

2014-2019年中国健身器材 市场现状分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2019年中国健身器材市场现状分析及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/tiyu1403/A25043KMCT.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-03-14

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国健身器材市场现状分析及投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了国际健身器材行业发展状况、中国健身器材行业发展环境等，接着分析了中国健身器材行业发展的现状，然后介绍了中国健身器材行业竞争格局。随后，报告对中国健身器材行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国健身器材行业的发展前景与投资预测。您若想对健身器材产业有个系统的了解或者想投资健身器材行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

由于健身娱乐市场可以有效地拉动居民的消费，符合国家拉动内需、刺激经济发展的政策，有望得到政府的进一步支持。同时，一个需要特别注意的发展倾向是从人们对健身娱乐的消费趋势上来看，人们健康的需求也正逐步从被动的治疗性向主动的预防保健型转换，这也预示未来的健身娱乐市场必然向科学保健、运动和娱乐合理搭配的方式发展。体育健身产业在我国还属于正在成长期的新兴产业，它是一项前景广大的朝阳产业，具有巨大的市场潜力。

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个黄金市场。

第一章 2013年国际健身器材行业发展状况分析

第一节 2013年国外体育用品发展概况分析

- 一、欧洲体育用品市场状况分析
- 二、美洲体育用品市场情况分析
- 三、中东体育用品市场发展概况分析
- 四、全球十大体育用品品牌介绍

第二节 2013年国外健身器行业发展概述

- 一、国际健身器材需求格局
- 二、美国健身器材市场回顾
- 三、德国健身器材市场概况
- 四、国际健身器材品牌分析

第三节 2014-2019年国际健身器材行业发展趋势分析

第二章 2013年国际著名健身器材企业发展态势分析

第一节 美国爱康健身器材公司——爱康(ICON)

- 一、公司基本概况
- 二、在华销售情况
- 三、竞争优势劣势分析
- 四、公司国际化战略发展分析

第二节 美国力健公司——力健(LIFE)

- 一、公司基本概况
- 二、在华销售情况
- 三、竞争优势劣势分析
- 四、公司国际化战略发展分析

第三节 韩国泰河机电株式会社——秀健 (STEX)

- 一、公司基本概况
- 二、在华销售情况
- 三、竞争优势劣势分析
- 四、公司国际化战略发展分析

第四节 台湾众成工业股份有限公司——伟克 (STEELFLEX)

- 一、公司基本概况
- 二、在华销售情况
- 三、竞争优势劣势分析
- 四、公司国际化战略发展分析

第五节 乔山健康科技股份有限公司——JOHNSON

- 一、公司基本概况
- 二、在华销售情况
- 三、竞争优势劣势分析
- 四、公司国际化战略发展分析

第六节 加拿大普乐赛康集团有限公司——Bodyguard

- 一、公司基本概况
- 二、在华销售情况
- 三、竞争优势劣势分析
- 四、公司国际化战略发展分析

第三章 2013年中国体育用品行业发展状况分析

第一节 2013年中国体育用品行业的发展

- 一、中国体育用品业发展概况
- 二、中国体育用品发展的积极因素
- 三、中国体育用品加快标准化建设步伐

第二节 2013年中国体育用品市场概况

- 一、中国体育用品的零售格局
- 二、中国体育用品市场上演争霸战
- 三、中国体育用品出口快速增长
- 四、中国体育用品的品牌发展之路

第三节 2013年中国体育用品存在的问题

- 一、中国体育用品品牌存在的不足
- 二、影响中国体育用品发展的因素
- 三、中国体育用品市场存在的几大“软肋”
- 四、中国体育用品市场还缺乏敏感度

第四节 2013年中国体育用品的发展对策

第四章 2013年中国健身器材行业发展环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2014年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2013年中国健身器材行业发展政策环境分析

- 一、中国体育产业发展纲要
- 二、全民健身计划纲要
- 三、体育器材设备审定办法
- 四、体育用品强制标准分析
- 五、室内健身器材检测标准

第三节 2013年中国健身器材行业发展社会环境分析

第五章 2013年中国健身器材行业发展局势剖析

第一节 中国健身器材行业发展历程分析

- 一、1987 - 1994年的初步发展期
- 二、1995 - 1997年的不稳定高峰期
- 三、1998 - 1999年受东南亚金融危机影响的下滑期
- 四、2000年至今的稳定发展期

第二节 中国健身器材行业发展概况分析

- 一、运动健身器材发展基本情况分析
- 二、中国健身器材行业发展探讨分析
- 三、厦门成为国内健身器材行业重要的出口基地
- 四、健身器材对钢铁材料紧固件需求影响分析

第三节 2013年中国健身器材行业发展现状分析

- 一、中低端健身器材产业发展现状分析
- 二、互动式健身器材发展分析
- 三、幼儿软性健身器材研发情况分析

第四节 2013年中国健身器材进入国际市场方式分析

- 一、委托加工
- 二、贴牌生产

第五节 2013年中国健身器材行业存在的问题分析

- 一、健身器材行业存在的两点隐忧
- 二、健身器材行业面临的四个问题
- 三、健身器材市场处于低迷的原因

第六节 2013年中国健身器材行业的发展策略分析

- 一、健身器材产业要防止暴利泡沫
- 二、中国健身器材行业的发展建议
- 三、健身器材行业发展的四点对策
- 四、中国健身器材行业的品牌策略

第六章 2013年中国健身器材市场发展态势分析

第一节 2013年中国健身器材市场发展概况分析

- 一、中国健身器材市场概况
- 二、中国健身器材市场结构
- 三、中国健身器材市场销售概况
- 四、健身器材成为新的消费热点

第二节 2013年中国健身器材市场状况扫描

- 一、小型保健器材销售畅快
- 二、大型健身器材市场方兴未艾
- 三、老年康复健身器材新品迭出，市场潜力大

第三节 2013年中国健身器材市场营销状况分析

- 一、健身器材的营销渠道
- 二、健身器材营销渠道存在的问题
- 三、健身器材产品的营销策略

第七章 2013年中国健身器材细分行业发展局势分析

第一节 家庭健身器

- 一、家庭健身器的种类
- 二、选择家庭健身器的影响因素
- 三、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、三种类型跑步机市场反映良好
- 四、电动跑步机行业急需名牌

第三节 其他健身器材

- 一、划船器
- 二、椭圆机和按摩椅
- 三、半躺式健身车
- 四、杠杆式力量训练器和杠哑铃

第八章 2011-2013年中国训练健身器材制造行业数据监测分析

第一节 2011-2013年中国训练健身器材制造行业总体数据分析

- 一、2011年中国训练健身器材制造行业全部企业数据分析
- 二、2012年中国训练健身器材制造行业全部企业数据分析
- 三、2013年中国训练健身器材制造行业全部企业数据分析

第二节 2011-2013年中国训练健身器材制造行业不同规模企业数据分析

- 一、2011年中国训练健身器材制造行业不同规模企业数据分析

二、2012年中国训练健身器材制造行业不同规模企业数据分析

三、2013年中国训练健身器材制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2011-2013年中国训练健身器材制造行业不同所有制企业数据分析

一、2011年中国训练健身器材制造行业不同所有制企业数据分析

二、2012年中国训练健身器材制造行业不同所有制企业数据分析

三、2013年中国训练健身器材制造行业不同所有制企业数据分析

第九章 2013年中国健身器材行业竞争格局分析

第一节 2013年中国健身器材行业竞争状况分析

一、行业竞争环境分析

二、澳瑞特与怡康发展对比分析

三、健身器材市场渠道竞争分析

第二节 2013年中国健身器材企业核心竞争力分析

一、成本领先战略

二、差异化战略

三、目标集聚战略

第三节 2013年中国健身器材行业的发展战略分析

一、中国健身器材制造业发展的战略思考

二、如何做健身俱乐部的战略投资评估

第十章 2013年中国健身器材行业优势企业竞争力分析

第一节 深圳信隆实业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 厦门钢宇工业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 漳州蒙发利实业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节 大东傲胜保健器（苏州）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节 乔山健康科技(上海)有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 厦门群鑫机械工业有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第七节 中山盈亮健康科技有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第八节 上海东庚金属制品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 南通华亮健身器材有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一章 2014-2019年中国健身器材行业的发展前景预测分析

第一节 2014-2019年中国体育用品行业的发展趋势分析

一、文化体育用品的发展前景

二、中国体育用品网络营销三大趋势

第二节 2014-2019年中国健身器材行业发展趋势分析

一、健身器材市场前景分析

二、中国健身器材行业发展预测

三、2014-2019年中国健身器材市场规模预测分析

第三节 2014-2019年中国健身器材用材料发展前景分析

一、健身器材升温带动钢材需求

二、健身器材用钢品种趋向多样化

三、塑料在健身器材市场的应用

第十二章 2014-2019年中国健身器材行业投资前景预测分析

第一节 2014-2019年中国健身器材行业投资机会分析

第二节 2014-2019年中国健身器材行业投资风险分析

一、金融风险分析

二、原材料风险分析

三、竞争风险分析

四、其他风险分析

第三节 2014-2019年中国健身器材行业发展策略分析

一、健身器材企业品牌战略分析

二、健身器材企业发展策略分析

三、健身器材企业营销策略分析

四、中小健身器材企业营销策略分析

第四节 博思数据投资建议

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tiyu1403/A25043KMCT.html>