



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国按摩椅市场需 求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2015-2020年中国按摩椅市场需求及投资前景分析报告》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/270988.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

受文化背景和健康消费理念的影响，目前，全球按摩椅市场主要分布在东亚地区，其中，日本市场最为成熟，按摩椅在日本市场被视为普通的家用电器，20%以上的家庭拥有按摩椅；此外，韩国、台湾、香港、新加坡、马来西亚、泰国等国家或地区按摩椅市场也较为成熟。我国消费者对按摩椅的认可度较高，但是受制于消费能力，市场发展尚处初期，随着人们生活水平的提高和健康意识的增强，预计未来按摩椅市场需求潜力巨大。

我国是世界上按摩椅生产最多的国家之一，但大部分产品流向国际市场，近年来，全球按摩器具市场规模稳步上升，2014年全球按摩椅市场规模为96亿美元，而我国按摩椅行业2014年市场规模39.12亿元人民币，相比2013年增长了12.9%。随着国内人们自我保健意识的不断增强，按摩椅的市场也将会持续扩大，生产高品质低成本的产品将会受到人们的欢迎，而我国老龄化社会的逐步加剧也带动了按摩椅市场的相当一部分需求。因此国内市场具有很大的开发潜力。

在按摩椅领域，傲胜集团的“傲胜（OSIM）”从市场份额或品牌知名度均占据国内市场的领先地位，发行人的“荣泰”、蒙发利的“奥佳华（OGAWA）”位于第二梯队；日资品牌尽管生产量较大，但产品主要出口至其本国市场，在中国市场占有率不高；其他品牌如豪中豪的艾力斯特（iRest）等也拥有一定的市场知名度；低端市场，品牌差异化程度不高，各家的市场占有率和知名度均较低。

从区域来看，发达地区消费者对按摩椅产品的品牌关注度较高，这与其消费习惯，消费理念以及消费能力等因素有关。而经济发展相对落后的地区对按摩椅产品的品牌关注度并不高。国内消费者对高端按摩椅的品牌偏好主要集中于国外企业以及中外合资企业的产品，被调查的消费者使用的主要品牌集中于松下、督洋、富士、东方神、日科、荣康等。而在中低端，主要是国内品牌，如春天印象、东方神、荣康、艾力斯特等。

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家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：

第一部分 按摩椅产业环境透视

第一章 按摩椅行业发展综述

第一节 按摩椅行业定义及特征

一、行业定义

二、产品主要功能分析

三、行业特征分析

第二节 按摩椅行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 按摩椅行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

第二章 中国按摩椅行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

一、国家宏观经济环境

二、行业宏观经济环境

三、按摩器具行业发展现状

第二节 政策环境分析

一、行业法规及政策

二、行业发展规划

第三节 技术环境分析

一、主要生产技术分析

二、按摩椅技术发展趋势分析

第三章 国际按摩椅行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球按摩椅市场总体情况分析

一、全球按摩椅市场结构

二、全球按摩椅行业发展分析

三、全球按摩椅行业竞争格局

第二节 美国按摩椅行业发展经验借鉴

一、美国按摩椅行业发展历程分析

二、美国按摩椅行业市场现状分析

三、美国按摩椅行业发展趋势预测

四、美国按摩椅行业对中国的启示

第三节 日本按摩椅行业发展经验借鉴

一、日本按摩椅行业发展历程分析

二、日本按摩椅行业市场现状分析

三、日本按摩椅行业对中国的启示

第四节 德国按摩椅行业发展经验借鉴

一、德国按摩椅行业发展历程分析

二、德国按摩椅行业市场现状分析

三、德国按摩椅行业发展趋势预测

四、德国按摩椅行业对中国的启示

第二部分 按摩椅行业深度调研

第四章 中国按摩椅行业运行现状分析

第一节 中国按摩椅行业发展状况分析

一、中国按摩椅行业发展阶段

二、中国按摩椅行业发展起因

三、中国按摩椅行业发展总体概况

四、中国按摩椅行业发展特点分析

第二节 2013-2014年按摩椅行业发展现状

一、中国按摩椅行业市场规模

二、中国按摩椅行业发展分析

三、中国按摩椅需求结构分析

第三节 2013-2014年按摩椅市场情况分析

一、中国按摩椅市场总体概况

二、中国按摩椅产品市场发展分析

三、中国按摩椅市场发展趋势分析

第五章 中国按摩椅市场供需形势分析

第一节 按摩椅行业生产分析

一、国内产品及原材料生产基地分布

二、产品及原材料产业集群发展分析

第二节 中国按摩椅市场供需分析

一、2013-2014年中国按摩椅行业供给情况

二、2013-2014年中国按摩椅行业需求情况

三、2013-2014年中国按摩椅行业供需平衡分析

第三节 按摩椅产品市场应用及需求预测

一、按摩椅产品应用市场总体需求分析

二、2015-2020年按摩椅行业领域需求量预测

第六章 按摩椅行业进出口结构及面临的机遇与挑战

第一节 按摩椅行业进出口市场分析

一、按摩椅行业进出口综述

二、按摩椅行业出口市场分析

三、按摩椅行业进口市场分析

第二节 中国按摩椅出口面临的挑战及对策

一、中国按摩椅出口面临的挑战

二、按摩椅行业进出口前景

三、按摩椅行业进出口发展方向

第三部分 按摩椅行业竞争格局分析

第七章 按摩椅市场竞争格局及集中度分析

第一节 按摩椅行业国际竞争格局分析

一、国际按摩椅市场发展状况

二、国际按摩椅市场竞争格局

三、国际按摩椅市场发展趋势分析

四、国际按摩椅重点企业竞争力分析

第二节 按摩椅行业国内竞争格局分析

一、国内按摩椅行业市场规模分析

二、国内按摩椅行业竞争格局分析

三、国内按摩椅行业竞争力分析

第三节 按摩椅行业集中度分析

一、企业集中度分析

二、区域集中度分析

三、市场集中度分析

第八章 按摩椅行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征分析

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域集中度分析

三、行业区域分布特点分析

四、行业规模指标区域分布分析

五、行业效益指标区域分布分析

六、行业企业数的区域分布分析

第二节 华东地区按摩椅行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第三节 华南地区按摩椅行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第四节 华中地区按摩椅行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第五节 华北地区按摩椅行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第六节 东北地区按摩椅行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第七节 西部地区按摩椅行业发展分析

一、行业发展现状分析

二、市场规模情况分析

三、市场需求情况分析

四、行业发展前景预测

第九章 中国按摩椅行业重点企业经营分析

第一节 上海荣泰健康科技股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业盈利能力分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

八、企业最新发展动向分析

第二节 宁波奥森健身器材科技有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业销售渠道与网络

六、企业优势与劣势分析

第三节 浙江豪中豪健康产品有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业销售渠道与网络

六、企业优势分析

八、企业最新发展动向分析

第四节 乔山健康科技（上海）有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势与劣势分析

第五节 山东康泰实业有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业销售渠道与网络

六、企业优势分析

七、企业最新发展动向分析

第六节 厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势分析

八、企业最新发展动向分析

第七节 杭州松研电器有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势分析

八、企业最新发展动向分析

第八节 苏州春天印象健身器材有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

五、企业产品服务体系

七、企业优势与劣势分析

第九节 OSIMInternational

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业技术水平分析

六、企业销售渠道与网络

七、企业优势分析

第十节 艾迈斯按摩椅(上海)有限公司

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业产品结构分析

四、企业销售渠道与网络

五、企业优势分析

第四部分 按摩椅行业发展前景展望

第十章 2015-2020年按摩椅行业前景及趋势预测

第一节 2015-2020年按摩椅市场发展前景

一、按摩椅市场发展潜力

二、按摩椅市场发展前景展望

三、按摩椅细分行业发展前景分析

第二节 2015-2020年按摩椅市场发展趋势预测

一、按摩椅行业发展趋势分析

二、按摩椅行业市场规模预测

三、按摩椅行业细分市场发展趋势预测

第十一章 2015-2020年按摩椅行业投资机会与风险防范

第一节 中国按摩椅行业投资特性分析

一、按摩椅行业进入壁垒分析

二、按摩椅行业盈利模型分析

三、按摩椅行业盈利因素分析

第二节 中国按摩椅行业投资情况分析

一、按摩椅行业总体投资及结构

二、按摩椅行业投资规模情况

三、按摩椅行业投资项目分析

第三节 中国按摩椅行业投资风险

一、按摩椅行业原材料市场风险

二、按摩椅行业管理风险

三、按摩椅行业产品营销风险

四、按摩椅行业技术风险

五、政策和体制风险

六、按摩椅行业市场风险

七、行业营销风险

第四节 按摩椅行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、按摩椅行业投资机遇

第五部分 按摩椅行业发展战略研究

第十二章 按摩椅行业发展战略研究

第一节 按摩椅行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 按摩椅行业营销策略分析

一、产品策略

二、价格策略

三、渠道策略

四、促销策略

第三节 对中国按摩椅品牌的战略思考

一、按摩椅品牌的重要性

二、按摩椅实施品牌战略的意义

三、按摩椅企业品牌的现状分析

四、中国按摩椅企业的品牌战略

五、按摩椅品牌战略管理的策略

第三节 按摩椅行业经营策略分析

一、按摩椅市场细分策略

二、按摩椅市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、按摩椅新产品差异化战略

五、影响市场规模（需求）因素

六、企业核心竞争力

第四节 按摩椅行业投资战略研究

一、战略思想

二、2015年按摩椅行业投资战略

三、2015-2020年细分行业投资战略

图表目录:

图表：行业发展周期

图表：行业生命周期图

图表：201-2015年我国大健康产业市场规模分析

图表：2010-2014年我国按摩器械市场规模分析

图表：2014年我国各类按摩器具市场份额分析

图表：2013-2014年全国商品房销售面积及销售额增速

图表：2013-2014年我国按摩椅行业市场规模分析

图表：2013-2014年中国按摩椅行业供给分析

图表：按摩椅品牌市场占有率调查

图表：按摩椅行业需求市场分析

图表：不同收入客户按摩椅品牌消费态度情况

图表：产民后龄客户按摩椅消费态度情况

图表：不同地区消费者对按摩椅的品牌态度情况

图表：我国按摩器具企业出口额分布状况

图表：2014年我国按摩器具行业主要进口地区分布

图表：2014年我国按摩器具行业主要出口地区分布

图表：2013-2014年我国按摩器具出口整体情况分析

图表：2013-2014年我国按摩器具进口整体情况分析

图表：2015-2020年全球按摩器具市场规模分析

图表：2010-2014年全球按摩椅市场规模分析

图表：2011-2014年我国按摩椅行业市场规模分析

图表：消费者经常购买的按摩椅品牌调查

图表：上海荣泰健康科技股份有限公司产品结构分析

图表：乔山健康科技（上海）有限公司核心技术分析

图表：2015-2020年我国按摩椅行业市场容量预测

图表：2015-2020年我国按摩椅市场销售收入预测

图表：产品金字塔模型

图表：多成分系统模型

图表：配电盘模型

图表：速度模型

图表：利润乘数模型

图表：行业标准模型

图表：品牌模型

图表：低成本企业设计模型

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域SWOT战略分析图

图表：四种基本的品牌战略

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/270988.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提供专业投资咨询报告、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。