



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2010年全球健身器材行业 市场研究与发展预测

一、调研说明

《2009-2010年全球健身器材行业市场研究与发展预测》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/37034.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

预计到2010年，全球的健身器材市场将达到120亿美元的市场份额。未来欧洲，亚洲和拉丁美洲将是市场的主要增长点，逐渐富裕的人群将会提高自己对健康生活方式的追求，并将成为健身器材的主要消费者。

美国仍旧是世界上最大的单个健身器材消费市场，2007年的销售额达到50亿美元，亚太地区则是市场增长最快的区域，年增长率达到5.5%，预计欧洲的健身器材市场在2010年将达到34亿美元的市场空间。2007年全球的健身器材销售中，跑步机的销售额达到24亿3千万美元，椭圆机则是销售增长最快的器材，2007年的市场销售额达到9亿6千7百万美元。

在中国，健身器材市场经历了概念引入、初级竞争、高速发展三个阶段后，正逐步成熟起来，但却难以走出低技术、低价格竞争的阴影。其原因有三点，一是门槛低，市场进入相对容易。二是产品同质化现象严重，同业间相互仿造、拓伤了企业产品开发的积极性。三是中国市场差异大，东西南北各地市场参差不齐，同一区级市场中，省、地、市级市场差异十分明显，上述因素综合作用的结果导致中低档产品泛滥市场。使健身器材市场陷入多块面、多层次混战的尴尬局面。

目前，我国生产的室内健身器材产品已大量出口到欧美等发达国家，并进入主流市场，有的还直接承担了大批量的国际高端产品的对外加工。有资料显示，国际市场上60%以上的健身器材都贴有“中国制造”，但却很少有中国人自己的名牌。其原因是产品在国际市场上竞争力不高，只能为国外公司大量做加工产品。一方面国内企业生产符合国际标准的健身器材，另一方面，国内消费者却为国外品牌多掏两三倍钱。这样的尴尬至少表明一点，在国际上叫得响的民族品牌缺失。

《2009-2010年全球健身器材行业市场研究与发展预测》是在中心“十一五”研究组课题研究成果基础上，结合我们对企业进行战略和竞争策略分析的基础上撰写而成。

本研究报告依据中国健身器材行业协会、中国文教体育用品协会、国务院发展研究中心、国家信息中心和国家统计局等权威渠道数据，同时采用中心大量产业数据库以及我们对全球健身器材企业所进行的市场调查资料，综合运用定量和定性的分析方法对该行业的发展方

向进行了预测分析。在报告的成稿过程中得到中国健身器材行业协会的专家、领导的耐心指导和建议，在此一并表示感谢。

【 目 录 】

第一章 健身器材行业概述

第一节 健身器材的介绍

一、健身器材的分类

二、健身器材的功能

三、健身器材的选择方法

四、健身器材品牌的发展

第二节 健身器材安全标准

一、室内健身器材安全检测标准介绍

二、室内健身器材的动态测试

三、室内健身器材的静态检测

四、室内健身器材的安全性检验

第二章 2008年全球体育用品的发展

第一节 国外体育用品发展概况

一、欧洲体育用品市场

二、美洲体育用品市场

三、中东体育用品市场发展概况

四、全球十大体育用品品牌介绍

第二节 中国体育用品行业的发展

第三节 全球体育用品发展前景分析

第三章 2008年全球健身器材行业的发展分析

第一节 全球健身器材市场基本特点分析

一、全球健身器材市场概况

二、主要发达国家健身器材市场发展日趋生活化

三、区域市场发展不平衡的格局在逐步减弱

四、全球健身器材产业的集中度不高

第二节 国外健身器材发展概述

一、国际健身器材需求增加

二、美国健身器材市场回顾

三、德国健身器材市场概况

四、国际健身器材品牌介绍

五、中国台湾健身器材行业发展及出口情况分析

第三节 中国健身器材市场分析

第四节 健身器材市场营销分析

第五节 健身器材行业存在的问题

第六节 健身器材行业的发展策略

第七节 中国健身器材发展预测分析

第四章 健身器材细分行业分析

第一节 家庭健身器

一、家庭健身器的种类

二、家庭健身器销售升温

三、选择家庭健身器的影响因素

四、家庭健身器存在的问题

第二节 跑步机

一、跑步机的背景及分类

二、中国跑步机市场发展概况

三、可折叠跑步机登录市场

四、电动跑步机行业急需名牌

第三节 其他健身器材介绍

一、划船器

二、椭圆机和按摩椅

三、电动跑步机和半躺式健身车

四、力量训练器

第五章 2008年世界重点体育用品生产企业运营分析

第一节 世界健身器材品牌分类介绍

第二节 耐克

一、企业发展历程分析

二、2008年企业运营状况分析

三、2008年企业品牌发展分析

四、未来企业发展战略分析

第三节 阿迪达斯

一、企业发展历程分析

二、企业运营状况分析

三、2008年企业品牌策略分析

四、未来企业发展战略分析

第四节 美国爱康健身器材公司（ICON）

第五节 美国力健（life）

第六节 美国诺德士（Nautilus）集团

第七节 美国必确集团公司（Precor）

第八节 韩国秀健（STEX）

第九节 台湾伟克（STEELFLEX）

第十节 运动健身器材上市公司：乔山健康（JOHNSON）

第十一节 全球健身车顶级品牌：加拿大Bodyguard

第六章 健身器材行业的发展预测

第一节 体育用品行业的发展趋势

一、文化体育用品的发展前景

二、2009年中国体育用品市场前景

三、中国体育用品网络营销三大趋势

第二节 健身器材行业的发展趋势及前景展望

一、国外健身器材的发展趋势

二、中国健身器材的发展趋势

三、健身器材产品趋向智能化

四、网络健身器材前景可观

第七章 2009-2010年全球健身器材行业前景及投资机会及建议分析

第一节 2009-2010年全球健身器材行业发展预测

第二节 2009-2010年中国健身器材行业发展预测

第三节 2009-2010年全球健身器材行业投资机会及建议

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37034.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。