



艾凯咨询
ICAN Consulting

2008-2009年中国健身器材行业市场分析及发展趋势研究报告

一、调研说明

《2008-2009年中国健身器材行业市场分析及发展趋势研究报告》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/37356.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

〔 描述 〕

健身器材主要分为三大类。跳绳、拉力器、哑铃等是价格便宜的健身器材，此类低档健身器材性能单一，结构简单，使用方便，多在百元以内，而且也是大多数消费者家中必备的健身器材。其次是中档健身器，如跑步机、健身车、划船器等，价格多为千元以下。这类健身器材的结构比较复杂，某些性能也已达到较高水平，而且占地面积较小。第三种是高档健身器，如多功能跑步机等。这类健身器材具备跑步、划船、蹬车、旋转腰部、俯卧撑等多种功能，价格比较昂贵，大多在千元甚至万元以上，且占地面积较大。目前，我国已有众多健身器材生产企业，世界上几乎所有的普通健身器材类型，中国企业都在生产，并为大量的境外品牌进行加工，中国制造的健身器材在国际市场上占据了约60%的份额，出口交易额达20亿美元，出口已逐渐成为我国健身器材产业发展的方向。健身器材市场分为家用以及商用市场两部分。随着北京奥运会的举办成功，这也为健身器材行业提供了有利条件和发展机遇。人们对于健身器材，特别是家用健身器材的需求也日益增加。而家用市场的规模也远较商用市场规模大，且增长快。据中国文教体育用品协会的相关统计显示，2008年奥运会之后，中国家用健身器材的年销售额可能会超过120亿元。

城市居民对体育用品的消费已经从低档为主向中高档方向发展，农村居民尤其是已经进入小康生活标准的农村地区，对中低档体育用品的消费也将逐步形成新的需求。随着农村地区收入的增加将使健身市场的潜力变成现实，中国健身器材市场的年销售额逐年增长，中国人对健康的关注正在形成一个黄金市场。虽然健身队伍的不断扩大为健身器材生产商带来了浓厚商机，但是行业存在的产品伪劣、夸大宣传等不良现象也成为了制约行业发展的棘手问题。据中国社会调查事务所的一项调查显示：83%的人认为国产健身器的质量问题是制约消费者购买的主要原因。对一般家庭来说，追求性能优越、质量可靠、经久耐用，是消费者的共同心愿。然而，目前市场上销售的一些健身器功能不齐全、部件易损坏的现象相当严重。

我国健身器材行业尽管内外销市场趋旺，但在国际市场缺乏知名品牌却是一个不得不面对的事实。目前，我国出口的健身器材产品基本上是以“委托加工”和“贴牌生产”的方式进入国际市场，产品附加值较低。同时，与国际先进水平相比，我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。这也意味着，我国健身器材行业仍有很广阔的发展空间。

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、国家海关总署、国家商务部、国家体育总局、中国健身器材行业协会、中国文教体育用品协会、中国体育用品联合会、中国轻工业联合会、中国社会调查事务所、中国行业研究网、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量资料，对国际、国内健身器材行业的市场发展状况、竞争格局、营销策略、发展趋势、领先企业以及投资策略等方面进行了深入的分析，并分门别类地对健身器材行业主要细分市场予以了重点分析。结合新时期的各方面因素，用数字说话，对中国健身器材行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证，全文列示了大量图表，图文并茂。报告还对国家相关政策进行了介绍和趋向研判，是健身器材行业生产、经营、投资、科研企业及相关单位极具参考价值的专业性报告。

【 目 录 】

第一部分 行业发展概况

第一章 健身器材行业发展概况 1

第一节 中国健身器材相关概念 1

一、健身器材概况 1

二、健身器材基本分类 3

三、世界健身器材品牌分类介绍 4

四、健身器材知识产权分析 7

第二节 中国健身器材行业标准 11

一、体育用品强制标准分析 11

二、室内健身器材检测标准 11

第三节 外国健身器材发展状况 13

一、日本 13

二、俄罗斯 14

三、沙特阿拉伯 15

四、捷克 16

第二部分 行业发展环境分析

第二章 中国健身器材行业发展环境分析 17

第一节 中国健身器材发展宏观环境 17

一、2008年上半年国民经济运行状况 17

二、2008年上半年国民经济运行分析 36

三、2008年上半年国家外汇储备情况 48

四、2008年上半年消费者信心指数 64

第二节 中国健身器材政策环境分析 65

一、中国体育产业发展纲要 65

二、全民健身计划纲要 72

三、体育器材设备审定办法 76

第三节 中国体育市场发展状况 78

一、中国健身服务业发展状况 78

二、体育报刊业发展状况分析 86

三、我国体育市场发展状况 89

四、我国体育产业发展机遇分析 97

五、2008年奥运对我国体育市场影响分析 99

第三章 2008年中国体育用品行业发展状况 111

第一节 2008年上半年我国体育用品制造业运行情况 111

一、2008年上半年体育用品制造业收入前十家企业 111

二、2008年上半年体育用品制造业主要经济指标 112

第二节 2008年我国体育用品市场发展状况 129

一、2008年体育用品市场需求分析 129

二、中国体育消费市场在世界地位分析 131

三、体育用品市场竞争状况分析 133

四、2008年中国体育用品市场规模预测 139

第三部分 行业发展状况

第四章 健身器材行业发展状况 141

第一节 我国健身器材行业发展状况	141
一、健身器材行业发展状况	141
二、中国健身器材产业发展分析	146
三、我国健身器材制造业发展战略分析	148
四、健身器材对钢铁材料紧固件需求影响分析	149
第二节 我国健身器材行业发展现状	150
一、2008年中低端健身器材产业发展现状	150
二、2008年互动式健身器材发展分析	152
三、2008年幼儿软性健身器材研发情况	152

第五章 我国健身器材市场发展分析 154

第一节 我国健身器材市场发展状况 154

一、健身器材市场发展状况	154
二、健身器材消费市场调查	156
三、健身器材市场价格形态分析	157
四、健身器材市场品牌发展分析	161
五、健身器材市场发展机遇分析	162

第二节 我国健身器材细分市场发展状况 165

一、室外健身器材市场发展状况	165
二、室内健身器材发展分析	166
三、家用健身器材市场发展状况	173

第三节 2008年我国健身器材区域市场分析 177

一、台湾	177
二、厦门	183
三、福建省漳浦	184
四、山东省济宁市	184

第六章 健身器材行业出口态势分析 186

第一节 我国健身器材出口状况 186

一、我国自主研发室外健身器材出口情况	186
二、我国健身器材主要出口国家分析	188

第二节 我国区域健身器材出口状况 191

- 一、2008年厦门健身器材出口情况 191
- 二、2008年上半年海沧健身器材出口情况 194
- 三、2008年顺德电动健身器材出口情况 195

第四部分 行业竞争状况

第七章 健身器材行业竞争格局 197

第一节 健身器材行业竞争状况 197

- 一、行业竞争环境分析 197
- 二、澳瑞特与怡康发展对比分析 199
- 三、健身器材市场渠道竞争分析 202

第二节 健身器材企业核心竞争力分析 205

- 一、成本领先战略 205
- 二、差异化战略 211
- 三、目标集聚战略 217

第八章 我国健身器材重点企业 228

第一节 深圳信隆实业股份有限公司 228

- 一、公司简介 228
- 二、2007-2008年公司财务状况 235
- 三、2008年上半年公司经营状况 240
- 四、2008-2010年公司发展优势 241

第二节 乔山健康科技集团 242

- 一、公司简介 242
- 二、公司发展策略 248
- 三、公司品牌策略 250

第三节 山西澳瑞特健康产业集团 256

- 一、公司简介 256
- 二、公司品牌策略 257
- 三、2008年公司动态 265

第四节 福建WNQ健身器材有限公司 270

- 一、公司简介 270
- 二、公司品牌战略 273

第五节 青岛英派斯集团	274
一、公司简介	274
二、公司品牌战略	275
三、2008年公司动态	283
第六节 厦门群鑫机械工业有限公司	286
一、公司简介	286
二、2008年公司动态	287
第七节 舒华体育用品有限公司	288
一、公司简介	288
二、公司经营策略	288
三、2008年公司动态	291
第八节 其他公司	292
一、厦门钢宇工业有限公司	292
二、宁波展望钢塑有限公司	292
三、山东英吉多运动器材有限公司	292
四、肥安迪健身用品有限责任公司	293

第五部分 行业发展策略与趋势

第九章 健身器材企业发展策略	295
第一节 健身器材企业品牌战略分析	295
一、健身器材企业名牌战略分析	295
二、新形势下企业品牌战略分析	296
三、品牌全球化驱动力分析	300
第二节 健身器材企业发展策略	302
一、健身器材企业贴牌战略分析	302
二、健身器材企业发展策略	306
三、健身器材企业融资策略	311

第十章 健身器材行业营销策略

318

第一节 健身器材企业营销策略	318
一、健身器材行业管控网络分销渠道	318
二、健身器材企业市场营销战略	321

三、后奥运时代奥运营销	331
四、专卖店营销策略分析	335
第二节 中小健身器材企业营销策略	339
一、中小企业营销战略	339
二、中小企业营销策略	342
三、中小企业电子商务营销	345

第十一章 健身器材行业发展趋势 347

第一节 2008-2010年健身器材行业发展趋势	347
一、健身器材市场前景分析	347
二、中国健身器材行业发展预测	348
三、2010年全球健身器材市场规模预测	349
第二节 2008-2009年健身器材发展趋势	349
一、国外健身器材发展趋势	349
二、未来健身器材发展方向	350

图表目录

图表：2008年1月份居民消费价格指数变化	17
图表：2008年1月份国民经济运行情况	17
图表：2008年1月份居民消费价格总水平	19
图表：2007-2008年2月居民消费价格指数变化	22
图表：2008年2月国民经济运行情况	22
图表：2008年2月份居民消费价格总水平	23
图表：2008年2月我国经济及政策状况	24
图表：2006-2008年1月我国贷款状况	25
图表：2008年2月末广义货币供应量走势图	25
图表：2008年2月份全国房屋价格指数	26
图表：2008年2月份居民消费价格总水平走势图	26
图表：2008年2月工业品出厂价格环比图	27
图表：2007-2008年2月我国CPI走势图	27
图表：中国CPI各类产品和服务比重	28
图表：美国CPI各类产品和服务比重	28

图表：2008年1季度石油加工、炼焦行业利润总额患比图	29
图表：2008年1季度石油加工、炼焦行业利润总额走势图	29
图表：2008年1季度中国GDP数据	29
图表：2008年1季度中国CPI数据	30
图表：2008年1季度中国房价数据	30
图表：2008年1季度中国PPI数据	30
图表：2008年1季度中国固定资产投资数据	30
图表：2008年1季度中国就业数据	30
图表：2008年1季度中国居民收入数据	30
图表：2008年1季度中国金融数据	30
图表：2008年1季度中国外汇储备数据	31
图表：2008年1季度中国贸易顺差数据	31
图表：2008年1季度中国国内生产总值GDP走势图	31
图表：2008年1季度准M2三个月环比增速	31
图表：2008年3月全国物价指数走势图	32
图表：2008年1月央行下一步调控措施动向调查	32
图表：2008年央行加息次数调查	32
图表：2008年2月央行下一步调控措施动向调查	33
图表：2008年1月物价动向调查	33
图表：CPI上涨投资动向调查	33
图表：工业增加值三个月环比增速	34
图表：CPI上涨消费动向调查	34
图表：2008年3月份不同价格的同比和环比涨幅	34
图表：2008年5月份居民消费价格总水平	35
图表：2007-2008年二季度我国GDP变化	36
图表：2008年1-6月居民消费价格指数变化	36
图表：2008年1-6月国民生产总值	37
图表：2008年1-6月农业生产总值	37
图表：2008年1-6月工业生产总值	37
图表：2008年1-6月固定资产投资总值	38
图表：2008年1-6月社会消费品零售总额	38
图表：2008年1-6月居民消费价格总水平	38

图表：2008年1-6月进出口总额	39
图表：2008年1-6月城镇就业情况	39
图表：2008年1-6月城乡居民收入情况	39
图表：2008年1-6月主要经济数据及货币调控政策	40
图表：2008年1-6月我国货币政策	40
图表：2007-2008年1季度进出口增速的反差	41
图表：CPI上涨对投资的影响	45
图表：CPI上涨对消费的影响	45
图表：2008年3月金融机构本外币信贷收支表(按部门分类)	50
图表：2008年3月金融机构本外币信贷收支表	51
图表：2008年3月金融机构人民币信贷收支表(按部门分类)	52
图表：2008年3月金融机构人民币信贷收支表	53
图表：2008年3月金融机构外汇信贷收支表	54
图表：2008年3月其他商业银行人民币信贷收支表	55
图表：2008年3月货币供应量统计表	56
图表：2008年3月汇率、黄金和外汇储备报表	57
图表：2007-2008年1月货币供应量走势图	57
图表：2007-2008年3月货币供应量表	58
图表：金融机构人民币存贷款基准利率调整表	58
图表：1991-2008年我国宏观经济预警指数	61
图表：1997-2008年人民币实际有效汇率	61
图表：2004-2008年中国加权贷款利率与法定基准利率之差	62
图表：1994-2008年中国贸易条件变化分析	62
图表：1996-2008年中国贸易顺差占GDP的比例	63
图表：美国经济增长与通货膨胀关系分析	63
图表：日本经济增长与通货膨胀关系分析	64
图表：2008年1月消费者信心指数	64
图表：2008年2月消费者信心指数	64
图表：2008年3月消费者信心指数	64
图表：2008年4月消费者信心指数	64
图表：2008年5月消费者信心指数	65
图表：2008年6月消费者信心指数	65

图表：2008年2月体育用品制造业销售收入前十家企业	111
图表：2008年5月体育用品制造业销售收入前十家企业	111
图表：2008年1-6月体育用品制造业主要经济指标全国合计	112
图表：2008年1-6月国有企业中型体育用品制造业主要经济指标全国合计	113
图表：2008年1-6月国有企业小型体育用品制造业主要经济指标全国合计	114
图表：2008年1-6月集体企业小型体育用品制造业主要经济指标全国合计	116
图表：2008年1-6月股份合作企业中型体育用品制造业主要经济指标全国合计	117
图表：2008年1-6月股份合作企业小型体育用品制造业主要经济指标全国合计	119
图表：2008年1-6月股份制企业中型体育用品制造业主要经济指标全国合计	120
图表：2008年1-6月股份制企业小型体育用品制造业主要经济指标全国合计	122
图表：2008年1-6月私营企业中型体育用品制造业主要经济指标全国合计	123
图表：2008年1-6月私营企业小型体育用品制造业主要经济指标全国合计	124
图表：2008年1-6月外商及港澳台投资企业中型体育用品制造业主要经济指标全国合计	126
图表：2008年1-6月外商及港澳台投资企业小型体育用品制造业主要经济指标全国合计	127
图表：2004-2008年中国体育用品市场规模统计及预测	134
图表：2000-2006年我国健身器材出口情况	189
图表：2000-2006年我国健身器材出口情况	189
图表：2006年我国健身器材出口国别分析	190
图表：2008年2季度深圳信隆实业股份有限公司主营构成	235
图表：2007年4季度深圳信隆实业股份有限公司人员构成	236
图表：2007-2008年深圳信隆实业股份有限公司投资收益分析	236
图表：2007-2008年深圳信隆实业股份有限公司资本结构	237
图表：2007-2008年深圳信隆实业股份有限公司获利能力分析	237
图表：2007-2008年深圳信隆实业股份有限公司经营能力分析	237
图表：2007-2008年深圳信隆实业股份有限公司偿债能力分析	237
图表：2007-2008年深圳信隆实业股份有限公司发展能力分析	238
图表：2007-2008年深圳信隆实业股份有限公司现金流量分析	238
图表：2007-2008年深圳信隆实业股份有限公司主营业务收入	238
图表：2007-2008年深圳信隆实业股份有限公司主营业务利润	238
图表：2007-2008年深圳信隆实业股份有限公司营业利润	239
图表：2007-2008年深圳信隆实业股份有限公司利润总额	239
图表：2007-2008年深圳信隆实业股份有限公司净利润	240

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/37356.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。