



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国按摩器械行业 市场深度评估及发展前景预测报告 告

一、调研说明

《2018-2024年中国按摩器械行业市场深度评估及发展前景预测报告》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/294020.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

按摩器是针对人们身体全身或者各个部位进行按摩的工具总称，他现在包括按摩椅、按摩器两大类。其中，按摩椅进行的是比较全方位的身体按摩，而按摩器是针对身体某一位位进行的按摩器具。

按摩器是根据物理学，仿生学，生物电学、中医学以及多年临床实践而研制开发出的新一代保健器材。随着现代生活水平不断提高，以及人们生活理念的不断更新，按摩器材，已经成为健康投资和时尚生活的代名词，被越来越多的人所接受。

据统计，目前全国生产和经营按摩器具的企业有2000多家，出口销售额达千万美元的有10多家，达百万美元的有150多家，全国从业人员超过20万。

业内人士表示，按摩健身器材广受欢迎，主要是两方面的原因：一个是人们生活水平和健康需求发生了很大变化，一个是按摩器材本身紧随时代变化，从色彩、用料、设计等多个方面综合改进，赢得了消费者的认可。专家指出，随着消费结构的升级，与人体健康紧密相关的多样化的按摩器材产品将可能保持持续高速增长。

与此同时，专家也表示，由于目前国内的按摩器材行业缺乏完善的、专用行业标准，市场上的按摩产品品质层次不齐，消费者很多时候"无从下手"。

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 2016-2018年全球按摩器械行业市场运行形势综述

第一节 2016-2018年全球按摩器械产品市场动态研究

一、全球按摩器械产品市场特征分析

二、全球按摩器械产品市场供需监测研究

三、全球按摩器械产品价格走势分析

第二节 2016-2018年全球主要国家按摩器械市场深度局势分析

一、美国

二、日本

三、韩国

四、其他国家

第三节 2018-2024年全球按摩器械产品市场发展趋势预测解析

第二章 2016-2018年中国按摩器械行业市场发展环境分析（PEST分析法）

第一节 2016-2018年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

六、固定资产投资情况

第二节 2016-2018年中国按摩器械行业政策环境分析

一、近年来国家以及政府颁布的相关政策法规

二、相关政策法规对市场的影响程度

三、按摩器械市场国家宏观发展规划调控方向

第三节 2016-2018年中国按摩器械行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第四节 2016-2018年中国按摩器械行业技术环境分析

第三章 2016-2018年中国按摩器械行业运行状况与存在问题探讨

第一节 2016-2018年中国按摩器械行业发展概述

第二节 2016-2018年中国按摩器械行业运行动态分析

一、产业热点分析

二、产业运行趋势分析

第三节 2016-2018年中国按摩器械行业发展存在问题与对策建议

一、中国按摩器械行业存在的问题

二、规范按摩器械行业发展的措施

三、按摩器械行业发展的建议

第四章 2016-2018年中国按摩器械行业总体发展状况剖析

第一节 2016-2018年中国按摩器械行业规模情况分析

一、行业单位规模情况分析

二、行业人员规模状况分析

三、行业资产规模状况分析

四、行业市场规模状况分析

第二节2016-2018年中国按摩器械行业产销情况分析

一、行业生产情况分析

二、行业销售情况分析

三、行业产销情况分析

第三节2016-2018年中国按摩器械行业财务能力分析

第五章2015-2018年中国按摩器械产品行业关键数据指标参考

第一节2015-2018年中国按摩器械行业主要数据监测分析

一、2015-2018年中国按摩器械行业规模分析

二、2016-2018年中国按摩器械行业结构分析

三、2015-2018年中国按摩器械行业产值分析

四、2015-2018年中国按摩器械行业成本费用分析

五、2015-2018年中国按摩器械行业盈利能力分析

第二节 2015-2018年中国按摩器械产量数据统计分析

一、2016-2018年中国按摩器械产量数据分析

二、2016-2018年中国按摩器械产量数据分析

三、2016-2018年中国按摩器械产量增长性分析

第三节 2016-2018年中国按摩器械进出口数据监测分析

一、按摩器械进出口数量分析

二、按摩器械进出口金额分析

三、按摩器械进出口国家及地区分析

第六章 2016-2018年中国按摩器械行业市场竞争力研究

第一节2016-2018年中国按摩器械行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节2016-2018年中国按摩器械市场竞争现状分析

一、信息娱乐引领按摩器械市场

二、出口转内销对企业竞争影响

三、本土电子企业面临压力分析

四、华南市场的发展空间及竞争

第三节2016-2018年中国按摩器械行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第四节2016-2018年中国按摩器械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、重点企业出口交货值对比分析

五、重点企业利润总额对比分析

六、重点企业综合竞争力对比分析

第七章 2016-2018年中国按摩器械企业竞争策略分析

第一节2016-2018年中国按摩器械行业竞争策略分析

一、按摩器械中小企业竞争形势

二、按摩器械中国企业竞争策略

三、上下游产业链合作共赢策略

第二节2016-2018年中国按摩器械市场竞争策略分析

一、按摩器械主要潜力品种分析

二、现有按摩器械产品竞争策略分析

三、潜力按摩器械品种竞争策略选择

四、典型企业产品竞争策略分析

第三节 按摩器械企业竞争策略分析

一、金融危机对按摩器械行业竞争格局的影响

二、2016-2018年我国按摩器械市场竞争趋势

三、2016-2018年按摩器械企业竞争策略分析

第八章2016-2018年中国按摩器械行业顶尖企业竞争力与未来发展策略探讨

第一节 上海荣泰健康科技股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 松下电器(中国)有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 宁波奥森健身器材科技有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 傲胜国际股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 浙江豪中豪健康产品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第九章 2018-2024年中国按摩器械及其主要上下游产品市场预测

第一节 2016-2018年中国按摩器械上下游分析

一、与行业上下游之间的关联性

二、上游原材料供应形势分析

三、下游产品解析

第二节 2018-2024年中国按摩器械行业产业链研究分析

一、行业上游影响及风险分析

二、行业下游风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第十章 2018-2024年中国按摩器械行业发展前景展望预测

第一节 2018-2024年中国按摩器械行业供求形势展望

一、上游原料供应预测及市场情况

二、按摩器械下游需求行业发展展望

三、按摩器械行业产能预测分析

四、进出口形势展望

第二节2018-2024年中国按摩器械行业市场格局与经济效益展望

一、市场格局展望

二、经济效益预测

第五节2018-2024年中国按摩器械行业整体发展展望分析

一、按摩器械行业国际展望

二、国内按摩器械行业发展展望

第十一章2018-2024年按摩器械行业投资机会与风险规避研究

第一节2018-2024年中国按摩器械投资环境的分析与对策

第二节2018-2024年中国按摩器械投资机遇分析

第三节2018-2024年中国按摩器械投资风险分析

一、政策风险

二、经营风险

三、技术风险

四、进入退出风险

第四节2018-2024年中国按摩器械投资策略与建议

一、企业资本结构选择

二、企业战略选择

三、投资区域选择

第十二章2018-2024年中国按摩器械行业投融资研究分析

第一节 中国按摩器械行业企业所有制状况

第二节 中国按摩器械行业外资进入状况

第三节 中国按摩器械行业合作与并购

第四节 中国按摩器械行业投资体制分析

第五节 中国按摩器械行业资本市场融资分析

第十三章 2018-2024年按摩器械行业盈利模式与投资策略探讨（AKLT）

第一节 国外按摩器械行业投资现状及经营模式分析

一、境外按摩器械行业成长情况调查

二、经营模式借鉴

三、在华投资新趋势动向

第二节 我国按摩器械行业商业模式探讨

第三节 我国按摩器械行业投资国际化发展战略分析

一、战略优势分析

二、战略机遇分析

三、战略规划目标

四、战略措施分析

第四节 我国按摩器械行业投资策略分析

第五节 最优投资路径设计

一、投资对象

二、投资模式

三、预期财务状况分析

四、风险资本退出方式

图表目录：

图表：2011-2018年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2016-2018年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表：2011-2018年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2011-2018年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2016-2018年中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2011-2018年我国工业增加值增速统计

图表：2011-2018年我国全社会固定资产投资额走势图（2016-2018年不含农户）

图表：2011-2018年我国财政收入支出走势图 单位：亿元

图表：2011-2018年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2015-2018年我国按摩器械行业企业数量增长趋势图

图表：2015-2018年我国按摩器械行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2015-2018年我国按摩器械行业从业人数增长趋势图

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/294020.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。