

2021-2027年中国电动跑步 机行业发展态势与战略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国电动跑步机行业发展态势与战略咨询报告》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.cction.com/report/202101/201837.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

电动跑步机是健身房及家庭较高档的器材，它通过电机带动跑带使人以不同的速度被动地跑步或走动。由于被动地形成跑和走，从动作外形上看，几乎与普通在地面上跑或走一样，但从人体用力上看，在电动跑步机上跑、走比普通跑、走省去了一个蹬伸动作。正是这一点使每一个在电动跑步机上走跑的人感到十分轻松自如，可使人比普通跑步多跑1/3左右的路程，能量消耗也比普通走、跑为多。另外，由于电动跑步机上的电子辅助装备功能非常多，可体验不同的跑步环境，如平地跑、上坡跑、丘陵跑、变速跑等，您可根据您的锻炼目的进行选择。目前健身器材行业市场集中度相对较低，行业竞争较为激烈。近年来随着国家政策对体育产业支持力度的加大，居民生活水平的提高和健身观念的增强，健身器材市场保持着稳定的发展态势，同时也将吸引越来越多的厂商进入健身器材行业，这也将加大健身器材市场的竞争。

从发展潜力来看，与欧美等发达国家相比，我国的健身器材产品在家庭的普及率及用于健身运动的人均消费还很低，未来增长空间较大；从发展环境来看，伴随着《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》、《全民健身计划(2016-2020年)》、《体育产业发展“十三五”规划》等政策的实施，健身器材市场的政策力度不断加大，发展环境逐步向好；再加上健身人群数量的增长以及健身俱乐部的不断普及，预计未来我国健身器材市场将保持9%的增长速度，到2020年市场规模有望突破500亿元。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国电动跑步机行业发展态势与战略咨询报告》共十三章。首先介绍了电动跑步机相关概念及发展环境，接着分析了中国电动跑步机规模及消费需求，然后对中国电动跑步机市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国电动跑步机面临的机遇及发展前景。您若想对中国电动跑步机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。

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：

第一部分 产业环境透视

第一章 电动跑步机行业发展综述

第一节 电动跑步机行业定义及特征

一、行业定义

二、行业产品分类

三、行业特征分析

第二节 电动跑步机行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

第三节 电动跑步机行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 / 退出机制

五、风险性

六、行业周期

第二章 国际电动跑步机行业发展分析及经验借鉴

第一节 全球电动跑步机市场总体情况分析

一、全球电动跑步机市场结构

二、全球电动跑步机行业发展分析

三、全球电动跑步机行业竞争格局

第二节 德国电动跑步机行业发展经验借鉴

一、德国电动跑步机行业发展历程分析

二、德国电动跑步机行业市场现状分析

三、德国电动跑步机行业发展趋势预测

四、德国电动跑步机行业对中国的启示

第三节 日本电动跑步机行业发展经验借鉴

一、日本电动跑步机行业发展历程分析

二、日本电动跑步机行业市场现状分析

三、日本电动跑步机行业发展趋势预测

四、日本电动跑步机行业对中国的启示

第四节 韩国电动跑步机行业发展经验借鉴

一、韩国电动跑步机行业发展历程分析

二、韩国电动跑步机行业市场现状分析

三、韩国电动跑步机行业发展趋势预测

四、韩国电动跑步机行业对中国的启示

第五节 意大利电动跑步机行业发展经验借鉴

一、意大利电动跑步机行业发展历程分析

二、意大利电动跑步机行业市场现状分析

三、意大利电动跑步机行业发展趋势预测

四、意大利电动跑步机行业对中国的启示

第三章 电动跑步机市场环境及影响分析

第一节 电动跑步机政治法律环境

一、电动跑步机相关政策法规

二、政策环境对电动跑步机的影响

第二节 电动跑步机经济环境分析

一、国际宏观经济形势分析

1、2019年全球经济形势分析

2、2019年全球经济发展趋势

二、中国GDP运行情况

三、消费价格指数CPI、PPI

四、工业经济发展形势分析

五、固定资产投资情况

六、财政收支状况

七、进出口分析

第三节 电动跑步机社会环境分析

一、电动跑步机产业社会环境

1、人口环境分析

2、中国城镇化率

二、社会环境对电动跑步机的影响

第四节 电动跑步机技术环境分析

一、电动跑步机行业技术发展分析

二、技术环境对电动跑步机行业的影响

第二部分 行业深度分析

第四章 电动跑步机行业产业结构分析

第一节 电动跑步机产业链结构分析

- 一、电动跑步机行业产业链构成
- 二、电动跑步机行业产业链结构模型分析
- 三、主要环节增值空间
- 四、产业链条的竞争优势分析

第二节 电动跑步机上游产业发展分析

- 一、上游产业发展概况
- 二、上游产业市场规模分析
- 三、上游产业发展趋势分析
- 四、上游产业对电动跑步机行业的影响分析

第三节 电动跑步机下游产业发展分析

- 一、下游产业发展概况
- 二、下游产业市场规模分析
- 三、下游产业发展趋势分析
- 四、下游产业对电动跑步机行业的影响分析

第四节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整指导政策分析
- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国电动跑步机行业国际竞争战略
- 四、产业结构调整方向分析

第五章 2016-2019年中国健身器材行业运行形势分析

第一节 2016-2019年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 2016-2019年中国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 2016-2019年中国健身器材行业存在的问题分析

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 2016-2019年中国健身器材行业的发展策略分析

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

第六章 2016-2019年我国电动跑步机行业的发展规模分析

第一节 2016-2019年我国电动跑步机行业的市场规模分析

第二节 2016-2019年我国电动跑步机行业的市场容量分析

第三节 2016-2019年我国电动跑步机行业的销售规模分析

一、2016-2019年我国电动跑步机行业的销量分析

二、2016-2019年我国电动跑步机行业的销售收入分析

第四节 2016-2019年我国电动跑步机行业的产量规模分析

一、2016-2019年我国电动跑步机行业的产量分析

二、2016-2019年我国电动跑步机行业的产值分析

第五节 2016-2019年我国电动跑步机行业的盈利规模分析

第六节 2016-2019年我国电动跑步机行业的投资规模分析

第七章 2016-2019年中国电动跑步机进出口数据监测分析

第一节 2016-2019年中国电动跑步机进口数据分析

一、进口现状分析

二、进口数量分析

三、进口金额分析

第二节 2016-2019年中国电动跑步机出口数据分析

一、出口现状分析

二、出口数量分析

三、出口金额分析

第三节 2016-2019年中国电动跑步机进出口平均单价分析

第四节 2016-2019年中国电动跑步机进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第八章 电动跑步机区域市场分析

第一节 电动跑步机总体区域结构特征及变化

一、电动跑步机区域结构总体特征

二、电动跑步机区域集中度分析

三、电动跑步机规模指标区域分布分析

四、电动跑步机企业数的区域分布分析

第二节 电动跑步机区域市场分析

一、华北地区市场分析

二、华中地区市场分析

三、华南地区市场分析

四、华东地区市场分析

五、东北地区市场分析

六、西南地区市场分析

七、西北地区市场分析

第三部分 行业竞争格局

第九章 2016-2019年电动跑步机竞争形势

第一节 电动跑步机总体市场竞争状况分析

一、电动跑步机竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

二、电动跑步机SWOT分析

1、电动跑步机优势分析

2、电动跑步机劣势分析

3、电动跑步机机会分析

4、电动跑步机威胁分析

第二节 中国电动跑步机竞争格局综述

一、电动跑步机竞争概况

1、中国电动跑步机品牌竞争格局

2、电动跑步机业未来竞争格局和特点

二、中国电动跑步机竞争力分析

1、我国电动跑步机竞争力剖析

2、我国电动跑步机企业市场竞争的优势

三、国内电动跑步机企业竞争能力提升途径

第三节 电动跑步机竞争动态分析

一、电动跑步机竞争格局现状

二、国内主要电动跑步机企业动向

第十章 电动跑步机行业重点企业分析

第一节 青岛英派斯健康科技股份有限公司

一、企业概况

二、企业主营业务分析

三、企业经营指标分析

四、企业主要产品分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展规划分析

第二节 舒华股份有限公司

一、企业概况

二、企业主营业务分析

三、企业经营指标分析

四、企业主要产品分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展规划分析

第三节 顶康科技有限公司

一、企业概况

二、企业主营业务分析

三、企业经营指标分析

四、企业主要产品分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展规划分析

第四节 万年青(上海)运动器材有限公司

一、企业概况

二、企业主营业务分析

三、企业经营指标分析

四、企业主要产品分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展规划分析

第五节 钜勋健身器材(上海)有限公司

一、企业概况

二、企业主营业务分析

三、企业经营指标分析

四、企业主要产品分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展规划分析

第六节 乔山健康科技(上海)有限公司

一、企业概况

二、企业主营业务分析

三、企业经营指标分析

四、企业主要产品分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展规划分析

第七节 山西澳瑞特健康产业股份有限公司

一、企业概况

二、企业主营业务分析

三、企业经营指标分析

四、企业主要产品分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展规划分析

第八节 山东汇祥健身器材有限公司

一、企业概况

二、企业主营业务分析

三、企业经营指标分析

四、企业主要产品分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展规划分析

第九节 诺迪克健身器材(上海)有限公司

一、企业概况

二、企业主营业务分析

三、企业经营指标分析

四、企业主要产品分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展规划分析

第十节 岱宇(上海)商贸有限公司

一、企业概况

二、企业主营业务分析

三、企业经营指标分析

四、企业主要产品分析

五、企业竞争优势分析

六、企业发展规划分析

第四部分 发展前景预测

第十一章 2021-2027年电动跑步机行业前景及趋势预测

第一节 2021-2027年电动跑步机市场发展前景

一、电动跑步机市场发展潜力

二、电动跑步机市场发展前景展望

三、电动跑步机细分行业发展前景分析

第二节 2021-2027年电动跑步机市场发展趋势预测

一、2021-2027年电动跑步机行业发展趋势

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

3、产品应用趋势分析

二、2021-2027年电动跑步机市场规模预测

1、电动跑步机行业市场容量预测

2、电动跑步机行业销售收入预测

三、2021-2027年电动跑步机行业应用趋势预测

四、2021-2027年细分市场发展趋势预测

第三节 2021-2027年中国电动跑步机行业供需预测

一、2021-2027年中国电动跑步机行业供给预测

二、2021-2027年中国电动跑步机行业产量预测

三、2021-2027年中国电动跑步机市场销量预测

四、2021-2027年中国电动跑步机行业需求预测

五、2021-2027年中国电动跑步机行业供需平衡预测

第十二章 电动跑步机行业投资机会与风险防范

第一节 电动跑步机投融资情况

一、电动跑步机资金渠道分析

二、电动跑步机投资现状分析

1、电动跑步机产业投资经历的阶段

2、2016-2019年电动跑步机投资状况回顾

第二节 2021-2027年电动跑步机投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、电动跑步机投资机遇

第三节 2021-2027年电动跑步机投资风险

一、政策风险

二、技术风险

三、供求风险

四、宏观经济波动风险

五、关联产业风险

六、其他风险

第四节 中国电动跑步机投资建议

- 一、电动跑步机未来发展方向
- 二、电动跑步机主要投资建议

第五部分 发展战略研究

第十三章 电动跑步机发展战略研究（ ）

第一节 电动跑步机发展战略研究

- 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、营销品牌战略
- 六、竞争战略规划

第二节 对我国电动跑步机品牌的战略思考

- 一、品牌解析
- 二、品牌对企业的意义

第三节 电动跑步机经营策略分析

- 一、电动跑步机市场细分策略
- 二、电动跑步机市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划
- 四、电动跑步机新产品差异化战略

第四节 电动跑步机投资战略研究

- 一、2021-2027年电动跑步机投资战略
- 二、2021-2027年细分电动跑步机投资战略

图表目录：

图表：电动跑步机的生命周期

图表：产业链的形成机制

图表：国内电动跑步机的领先厂商

图表：2016-2019年国内生产总值增长速度

图表：2016-2019年社会零售总额增长率

图表：2016-2019年居民消费价格月增长速度

图表：2016-2019年固定资产投资累计同比增速

图表：2016-2019年房地产开发投资累计同比增速
图表：2016-2019年全国公共财政收入情况分析
图表：2016-2019年城镇新增就业人数
图表：2016-2019年国内生产总值与全部就业人员比率
图表：2016-2019年中国城镇化水平
图表：2016-2019年中国电动跑步机产量分析
图表：2016-2019年中国电动跑步机销售收入分析
图表：2016-2019年中国电动跑步机市场规模分析
图表：2019年月国内各地电动跑步机市场价格分析
图表：2016-2019年电动跑步机出口量分析
图表：2019年电动跑步机进口企业排名
图表：2019年电动跑步机主要进口海关分析
图表：2019年电动跑步机主要进口原产国分析
图表：2016-2019年电动跑步机进口总量分析
图表：2016-2019年电动跑步机区域市场集中度分析
图表：2016-2019年电动跑步机区域产量分布分析
图表：2016-2019年电动跑步机各集团产量分布分析
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202101/201837.html>