

2021-2027年中国室内健身 器材市场评估与未来前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国室内健身器材市场评估与未来前景预测报告》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/202108/236252.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

我国健身俱乐部数量自出现以来一直保持较高的增长，从2010年3245家增至2017年的5000余家。虽然在2011-2013年间，由于健身市场竞争加剧导致行业出现关门潮，健身俱乐部数量增长速度放缓甚至为负。但是，随着近年来健身人口的快速增长和专业化指导需求加剧，新一轮的健身风潮带动行业出现复苏迹象，健身俱乐部数量也随之迅速增长。预计到2019年我国健身俱乐部数量将达到5861家。2010-2018年中国健身俱乐部数量走势 中企顾问网发布的《2021-2027年中国室内健身器材市场评估与未来前景预测报告》共十四章。首先介绍了中国室内健身器材行业市场发展环境、室内健身器材整体运行态势等，接着分析了中国室内健身器材行业市场运行的现状，然后介绍了室内健身器材市场竞争格局。随后，报告对室内健身器材做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国室内健身器材行业发展趋势与投资预测。您若想对室内健身器材产业有个系统的了解或者想投资中国室内健身器材行业，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 研究概述

第一节 研究背景

一、产业背景

（一）产业定义

（二）产业分类

（三）产业发展历史

（四）国内知名健身品牌

二、市场背景

第二节 研究内容

第三节 研究方法

第四节 研究结论

第二章 全球健身器材所属行业发展状况研究

第一节 全球健身器材行业市场规模

第二节 国外发达国家健身器材行业发展趋势

第三节 全球主要国家或地区健身器材行业发展状况研究

一、美国

二、欧盟

三、亚洲

第三章 中国室内健身器材所属行业发展内外部环境研究

第一节 中国室内健身器材行业发展宏观环境研究（PEST因素分析法）

一、政治环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第二节 中国健身器材制造业模式

一、OBM模式

二、OEM模式

三、从OEM到OBM模式

第三节 中国家用健身器材行业存在的问题

一、有效需求不足

二、健身器材市场主体不成熟

三、健身器材在我国消费结构中地位不明显

第四节 2013-2019年中国室内健身器材行业市场环境发展状况研究

一、2013-2019年中国室内健身器材行业市场规模现状及发展趋势研究2013-2020中国健身器材市场规模及预测

（一）家用健身器材的需求量日益增加

（二）儿童健身器材市场潜力大

二、2013-2019年中国室内健身器材行业供求格局现状及发展趋势研究

（一）网络健身引领时尚运动潮流

（二）家庭消费喜欢多功能健身器械

（三）低档健身器材受消费者青睐

（四）室内划艇掀起中国健身新风潮

（五）全球跑步机60%“厦门造”

三、2013-2019年中国室内健身器材行业竞争格局现状及发展趋势研究

- (一) 健身器材行业面临“洗牌”
- (二) 欧美健身器材与国内品牌竞争
- (三) 世界顶级品牌转战中国市场

第四章 中国室内健身器材所属行业细分行业市场发展状况研究

第一节 跑步机

- 一、市场分析
- 二、行业特点分析
- 三、竞争格局分析
- 四、发展趋势分析
- 五、主体企业分析（SWOT分析法）

第二节 动感单车

第三节 划船器

第四节 其他室内健身器材

第五章 中国室内健身器材行业消费者需求购买决策研究

第一节 消费者人口统计变量分析

第二节 消费者地理变量分析

第三节 消费者心理变量分析

第四节 消费者行为变量分析

第五节 消费者需求趋势分析

第六章 中国室内健身器材发展趋势研究

第一节 室内健身器材产品市场趋势

- 一、产品多样化
- 二、产品多功能化
- 三、产品舒适化

第二节 室内健身器材消费发展趋势

- 一、健身器材商家与健身俱乐部合作更加密切
- 二、全国各个地域健身器材消费需求不同
- 三、家庭健身器材不限于高收入家庭

第七章 中国室内健身器材行业市场投融资与并购特征及案例研究

第一节 中国室内健身器材行业市场投融资与并购状况研究

一、我国室内健身器材行业市场化融资渠道的类型

(一) 股权融资

(二) 债券融资

(三) 基金融资

(四) 贷款融资

二、我国室内健身器材行业市场化融资存在的问题

(一) 资本市场准入条件过高，限制过严

(二) 风险投资机制不健全

第二节 中国室内健身器材行业市场投融资与并购案例研究

一、智基创投、联创策源与华生创投投资厦门钢宇案例研究（1亿元）

(一) 投资方背景研究

(二) 融资方背景研究

(三) 案例动因与过程研究

(四) 投融资价值与发展战略研究

(五) DHD点评：投融资案例启示

二、达晨创投投资深圳好家庭案例研究（6000万元）

第八章 国际室内健身器材行业主体企业综合竞争力研究（SWOT分析法）

第一节 美国爱康

一、企业整体概况

二、营业规模分析

三、市场策略分析

四、发展战略分析

五、综合竞争力分析（SWOT分析）

第二节 必确（Precor）

第三节 力健（lifefitness）

第九章 中国室内健身器材行业主体企业综合竞争力研究（SWOT分析法）

第一节 信隆实业

- 一、企业整体概况
- 二、营业规模分析
- 三、市场策略分析
- 四、发展战略分析
- 五、综合竞争力分析（SWOT分析）

第二节 乔山健康科技集团

第三节 青岛英派斯集团

第四节 山西澳瑞特

第五节 深圳好家庭实业有限公司

第六节 舒华

第十章 中国室内健身器材行业市场投资机会与风险优劣势研究（SWOT分析法）

第一节 中国室内健身器材行业市场投资优势分析

第二节 中国室内健身器材行业市场投资劣势分析

第三节 中国室内健身器材行业市场投资机会分析

第四节 中国室内健身器材行业市场投资风险分析

第十一章 中国室内健身器材行业市场研究成果及战略咨询建议

第一节 中国室内健身器材行业市场研究成果

第二节 中国室内健身器材行业市场战略咨询建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202108/236252.html>