



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009-2012年电动按摩椅行业发展前景分析及投资风险预测报告

## 一、调研说明

《2009-2012年电动按摩椅行业发展前景分析及投资风险预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/136608.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

2008年，全球按摩器具市场规模约56亿美元。其中，美国按摩器具市场容量约为13.8亿美元；亚洲按摩器具市场容量约为20.2亿美元；欧洲按摩器具市场容量约为15.9亿美元；大洋洲按摩器具市场容量约为1.1亿美元。2008年，全球按摩椅的市场容量约为16亿美元。到2012年，全球按摩椅的市场规模将达到33亿美元。2009年全球按摩器具市场仍有望保持稳定小幅增长，但受金融危机影响，增幅会出现回落态势。预计随着全球经济复苏，我国按摩器具的出口金额年均增长率仍可恢复到15-20%的较高水平。至2012年，按摩器具市场规模预计达到81.47亿美元。

受国际金融危机的波及，2008年以来，我国按摩器具国际贸易受到不小的影响。据海关统计，2008年，我国按摩器具产品进出口额达10.75亿美元，同比仅增长8.76%。其中，出口额达10.47亿美元，同比增长8.89%；进口额达0.28亿美元，同比增长4.03%。出口增幅出现明显回落态势，为近5年来出口增长率最低的一年，是医药保健行业出口受影响的“重灾区”之一。近年来，国际市场对我国按摩器具产品一直保持强劲的需求态势，而国内制造水平的提高，也为我国按摩器具制造提供了保障基础，导致世界产能逐渐转移到我国，使我国成为世界按摩器具制造中心。在金融危机爆发前，我国按摩器具出口一直呈现快速稳定增长态势，2001年出口额达17424万美元，2007年出口额达96143万美元，7年间出口年平均增长27.97%。但是，2008年，我国按摩器具出口额为104690万美元，同比仅增长8.9%，出口金额增幅明显回落。

2008年，我国共有1495家企业经营按摩器具出口业务，较2007年1788家出口企业减少了293家，减少16.4%。2008年超过千万美元经营规模的企业有13家，占出口总金额的37.12%；超过百万美元的企业有172家，占出口总金额的49.38%。这表明，出口集中度相对较高，但规模企业数量有限，较2007年集中更明显。2008年，我国按摩器具出口额达10.47亿美元，其中加工贸易2.73亿美元，同比下降10.20%，占出口总金额的26.11%。随着我国制造技术的不断进步和创新，行业不断壮大，但自主研发产品不多，多以仿制为主，企业间产品同质化现象非常严重，成为行业面临的最大困难。加工贸易金额虽呈现下降趋势，但仍占有相当的比重。2008年，我国按摩器具出口到174个国家和地区，主要市场是美国、日本、德国、中国香港和英国等国家和地区，对欧盟成员国的德国、荷兰、意大利、法国等，以及中国台湾地区的出口显著增长，对美国、日本、我国香港、韩国的出口有所下降。特别是美国、日本这两个传统第一、第二大出口市场的下降，可以明显看出金融危机的影响，对美国的出口同比下降幅度高达13.10%。在2008年下半年，出口增幅下降已显现，特别是在11月、12月，出口下降明显。

2009年，按摩器具的出口增长存在着巨大变数，一方面全球金融危机影响实体经济的深度与广度尚未可知，民众消费支出预期的下降，将负面影响出口的增长；另一方面，国内企

业在金融危机的影响下积极面对，努力开拓新兴市场，加快企业技术改造，引进先进设备，提高生产效率和产品质量水平，以及在全球人口老龄化和大众对生活质量与健康水平的更高期望要求的共同作用下，全球按摩器具市场仍有望保持稳定小幅增长，但增幅必会出现回落。展望按摩器具产业的发展，一方面需要企业提高产品的核心竞争优势，通过新材料和新技术的应用、产品质量标准的提高、改善加工工艺等途径，提高产品的档次，摆脱低等级产品同质竞争的局限；在实现规模化的同时，加深自有品牌建设，加强知识产权的保护力度，加大研发投入，以提高产品的科技含量——这些是行业发展的长远之计。

本研究咨询报告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、国家海关总署、国家工业和信息化部、国务院发展研究中心、国家经济信息中心、全国商业信息中心、中国医疗器械行业协会、中国仪器仪表行业协会、中国健身器材行业协会、国内外相关刊物杂志的基础信息以及电动按摩椅科研单位等公布和提供的大量资料，结合电动按摩椅相关企业和终端市场的实地调查，对我国电动按摩椅行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了电动按摩椅行业的前景与风险。报告揭示了电动按摩椅市场潜在需求与潜在机会，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。

## 目录

## CONTENTS

### 第一部分 发展现状与前景分析

#### 第一章 全球电动按摩椅行业发展分析

##### 第一节 世界电动按摩椅行业市场情况

###### 一、2008年世界电动按摩椅产业发展现状

###### 二、2009年国际电动按摩椅产业发展态势

###### 三、2009年国际电动按摩椅行业研发动态

###### 四、2009年全球电动按摩椅行业挑战与机会

##### 第二节 部分国家地区电动按摩椅行业发展状况

###### 一、2008-2009年美国电动按摩椅行业发展分析

###### 二、2008-2009年欧洲电动按摩椅行业发展分析

###### 三、2008-2009年日本电动按摩椅行业发展分析

###### 四、2008-2009年韩国电动按摩椅行业发展分析

#### 第二章 我国电动按摩椅行业发展现状

## 第一节 我国电动按摩椅行业发展状况

- 一、2008年中国电动按摩椅行业发展回顾
- 二、2008年电动按摩椅行业发展情况分析
- 三、2008年我国电动按摩椅市场特点分析
- 四、2009年我国电动按摩椅市场发展分析

## 第二节 中国电动按摩椅行业供需分析

- 一、2008年中国电动按摩椅市场供给总量分析
- 二、2008年中国电动按摩椅市场供给结构分析
- 三、2009年中国电动按摩椅市场需求总量分析
- 四、2009年中国电动按摩椅市场需求结构分析
- 五、2009年中国电动按摩椅市场供需平衡分析

## 第三节 金融危机对我国电动按摩椅行业影响

- 一、金融危机对我国电动按摩椅行业的影响
- 二、金融危机下中国电动按摩椅行业发展状况
- 三、金融危机下我国电动按摩椅市场发展前景
- 四、金融危机下我国电动按摩椅行业发展机遇

## 第三章 中国电动按摩椅行业经济运行分析

### 第一节 2009年电动按摩椅行业运行情况分析

- 一、2009年电动按摩椅行业经济指标分析
- 二、2009年电动按摩椅行业收入前十家企业

### 第二节 2009年电动按摩椅行业产量分析

- 一、2009年我国电动按摩椅产品产量分析
- 二、2009年我国电动按摩椅产品产量预测

### 第三节 2009年电动按摩椅行业进出口分析

- 一、2009年电动按摩椅行业进口总量及价格
- 二、2009年电动按摩椅行业出口总量及价格
- 三、2009年电动按摩椅行业进出口数据统计
- 四、2009-2012年电动按摩椅进出口态势展望

## 第四章 电动按摩椅消费市场及营销策略分析

### 第一节 消费市场特征分析

- 一、消费市场总体特征
- 二、消费人群分析

三、消费产品特征

四、消费价格分析

五、购买方式分析

六、消费者购买因素分析

第二节 营销策略分析

一、消费人群定位

二、产品定位

三、价格定位

四、销售渠道

五、广告宣传

六、促销方式

七、服务策略

八、品牌策略

第五章 中国电动按摩椅行业区域市场分析

第一节 2009年华北地区电动按摩椅行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第二节 2009年东北地区电动按摩椅行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

第三节 2009年华东地区电动按摩椅行业分析

一、2008-2009年行业发展现状分析

二、2008-2009年市场规模情况分析

三、2009-2012年市场需求情况分析

四、2009-2012年行业发展前景预测

五、2009-2012年行业投资风险预测

#### 第四节 2009年华南地区电动按摩椅行业分析

##### 一、2008-2009年行业发展现状分析

##### 二、2008-2009年市场规模情况分析

##### 三、2009-2012年市场需求情况分析

##### 四、2009-2012年行业发展前景预测

##### 五、2009-2012年行业投资风险预测

#### 第五节 2009年华中地区电动按摩椅行业分析

##### 一、2008-2009年行业发展现状分析

##### 二、2008-2009年市场规模情况分析

##### 三、2009-2012年市场需求情况分析

##### 四、2009-2012年行业发展前景预测

##### 五、2009-2012年行业投资风险预测

#### 第六节 2009年西南地区电动按摩椅行业分析

##### 一、2008-2009年行业发展现状分析

##### 二、2008-2009年市场规模情况分析

##### 三、2009-2012年市场需求情况分析

##### 四、2009-2012年行业发展前景预测

##### 五、2009-2012年行业投资风险预测

#### 第七节 2009年西北地区电动按摩椅行业分析

##### 一、2008-2009年行业发展现状分析

##### 二、2008-2009年市场规模情况分析

##### 三、2009-2012年市场需求情况分析

##### 四、2009-2012年行业发展前景预测

##### 五、2009-2012年行业投资风险预测

#### 第六章 电动按摩椅行业投资与发展前景分析

##### 第一节 2009年上半年电动按摩椅行业投资情况分析

###### 一、2009年上半年总体投资结构

###### 二、2009年上半年投资规模情况

###### 三、2009年上半年投资增速情况

###### 四、2009年上半年分行业投资分析

###### 五、2009年上半年分地区投资分析

##### 第二节 电动按摩椅行业投资机会分析

一、电动按摩椅投资项目分析

二、可以投资的电动按摩椅模式

三、2009年电动按摩椅投资机会

四、2009年电动按摩椅细分行业投资机会

五、2009年电动按摩椅投资新方向

第三节 电动按摩椅行业发展前景分析

一、电动按摩椅市场发展前景分析

二、我国电动按摩椅市场蕴藏的商机

三、金融危机下电动按摩椅市场的发展前景

四、2009-2012年电动按摩椅市场面临的发展商机

第二部分 市场竞争格局与形势

第七章 电动按摩椅行业竞争格局分析

第一节 电动按摩椅行业集中度分析

一、电动按摩椅市场集中度分析

二、电动按摩椅企业集中度分析

三、电动按摩椅区域集中度分析

第二节 电动按摩椅行业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业利润总额对比分析

五、重点企业综合竞争力对比分析

第三节 电动按摩椅行业竞争格局分析

一、2008年电动按摩椅行业竞争分析

二、2008年中外电动按摩椅产品竞争分析

三、2008-2009年国内外电动按摩椅竞争分析

四、2008-2009年我国电动按摩椅市场竞争分析

五、2008-2009年我国电动按摩椅市场集中度分析

六、2009-2012年国内主要电动按摩椅企业动向

第八章 2009-2012年中国电动按摩椅行业发展形势分析

第一节 电动按摩椅行业发展概况

一、电动按摩椅行业发展特点分析



二、电动按摩椅行业投资现状分析

三、电动按摩椅行业总产值分析

四、电动按摩椅行业技术发展分析

第二节 2008-2009年电动按摩椅行业市场情况分析

一、电动按摩椅行业市场发展分析

二、电动按摩椅市场存在的问题

三、电动按摩椅市场规模分析

第三节 2008-2009年电动按摩椅产销状况分析

一、电动按摩椅产量分析

二、电动按摩椅产能分析

三、电动按摩椅市场需求状况分析

第四节 产品发展趋势预测

一、产品发展新动态

二、技术新动态

三、产品发展趋势预测

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国电动按摩椅行业整体运行指标分析

第一节 2009年中国电动按摩椅行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业生产规模分析

第二节 2009年中国电动按摩椅行业产销分析

一、行业产成品情况总体分析

二、行业产品销售收入总体分析

第三节 2009年年中国电动按摩椅行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 电动按摩椅行业赢利水平分析

第一节 成本分析

一、2008-2009年电动按摩椅原材料价格走势

二、2008-2009年电动按摩椅行业人工成本分析

## 第二节 产销运存分析

- 一、2008-2009年电动按摩椅行业产销情况
- 二、2008-2009年电动按摩椅行业库存情况
- 三、2008-2009年电动按摩椅行业资金周转情况

## 第三节 盈利水平分析

- 一、2008-2009年电动按摩椅行业价格走势
- 二、2008-2009年电动按摩椅行业营业收入情况
- 三、2008-2009年电动按摩椅行业毛利率情况
- 四、2008-2009年电动按摩椅行业赢利能力
- 五、2008-2009年电动按摩椅行业赢利水平
- 六、2009-2012年电动按摩椅行业赢利预测

## 第十一章 电动按摩椅行业盈利能力分析

### 第一节 2009年中国电动按摩椅行业利润总额分析

- 一、利润总额分析
- 二、不同规模企业利润总额比较分析
- 三、不同所有制企业利润总额比较分析

### 第二节 2009年中国电动按摩椅行业销售利润率

- 一、销售利润率分析
- 二、不同规模企业销售利润率比较分析
- 三、不同所有制企业销售利润率比较分析

### 第三节 2009年中国电动按摩椅行业总资产利润率分析

- 一、总资产利润率分析
- 二、不同规模企业总资产利润率比较分析
- 三、不同所有制企业总资产利润率比较分析

### 第四节 2009年中国电动按摩椅行业产值利税率分析

- 一、产值利税率分析
- 二、不同规模企业产值利税率比较分析
- 三、不同所有制企业产值利税率比较分析

## 第十二章 电动按摩椅重点企业发展分析

### 第一节 北京三和松石机电有限责任公司

- 一、企业概况
- 二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

## 第二节 上海荣泰健身科技发展有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

## 第三节 上海豪中豪保健器材有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

## 第四节 大连艾博尔运动器材有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

## 第五节 天津市康瑞福科技发展有限公司

一、企业概况

二、2009年经营状况

三、2009-2012年盈利能力分析

四、2009-2012年投资风险

## 第四部分 投资策略与风险预警

## 第十三章 电动按摩椅行业投资策略分析

### 第一节 行业发展特征

一、行业的周期性

二、行业的区域性

三、行业的上下游

四、行业经营模式

### 第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

### 三、行业SWOT分析

### 四、行业五力模型分析

#### 第三节 电动按摩椅行业投资效益分析

- 一、2009年电动按摩椅行业投资状况分析
- 二、2009年电动按摩椅行业投资效益分析
- 三、2009-2012年电动按摩椅行业投资方向
- 四、2009-2012年电动按摩椅行业投资建议

#### 第四节 电动按摩椅行业投资策略研究

- 一、2008年电动按摩椅行业投资策略
- 二、2009年电动按摩椅行业投资策略
- 三、2009-2012年电动按摩椅行业投资策略
- 四、2009-2012年电动按摩椅细分行业投资策略

### 第十四章 电动按摩椅行业投资风险预警

#### 第一节 影响电动按摩椅行业发展的主要因素

- 一、2009年影响电动按摩椅行业运行的有利因素
- 二、2009年影响电动按摩椅行业运行的稳定因素
- 三、2009年影响电动按摩椅行业运行的不利因素
- 四、2009年我国电动按摩椅行业发展面临的挑战
- 五、2009年我国电动按摩椅行业发展面临的机遇

#### 第二节 电动按摩椅行业投资风险预警

- 一、2009-2012年电动按摩椅行业市场风险预测
- 二、2009-2012年电动按摩椅行业政策风险预测
- 三、2009-2012年电动按摩椅行业经营风险预测
- 四、2009-2012年电动按摩椅行业技术风险预测
- 五、2009-2012年电动按摩椅行业竞争风险预测
- 六、2009-2012年电动按摩椅行业其他风险预测

### 第五部分 发展趋势与规划建议

#### 第十五章 电动按摩椅行业发展趋势分析

##### 第一节 2009-2012年中国电动按摩椅市场趋势分析

- 一、2008-2009年我国电动按摩椅市场趋势总结
- 二、2009-2012年我国电动按摩椅发展趋势分析

##### 第二节 2009-2012年电动按摩椅产品发展趋势分析

- 一、2009-2012年电动按摩椅产品技术趋势分析
- 二、2009-2012年电动按摩椅产品价格趋势分析
- 第三节 2009-2012年中国电动按摩椅行业供需预测
  - 一、2008-2012年中国电动按摩椅供给预测
  - 二、2009-2012年中国电动按摩椅需求预测
  - 三、2009-2012年中国电动按摩椅价格预测
- 第四节 2009-2012年电动按摩椅行业规划建议
  - 一、电动按摩椅行业"十一五"整体规划
  - 二、电动按摩椅行业"十一五"发展预测
  - 三、2009-2012年电动按摩椅行业规划建议
- 第十六章 电动按摩椅企业管理策略建议
  - 第一节 市场策略分析
    - 一、电动按摩椅价格策略分析
    - 二、电动按摩椅渠道策略分析
  - 第二节 销售策略分析
    - 一、媒介选择策略分析
    - 二、产品定位策略分析
    - 三、企业宣传策略分析
  - 第三节 提高电动按摩椅企业竞争力的策略
    - 一、提高中国电动按摩椅企业核心竞争力的对策
    - 二、电动按摩椅企业提升竞争力的主要方向
    - 三、影响电动按摩椅企业核心竞争力的因素及提升途径
    - 四、提高电动按摩椅企业竞争力的策略
  - 第四节 对我国电动按摩椅品牌的战略思考
    - 一、电动按摩椅实施品牌战略的意义
    - 二、电动按摩椅企业品牌的现状分析
    - 三、我国电动按摩椅企业的品牌战略
    - 四、电动按摩椅品牌战略管理的策略

## 图表目录

图表：电动按摩椅产业链分析

图表：电动按摩椅行业生命周期

图表：2008-2009年中国电动按摩椅行业市场规模

图表：2008-2009年全球电动按摩椅产业市场规模

图表：2008-2009年电动按摩椅重要数据指标比较

图表：2008-2009年中国电动按摩椅行业销售情况分析

图表：2008-2009年中国电动按摩椅行业利润情况分析

图表：2008-2009年中国电动按摩椅行业资产情况分析

图表：2008-2009年中国电动按摩椅竞争力分析

图表：2009-2012年中国电动按摩椅市场前景预测

图表：2009-2012年中国电动按摩椅市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国电动按摩椅发展前景预测

图表：2001-2008年美国电动按摩椅市场销售规模

图表：2009-2012年美国电动按摩椅市场销售规模预测

图表：2002-2008年英国电动按摩椅市场规模

图表：2002-2008年英国电动按摩椅市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年英国电动按摩椅市场规模预测

图表：2008-2012年英国电动按摩椅市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年德国电动按摩椅市场规模

图表：2002-2008年德国电动按摩椅市场占全球和欧洲份额比较

图表：2009-2012年德国电动按摩椅市场规模预测

图表：2008-2012年德国电动按摩椅市场规模及其预测趋势图

图表：2002-2008年日本电动按摩椅市场规模

图表：2002-2008年日本电动按摩椅市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年日本电动按摩椅市场规模预测

图表：2009-2012年日本电动按摩椅市场规模趋预测势图

图表：中国电动按摩椅部分高档产品市场价格情况

图表：中国电动按摩椅部分中档产品市场价格情况

图表：中国电动按摩椅部分低档产品市场价格情况

图表：2002-2008年中国电动按摩椅市场规模

图表：2002-2008年中国电动按摩椅市场占全球和亚洲份额比较

图表：2009-2012年中国电动按摩椅市场规模预测

图表：2009-2012年中国电动按摩椅市场规模趋预测势图

图表：2008-2009年8月电动按摩椅行业销售成本分析

图表：2008-2009年8月电动按摩椅行业销售费用分析

图表：2008-2009年8月电动按摩椅行业管理费用分析

图表：2008-2009年8月电动按摩椅行业财务费用分析

图表：2008-2009年8月电动按摩椅行业销售及利润分析

图表：2008-2009年8月电动按摩椅行业销售毛利率分析

图表：2008-2009年8月电动按摩椅行业销售利润率分析

图表：2008-2009年8月电动按摩椅行业成本费用利润率分析

图表：2008-2009年8月电动按摩椅行业总资产利润率分析

图表：2008-2009年8月电动按摩椅行业资产分析

图表：2008-2009年8月电动按摩椅行业负债分析

图表：2008-2009年8月电动按摩椅行业偿债能力分析

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2008年居民消费价格涨跌幅度

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2008年年末国家外汇储备

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2008年工业增加值及其增长速度

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2008年年末电话用户数

图表：2008年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2008年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2008年年末各类教育招生人数

图表：2008年人口数及其构成

图表：2004-2008年农村居民收入及其增长速度

图表：2004-2008年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009年1-8月工业生产主要指标

图表：2008-2009年8月全国居民消费价格指数

图表：2008-2009年8月工业品出厂价格指数

图表：2009年1-8月我国电动按摩椅产品进口数据

图表：2009年1-8月我国电动按摩椅产品出口数据

图表：2009年1月我国电动按摩椅产品进口数据

图表：2009年1月我国电动按摩椅产品出口数据

图表：2009年2月我国电动按摩椅产品进口数据

图表：2009年2月我国电动按摩椅产品出口数据

图表：2009年3月我国电动按摩椅产品进口数据

图表：2009年3月我国电动按摩椅产品出口数据

图表：2009年上半年我国电动按摩椅产品进口数据

图表：2009年上半年我国电动按摩椅产品出口数据

图表：2009年4月我国电动按摩椅产品进口数据

图表：2009年4月我国电动按摩椅产品出口数据

图表：2009年5月我国电动按摩椅产品进口数据

图表：2009年5月我国电动按摩椅产品出口数据

图表：2009年6月我国电动按摩椅产品进口数据

图表：2009年6月我国电动按摩椅产品出口数据

图表：2009年2季度我国电动按摩椅产品进口数据

图表：2009年2季度我国电动按摩椅产品出口数据

图表：2009年7月我国电动按摩椅产品进口数据

图表：2009年7月我国电动按摩椅产品出口数据



图表：2009年8月我国电动按摩椅产品进口数据

图表：2009年8月我国电动按摩椅产品出口数据

图表：2009年1-8月中国电动按摩椅行业国有企业工业数据

图表：2009年1-8月中国电动按摩椅行业集体企业工业数据

图表：2009年1-8月中国电动按摩椅行业股份合作制企业工业数据

图表：2009年1-8月中国电动按摩椅行业股份制企业工业数据

图表：2009年1-8月中国电动按摩椅行业私营企业工业数据

图表：2009年1-8月中国电动按摩椅行业外商和港澳台投资企业工业数据

图表：2009年1-8月中国电动按摩椅行业其他类型企业工业数据

图表：2009年1-8月中国不同所有制电动按摩椅企业累计工业总产值对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制电动按摩椅企业累计产品销售收入对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制电动按摩椅企业累计资产总计对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制电动按摩椅企业累计利润总额对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制电动按摩椅企业累计工业总产值增长对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制电动按摩椅企业累计产品销售收入增长对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制电动按摩椅企业累计利润总额增长对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制电动按摩椅企业产销率对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制电动按摩椅企业流动资产周转次数对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制电动按摩椅企业人均销售率对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制电动按摩椅企业亏损面对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制电动按摩椅企业销售利润率对比

图表：2009年1-8月中国不同所有制电动按摩椅企业资金利税率对比

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量北京市统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量天津市统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量河北省统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量内蒙古统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量辽宁省统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量吉林省统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量黑龙江统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量上海市统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量江苏省统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量浙江省统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量安徽省统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量福建省统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量江西省统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量山东省统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量河南省统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量湖北省统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量湖南省统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量广东省统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量广西区统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量海南省统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量四川省统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量云南省统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量陕西省统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量甘肃省统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量青海省统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量宁夏区统计

图表：2009年1-8月电动按摩椅产品产量新疆区统计

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/136608.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

## 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

## 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。