

2012-2016年中国健身器材 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2012-2016年中国健身器材市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/tiyu1211/167198H49U.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2012-11-29

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2012-2016年中国健身器材市场分析与投资前景研究报告》共六章。首先介绍了中国健身器材行业的概念，接着分析了中国健身器材行业发展环境，然后对中国健身器材行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国健身器材行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国健身器材行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

通过《2012-2016年中国健身器材市场分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

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。

2008年北京奥运会的成功举行带动了北京及全国的全民健身热潮。“全民健身”和“奥运争光”是我国体育事业发展的两大战略目标，2009年1月13日，国家体育总局正式宣布，从2009年开始每年的8月8日为“全民健身日”，“全民健身日”的设立意味着是我国将进一步大力推动群众体育事业的发展。另外有国家行业协会支持、体育专业媒体造势，加上2010年广州举办亚运会、2011年举办大运会，必将推动全民健身意识的不断增强，健身热潮势必如火如荼，中国健身器材市场做大做强，是大有希望的。

中国健身器材企业要高速发展必须抓住新的发展形势，加大科技创新，努力提高产品质量，加强自主研发能力，有关部门应尽快制订出健身器材统一的技术安全标准，加强售后服务。只有这样才能在新形势下立于不败之地。

报告目录

第一章 健身器材相关概述

第一节 健身器材的介绍

一、健身器材分类

二、健身器材的功能

三、健身器材的选择方法

四、健身器材品牌的发展

第二节 健身器材安全标准

一、室内健身器材安全检测标准介绍

二、室内健身器材的动态测试

三、室内健身器材的静态检测

四、室内健身器材的安全性检验

第二章 体育用品的发展

第一节 国外体育用品发展概况

一、欧洲体育用品市场

二、美洲体育用品市场

三、中东体育用品市场发展概况

四、全球十大体育用品品牌介绍

第二节 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

第三节 中国体育用品市场概况

一、中国体育用品的零售格局

二、2012年体育用品市场分析

三、中国体育用品市场上演争霸战

四、中国体育用品出口快速增长

五、中国体育用品的品牌发展之路

第四节 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

第五节 中国体育用品的发展对策

一、中国体育用品品牌发展策略

- 二、中国体育用品企业发展策略
- 三、中国体育用品市场发展对策
- 四、中国体育用品应加快出口步伐

第三章 健身器材行业的发展

第一节 国外健身器材发展概述

- 一、国际健身器材需求增加
- 二、美国健身器材市场回顾
- 三、德国健身器材市场概况
- 四、国际健身器材品牌介绍

第二节 中国健身器材市场分析

- 一、中国健身器材市场概况
- 二、中国健身器材市场特点及结构
- 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
- 五、厦门成为中国最大健身器材出口基地

第三节 健身器材市场营销分析

- 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

第四节 健身器材行业存在的问题

- 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

第五节 健身器材行业的发展策略

- 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

第四章 健身器材细分行业分析

第一节 家庭健身器

- 一、家庭健身器的种类
- 二、家庭健身器销售升温
- 三、选择家庭健身器的影响因素
- 四、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 其他健身器材介绍

- 一、划船器
- 二、椭圆机和按摩椅
- 三、电动跑步机和半躺式健身车
- 四、杠杆式力量训练器和杠哑铃

第五章 重点企业介绍

第一节 深圳信隆实业股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2011-2012年公司经营状况
- 三、2011-2012年公司财务数据
- 四、公司发展展望及策略

第二节 乔山健康科技集团

- 一、企业介绍
- 二、乔山健康科技集团的发展之路
- 三、乔山健康科技集团的竞争优势
- 四、乔山健康科技集团的远景目标

第三节 山西澳瑞特集团

- 一、企业介绍
- 二、技术是澳瑞特集团成长的原动力
- 三、管理是澳瑞特集团腾飞的助推器

第四节 深圳好家庭实业有限公司

- 一、企业介绍

二、深圳好家庭引领健身时尚

三、好家庭健身器材的品牌策略

第五节 福建万年青健身器材有限公司

一、企业介绍

二、万年青成就健身器材第一品牌

三、万年青健身器材换标走上国际化之路

第六节 青岛英派斯集团

一、企业介绍

二、英派斯品牌的战略转型

三、英派斯品牌的服务策略

第六章 2012-2016年健身器材行业发展预测

第一节 2012-2016年体育用品行业的发展趋势

一、文化体育用品的发展前景

二、2012-2016年中国体育用品市场前景

三、中国体育用品网络营销三大趋势

第二节 健身器材行业的发展趋势及前景展望

一、国外健身器材的发展趋势

二、中国健身器材的发展趋势

三、健身器材产品趋向智能化

四、网络健身器材前景可观

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tiyu1211/167198H49U.html>