

# 2024-2030年中国运动健身 器材市场深度评估与产业竞争格局报告

## 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

《2024-2030年中国运动健身器材市场深度评估与产业竞争格局报告》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/202312/430550.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

随着体育产业化进程的持续推进，民众对待体育的观念发生转变，以及社会体育文化的积淀，体育品类的消费市场将越来越大。体育已经不只是仅仅参与运动，将会与文化、社交、健康、科技、旅游、娱乐等产业融合为“泛体育”产业。中国的体育消费也将随着互联网的发展，迎来一次全新的升级与市场繁荣。预计到2030年将达到5.3亿。当前的场所主要以户外公共场地为主，专业健身休闲场所服务还将进一步渗透。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国运动健身器材市场深度评估与产业竞争格局报告》共九章。首先介绍了中国运动健身器材行业市场发展环境、运动健身器材整体运行态势等，接着分析了中国运动健身器材行业市场运行的现状，然后介绍了运动健身器材市场竞争格局。随后，报告对运动健身器材做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国运动健身器材行业发展趋势与投资预测。您若想对运动健身器材产业有个系统的了解或者想投资中国运动健身器材行业，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 运动健身器材行业发展概况

#### 第一节 产品发展概况

##### 一、产品概述

##### 二、产品性能

##### 三、产品用途

#### 第二节 运动健身器材行业政策环境分析

##### 一、产业相关政策分析

##### 二、上下游产业政策影响

##### 三、进出口政策影响分析

### 第二章 2015-2019年中国运动健身器材所属行业供需分析

#### 第一节 中国运动健身器材市场供给状况

##### 一、2015-2019年中国运动健身器材产量分析

## 二、2024-2030年中国运动健身器材产量预测

### 第二节 中国运动健身器材市场需求状况

#### 一、2015-2019年中国运动健身器材需求分析

#### 二、2024-2030年中国运动健身器材需求预测

### 第三节 2019年运动健身器材区域市场需求分析

#### 一、华东地区市场需求分析

#### 二、华北地区市场需求分析

#### 三、东北地区市场需求分析

#### 四、华南地区市场需求分析

#### 五、华中地区市场需求分析

#### 六、西部地区市场需求分析

### 第四节 中国运动健身器材市场价格状况

#### 一、2015-2019年中国运动健身器材价格分析

#### 二、2024-2030年中国运动健身器材价格预测

## 第三章 2015-2019年运动健身器材所属行业进出口数据分析

### 第一节 2015-2019年运动健身器材所属行业进口分析

#### 一、运动健身器材所属行业进口数量情况

#### 二、运动健身器材所属行业进口金额分析

#### 三、运动健身器材所属行业进口来源分析

#### 四、运动健身器材所属行业进口价格分析

### 第二节 2015-2019年运动健身器材所属行业出口分析

#### 一、运动健身器材所属行业出口数量情况

#### 二、运动健身器材所属行业出口金额分析

#### 三、运动健身器材所属行业出口流向分析

#### 四、运动健身器材所属行业出口价格分析

## 第四章 中国运动健身器材所属行业竞争格局及战略分析

### 第一节 中国运动健身器材行业竞争结构分析

#### 一、行业现有企业间的竞争

#### 二、行业新进入者威胁分析

#### 三、替代产品或服务的威胁

四、上游供应商讨价还价能力

五、下游用户讨价还价的能力

## 第二节 中国运动健身器材行业竞争力分析

一、品牌竞争分析

二、成本竞争分析

三、价格竞争分析

四、技术竞争分析

## 第三节 运动健身器材企业投资兼并与重组分析

一、国内企业兼并重组发展态势

二、国内运动健身器材企业兼并与重组

三、国内运动健身器材企业并购整合风险

四、运动健身器材行业并购与重组对策建议

## 第四节 运动健身器材企业资本市场运作建议

一、运动健身器材企业兼并购及收购建议

二、运动健身器材企业融资方式选择建议

三、运动健身器材企业海外市场运作建议

## 第五章 运动健身器材分销渠道及营销策略分析

### 第一节 运动健身器材分销渠道及策略

一、运动健身器材市场分销模式比较

(一) 直效分销模式

(二) 代理经销模式

(三) 关联营销模式

(四) 混合营销模式

二、运动健身器材市场分销渠道策略

(一) 建立分销体系的必要性

(二) 工业品企业的渠道战略

(三) 企业分销商的选择策略

(四) 制定分销政策考虑要素

(五) 企业分销管理要点分析

### 第二节 运动健身器材市场营销策略分析

一、市场营销主要模式

二、营销步骤信息需求

三、市场营销策略分析

(一) 产品策略分析

(二) 市场拓展策略

(三) 品牌营销策略

(四) 市场推广策略

(五) 人员推销策略

(六) 销售促进策略

第三节 运动健身器材营销创新策略分析

一、体验营销策略分析

二、关系营销策略分析

三、合作营销策略分析

四、深度营销策略分析

五、越位营销策略分析

六、文化营销策略分析

七、一对一营销策略分析

八、差异化营销策略分析

第六章 运动健身器材主要生产厂商竞争力分析

第一节 青岛英派斯健康科技股份有限公司

一、企业概况

二、企业主营业务分析

三、企业经营指标分析

四、企业主要产品分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展规划分析

第二节 舒华股份有限公司

一、企业概况

二、企业主营业务分析

三、企业经营指标分析

四、企业主要产品分析

五、企业竞争优势分析

## 六、企业发展规划分析

### 第三节 深圳市好家庭实业有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主营业务分析

#### 三、企业经营指标分析

#### 四、企业主要产品分析

#### 五、企业竞争优势分析

#### 六、企业发展规划分析

### 第四节 万年青(上海)运动器材有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主营业务分析

#### 三、企业经营指标分析

#### 四、企业主要产品分析

#### 五、企业竞争优势分析

#### 六、企业发展规划分析

### 第五节 南通铁人运动用品有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主营业务分析

#### 三、企业经营指标分析

#### 四、企业主要产品分析

#### 五、企业竞争优势分析

#### 六、企业发展规划分析

### 第六节 乔山健康科技(上海)有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主营业务分析

#### 三、企业经营指标分析

#### 四、企业主要产品分析

#### 五、企业竞争优势分析

#### 六、企业发展规划分析

## 第七章 2024-2030年中国运动健身器材行业发展趋势与前景分析

### 第一节 2024-2030年中国运动健身器材行业投资环境分析

## 第二节 2024-2030年中国运动健身器材行业投资前景分析

一、运动健身器材行业发展前景

二、运动健身器材发展趋势分析

三、运动健身器材市场前景分析

## 第三节 2024-2030年中国运动健身器材行业投资风险分析

一、产业政策分析

二、原材料风险分析

三、市场竞争风险

四、技术风险分析

## 第四节 2024-2030年运动健身器材行业投资策略及建议

## 第八章 运动健身器材企业投融资战略规划分析

### 第一节 运动健身器材企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要

二、企业强做大做的需要

三、企业可持续发展需要

### 第二节 运动健身器材企业发展战略规划的制定原则

一、科学性

二、实践性

三、预测性

四、创新性

五、全面性

六、动态性

### 第三节 运动健身器材企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

### 第四节 运动健身器材企业战略规划策略分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划



- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

## 第九章 运动健身器材企业投融资及IPO上市策略指导()

### 第一节 运动健身器材企业境内IPO上市目的及条件

- 一、企业境内上市主要目的
- 二、企业上市需满足的条件
  - (一) 企业境内主板 IPO 主要条件
  - (二) 企业境内中小板IPO主要条件
  - (三) 企业境内创业板IPO主要条件
- 三、企业改制上市中的关键问题

### 第二节 运动健身器材企业IPO上市的相关准备

- 一、企业该不该上市
- 二、企业应何时上市
- 三、企业应何地上市
- 四、企业上市前准备
  - (一) 企业上市前综合评估
  - (二) 企业的内部规范重组
  - (三) 选择并配合中介机构
  - (四) 应如何选择中介机构

### 第三节 运动健身器材企业IPO上市的规划实施

- 一、上市费用规划和团队组建
- 二、尽职调查及问题解决方案
- 三、改制重组需关注重点问题
- 四、企业上市辅导及注意事项
- 五、上市申报材料制作及要求
- 六、网上路演推介及询价发行

### 第四节 运动健身器材企业IPO上市审核工作流程

- 一、企业IPO上市基本审核流程
- 二、企业IPO上市具体审核环节
- 三、与发行审核流程相关的事项()

部份

图表目录：

图表1 2015-2019年中国运动健身器材产量趋势图

图表2 2024-2030年中国运动健身器材市场规模预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/430550.html>