

中国健身器材行业发展趋势研究与未来投资预测报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国健身器材行业发展趋势研究与未来投资预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202404/705579.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

一、行业相关概述

健身器材是辅助进行身体锻炼和体育运动的设备和工具，旨在帮助人们进行各种有氧运动、力量训练和柔韧度训练，锻炼各个肌群，从而提高身体的健康水平和整体素质。

健身器材的种类多种多样。按训练功能分类，健身器材可分为单功能器械和多功能器械两大类。其中常见的单功能器械有划船器、健美车、跑步机等，主要用于特定肌群或身体部位的锻炼；多功能器械则一般包括扩、深蹲架、卧推架等，能够进行全身性的锻炼。

按照使用场景，健身器材可以分为室外健身器材和室内健身器材。室外健身器材是指安装在户外场地，供人们进行体育锻炼和健身活动的特殊设备和结构，这些器械设计用于户外环境，通常由耐候材料制成，能够抵御日晒、雨淋和其他自然条件的影响。室内健身器材是指专门设计用于在室内环境进行体育锻炼和健身活动的设备和工具，这些器械通常布置在健身房、家庭健身室或其他室内场所，为用户提供方便、安全、有效的健身选项。

资料来源：观研天下整理

目前我国健身器材产业链较为完整。其产业链上游市场主体为各类原材料供应商，包括钢材、橡胶、塑料、金属钣金件、马达、电子显示器等原材料；中游则是健身器材的生产供应环节；下游为健身器材的销售渠道，包括但不限于实体专卖店、商超、电商平台等，同时健身器材广泛应用于各种场景，如家庭、健身房、公园等。

资料来源：观研天下整理

二、行业市场发展情况

1、体育产业迎来高质量发展的新时期

近年来，我国陆续出台相关政策引导体育产业快速发展，将体育产业打造成国民经济重要产业，也为中国健身器材行业的腾飞提供了坚实基础。根据国务院办公厅 2014 年出台的《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》（以下简称“46 号文”），2025 年我国体育产业总规模将超过 5 万亿元，成为推动经济社会持续发展的重要力量。

尤其是2020 年居家办公兴起后，人们健康意识逐渐增强，体育消费需求提升，进一步推动体育产业成为国民经济发展的支柱型产业。根据国家统计局数据显示，2013-2021年我国体育产业总产出从1.06万亿元增长至3.12万亿元，增长速度维持在10%以上。到2022年我国体育产业总规模(总产出)为33008亿元,增加值为13092亿元。

数据来源：国家统计局、国家体育总局，观研天下整理

据我国最新发布的《全民健身计划（2021—2025年）》，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。预计到2035年我国体育产业总量占GDP比重将达到4%左右。在全球体育产业稳定增长的大环境下，国家产业政策将引导我国体育产业进入高质量发展的新时期。

综上在国家全民健身政策的积极推动下，健身理念已深入人心，中国健身器材行业迎来蓬勃发展的黄金时期。当前我国经济发展进入新常态，体育产业作为现代服务业的重要组成部分，已经成为推动经济转型升级、增进民生福祉、增强国家凝聚力和文化竞争力的重要力量，健身器材行业作为体育产业中的重要一环，也获得了更多的发展机遇。政府不断加大对体育产业的扶持力度，鼓励民众参与体育锻炼，提高国民身体素质，为健身器材企业提供了良好的发展环境。

2、健身全民化趋势显著，健身人群规模已超3亿人

随着国民收入水平的提高和大众健康意识的提升，我国健身人群范围不断扩大，主要呈现出由中间年龄段逐步向“一老一小”两头扩张的趋势，健身全民化趋势显著。根据数据显示，我国健身市场渗透率逐年提升，2022年我国健身人群渗透率（指健身人群占中国总人口的比例）为26.5%。估计我国2023年的健身人群渗透率为27.6%，将增长1.1个百分点。

数据来源：观研天下整理

随着健身人群渗透率不断提升，健身人群规模不断增长，从而也带动了健身器材市场需求的增长。据数据显示，截至2022年底中国健身人群（每周参加两次以上运动）达到3.74亿人，为全球健身人数最多的国家，且仍存在上行空间。

数据来源：观研天下整理

3、健身器材市场持续升温，行业规模稳健增长

我国健身器材行业的发展始于20世纪80年代末。近年来随着政府大力推广全民体育健身，全民健身被纳入国家战略层面，以及国内消费水平的提升和健康观念的深入人心，国内健身热潮日益高涨，对体育运动的参与度显著提高，使得健身器材市场呈现出持续向好的发展态势。数据显示，2023年我国健身器材行业销售收入484.05亿元，产值约512.32亿元，总资产362.31亿元，利润约为22.79亿元

数据来源：观研天下整理

市场规模稳健增长。数据显示，2022年我国健身器材市场规模为628.5亿元，同比增长15%。到2023年我国健身器材行业市场规模达到710.2亿元。其中室内健身器械占比高达90.4%，室外健身器械仅占9.6%。从细分产品来看，2022年跑步机约占全国健身器材行业整体规模

的16.1%，其他器械约占83.9%。

数据来源：观研天下整理

三、行业市场发展前景分析

1、产品普及率仍然较低，未来我国健身器材市场增长空间巨大

虽然近年来我国健身器材产业发展迅猛，但与欧美等发达国家相比，中国健身器材产品普及率仍然较低，未来我国健身器材增长空间巨大。有相关资料显示，目前我国城镇家庭平均每百户仅拥有4套健身器材，普及率尚不足5%，相比于欧美等成熟市场普及率较低。2016年之后，国务院将全面健身上升为国家战略高度，国内健身热潮日益高涨，消费群体成熟度及健身意识逐步提升，健身器材市场持续升温。可以预见，居民生活水平不断提升及国家政策的引导下，我国健身器材市场规模将持续增长。

另外从运动健身水平来看，目前我国整体的运动健身水平只有5%，而美国健身渗透率约为21%，英国健身渗透率约为14%，欧洲平均健身渗透率约为9%，日本健身渗透率约为10%，可见我国整体的运动健身水平与世界主要发达国家和地区仍存在一定的差距。因此随着建设健康中国、全民健身上升为国家战略以及居民生活观念的转变，在政策的大力支持下，全民健身项目迎来新机遇，参加体育锻炼逐渐成为一种更受欢迎的生活方式，从而将带动健身器材市场需求。

2、老年康复健身器材市场前景广阔

目前我国正处于人口老龄化的快速发展阶段，人口老龄化正在不断加剧。根据国家统计局发布，截止2023年年末我国60岁及以上老年人口达到2.97亿（29697万人），占全国人口的21.1%。其中65岁及以上人口21676万人，占全国人口的15.4%。

数据来源：观研天下整理

在此背景下，2016

年，国务院发布《关于加快发展康复辅助器具产业的若干意见》，明确提出到2020年，康复辅助器具产业自主创新能力明显增强，产业规模突破7,000亿元，布局合理、门类齐备、产品丰富的产业格局基本形成，涌现一批知名自主品牌和优势产业集群。2019年，工业和信息化部、民政部、国家卫生健康委员会、国家市场监督管理总局、全国老龄工作委员会办公室联合发布《关于促进老年用品产业发展的指导意见》，明确指出，到2025年，老年用品产业总体规模超过5万亿元。而根据民政部制定的《中国康复辅助器具目录》，代码“064815上肢训练器械、躯干训练器械和下肢训练器械”的康复辅助器具对应发行人所在健身器材市场下的细分老年康复健身器材市场。由此可见，我国老年康复健身器材市场前景广阔。

3、产品智能化趋势发展

智能化是指将人工智能、物联网、VR/AR 等技术与健身器材产品进行融合，对通过视频识

别、图像识别、姿势识别等产生的数据进行智能分析，通过智能设备分析消费者在特定运动场景下生成的数据后，为消费者提供更有针对性的训练、制订运动健身目标、指导消费者科学运动健身等。

近年随着科技的不断发展，传统健身器材单一的机械健身功能已无法满足使用者需求，对健身过程中的娱乐性、共享性、互动性、科学性、安全性等多方面提出更高要求，智能健身器材的特点体现在科学的健身指导，与大数据联合健身数据共享化、健身过程安全高效、健身过程更具有趣味性、直观明了健身效果等方面。

例如智能化健身器材对比传统的健身器材它具有更高的安全性，其通过感知人体运动过程中的生理特征变化，如血压、肌肉兴奋、呼吸速度、心率、速度、体温、步态等参数，实时掌握健身者在运动时的真实生理安全、运动情况等，能对这些参数进行分析处理，及时调整控制系统，以防止运动健身时出现不适应的状况或伤害

因此健身器材的智能化将是行业发展将是必然趋势。而行业企业需要进一步把握产品需求的发展趋势，不断研发创新产品，提高产品和市场的竞争力。

4、线上和线下的深度融合是健身器材市场发展的重要方向

随着电商平台日益深入人心，越来越多的企业开始以大数据为依托，深度融合线上、线下销售渠道，建立全渠道销售模式。对于健身器材这一特殊品类而言，其体积庞大、运输成本高昂、购买频次较低以及对售后服务的高要求等特点，使得线下体验店与线上流量导入的互补模式显得尤为关键。这种线下体验店和线上引流相结合的模式可以促进企业转型升级，实现线上和线下的快速融合，最终完成从客流到现金流的转化。在新零售、后疫情背景下，线上和线下的深度融合是健身器材市场发展的重要方向。

5、国产品牌将快速成长

虽然目前在我国健身器材高端市场上，主要由国际知名品牌所占据。但随着《加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》（国发[2014]46号）及各地政策提出将实施体育产业品牌战略，致力于打造一批具有国际竞争力的知名企业和国际影响力的自主品牌。

与此同时在疫情期间，海外生产厂家受疫情影响生产能力受到较大的限制，而国产品牌受益于国内疫情得到较好的控制，凭借强大的生产能力和产品质量获得较多的生产订单。因此随着政策的支持以及国产品牌自身实力的发展壮大，国内健身器材制造厂家在产业价值链中将逐步追求具有更高附加值的选择，积极走向国际市场，与国际知名品牌展开竞争，实现快速成长。（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国健身器材行业发展概述

第一节 健身器材行业发展情况概述

一、健身器材行业相关定义

二、健身器材特点分析

三、健身器材行业基本情况介绍

四、健身器材行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、健身器材行业需求主体分析

第二节 中国健身器材行业生命周期分析

一、健身器材行业生命周期理论概述

二、健身器材行业所属的生命周期分析

第三节 健身器材行业经济指标分析

一、健身器材行业的赢利性分析

二、健身器材行业的经济周期分析

三、健身器材行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球健身器材行业市场发展现状分析

第一节 全球健身器材行业发展历程回顾

第二节全球健身器材行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲健身器材行业地区市场分析

- 一、亚洲健身器材行业市场现状分析
- 二、亚洲健身器材行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲健身器材行业市场前景分析

第四节北美健身器材行业地区市场分析

- 一、北美健身器材行业市场现状分析
- 二、北美健身器材行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美健身器材行业市场前景分析

第五节欧洲健身器材行业地区市场分析

- 一、欧洲健身器材行业市场现状分析
- 二、欧洲健身器材行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲健身器材行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界健身器材行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球健身器材行业市场规模预测

第三章 中国健身器材行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对健身器材行业的影响分析

第三节中国健身器材行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对健身器材行业的影响分析

第五节中国健身器材行业产业社会环境分析

第四章 中国健身器材行业运行情况

第一节中国健身器材行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节中国健身器材行业市场规模分析

- 一、影响中国健身器材行业市场规模的因素
- 二、中国健身器材行业市场规模
- 三、中国健身器材行业市场规模解析

第三节中国健身器材行业供应情况分析

一、中国健身器材行业供应规模

二、中国健身器材行业供应特点

第四节中国健身器材行业需求情况分析

一、中国健身器材行业需求规模

二、中国健身器材行业需求特点

第五节中国健身器材行业供需平衡分析

第五章 中国健身器材行业产业链和细分市场分析

第一节中国健身器材行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、健身器材行业产业链图解

第二节中国健身器材行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对健身器材行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对健身器材行业的影响分析

第三节我国健身器材行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国健身器材行业市场竞争分析

第一节中国健身器材行业竞争现状分析

一、中国健身器材行业竞争格局分析

二、中国健身器材行业主要品牌分析

第二节中国健身器材行业集中度分析

一、中国健身器材行业市场集中度影响因素分析

二、中国健身器材行业市场集中度分析

第三节中国健身器材行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国健身器材行业模型分析

第一节中国健身器材行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国健身器材行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国健身器材行业SWOT分析结论

第三节中国健身器材行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国健身器材行业需求特点与动态分析

第一节中国健身器材行业市场动态情况

第二节中国健身器材行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节健身器材行业成本结构分析

第四节健身器材行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、其他因素

第五节中国健身器材行业价格现状分析

第六节中国健身器材行业平均价格走势预测

- 一、中国健身器材行业平均价格趋势分析
- 二、中国健身器材行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国健身器材行业所属行业运行数据监测

第一节中国健身器材行业所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、行业资产规模分析

第二节中国健身器材行业所属行业产销与费用分析

- 一、流动资产
- 二、销售收入分析
- 三、负债分析
- 四、利润规模分析
- 五、产值分析

第三节中国健身器材行业所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第十章 2019-2023年中国健身器材行业区域市场现状分析

第一节中国健身器材行业区域市场规模分析

- 一、影响健身器材行业区域市场分布的因素
- 二、中国健身器材行业区域市场分布

第二节中国华东地区健身器材行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区健身器材行业市场分析
 - (1) 华东地区健身器材行业市场规模
 - (2) 华南地区健身器材行业市场现状
 - (3) 华东地区健身器材行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析

三、华中地区健身器材行业市场分析

- (1) 华中地区健身器材行业市场规模
- (2) 华中地区健身器材行业市场现状
- (3) 华中地区健身器材行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区健身器材行业市场分析
 - (1) 华南地区健身器材行业市场规模
 - (2) 华南地区健身器材行业市场现状
 - (3) 华南地区健身器材行业市场规模预测

第五节华北地区健身器材行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区健身器材行业市场分析
 - (1) 华北地区健身器材行业市场规模
 - (2) 华北地区健身器材行业市场现状
 - (3) 华北地区健身器材行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区健身器材行业市场分析
 - (1) 东北地区健身器材行业市场规模
 - (2) 东北地区健身器材行业市场现状
 - (3) 东北地区健身器材行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区健身器材行业市场分析
 - (1) 西南地区健身器材行业市场规模
 - (2) 西南地区健身器材行业市场现状
 - (3) 西南地区健身器材行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析

三、西北地区健身器材行业市场分析

- (1) 西北地区健身器材行业市场规模
- (2) 西北地区健身器材行业市场现状
- (3) 西北地区健身器材行业市场规模预测

第十一章 健身器材行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第四节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第五节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国健身器材行业发展前景分析与预测

第一节中国健身器材行业未来发展前景分析

一、健身器材行业国内投资环境分析

二、中国健身器材行业市场机会分析

三、中国健身器材行业投资增速预测

第二节中国健身器材行业未来发展趋势预测

第三节中国健身器材行业规模发展预测

一、中国健身器材行业市场规模预测

二、中国健身器材行业市场规模增速预测

三、中国健身器材行业产值规模预测

四、中国健身器材行业产值增速预测

五、中国健身器材行业供需情况预测

第四节中国健身器材行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国健身器材行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国健身器材行业进入壁垒分析

一、健身器材行业资金壁垒分析

二、健身器材行业技术壁垒分析

三、健身器材行业人才壁垒分析

四、健身器材行业品牌壁垒分析

五、健身器材行业其他壁垒分析

第二节健身器材行业风险分析

一、健身器材行业宏观环境风险

二、健身器材行业技术风险

三、健身器材行业竞争风险

四、健身器材行业其他风险

第三节中国健身器材行业存在的问题

第四节中国健身器材行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国健身器材行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国健身器材行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国健身器材行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节健身器材行业营销策略分析

一、健身器材行业产品策略

二、健身器材行业定价策略

三、健身器材行业渠道策略

四、健身器材行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202404/705579.html>