2012-2015年训练健身器材制造业利润总额增长趋势图
- 图表26 2011-2015年训练健身器材制造业资产总额
- 图表27 2012-2015年训练健身器材制造业总资产增长趋势图
- 图表28 2011-2015年训练健身器材制造业亏损面
- 图表29 2011-2015年训练健身器材制造业亏损企业亏损总额
- 图表30 2012-2015年训练健身器材制造业销售毛利率趋势图
- 图表31 2011-2015年训练健身器材制造业成本费用率
- 图表32 2012-2015年训练健身器材制造业成本费用利润率趋势图
- 图表33 2012-2015年训练健身器材制造业销售利润率趋势图
- 图表34 2012-2015年训练健身器材制造业应收账款周转率对比图
- 图表35 2012-2015年训练健身器材制造业流动资产周转率对比图
- 图表36 2012-2015年训练健身器材制造业总资产周转率对比图
- 图表37 2012-2015年训练健身器材制造业资产负债率对比图
- 图表38 2011-2015年训练健身器材制造业利息保障倍数对比图
- 图表39 2014-2016年深圳信隆实业股份有限公司总资产和净资产
- 图表40 2014-2015年深圳信隆实业股份有限公司营业收入和净利润

- 图表41 2016年深圳信隆实业股份有限公司营业收入和净利润
- 图表42 2014-2015年深圳信隆实业股份有限公司现金流量
- 图表43 2016年深圳信隆实业股份有限公司现金流量
- 图表44 2015年深圳信隆实业股份有限公司主营业务收入分行业、产品、地区
- 图表45 2014-2015年深圳信隆实业股份有限公司成长能力
- 图表46 2016年深圳信隆实业股份有限公司成长能力
- 图表47 2014-2015年深圳信隆实业股份有限公司短期偿债能力
- 图表48 2016年深圳信隆实业股份有限公司短期偿债能力
- 图表49 2014-2015年深圳信隆实业股份有限公司长期偿债能力
- 图表50 2016年深圳信隆实业股份有限公司长期偿债能力
- 图表51 2014-2015年深圳信隆实业股份有限公司运营能力
- 图表52 2016年深圳信隆实业股份有限公司运营能力
- 图表53 2014-2015年深圳信隆实业股份有限公司盈利能力
- 图表54 2016年深圳信隆实业股份有限公司盈利能力
- 图表55 2014-2015年乔山健康科技股份有限公司综合收益表
- 图表56 2014-2015年乔山健康科技股份有限公司收入分部门资料
- 图表57 2014-2015年乔山健康科技股份有限公司收入分区域资料
- 图表58 2014-2015年乔山健康科技股份有限公司综合收益表
- 图表59 2014-2015年乔山健康科技股份有限公司收入分部门资料
- 图表60 2014-2015年乔山健康科技股份有限公司收入分区域资料
- 图表61 2015-2016年乔山健康科技股份有限公司综合收益表
- 图表62 2015-2016年乔山健康科技股份有限公司分部门资料
- 图表63 2017-2022年中国训练健身器材制造行业销售收入预测
- 图表64 2017-2022年中国训练健身器材制造行业利润总额预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jixie/T61651NZR3.html>