

# 2021-2027年中国健身器材 市场深度评估与市场前景预测报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2021-2027年中国健身器材市场深度评估与市场前景预测报告》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.cction.com/report/202010/189375.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

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。

2017年我国健身器材行业市场规模约224.61亿元，同比2016年的217.22亿元增长了3.4%。  
。2012-2017年中国健身器材行业市场规模情况数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2021-2027年中国健身器材市场深度评估与市场前景预测报告》共十一章。首先介绍了中国健身器材行业市场发展环境、健身器材整体运行态势等，接着分析了中国健身器材行业市场运行的现状，然后介绍了健身器材市场竞争格局。随后，报告对健身器材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发展趋势与投资预测。您若对健身器材产业有个系统的了解或者想投资中国健身器材行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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 2019年中国健身器材行业发展环境分析

第一节 2019年中国宏观经济环境分析

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、2019年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2019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材

### 第三节 2019年中国健身器材行业发展社会环境分析

## 第二章 2019年国际健身器材行业发展状况分析

### 第一节 2019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 2019年国外健身器材行业发展概述

- 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 2021-2027年国际健身器材行业发展趋势分析

## 第三章 2019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&mdash;&mdash;伟克 ( STEELFLEX )

- 一、公司基本概况
- 二、在华销售情况
- 三、竞争优劣势分析
- 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&mdash;&mdash;JOHNSON

- 一、公司基本概况
- 二、在华销售情况
- 三、竞争优劣势分析
- 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&mdash;&mdash;Bodyguard

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

### 第四章 2019年中国体育用品行业发展状况分析

#### 第一节 2019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 2019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

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。根据相关数据显示，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。2012-2017年中国健身器材进出口金额情况

年份	类别	出口金额（千美元）	进口金额（千美元）
2012年	健身及康复器械	2365627	65775
2013年	健身及康复器械	2488649	88058
2014年	健身及康复		

器械 2804365 116430 2015年 健身及康复器械 2731214 139898 2016年 健身及康复器械  
2682295 174863 2017年 健身及康复器械 2876485 185724

资料来源：公开资料整理

#### 四、中国体育用品的品牌发展之路

##### 第三节 2019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 2019年中国体育用品的发展对策

#### 第五章 2019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 2019年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 2019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 2019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 2019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 2019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 2019年中国健身器材市场发展态势分析

##### 第一节 2019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 2019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 2019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 2019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 2015-2019年中国训练健身器材制造所属行业主要数据监测分析

### 第一节 2015-2019年中国训练健身器材制造所属行业总体数据分析

- 一、2015年中国训练健身器材制造所属行业全部企业数据分析
- 二、2016年中国训练健身器材制造所属行业全部企业数据分析
- 三、2019年中国训练健身器材制造所属行业全部企业数据分析

### 第二节 2015-2019年中国训练健身器材制造所属行业不同规模企业数据分析

- 一、2015年中国训练健身器材制造所属行业不同规模企业数据分析
- 二、2016年中国训练健身器材制造所属行业不同规模企业数据分析
- 三、2019年中国训练健身器材制造所属行业不同规模企业数据分析

### 第三节 2015-2019年中国训练健身器材制造所属行业不同所有制企业数据分析

- 一、2015年中国训练健身器材制造所属行业不同所有制企业数据分析
- 二、2016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、2019年中国训练健身器材制造所属行业不同所有制企业数据分析

## 第九章 2019年中国健身器材行业竞争格局分析

### 第一节 2019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 2019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 2019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 2019年中国健身器材行业重点企业竞争力分析

### 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

### 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

### 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

### 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

### 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

### 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

## 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

## 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

## 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

## 第十一章 2021-2027年中国健身器材行业的发展趋势与投资预测分析（）

### 第一节 2021-2027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 2021-2027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、2021-2027年中国健身器材市场规模预测分析

### 第三节 2021-2027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

### 第四节 2021-2027年中国健身器材行业投资机会分析

### 第五节 2021-2027年中国健身器材行业投资风险分析

### 第六节 2021-2027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

第七节 投资建议（）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202010/189375.html>