

# 2011年-2015年中国健身器材行业“十二五”规划发展指导报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2011年-2015年中国健身器材行业“十二五”规划发展指导报告》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/tiyu1011/1571984U8C.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2010-11-11

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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《2011年-2015年中国健身器材行业“十二五”规划发展指导报告》共十一章。首先介绍了中国健身器材行业相关概述，接着分析了中国健身器材行业全球市场发展状况，然后对中国健身器材行业市场运行环境及运行现状进行了重点分析，最后分析了中国健身器材行业的发展趋势及投资前景，并提出相应投资策略。您若想对中国健身器材行业有个系统的了解，透视行业发展现状、锚定未来、战略前瞻、科学规划，寻求技术突破、产业创新、经济发展，为引领下一轮发展打下坚实的基础，本报告是您不可或缺的重要工具。

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1-11月，中国体育用品制造行业规模以上企业实现累计工业总产值62,499,521千元，比2007年同期增长了18.31%；实现主营业务收入60,464,877.00千元，比2007年同期增长了17.93%；实现利润总额1,306,981.00千元，比2007年同期增长了0.01%。2009年1-11月，中国体育用品制造行业规模以上企业实现主营业务收入64,606,176.00千元，比2008年同期增长了6.29%；实现利润总额1,975,326.00千元，比2008年同期增长了56.9%。

## 第一章 健身器材行业相关概述

### 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 “十一五”期间健身器材行业全球发展状况分析

### 第一节 “十一五”期间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 “十一五”期间健身器材行业重点地区发展状况分析

- 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

### 第三节 “十一五”期间健身器材行业全球发展趋势预测

## 第三章 “十一五”期间中国健身器材行业发展环境分析

### 第一节 国内宏观经济情况分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

### 第二节 中国健身器材行业政策环境分析

- 一、健身器材行业监管体制分析
- 二、健身器材行业相关政策分析

## 第四章 “十一五”期间我国健身器材行业发展现状分析

### 第一节 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

### 第二节 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

#### 第三节 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

#### 第四节 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

## 第五章 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

## 第六章 健身器材行业“十一五”规划期间行业运行监测数据分析

### 第一节 2008-2010年中国健身器材行业总体数据分析

#### 一、2008年中国健身器材行业全部企业数据分析

#### 二、2009年中国健身器材行业全部企业数据分析

### 三、2010年中国健身器材行业全部企业数据分析

#### 第二节 2008-2010年中国健身器材行业不同规模企业数据分析

##### 一、2008年中国健身器材行业不同规模企业数据分析

##### 二、2009年中国健身器材行业不同规模企业数据分析

##### 三、2010年中国健身器材行业不同规模企业数据分析

#### 第三节 2008-2010年中国健身器材行业不同所有制企业数据分析

##### 一、2008年中国健身器材行业不同所有制企业数据分析

##### 二、2009年中国健身器材行业不同所有制企业数据分析

##### 三、2010年中国健身器材行业不同所有制企业数据分析

## 第七章 集团企业制定“十二五”规划指导

### 第一节 集团企业制定“十二五”规划主要内容

#### 一、“十一·五”战略规划回顾和效果评估

#### 二、“十二·五”规划编制的指导思想和发展思路

#### 三、“十二·五”规划编制的基本出发点

#### 四、“十二·五”规划编制的流程

#### 五、“十二·五”规划编制的基础和方法

#### 六、“十二·五”规划编制的成果体现

#### 七、“十二·五”规划编制的内容

### 第二节 制订战略规划后的战略管理

#### 一、战略规划的质询、批准与公布

#### 二、战略规划的执行

#### 三、战略执行效果的评估

#### 四、战略检讨与调整

## 第八章 健身器材行业“十二五”区域竞争格局研究

### 第一节 “十二·五”健身器材行业区域格局变化预测

### 第二节 健身器材行业重点区域市场研究

#### 一、重点区域市场发展现状

#### 二、重点区域市场未来演变趋势

### 第三节 健身器材行业“十二五”潜在兼并及重组机会预测

#### 一、行业兼并重组趋势

## 二、主要企业及地区兼并重组动向预测

### 第九章 健身器材行业“十二五”规划期重点企业竞争力分析

#### 第一节 深圳信隆实业股份有限公司

##### 一、公司简介

##### 二、2009-2010年公司经营状况

##### 三、2007-2010年公司财务数据

##### 四、2010年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

### 第十章 健身器材行业“十二五”发展前景预测分析

#### 第一节 2010-2015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、2010-2015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

## 第十一章 健身器材行业“十二五”重点项目及投资机会研究

### 第一节 健身器材行业“十二五”规划重大项目情况

### 第二节 健身器材行业“十二五”发展趋势分析

#### 一、技术发展预测研究

#### 二、市场发展预测研究

### 第三节 健身器材行业“十二五”投资重点分析

### 第四节 健身器材行业“十二五”投资机会分析

### 第五节 健身器材行业“十二五”投资策略研究

图表目录（部分）：

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年年末国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：&hellip;&hellip;

更多图表详见正文&hellip;&hellip;

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/tiyu1011/1571984U8C.html>