

2022-2028年中国健身器材 行业前景研究与投资战略咨询报告

报告目录及图表目录

一、报告报价

《2022-2028年中国健身器材行业前景研究与投资战略咨询报告》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.chinairr.org/report/R13/R1303/202202/12-455429.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

健身器材常以训练功能多少来分为单功能和综合型多功能两大类，常用的有划船器、健美车、健步机、跑步机、美腰机等。

产业研究报告网发布的《2022-2028年中国健身器材行业前景研究与投资战略咨询报告》共七章。首先介绍了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，最后分析了健身器材行业发展趋势与投资预测。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。

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1章：健身器材行业定义及外部影响因素分析

1.1 健身器材行业界定和分类

1.1.1 行业界定

1.1.2 行业属性

（1）行业所处的生命周期

（2）行业对经济周期反应

1.2 健身器材行业外部影响因素分析

1.2.1 行业政策环境分析

1.2.2 宏观经济走势分析

（1）国外宏观经济走势分析

（2）国内宏观经济走势分析

1.2.3 社会健身理念及健身习惯

1.2.4 健身器材技术更新

1.3 报告研究单位与研究方法

1.3.1 研究单位介绍

1.3.2 研究方法概述

第2章：健身器材行业发展现状及前景预测

2.1 健身器材行业发展现状分析

2.1.1 健身器材行业发展总体概况

2.1.2 健身器材行业发展主要特点

- (1) 行业成长空间巨大
- (2) 缺乏自主品牌和自主设计
- (3) 外资企业占据主导地位

2.1.3 健身器材所属行业规模及财务指标分析

- (1) 健身器材所属行业规模分析
- (2) 健身器材所属行业盈利能力分析
- (3) 健身器材所属行业运营能力分析
- (4) 健身器材所属行业偿债能力分析
- (5) 健身器材所属行业发展能力分析

2.2 健身器材所属行业经济指标分析

2.2.1 健身器材所属行业主要经济效益影响因素

2.2.2 健身器材所属行业经济指标分析

2.2.3 不同规模企业主要经济指标比重变化情况分析

2.2.4 不同性质企业主要经济指标比重变化情况分析

2.2.5 不同地区企业经济指标分析

2.3 健身器材所属行业供需平衡分析

2.3.1 全国健身器材所属行业供给情况分析

- (1) 全国健身器材所属行业总产值分析
- (2) 全国健身器材所属行业产成品分析

2.3.2 全国健身器材所属行业需求情况分析

- (1) 全国健身器材所属行业销售产值分析
- (2) 全国健身器材所属行业销售收入分析

2.3.3 全国健身器材所属行业产销率分析

2.4 健身器材所属行业进出口市场分析

2.4.1 健身器材所属行业进出口状况综述

2.4.2 健身器材所属行业出口市场分析

- (1) 行业出口整体情况
- (2) 行业出口产品结构分析

(3) 行业内外销比例分析

2.4.3 健身器材所属行业进口市场分析

(1) 行业进口整体情况

(2) 行业进口产品结构

(3) 国内市场内外供应比例分析

2.4.4 健身器材行业进出口前景及建议

(1) 健身器材行业出口前景及建议

(2) 健身器材行业进口前景及建议

2.5 2022-2028年中国健身器材行业发展前景预测

2.5.1 健身器材行业发展的驱动因素分析

2.5.2 健身器材行业发展的障碍因素分析

2.5.3 健身器材行业发展趋势

2.5.4 2022-2028年健身器材行业发展前景预测

(1) 行业规模预测

(2) 行业经营情况预测

(3) 行业进出口情况预测

第3章：健身器材行业市场竞争格局及集中度分析

3.1 健身器材行业竞争结构波特五力模型分析

3.1.1 现有竞争者之间的竞争

3.1.2 关键要素的供应商议价能力分析

3.1.3 消费者议价能力分析

3.1.4 行业潜在进入者分析

3.1.5 替代品风险分析

3.1.6 结论

3.2 健身器材行业国际竞争格局分析

3.2.1 国际健身器材市场发展状况

3.2.2 国际健身器材顶级品牌分析

3.2.3 国际健身器材市场发展趋势分析

3.2.4 跨国公司在中国市场的投资布局及销售分析

(1) 美国ICON公司

(2) 美国力健 (life)

(3) 乔山健康 (JOHNSON)

(4) 西班牙BH集团 (必艾奇)

3.2.5 跨国公司在中国的竞争策略分析

3.3 健身器材行业国内竞争格局分析

3.3.1 国内健身器材行业市场规模分析

3.3.2 国内健身器材行业竞争现状分析

3.3.3 国内健身器材行业竞争格局分析

3.4 健身器材行业集中度分析

3.4.1 行业销售收入集中度分析

3.4.2 行业利润集中度分析

3.4.3 行业工业总产值集中度分析

第4章：健身器材行业细分市场潜力分析

4.1 健身器材行业产品定义及分类

4.1.1 健身器材行业产品定义

4.1.2 健身器材行业产品分类

4.2 按使用场合分类健身器材行业细分市场潜力分析

4.2.1 家用健身器材市场潜力分析

(1) 家用健身器材市场发展现状

(2) 家用健身器材市场容量预测

(3) 家用健身器材市场潜力分析

4.2.2 商用健身器材市场潜力分析

(1) 商用健身器材市场发展现状

(2) 商用健身器材市场容量预测

(3) 商用健身器材市场潜力分析

4.2.3 户外健身器材市场潜力分析

(1) 户外健身器材市场发展现状

(2) 户外健身器材市场容量预测

(3) 户外健身器材市场潜力分析

4.3 按使用人群分类健身器材行业细分市场潜力分析

4.3.1 儿童健身器材市场潜力分析

(1) 儿童健身器材市场发展现状

(2) 儿童健身器材市场容量预测

(3) 儿童健身器材市场潜力分析

4.3.2 成年男性健身器材市场潜力分析

(1) 成年男性健身器材市场发展现状

(2) 成年男性健身器材市场容量预测

(3) 成年男性健身器材市场潜力分析

4.3.3 成年女性健身器材市场潜力分析

(1) 成年女性健身器材市场发展现状

(2) 成年女性健身器材市场容量预测

(3) 成年女性健身器材市场潜力分析

4.3.4 老年人健身器材市场潜力分析

(1) 老年人健身器材市场发展现状

(2) 老年人健身器材市场容量预测

(3) 老年人健身器材市场潜力分析

4.4 按锻炼目的分类健身器材行业细分市场潜力分析

4.4.1 有氧健身器材市场潜力分析

(1) 有氧健身器材总体市场潜力分析

(2) 跑步机市场潜力分析

(3) 健身车市场潜力分析

(4) 椭圆机市场潜力分析

(5) 登山机市场潜力分析

(6) 划船器市场潜力分析

(7) 按摩椅市场潜力分析

4.4.2 无氧健身器材市场潜力分析

(1) 无氧健身器材总体市场潜力分析

(2) 杠铃市场潜力分析

(3) 哑铃市场潜力分析

(4) 拉力器市场潜力分析

(5) 综合训练机市场潜力分析

4.5 按地理区域分类健身器材行业细分市场潜力分析

4.5.1 一线城市健身器材市场潜力分析

(1) 一线城市健身器材市场发展现状

(2) 一线城市健身器材市场容量预测

(3) 一线城市健身器材市场潜力分析

4.5.2 二、三线城市健身器材市场潜力分析

(1) 二、三线城市健身器材市场发展现状

(2) 二、三线城市健身器材市场容量预测

(3) 二、三线城市健身器材市场潜力分析

4.5.3 农村健身器材市场潜力分析

(1) 农村健身器材市场发展现状

(2) 农村健身器材市场容量预测

(3) 农村健身器材市场潜力分析

第5章：健身器材行业销售渠道及营销战略分析

5.1 健身器材行业销售渠道分析

5.1.1 健身器材行业销售模式

5.1.2 健身器材行业销售渠道

5.1.3 现有渠道模式存在问题分析

5.1.4 健身器材渠道构建策略

5.2 健身器材行业营销战略分析

5.2.1 健身器材行业营销模式与案例分析

(1) 服务营销模式与案例分析

(2) 顾问式营销模式与案例分析

(3) 赞助营销模式与案例分析

(4) 体验式营销模式与案例分析

(5) 差异化营销模式与案例分析

(6) 产品生命周期营销模式与案例分析

(7) 互动营销模式与案例分析

5.2.2 健身器材行业营销战略

(1) 销售队伍建设战略

(2) 企业质量监管战略

(3) 销售渠道拓展战略

(4) 直营店面设计战略

5.2.3 品牌销售突破瓶颈战略

第6章：健身器材行业领先制造商生产经营分析

6.1 健身器材行业制造商排名分析

6.1.1 健身器材行业制造商工业总产值排名

6.1.2 健身器材行业制造商销售收入排名

6.1.3 健身器材行业制造商利润总额排名

6.2 健身器材行业领先制造商生产经营分析

6.2.1 福建省美隆菲运动用品有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业组织架构分析

（4）企业产品结构及新产品动向

6.2.2 大东傲胜保健器（苏州）有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业产品结构及新产品动向

（4）企业销售渠道与网络

6.2.3 乔山健康科技（上海）有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业产品结构及新产品动向

（4）企业销售渠道与网络

6.2.4 山西达康科工贸集团有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业产品结构及新产品动向

（4）企业销售渠道与网络

6.2.5 厦门钢宇工业有限公司

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业产品结构及新产品动向

（4）企业销售渠道与网络

6.2.6 厦门蒙发利科技（集团）股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络

第7章：健身器材行业投资分析及预测()

7.1 健身器材行业及细分市场吸引力评价

7.1.1 健身器材行业吸引力评价

7.1.2 健身器材行业细分市场吸引力评价

7.2 健身器材行业投资特性分析

7.2.1 健身器材行业进入壁垒分析

7.2.2 健身器材行业盈利模式分析

7.2.3 健身器材行业盈利因素分析

7.3 健身器材行业投资兼并与重组整合分析

7.3.1 健身器材行业投资兼并与重组整合概况

7.3.2 健身器材行业投资兼并与重组整合趋势分析

7.4 健身器材行业投资机会与投资风险分析

7.4.1 健身器材行业投资机会分析

7.4.2 健身器材行业投资风险分析

7.5 健身器材行业投资建议

7.5.1 健身器材行业投资价值

7.5.2 健身器材行业可投资方向

7.5.3 健身器材行业投资建议()

部分图表目录：

图表1：行业按生命周期分类

图表2：健身器材行业销售收入增长率（单位：%）

图表3：行业按对经济周期的反应分类

图表4：2022-2028年中国健身器材行业市场规模增长速度与GDP增速对比图（单位：%）

图表5：我国健身器材行业发展相关政策及法律法规

图表6：我国健身器材行业发展相关标准

图表7：美国制造业PMI分项指数概览（单位：%）

图表8：美国就业指数走势（单位：%）

图表9：欧元区PMI走势（单位：%）

图表10：2022-2028年欧元区核心国家PMI走势（单位：%）

图表11：2022-2028年欧元区基准利率走势（单位：%）

图表12：2022-2028年中国国内生产总值同比增长速度（单位：亿元，%）

图表13：2022-2028年中国全部工业增加值及其增速（单位：亿元，%）

图表14：2022-2028年城镇居民可支配收入（单位：元）

图表15：2022-2028年农村居民人均纯收入（单位：元）

图表16：2022-2028年全社会固定资产投资及其增速（单位：亿元，%）

图表17：2022-2028年中国货物进出口总额变化情况（单位：亿美元）

图表18：2022-2028年中国制造业PMI走势图（单位：%）

图表19：2022-2028年中国非制造业商务活动指数走势图（单位：%）

图表20：2022-2028年健身器材行业规模分析（单位：家，人，万元）

图表21：2022-2028年中国健身器材所属行业盈利能力分析（单位：%）

图表22：2022-2028年中国健身器材所属行业运营能力分析（单位：次）

图表23：2022-2028年中国健身器材所属行业偿债能力分析（单位：%、倍）

图表24：2022-2028年中国健身器材所属行业发展能力分析（单位：%）

图表25：2022-2028年健身器材所属行业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1303/202202/12-455429.html>