



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年保健器材行业竞争 格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年保健器材行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/98066.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

保健产业是国际上公认的朝阳产业。然而，被称为保健行业生力军的保健器材除了台湾、日本、美国等地的产品外，国产保健器械不但踪影难觅，且款式和质量都不如人意。专家预测，未来五年内，保健按摩器材市场在我国的销售空间将达到250亿元。解决了温饱问题的现代人，对生命质量的提高产生了一种新的需求。富裕起来的老百姓更加关注自己的身体健康，由此衍生出的健康经济为保健器械企业带来巨大的商机。需求制造市场。西方发达国家的人们用在健康方面的花费约占总收入的48%。而中国在健康方面的花费只占总收入的8%左右。预测，中国健康产业在未来五年将扩大10倍。另据中国国际亚健康学术成果研讨会公布的数据：真正健康的人约占5%，患有疾病的人占20%，亚健康人群占75%。换言之，中国处于亚健康状态人数已超过7亿人，这个庞大的人群造就了保健产业巨大的市场，这种需求在经济发达的广东更加显得迫切。

近年来，随着社会老龄人口的逐年增多和群众保健养生意识的日益增强，市场上出现的温热理疗床、低频健康理疗仪、远红外磁贴、远红外磁疗床等保健、康复性医疗器械，越来越受到中老年人群的青睐。但监管检查发现，这类产品越来越多地出现在流动场所，无注册证或者仅有部分零部件注册的现象越来越严重；而且大多经营者经营行为不规范，不择手段误导坑害消费者，更有甚者假借生产厂家的委托，无证违法经营。这些行为严重扰乱了药械市场秩序，损害了消费者的权益，对消费者健康安全构成了威胁。为此，药品监管部门应适应和把握药械市场的新变化、新动向，切实加强对家庭用保健、康复性医疗器械的监管，保证保健器材行业健康稳定的增长。

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。

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

务院发展研究中心、国家海关总署、中国医疗器械行业协会、中国仪器仪表行业协会、中国健身器材行业协会等国内外相关报刊杂志的基础信息以及医疗器械专业研究单位等公布和提供的大量资料，对保健器材行业进行了全面的分析。报告分别研究了保健器材的应用情况、我国保健器材行业现状、保健器材市场动态、保健器材医疗中的发展与应用、国内外保健器材优势企业的经营状况、保健器材的发展趋势等。本报告是保健器材制造企业、医疗机构、投资机构等相关单位准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 保健器材行业发展概述

第一节 保健器材行业定义和细分

一、行业定义

二、保健器材的分类

三、保健器材行业产业链介绍

第二节 保健器材产业链分析

一、行业的地位

二、保健器材发展史

三、我国保健器材发展概况

四、我国保健器材研究进展

第二章 全球保健器材行业发展分析

第一节 世界保健器材行业市场情况

一、2008年世界保健器材产业发展现状

二、2009年国际保健器材产业发展态势

三、2009年国际保健器材行业的研发动态

第二节 美国保健器材发展分析

一、2008年美国保健器材市场状况

二、2009年美国保健器材研发进展

三、2012年美国保健器材市场前景

第三节 日本保健器材发展分析

一、2008年日本保健器材市场状况

二、2009年日本保健器材技术发展

三、2012年日本保健器材市场前景

第四节 其他地区与国家保健器材市场发展分析

一、2008-2009年欧洲保健器材市场发展分析

二、2008-2009年以色列保健器材市场发展分析

三、2008-2009年印度保健器材市场发展分析

第三章 我国保健器材行业发展现状

第一节 我国保健器材行业发展情况

一、我国保健器材行业发展现状

二、我国保健器材行业发展的机遇与挑战

三、我国的保健器材产业与国际水平差距

四、保健器材产业规范情况分析

五、保健器材行业年增长率分析

六、我国保健器材产业的可持续性发展

第二节 我国保健器材市场分析

一、中国保健器材设备市场状况

二、国外企业在保健器材市场的发展

三、我国保健器材国内市场前景看好

四、国内高端保健器材海外市场的前景

五、2009年国内保健器材市场发展形势分析

第三节 2008-2009年中国保健器材行业供需分析

一、2008年中国保健器材供给总量分析

二、2008年中国保健器材供给结构分析

三、2009年中国保健器材需求总量分析

四、2009年中国保健器材需求结构分析

五、2009年中国保健器材供需平衡分析

第四章 保健器材行业经济运行分析

第一节 2008-2009年保健器材产量分析

一、2008年保健器材产量分析

二、2009年1季度保健器材产量分析

第二节 2008-2009年保健器材行业主要经济指标分析

一、销售收入前十家企业分析

二、2008年保健器材行业主要经济指标分析

三、2009年1季度保健器材行业主要经济指标分析

第三节 2008-2009年我国保健器材行业绩效分析

一、2008-2009年行业产销情况

二、2008-2009年行业规模情况

三、2008-2009年行业盈利能力

四、2008-2009年行业经营发展能力

五、2008-2009年行业偿债能力分析

第五章 中国保健器材行业进出口分析

第一节 2008年中国保健器材行业进出口分析

一、2008年中国保健器材进口分析

二、2008年中国保健器材出口分析

第二节 2008年中国保健器材主要省市进出口分析

一、2008年中国保健器材主要省市进口分析

二、2008年中国保健器材主要省市出口分析

第三节 2008年中国保健器材主要国家进出口分析

一、2008年中国保健器材主要国家进口分析

二、2008年中国保健器材主要国家出口分析

第四节 2009年1季度中国保健器材行业进出口分析

一、2009年1季度中国保健器材进口分析

二、2009年1季度中国保健器材出口分析

第二部分 行业竞争格局

第六章 保健器材行业竞争格局分析

第一节 保健器材行业历史竞争格局概况

一、保健器材行业集中度分析

二、保健器材行业竞争程度分析

第二节 保健器材行业竞争分析

一、行业竞争概况

二、中国保健器材产业集群分析

三、中外保健器材企业竞争力比较

四、保健器材行业品牌竞争分析

五、保健器材行业竞争的SWOT分析

第三节 保健器材行业市场竞争格局分析

一、2008年区域集中度分析

二、2008年重点省市竞争分析

三、2008年品牌竞争情况分析

四、2008年国内外保健器材竞争分析

五、2008年我国保健器材市场竞争分析

六、2009年国内主要保健器材企业动向

七、2009年国内保健器材拟在建项目分析

第七章 保健器材企业竞争策略分析

第一节 保健器材市场竞争策略分析

一、2009年保健器材市场增长潜力分析

二、2009年保健器材主要潜力品种分析

三、现有保健器材产品竞争策略分析

四、潜力保健器材品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 保健器材企业竞争策略分析

一、金融危机对保健器材行业竞争格局的影响

二、金融危机后保健器材行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国保健器材市场竞争趋势

四、2009-2012年保健器材行业竞争格局展望

五、2009-2012年保健器材行业竞争策略分析

六、2009-2012年保健器材企业竞争策略分析

第八章 保健器材重点企业竞争分析

第一节 美国爱康健身器材公司(ICON)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 美国力健(life)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 美国诺德士(Nautilus)集团

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 美国必确集团公司(Precor)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 韩国秀健(STEX)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 台湾伟克(STEELFLEX)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 乔山健康(JOHNSON)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 加拿大 (Bodyguard)

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第九节 青岛英派斯(集团)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十节 深圳市好家庭实业有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十一节 山西澳瑞特健康产业股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十二节 福建省舒华体育用品有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十三节 福建万年青健身器材有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十四节 山东祥和集团公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十五节 山东英克莱健身器械有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十六节 济南满天星健身器材有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第九章 保健器材行业发展趋势分析

第一节 我国保健器材产业的发展趋势

一、保健器材市场潜力和需求发展趋势

二、保健器材产品进口和市场竞争趋势

第二节 2009-2012年保健器材产业发展趋势分析

一、2009-2012年保健器材产业政策趋向

二、2009-2012年保健器材技术革新趋势

三、2009-2012年保健器材价格走势分析

四、2009-2012年国际环境对行业的影响

第十章 未来保健器材行业发展预测

第一节 未来保健器材需求与消费预测

一、2009-2012年保健器材产品消费预测

二、2009-2012年保健器材市场规模预测

三、2009-2012年保健器材行业总产值预测

四、2009-2012年保健器材行业销售收入预测

五、2009-2012年保健器材行业总资产预测

第二节 2009-2012年中国保健器材行业供需预测

一、2008-2012年中国保健器材供给预测

二、2009-2012年中国保健器材产量预测

三、2009-2012年中国保健器材需求预测

四、2009-2012年中国保健器材供需平衡预测

五、2009-2012年中国保健器材产品价格预测

六、2009-2012年主要保健器材产品进出口预测

第四部分 投资战略研究

第十一章 保健器材行业投资现状分析

第一节 2008年保健器材行业投资情况分析

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年1季度保健器材行业投资情况分析

一、2009年1季度总体投资及结构

二、2009年1季度投资规模情况

三、2009年1季度投资增速情况

四、2009年1季度分行业投资分析

五、2009年1季度分地区投资分析

六、2009年1季度外商投资情况

第十二章 保健器材行业投资环境分析

第一节 2009-2012年我国经济形势分析

一、2008年我国宏观经济运行情况分析

二、2009年我国宏观经济发展情况分析

三、2009-2012年我国宏观经济形势分析

第二节 2009年中国保健器材行业政策环境分析

一、2009年产业政策分析

二、2009年相关行业政策影响分析

第三节 2009年中国保健器材行业社会环境分析

一、2009年居民生活水平分析

二、2009年零售市场情况分析

第四节 2009年中国保健器材行业技术环境分析

一、技术发展现状

二、2009年新技术的发展

三、2009-2012年技术发展趋势

第十三章 保健器材行业投资机会与风险

第一节 保健器材行业投资效益分析

一、2008-2009年保健器材行业投资状况分析

二、2009-2012年保健器材行业投资效益分析

三、2009-2012年保健器材行业投资趋势预测

四、2009-2012年保健器材行业的投资方向

五、2009-2012年保健器材行业投资的建议

六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 2009-2012年中国保健器材行业投资机会分析

一、2009-2012年规模的发展及投资需求分析

二、2009-2012年总体经济效益判断

三、2009-2012年与产业政策调整相关的投资机会分析

第三节 影响保健器材行业发展的主要因素

一、2009-2012年影响保健器材行业运行的有利因素分析

二、2009-2012年影响保健器材行业运行的稳定因素分析

三、2009-2012年影响保健器材行业运行的不利因素分析

四、2009-2012年我国保健器材行业发展面临的挑战分析

五、2009-2012年我国保健器材行业发展面临的机遇分析

第四节 2009-2012年保健器材行业风险分析

一、2009-2012年宏观经济波动风险

二、2009-2012年保健器材行业政策风险

三、2009-2012年保健器材行业供需风险

四、2009-2012年保健器材行业技术风险

五、2009-2012年保健器材行业经营风险

六、2009-2012年保健器材相关行业风险

第五节 2009-2012年保健器材行业风险控制

一、2009-2012年经济波动风险控制

二、2009-2012年政策风险控制

三、2009-2012年供需风险控制

四、2009-2012年经营风险控制

五、2009-2012年技术风险控制

六、2009-2012年相关行业风险控制

第十四章 保健器材行业投资战略研究

第一节 保健器材行业发展战略研究

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 对我国保健器材品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、保健器材实施品牌战略的意义

三、保健器材企业品牌的现状分析

四、我国保健器材企业的品牌战略

五、保健器材品牌战略管理的策略

第三节 保健器材行业和企业发展策略分析

一、保健器材行业发展策略

二、保健器材行业技术发展策略

三、保健器材企业发展策略

第四节 保健器材行业投资战略研究

- 一、2009年医疗器械行业投资战略
- 二、2009年保健器材行业投资战略
- 三、2009-2012年保健器材行业投资战略
- 四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：保健器材使用基本信息

图表：保健器材按价格分段使用情况

图表：进口保健器材按厂家使用情况

图表：国产保健器材按厂家使用情况

图表：2007-2008年全球健身器材市场销售情况

图表：2008年全球健身器材市场主要厂商销售额与份额

图表：2007-2008年美国健身器材市场销售额情况

图表：2008-2009年中国健身器材市场各主要产品设备产量

图表：2008-2009年中国健身器材市场各主要产品设备销售额

图表：2008-2009年中国健身器材市场各主要产品设备出口额

图表：中国健身器材市场销售渠道模式

图表：中国家庭健身器材市场销售渠道特征

图表：中国健身器材市场主要国际品牌拓展情况

图表：中国健身器材生产厂商各省市分布情况

图表：英派斯竞争力评价

图表：好家庭竞争力评价

图表：澳瑞特健康产业竞争力评价

图表：舒华公司竞争力评价

图表：万年青竞争力评价

图表：祥和竞争力评价

图表：英克莱竞争力评价

图表：满天星竞争力评价

图表：八大主力厂商竞争力评价

图表：2009-2012年中国健身器材市场产量规模预测（单位：万台）

图表：2009-2012年中国健身器材市场销售额规模预测（单位：亿元）

图表：健身器材行业投资价值评估

图表：中国健身器材产业各环节投资机会分析

图表：2007-2008年全球健身器材市场销售额区域比重变化

图表：2008年家庭健身器材市场销售渠道所占份额

图表：2009-2012年中国健身器材行业产量增长规模预测

图表：2009-2012年中国健身器材行业销售额增长规模预测

图表：2007-2008年保健器材产品进口数量比较

图表：2007-2008年保健器材进口金额趋势比较

图表：2007-2008年保健器材进口数量趋势比较

图表：2007-2008年保健器材出口金额趋势比较

图表：2007-2008年保健器材出口数量趋势比较

图表：2007年我国前十位出口保健器材数量省市地区

图表：2007年我国前十位出口保健器材金额省市地区

图表：2007-2008年中国保健器材行业发展能力分析

图表：2007-2008年中国保健器材行业竞争力分析

图表：2009-2012年中国保健器材行业产能预测

图表：2009-2012年中国保健器材行业消费量预测

图表：2009-2012年中国保健器材行业市场前景预测

图表：2009-2012年中国保健器材行业市场价格走势预测

图表：2009-2012年中国保健器材行业发展前景预测

图表：2004-2008年国内生产总值及其增长速度

图表：2004-2008年居民消费价格涨跌幅度

图表：2008年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2004-2008年年末国家外汇储备

图表：2004-2008年税收收入及其增长速度

图表：2004-2008年粮食产量及其增长速度

图表：2004-2008年工业增加值及其增长速度

图表：2008年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2008年规模以上工业企业实现利润及其增长速度

图表：2004-2008年建筑业增加值及其增长速度

图表：2004-2008年固定资产投资及其增长速度

图表：2008年分行业城镇固定资产投资及其增长速度

图表：2008年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2008年房地产开发和销售主要指标完成情况

图表：2004-2008年社会消费品零售总额及其增长速度

图表：2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2008年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表：2008年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表：2004-2008年货物进出口总额及其增长速度

图表：2008年分行业外商直接投资及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表：2008年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表：2004-2008年年末电话用户数

图表：2008年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

图表：2004-2008年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图表：2004-2008年年末各类教育招生人数

图表：2008年人口数及其构成

图表：2004-2008年农村居民收入及其增长速度

图表：2004-2008年城镇居民可支配收入及其增长速度

图表：2009年1-3月工业生产主要指标

图表：2008-2009年3月全国居民消费价格指数

图表：2008-2009年3月工业品出厂价格指数

图表：2008年1-12月主要行业累计亏损总额同比增长显著上升

图表：2008年1-12月主要行业累计从业人员同比增长回落

图表：2008年1-12月保健器材产品产量北京市统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量天津市统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量河北省统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量内蒙古统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量辽宁省统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量吉林省统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量黑龙江统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量上海市统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量江苏省统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量浙江省统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量安徽省统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量福建省统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量江西省统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量山东省统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量河南省统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量湖北省统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量湖南省统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量广东省统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量广西区统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量海南省统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量四川省统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量云南省统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量陕西省统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量甘肃省统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量青海省统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量宁夏区统计

图表：2008年1-12月保健器材产品产量新疆区统计

图表：2008年1-12月我国保健器材产品进口数据

图表：2008年1-12月我国保健器材产品出口数据

图表：2008年1月我国保健器材产品进口数据

图表：2008年1月我国保健器材产品出口数据

图表：2008年2月我国保健器材产品进口数据

图表：2008年2月我国保健器材产品出口数据

图表：2008年3月我国保健器材产品进口数据

图表：2008年3月我国保健器材产品出口数据

图表：2008年1季度我国保健器材产品进口数据

图表：2008年1季度我国保健器材产品出口数据

图表：2008年4月我国保健器材产品进口数据

图表：2008年4月我国保健器材产品出口数据

图表：2008年5月我国保健器材产品进口数据

图表：2008年5月我国保健器材产品出口数据

图表：2008年6月我国保健器材产品进口数据

图表：2008年6月我国保健器材产品出口数据

图表：2008年2季度我国保健器材产品进口数据

图表：2008年2季度我国保健器材产品出口数据

图表：2008年7月我国保健器材产品进口数据

图表：2008年7月我国保健器材产品出口数据

图表：2008年8月我国保健器材产品进口数据

图表：2008年8月我国保健器材产品出口数据

图表：2008年9月我国保健器材产品进口数据

图表：2008年9月我国保健器材产品出口数据

图表：2008年3季度我国保健器材产品进口数据

图表：2008年3季度我国保健器材产品出口数据

图表：2008年10月我国保健器材产品进口数据

图表：2008年10月我国保健器材产品出口数据

图表：2008年11月我国保健器材产品进口数据

图表：2008年11月我国保健器材产品出口数据

图表：2008年12月我国保健器材产品进口数据

图表：2008年12月我国保健器材产品出口数据

图表：2008年4季度我国保健器材产品进口数据

图表：2008年4季度我国保健器材产品出口数据

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标全国合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标北京市合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标天津市合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标河北省合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标山西省合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标内蒙古合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标辽宁省合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标吉林省合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标黑龙江合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标上海市合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标江苏省合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标浙江省合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标安徽省合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标福建省合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标江西省合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标山东省合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标河南省合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标湖北省合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标湖南省合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标广东省合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标广西区合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标海南省合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标重庆市合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标四川省合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标云南省合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标陕西省合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标甘肃省合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标青海省合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标宁夏区合计

图表：2008年1-12月保健器材行业主要经济指标新疆区合计

图表：2008年2月保健器材行业收入前十家企业

图表：2008年5月保健器材行业收入前十家企业

图表：2008年8月保健器材行业收入前十家企业

图表：2008年11月保健器材行业收入前十家企业

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标全国合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标北京市合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标天津市合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标河北省合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标山西省合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标内蒙古合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标辽宁省合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标吉林省合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标黑龙江合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标上海市合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标江苏省合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标浙江省合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标安徽省合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标福建省合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标江西省合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标山东省合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标河南省合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标湖北省合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标湖南省合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标广东省合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标广西区合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标海南省合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标重庆市合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标四川省合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标云南省合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标陕西省合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标甘肃省合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标青海省合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标宁夏区合计

图表：2009年1-3月保健器材行业主要经济指标新疆区合计

图表：2009年1月保健器材行业收入前十家企业

图表：2009年2月保健器材行业收入前十家企业

图表：2009年3月保健器材行业收入前十家企业

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/98066.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。