

# 2023-2029年中国健身器材 行业前景研究与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制  
[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国健身器材行业前景研究与市场运营趋势报告》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/R1303/202308/21-549215.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](mailto: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

中国健身器材行业的发展始于20世纪80年代末，虽然起步较晚，但发展很快。随着生活水平的提高，人们的消费能力以及消费观念的不断改变，人们的健康意识也越来越强，人们在健身方面的投资也日益增加，我国健身器材行业呈现出了国内外市场销售稳定提高的良好发展态势。

随着我国全面健身等相关政策的推行，国民健身意识不断增强，加上2020年疫情的爆发，进一步促进了我国健身器材特别是家用健身器材需求的增长。2021年我国健身器材行业市场规模达546.5亿元，同比增长15%。2021年我国健身器材制造业规模以上企业营收达478.42亿元，同比增长21.1%。

中国文教体育用品协会对体育健身器材重点企业进行的2022年二季度问卷调查结果显示，二季度中国体育健身器材市场综合景气指数（SEI）为45.56，继续低于临界点（50），环比2022年一季度上升10.4个百分点，出现止跌回升，与去年二季度同比下降12.71个百分点，表明目前行业经济运营状况相比上一季度开始回暖，但与去年同期相比仍有明显下降。

2020年10月10日，国务院办公厅印发《关于加强全民健身场地设施建设发展群众体育的意见》，从完善顶层设计、挖掘存量建设用地潜力、提升建设运营水平、实施群众体育提升行动等方面对构建更高水平的全民健身公共服务体系提出了具体且颇具可操作性的意见。2021年4月20日，国家发展改革委、体育总局共同编制并印发了《“十四五”时期全民健身设施补短板工程实施方案》，提出到2025年，全国人均体育场地面积达到2.6平方米以上

。2021年7月18日，国务院印发《全民健身计划（2023-2029年）》，明确到2025年，全民健身公共服务体系更加完善，人民群众体育健身更加便利，健身热情进一步提高，各运动项目参与人数持续提升，经常参加体育锻炼人数比例达到38.5%，县（市、区）、乡镇（街道）、行政村（社区）三级公共健身设施和社区15分钟健身圈实现全覆盖，每千人拥有社会体育指导员2.16名，带动全国体育产业总规模达到5万亿元。2022年3月，中办、国办印发《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》，主要目标提出到2025年，更高水平的全民健身公共服务体系基本建立，人均体育场地面积达到2.6平方米，经常参加体育锻炼人数比例达到38.5%，政府提供的全民健身基本公共服务体系更加完善、标准更加健全、品质明显提升，社会力量提供的普惠性公共服务实现付费可享有、价格可承受、质量有保障、安全有监管，群众健身热情进一步提高。到2035年，与社会主义现代化国家相适应的全民健身公共服务体系全面建立，经常参加体育锻炼人数比例达到45%以上，体育健身和运动休闲成为普遍生活方式，人民身体素养和健康水平居于世界前列。

目前训练健身器材行业发展因科技推动日益提升，展现出十分广阔的市场前景。可以预见的是，未来行业销售突破400亿元大关将指日可待。以前国内消费者使用健身器材的产品主要集

中于跑步机和小型力量训练器材、健身自行车等种类，而现在一些过去只有在专业训练中才使用的“高科技”也开始步入大众健身领域。训练健身器材装上智能系统，量身打造的训练计划可自动运行。经过小型化、便携式设计，监测心率、血压，计算里程、消耗热量等功能，也可以“浓缩”在运动码表、手表、手环等小仪器中，成为科学健身的好帮手。

未来的训练健身器材行业正在逐渐走入专业化、科学化的“智能”时代，产品的智能应用可改进消费者的健身习惯，从而促进行业的长期发展。

产业研究报告网发布的《2023-2029年中国健身器材行业前景研究与市场运营趋势报告》共七章。首先介绍了健身器材的历史、分类及安全标准，接着详细分析了国际国内体育用品及健身器材行业的发展状况，并对健身器材制造工业统计数据进行了详实的解析。随后，报告对健身器材的挑战与策略、细分行业做了细致的分析，并分析了健身器材重点企业的经营状况。最后报告对健身器材行业未来发展的前景及趋势进行了科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、产业研究报告网、产业研究报告网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对健身器材产业有个系统深入的了解、或者想投资健身器材相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

## 报告目录：

### 第一章 健身器材相关概述

#### 1.1 健身器材简介

##### 1.1.1 健身器材发展史

##### 1.1.2 健身器材的分类

##### 1.1.3 技术特点剖析

#### 1.2 健身器材行业相关标准

##### 1.2.1 室内健身器材安全检测标准介绍

##### 1.2.2 室内健身器材的安全性检验

##### 1.2.3 室外健身器材安全通用要求

##### 1.2.4 室外健身器材配建管理办法

### 第二章 2021-2023年体育用品行业发展分析

#### 2.1 2021-2023年国外体育用品市场发展规模

- 2.1.1 法国
- 2.1.2 英国
- 2.1.3 美国
- 2.1.4 俄罗斯
- 2.2 2021-2023年中国体育用品市场运行分析
  - 2.2.1 行业发展规模
  - 2.2.2 出厂价格指数
  - 2.2.3 市场竞争格局
  - 2.2.4 出口状况分析
  - 2.2.5 行业五力模型分析
- 2.3 2021-2023年中国体育用品产业集群分析
  - 2.3.1 产业集群发展状况
  - 2.3.2 产业集群发展特征
  - 2.3.3 产业集群发展积极作用
  - 2.3.4 产业集群发展存在阻力
  - 2.3.5 产业集群发展对策解析
- 2.4 中国体育用品市场开发与营销分析
  - 2.4.1 市场开发与营销现状
  - 2.4.2 市场开发与营销问题
  - 2.4.3 市场开发与营销策略
- 2.5 中国体育用品价格与供求影响因素探析
  - 2.5.1 供求影响因素
  - 2.5.2 价格影响因素
  - 2.5.3 价格与需求平衡
- 2.6 中国体育用品产业存在的问题及发展对策
  - 2.6.1 企业规模小
  - 2.6.2 缺乏知名品牌
  - 2.6.3 加大科技投入
  - 2.6.4 集群化发展道路
- 2.7 中国体育用品行业发展前景及趋势
  - 2.7.1 转型升级态势
  - 2.7.2 行业发展机遇

### 2.7.3 行业发展趋势

## 第三章 2021-2023年健身器材行业发展分析

### 3.1 全球健身器材行业发展概况

#### 3.1.1 全球健身器材市场分析

#### 3.1.2 美国健身器材产业分析

#### 3.1.3 欧洲品牌布局中国市场

### 3.2 中国健身器材行业发展环境分析

#### 3.2.1 政策环境分析

#### 3.2.2 宏观经济环境

#### 3.2.3 居民健康意识

#### 3.2.4 人口结构分析

#### 3.2.5 居民收入水平

### 3.3 2021-2023年中国健身器材行业运行状况

#### 3.3.1 行业发展阶段

#### 3.3.2 行业产业链分析

#### 3.3.3 行业发展规模

#### 3.3.4 行业销售收入

#### 3.3.5 市场出口状况

#### 3.3.6 生产企业状况

### 3.4 2021-2023年中国智慧健身器材市场发展分析

#### 3.4.1 智慧健身系统描述

#### 3.4.2 健身器材发展热点

#### 3.4.3 健身器材制造变革

#### 3.4.4 健身器材行业机遇

### 3.5 中国健身器材市场营销分析

#### 3.5.1 行业经营特征分析

#### 3.5.2 行业营销模式解析

#### 3.5.3 行业营销渠道模式

#### 3.5.4 营销渠道发展难题

#### 3.5.5 产品生命周期策略

#### 3.5.6 市场营销策略建议

## 第四章 2021-2023年健身器材行业的挑战与发展策略

### 4.1 中国健身器材业的SWOT分析

#### 4.1.1 优势 (Strengths)

#### 4.1.2 劣势 (Weaknesses)

#### 4.1.3 机会 (Opportunities)

#### 4.1.4 威胁 (Threats)

### 4.2 中国健身器材行业的发展问题透析

#### 4.2.1 产业发展难点

#### 4.2.2 行业发展瓶颈

#### 4.2.3 行业隐忧分析

#### 4.2.4 销售渠道问题

#### 4.2.5 市场低迷原因

### 4.3 中国健身器材行业发展策略

#### 4.3.1 行业发展战略

#### 4.3.2 行业促进措施

#### 4.3.3 行业创新策略

#### 4.3.4 市场拓展建议

## 第五章 2021-2023年健身器材细分市场分析

### 5.1 家用及室内健身器材

#### 5.1.1 家庭健身器材的种类

#### 5.1.2 家用健身器材选择因素

#### 5.1.3 家用健身器材市场需求

#### 5.1.4 家用健身器材市场潜力

#### 5.1.5 室内健身器材发展方向

### 5.2 室外健身器材

#### 5.2.1 室外健身器材的分类

#### 5.2.2 室外健身器材特点分析

#### 5.2.3 室外健身器材加强管理

#### 5.2.4 室外健身器材设计原则

#### 5.2.5 室外健身器材行业发展建议

### 5.3 跑步机

- 5.3.1 跑步机相关概述
- 5.3.2 国际畅销跑步机品牌状况
- 5.3.3 国内知名跑步机品牌介绍
- 5.3.4 首款智能跑步机发布
- 5.3.5 跑步机企业赢取市场的关键
- 5.3.6 中国跑步机市场前景分析
- 5.4 其他
  - 5.4.1 动感单车
  - 5.4.2 划船器
  - 5.4.3 健身车
  - 5.4.4 力量型健身器材
  - 5.4.5 康复类健身器材

## 第六章 2020-2023年中国健身器材行业重点企业分析

### 6.1 深圳信隆健康产业发展股份有限公司

- 6.1.1 公司发展概况
- 6.1.2 经营效益分析
- 6.1.3 业务经营分析
- 6.1.4 财务状况分析
- 6.1.5 核心竞争力分析
- 6.1.6 公司发展战略
- 6.1.7 未来前景展望

### 6.2 乔山健康科技集团

- 6.2.1 公司发展概况
- 6.2.2 2020年企业经营状况
- 6.2.3 2021年企业经营状况
- 6.2.4 2022年企业经营状况

### 6.3 舒华股份有限公司

- 6.3.1 公司发展概况
- 6.3.2 企业经营状况
- 6.3.3 智能健身器材
- 6.3.4 企业发展战略



## 6.4 深圳好家庭实业有限公司

### 6.4.1 公司发展概况

### 6.4.2 公司荣誉介绍

### 6.4.3 公司发展优势

### 6.4.4 公司发展战略

### 6.4.5 战略合作伙伴

## 6.5 青岛英派斯健康科技股份有限公司

### 6.5.1 公司发展概况

### 6.5.2 经营效益分析

### 6.5.3 业务经营分析

### 6.5.4 财务状况分析

### 6.5.5 核心竞争力分析

### 6.5.6 公司发展战略

### 6.5.7 未来前景展望

## 6.6 山西澳瑞特健康产业股份有限公司

### 6.6.1 公司发展概况

### 6.6.2 公司技术研发

### 6.6.3 公司品牌建设

### 6.6.4 公司发展成就

## 第七章 中国健身器材行业投资分析及前景预测

### 7.1 中国健身器材行业投资风险

#### 7.1.1 原材料涨价风险

#### 7.1.2 市场竞争风险

#### 7.1.3 非关税壁垒风险

#### 7.1.4 管理风险

#### 7.1.5 技术风险

#### 7.1.6 环保政策的风险

### 7.2 健身器材行业发展前景及趋势

#### 7.2.1 全球健身器材发展趋势

#### 7.2.2 健身器材行业前景广阔

#### 7.2.3 健身器材智能化发展趋势

## 7.3 对2023-2029年中国健身器材行业预测分析

### 7.3.1 行业发展因素

### 7.3.2 销售收入预测

## 图表目录

图表 跑步机典型运动模式

图表 典型运动模式下的负载特性

图表 人体各部位动作速度与频率限度

图表 全国体育用品制造业工业生产者出厂价格指数

图表 四家运动品牌店面建设对比

图表 中国体育用品及设备出口量统计表

图表 广东体育用品制造产业集群分布

图表 浙江体育用品制造产业集群分布

图表 福建体育用品制造产业集群分布

图表 世界主要健身器材企业/品牌基本情况

图表 美国体育产业结构

图表 2017-2021年国内生产总值及其增长速度

图表 2017-2021年全国三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2021年年末人口数及其构成

图表 2017-2021年全国城镇新增就业人数

图表 2021年居民消费价格月度涨跌幅

图表 2021年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表 2021-2022年全国居民消费价格涨跌幅

图表 2022年居民消费价格主要数据

图表 2017-2021年年末常住人口城镇化率

图表 2017-2021年社会消费品零售总额及其增长速度

图表 2021-2022年全国社会消费品零售总额同比增速

图表 2021-2022年按消费类型分零售额同比增速

图表 2022年社会消费品零售总额主要数据

图表 2021年三次产业投资占固定资产投资

图表 2021年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度

图表 2021年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表 2021-2022年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 2022年固定资产（不含农户）主要数据

图表 2017-2021年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表 2021年全国居民人均消费支出及其构成

图表 6-10岁儿童青少年接受各种锻炼指导的人数百分比

图表 健身器材行业产业链

图表 2019-2022年深圳信隆健康产业发展股份有限公司总资产及净资产规模

图表 2019-2022年深圳信隆健康产业发展股份有限公司营业收入及增速

图表 2019-2022年深圳信隆健康产业发展股份有限公司净利润及增速

图表 2021年深圳信隆健康产业发展股份有限公司主营业务分行业

图表 2021年深圳信隆健康产业发展股份有限公司主营业务分地区

图表 2019-2022年深圳信隆健康产业发展股份有限公司营业利润及营业利润率

图表 2019-2022年深圳信隆健康产业发展股份有限公司净资产收益率

图表 2019-2022年深圳信隆健康产业发展股份有限公司短期偿债能力指标

图表 2019-2022年深圳信隆健康产业发展股份有限公司资产负债率水平

图表 2019-2022年深圳信隆健康产业发展股份有限公司运营能力指标

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1303/202308/21-549215.html>