



艾凯咨询
ICAN Consulting

2010-2015年中国健身器材产业 深度调研与发展前景预测报告

一、调研说明

《2010-2015年中国健身器材产业深度调研与发展前景预测报告》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/154004.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

摘要

中国健身器材行业的发展始于20世纪80年代末，随着中国加入WTO和北京申奥的成功，为健身器材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器材生产商带来浓厚商机。

中国健身器材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，健身器材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，中国健身器材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。

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、国家经济信息中心、全国商业信息中心、国内外相关报刊杂志的基础信息，对我国健身器材行业的供给与需求状况、市场格局与分布、部分地区健身器材市场的发展状况、健身器材消费态势等进行了分析。报告重点分析了我国健身器材市场的竞争状况、行业发展形势与企业的发展对策，还对健身器材未来发展趋势进行了研判，是健身器材生产企业、经营企业、科研机构等单位准确了解目前健身器材行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的决策参考依据。

目录

第一章 健身器材相关概述

1.1 健身器材简述

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 2009-2010年中国体育用品行业运行局势分析

2.1 2009-2010年全球体育用品发展状况分析

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 2009-2010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 我国体育用品行业发展的积极因素

2.2.4 浅析我国体育用品的零售格局

2.2.4 中国体育用品品牌的发展概况

2.3 2009-2010年中国体育用品产业竞争格局分析

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 2009-2010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 2009-2010年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 2009-2010年中国健身器材产业发展态势分析

3.1 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010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 2009-2010年中国健身器材市场概况
 - 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 2009-2010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 2010年河北将加大体育健身器材投入
- 3.6 2009-2010年中国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 2008-2010年中国训练健身器材制造行业主要数据监测分析

- 4.1 2008-2010年中国训练健身器材制造行业总体数据分析
 - 4.1.1 2008年中国训练健身器材制造行业全部企业数据分析
 - 4.1.2 2009年中国训练健身器材制造行业全部企业数据分析
 - 4.1.3 2010年中国训练健身器材制造行业全部企业数据分析
- 4.2 2008-2010年中国训练健身器材制造行业不同规模企业数据分析
 - 4.2.1 2008年中国训练健身器材制造行业不同规模企业数据分析
 - 4.2.2 2009年中国训练健身器材制造行业不同规模企业数据分析

- 4.2.3 2010年中国训练健身器材制造行业不同规模企业数据分析
- 4.3 2008-2010年中国训练健身器材制造行业不同所有制企业数据分析
 - 4.3.1 2008年中国训练健身器材制造行业不同所有制企业数据分析
 - 4.3.2 2009年中国训练健身器材制造行业不同所有制企业数据分析
 - 4.3.3 2010年中国训练健身器材制造行业不同所有制企业数据分析

第五章 2009-2010年中国健身器材行业的挑战与发展策略分析

- 5.1 2009-2010年中国健身器材业的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 2009-2010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 2009-2010年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 2009-2010年中国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 2009-2010年中国健身器材产业重点企业运行态势分析

- 7.1 深圳信隆实业股份有限公司
 - 7.1.1 深圳信隆实业股份有限公司的发展之路
 - 7.1.2 信隆健身器材受奥运影响受益巨大
- 7.2 乔山健康科技集团
 - 7.2.1 乔山健康科技集团的竞争优势
 - 7.2.2 乔山健康科技集团的发展之路
 - 7.2.3 乔山健康科技集团的远景目标
- 7.3 山西澳瑞特集团
 - 7.3.1 管理是澳瑞特集团腾飞的助推器
 - 7.3.2 技术是澳瑞特集团成长的原动力
- 7.4 深圳好家庭实业有限公司
 - 7.4.1 好家庭健身器材的品牌策略
 - 7.4.2 深圳好家庭引领健身时尚
- 7.5 福建万年青健身器材有限公司
 - 7.5.1 万年青成就健身器材第一品牌
 - 7.5.2 万年青健身器材换标走上国际化之路

7.6 青岛英派斯集团

7.7.1 英派斯品牌的服务策略

7.7.2 英派斯品牌的战略转型

第八章 2009-2010年中国健身器材业竞争对手分析

8.1 健身器材业主要企业基本情况

8.1.1 厦门钢宇工业有限公司

8.1.2 漳州蒙发利实业有限公司

8.1.3 大东傲胜保健器（苏州）有限公司

8.1.4 乔山健康科技(上海)有限公司

8.1.5 厦门群鑫机械工业有限公司

8.1.6 中山盈亮健康科技有限公司

8.1.7 上海东庚金属制品有限公司

8.1.8 南通华亮健身器材有限公司

8.2 健身器材业主要企业经济指标对比分析

8.2.1 销售收入对比

8.2.2 利润总额对比

8.2.3 总资产对比

8.2.4 工业总产值对比

8.3 健身器材业主要企业盈利能力对比分析

8.3.1 销售利润率对比

8.3.2 销售毛利率对比

8.3.3 资产利润率对比

8.3.4 成本费用利润率对比

8.4 健身器材业主要企业运营能力对比分析

8.4.1 总资产周转率对比

8.4.2 流动资产周转率对比

8.4.3 总资产产值率对比

8.5 健身器材业主要企业偿债能力对比分析

8.5.1 资产负债率对比

8.5.2 流动比率对比

8.5.3 速动比率对比

第九章 2010-2015年中国健身器材行业发展前景与投资潜力预测

9.1 2010-2015年中国体育用品发展前景趋势分析

9.1.1 全球体育用品产业未来发展趋势

9.1.2 我国体育用品行业面临的机遇与威胁

9.1.3 我国体育用品行业发展趋势预测

9.1.4 未来我国体育用品业发展的三大方向

9.1.5 未来中国体育用品市场格局或将被改写

9.1.6 中国体育用品业仍有巨大发展空间

9.2 2010-2015年国际健身器材行业趋势分析

9.2.1 国外健身器材的发展趋势分析

9.2.2 以全球年龄结构剖析健身器材产业的发展趋势

9.2.3 2010年全球健身器材市场规模预测

9.3 2010-2015年中国中国健身器材行业发展前景及趋势

9.3.1 2010-2015年中国训练健身器材制造行业预测数据分析

9.3.2 我国健身器材行业前景广阔

9.3.3 中国台湾健身器材产业未来发展方向

9.3.4 未来健身器材行业向网络化发展

9.4 2010-2015年中国中国健身器材行业投资机会与风险分析

9.4.1 中国健身器材行业区域投资潜力分析

9.4.2 我国健身器材行业投资机遇分析

9.4.3 中国健身器材产业风险控制

图表目录：（部分）

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

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：2004-2008年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

图表：市民锻炼身体频率结构

图表：参加锻炼市民年龄结构

图表：2006-2010年5月中国训练健身器材制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年5月中国训练健身器材制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年5月中国训练健身器材制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2006-2010年5月中国训练健身器材制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2010年中国训练健身器材制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2010年中国训练健身器材制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2010年中国训练健身器材制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2010年中国训练健身器材制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2006-2010年5月中国训练健身器材制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2006-2010年5月中国训练健身器材制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年5月中国训练健身器材制造出口交货值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年5月中国训练健身器材制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2006-2010年5月中国训练健身器材制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2006-2010年5月中国训练健身器材制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2006-2010年5月中国训练健身器材制造行业主要盈利能力指标分析

图表：厦门钢宇工业有限公司主要经济指标走势图

图表：厦门钢宇工业有限公司经营收入走势图

图表：厦门钢宇工业有限公司盈利指标走势图

图表：厦门钢宇工业有限公司负债情况图

图表：厦门钢宇工业有限公司负债指标走势图

图表：厦门钢宇工业有限公司运营能力指标走势图

图表：厦门钢宇工业有限公司成长能力指标走势图

图表：漳州蒙发利实业有限公司主要经济指标走势图

图表：漳州蒙发利实业有限公司经营收入走势图

图表：漳州蒙发利实业有限公司盈利指标走势图

图表：漳州蒙发利实业有限公司负债情况图

图表：漳州蒙发利实业有限公司负债指标走势图

图表：漳州蒙发利实业有限公司运营能力指标走势图

图表：漳州蒙发利实业有限公司成长能力指标走势图

图表：大东傲胜保健器（苏州）有限公司主要经济指标走势图

图表：大东傲胜保健器（苏州）有限公司经营收入走势图

图表：大东傲胜保健器（苏州）有限公司盈利指标走势图

图表：大东傲胜保健器（苏州）有限公司负债情况图

图表：大东傲胜保健器（苏州）有限公司负债指标走势图

图表：大东傲胜保健器（苏州）有限公司运营能力指标走势图

图表：大东傲胜保健器（苏州）有限公司成长能力指标走势图

图表：乔山健康科技(上海)有限公司主要经济指标走势图

图表：乔山健康科技(上海)有限公司经营收入走势图

图表：乔山健康科技(上海)有限公司盈利指标走势图

图表：乔山健康科技(上海)有限公司负债情况图

图表：乔山健康科技(上海)有限公司负债指标走势图

图表：乔山健康科技(上海)有限公司运营能力指标走势图

图表：乔山健康科技(上海)有限公司成长能力指标走势图

图表：厦门群鑫机械工业有限公司主要经济指标走势图

图表：厦门群鑫机械工业有限公司经营收入走势图

图表：厦门群鑫机械工业有限公司盈利指标走势图

图表：厦门群鑫机械工业有限公司负债情况图

图表：厦门群鑫机械工业有限公司负债指标走势图

图表：厦门群鑫机械工业有限公司运营能力指标走势图

图表：厦门群鑫机械工业有限公司成长能力指标走势图

图表：中山盈亮健康科技有限公司主要经济指标走势图

图表：中山盈亮健康科技有限公司经营收入走势图

图表：中山盈亮健康科技有限公司盈利指标走势图

图表：中山盈亮健康科技有限公司负债情况图

图表：中山盈亮健康科技有限公司负债指标走势图

图表：中山盈亮健康科技有限公司运营能力指标走势图

图表：中山盈亮健康科技有限公司成长能力指标走势图

图表：上海东庚金属制品有限公司主要经济指标走势图

图表：上海东庚金属制品有限公司经营收入走势图

图表：上海东庚金属制品有限公司盈利指标走势图

图表：上海东庚金属制品有限公司负债情况图

图表：上海东庚金属制品有限公司负债指标走势图

图表：上海东庚金属制品有限公司运营能力指标走势图

图表：上海东庚金属制品有限公司成长能力指标走势图

图表：南通华亮健身器材有限公司主要经济指标走势图

图表：南通华亮健身器材有限公司经营收入走势图

图表：南通华亮健身器材有限公司盈利指标走势图

图表：南通华亮健身器材有限公司负债情况图

图表：南通华亮健身器材有限公司负债指标走势图

图表：南通华亮健身器材有限公司运营能力指标走势图

图表：南通华亮健身器材有限公司成长能力指标走势图

图表：健身器材行业主要企业销售收入对比图

图表：健身器材行业主要企业利润总额对比图

图表：健身器材行业主要企业总资产对比图

图表：健身器材行业主要企业工业总产值对比图

图表：健身器材行业主要企业销售利润率对比图

图表：健身器材行业主要企业销售毛利率对比图

图表：健身器材行业主要企业资产利润率对比图

图表：健身器材行业主要企业成本费用利润率对比图

图表：健身器材行业主要企业总资产周转率对比图

图表：健身器材行业主要企业流动资产周转率对比图

图表：健身器材行业主要企业总资产产值率对比图

图表：健身器材行业主要企业资产负债率对比图

图表：健身器材行业主要企业流动比率对比图

图表：健身器材行业主要企业速动比率对比图

图表：略…………

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/154004.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）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。