

2026-2031年中国训练健身器材行业发展全景调研与投资趋势预测研究报告

报告简介

中国健身器材行业的发展始于20世纪80年代末，随着中国加入WTO和北京2008年奥运会的成功举办，带动了全民健身热，为健身器材行业的发展提供了有利条件和机遇。

随着市场化、专业化分工的深入，健身器材的生产经营体系整体呈现垂直专业化价值链分工为主的状态。在整个产业链上，各企业根据自身实际情况，专注于某个或者某几个环节的生产经营，从而拥有自己在产业链中的分工和定位。目前国内健身器材生产企业大部分以专业化生产为主，同时为了满足客户需求的多样化，在公司无法自主生产的情况下，会以外购的形式采购成品实现直接对外销售。而国际的部分品牌如爱康(ICONHealth&Fitness)、必确(Precor)等则以品牌运营为主，将生产经营外包给代工厂。在销售方面，室内健身器材包括直销和经销模式，以经销模式为主，销售渠道主要是品牌专卖店、大卖场、互联网销售等。

国务院46号文件《关于加快发展体育行业促进体育消费的若干意见》中明确提出，全民健身已上升为国家战略，健身产业作为绿色、朝阳产业必将蓬勃发展。健身器材作为健身产业的重要组成部分，也将迎来黄金发展期。

根据《中国体育用品产业发展白皮书》数据显示，我国健身器材行业的企业数在逐年增加，未来健身器材行业将会有巨大的发展空间和市场潜力。据预测，2020年我国健身器材行业销售收入将达到470亿元。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国健身器材行业协会、51行业报告网、中国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对中国训练健身器材及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新成果与技术等进行了分析，并重点分析了中国训练健身器材行业发展状况和特点，以及中国训练健身器材行业将面临的挑战、企业的发展策略等

。报告还对全球的训练健身器材行业发展态势作了详细分析，并对训练健身器材行业进行了趋向研判，是训练健身器材开发、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前训练健身器材业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一章 训练健身器材行业发展环境

第一节 训练健身器材行业界定

一、训练健身器材界定

二、训练健身器材分类

第二节 训练健身器材行业外部影响因素

一、行业政策环境

二、宏观经济走势

三、社会健身理念及健身习惯

四、训练健身器材技术更新

第二章 中国训练健身器材行业发展分析

第一节 中国训练健身器材行业发展现状

一、中国训练健身器材行业发展概况

二、中国训练健身器材行业发展特点

三、中国训练健身器材行业市场规模

第二节 中国训练健身器材行业财务指标

一、中国训练健身器材行业盈利能力分析

二、中国训练健身器材行业运营能力分析

三、中国训练健身器材行业偿债能力分析

四、中国训练健身器材行业发展能力分析

第三节 中国训练健身器材行业供需平衡分析

一、中国训练健身器材行业供给情况分析

二、中国训练健身器材行业需求情况分析

三、中国训练健身器材行业产销率分析

第四节 中国训练健身器材行业进出口市场分析

一、中国训练健身器材行业进出口状况综述

二、中国训练健身器材行业出口市场分析

三、中国训练健身器材行业进口市场分析

四、中国训练健身器材行业进出口前景

第三章 中国训练健身器材行业细分市场分析

第一节 按使用场合分类

一、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

二、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

三、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

第二节 按使用人群分类

一、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

二、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

三、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

四、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

第三节 按锻炼目的分类

一、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

二、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

第四节 按地理区域分类

一、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

二、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

三、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

第四章 中国训练健身器材行业销售渠道及营销战略分析

第一节 中国训练健身器材行业销售渠道分析

- 一、中国训练健身器材行业销售模式
- 二、中国训练健身器材行业销售渠道
- 三、现有渠道模式存在问题分析
- 四、中国训练健身器材渠道构建策略

第二节 中国训练健身器材行业营销战略分析

一、中国训练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

二、中国训练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

三、品牌销售突破瓶颈战略

第五章 中国训练健身器材产业集群发展及区域市场分析

第一节 中国训练健身器材产业集群发展特色分析

一、长江三角洲中国训练健身器材产业发展特色分析

二、珠江三角洲中国训练健身器材产业发展特色分析

三、环渤海地区中国训练健身器材产业发展特色分析

四、闽南地区中国训练健身器材产业发展特色分析

第二节 中国训练健身器材重点区域市场分析预测

一、行业总体区域结构特征及变化

1、区域结构总体特征

2、行业区域集中度分析

3、行业区域分布特点分析

4、行业规模指标区域分布分析

5、行业效益指标区域分布分析

6、行业企业数的区域分布分析

二、中国训练健身器材重点区域市场分析

1、江苏

2、浙江

3、上海

4、福建

5、广东

第六章 中国训练健身器材行业市场竞争格局及集中度分析

第一节 中国训练健身器材行业竞争结构波特五力模型分析

- 一、现有竞争者之间的竞争
- 二、关键要素的供应商议价能力分析
- 三、消费者议价能力分析
- 四、行业潜在进入者分析
- 五、替代品风险分析

第二节 中国训练健身器材行业国际竞争格局分析

- 一、国际训练健身器材市场发展状况
- 二、国际训练健身器材顶级品牌分析
- 三、国际训练健身器材市场发展趋势
- 四、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)
- 五、跨国公司在中国的竞争策略分析

第三节 中国训练健身器材行业国内竞争分析

- 一、中国训练健身器材行业竞争现状
- 二、中国训练健身器材行业竞争格局
- 三、中国训练健身器材行业集中度
 - 1、行业销售收入集中度分析

2、行业利润集中度分析

3、行业工业总产值集中度分析

四、中国训练健身器材行业竞争力

五、中国训练健身器材行业竞争策略

第七章 2026-2031年中国训练健身器材行业领先企业分析

第一节 广东奥玛健身器材有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织架构分析

四、企业产品结构及新产品动向

五、企业销售渠道与网络

第二节 中山盈亮健康科技有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织架构分析

四、企业产品结构及新产品动向

五、企业销售渠道与网络

第三节 山东英克莱集团有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织架构分析

四、企业产品结构及新产品动向

五、企业销售渠道与网络

第四节 宁波凯利斯运动器材有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织架构分析

四、企业产品结构及新产品动向

五、企业销售渠道与网络

第五节 山东英吉多健康产业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织架构分析

四、企业产品结构及新产品动向

五、企业销售渠道与网络

第六节 南通铁人运动用品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织架构分析

四、企业产品结构及新产品动向

五、企业销售渠道与网络

第七节 澳瑞特体育产业股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织架构分析

四、企业产品结构及新产品动向

五、企业销售渠道与网络

第八节 厦门群鑫机械工业有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织架构分析

四、企业产品结构及新产品动向

五、企业销售渠道与网络

第九节 广州市汉臣健身器材有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织架构分析

四、企业产品结构及新产品动向

五、企业销售渠道与网络

第十节 浙江豪中豪健康产品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业组织架构分析

四、企业产品结构及新产品动向

五、企业销售渠道与网络

第八章 中国训练健身器材行业投资分析及预测

第一节 中国训练健身器材行业投资特性分析

一、中国训练健身器材行业进入壁垒分析

二、中国训练健身器材行业盈利模式分析

三、中国训练健身器材行业盈利因素分析

第二节 中国训练健身器材行业投资分析

一、中国训练健身器材行业投资现状

二、中国训练健身器材行业兼并重组

第三节 中国训练健身器材行业投资机会与风险分析

一、中国训练健身器材行业投资机会分析

二、中国训练健身器材行业投资风险分析

第四节 中国训练健身器材行业投资建议

第九章 2026-2031年中国训练健身器材行业发展前景

第一节 中国训练健身器材行业发展影响因素

一、中国训练健身器材行业发展的驱动因素

二、中国训练健身器材行业发展的障碍因素

第二节 中国训练健身器材行业发展前景预测

一、中国训练健身器材行业发展趋势

二、中国训练健身器材行业发展前景

三、中国训练健身器材市场规模预测

第三节 中国训练健身器材行业存在的问题及对策

一、中国训练健身器材行业存在的问题

二、中国训练健身器材行业发展的对策

第十章 中国训练健身器材行业发展战略研究

第一节 中国训练健身器材行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对中国训练健身器材品牌的战略思考

一、中国训练健身器材品牌的重要性

二、中国训练健身器材实施品牌战略的意义

三、中国训练健身器材企业品牌的现状分析

四、中国训练健身器材企业的品牌战略

五、中国训练健身器材品牌战略管理的策略

第三节 中国训练健身器材经营策略分析

一、中国训练健身器材市场细分策略

二、中国训练健身器材市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、中国训练健身器材新产品差异化战略

第四节 中国训练健身器材行业投资战略研究

一、2026-2031年中国训练健身器材行业投资战略

二、2026-2031年细分行业投资战略

图表目录

图表：训练健身器材行业生命周期

图表：训练健身器材行业产业链结构

图表：2021-2026年全球训练健身器材行业市场规模

图表：2021-2026年中国训练健身器材行业市场规模

图表：2021-2026年训练健身器材行业重要数据指标比较

图表：2021-2026年中国训练健身器材市场占全球份额比较

图表：2021-2026年训练健身器材行业工业总产值

图表：2021-2026年训练健身器材行业销售收入

图表：2021-2026年训练健身器材行业利润总额

图表：2021-2026年训练健身器材行业资产总计

图表：2021-2026年训练健身器材行业负债总计

图表：2021-2026年训练健身器材行业竞争力分析

图表：2021-2026年训练健身器材市场价格走势

图表：2021-2026年训练健身器材行业主营业务收入

图表：2021-2026年训练健身器材行业主营业务成本

图表：2021-2026年训练健身器材行业销售费用分析

图表：2021-2026年训练健身器材行业管理费用分析

图表：2021-2026年训练健身器材行业财务费用分析

图表：2021-2026年训练健身器材行业销售毛利率分析

图表：2021-2026年训练健身器材行业销售利润率分析

图表：2021-2026年训练健身器材行业成本费用利润率分析

图表：2021-2026年训练健身器材行业总资产利润率分析

图表：2021-2026年训练健身器材行业产能分析

图表：2021-2026年训练健身器材行业产量分析

图表：2021-2026年训练健身器材行业需求分析

图表：2021-2026年训练健身器材行业进口数据

图表：2021-2026年训练健身器材行业出口数据

图表：2021-2026年训练健身器材行业集中度

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：125250

本文地址：<https://www.51baogao.cn/sc/20190626/125250.shtml>

在线订购：[点击这里](#)