

2024-2030年中国健身车行业市场需求分析及投资策略研究报告

报告大纲

智研咨询

www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国健身车行业市场需求分析及投资策略研究报告》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：<https://www.chyxx.com/research/1129654.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

为方便行业人士或投资者更进一步了解健身车行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国健身车行业市场需求分析及投资策略研究报告》（以下简称《报告》）。报告对中国健身车市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现。

为确保健身车行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年健身车行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能健身车从业者抢跑转型赛道。

健身车在运动科学领域叫做“功率自行车”，分为直立式、背靠式（也称为卧式）健身车两种，可以调整运动时的强度（功率），起到健身的效果，所以人们把它称为健身车。属于典型的模拟户外运动的有氧健身器材亦被称为心肺训练器材。主要是通过身体较长时间，适当强度的运动来促进心血管的运动，加快新陈代谢，增强心脏和肺部功能，从而改善人体的体质。

根据使用场所，健身车可以分为商用健身车和家用健身车两种；根据结构，可分为直立式、背靠式（也称为卧式）两种；根据阻力调节方式，可分为普及型的磁控健身车（根据飞轮的构造不同还分为内磁控和外磁控）、较高阶的电磁控健身车以及更加智能环保的自发电健身车。

随着人们对健康和健身的关注度提高，健身车作为一种方便、高效的健身器材受到越来越多消费者的青睐。不仅个人消费者购买健身车，健身房、健身中心等商业场所也增加了对健身车的需求，推动了市场规模的增长。中国健身车市场逐渐呈现出多元化和细分化的趋势。消费者对健身车的需求不仅仅是基本的有氧运动，还包括智能化、多功能化、舒适性等方面的需求。市场上出现了各种类型的健身车，如室内自行车、踏步机、椭圆机等，以满足不同消费者的需求。根据数据显示，中国健身车行业市场规模呈现逐年上涨态势，2022年中国健身车行业市场规模上涨至13亿元，2019-2023年复合增长率为9.31%，其中商用健身车占据了绝大多数的市场份额，占比为82.08%，家用健身车占比为17.92%。

为了满足市场需求，中国健身车制造商不断扩大产能。一方面，现有制造商通过增加生产线、提高生产效率等方式扩大产能；另一方面，新的制造商也进入市场，增加了整体产能。这些举措使得中国健身车产能得到了有效提升；随着生活节奏的加快和时间的压力，越来越多的人选择在家中健身。健身车作为一种家庭健身器材，具有占地面积小、使用方便等优势，受到了家庭用户的青睐。家庭健身的趋势推动了对健身车的需求增长。根据数据显示，中国健身车产量、产能、需求量呈现逐年上涨态势，2022年中国健身车产量为307.5万台，

产能为360万台，需求量为50.9万台。

随着电子商务的发展，越来越多的消费者选择通过电商渠道购买健身车。电商平台通常具有更低的运营成本和更高的销售效率，这使得一些品牌能够以更低的价格销售产品，从而导致市场均价下降。需要注意的是，虽然市场均价下降，但也有一些高端品牌和高价位产品仍然存在，并且受到一部分消费者的青睐。市场均价下降并不意味着所有产品的价格都降低，而是整体市场的趋势。根据数据显示，2022年中国健身车行业市场销售均价约为2554.02元/台。

从区域分布情况来看，根据数据显示，中国健身车行业区域分布中，华东占比最重，占比为34.34%，其次为中南地区30.24%。其主要因为这些地区经济发展较快，人均收入较高，人们对健康和健身的关注度也较高，因此健身器材的需求量较大。另一方面华东及中南地区是中国人口密集的地区之一，人口众多，市场潜力大。健身器材行业需要有足够的消费者基础来支撑市场需求，这些地区的人口数量和消费能力使其成为健身器材行业的热门市场。华东及中南地区的城市化程度较高，健身文化氛围较浓厚。这些地区有较多的健身房、健身中心和健身俱乐部，人们对健身的意识和需求较高。健身车作为一种常见的健身器材，自然也在这些地区得到了广泛的应用和需求。

随着市场需求的不断变化，健身车制造商通过产品差异化来竞争。一些制造商注重产品创新和技术研发，推出具有智能化、多功能化、舒适性等特点的健身车，以满足消费者的不同需求。价格是消费者购买健身车时的重要考虑因素之一。市场上存在着不同价格段的健身车产品，制造商通过价格竞争来争夺市场份额。一些品牌可能通过降低价格来吸引消费者，但也有一些高端品牌侧重于产品质量和服务，提供高价值的产品。其中中国本土玩家主要为青岛英派斯健康科技股份有限公司、杭州水晶运动机械股份有限公司、舒华体育股份有限公司、深圳市好家庭体育用品连锁经营有限公司。

英派斯于设立之初即开始为国际知名健身器材品牌提供DEM/ODM服务。依托多年生产积累的经验以及合理的生产线布局，公司现已构建完善的“多品类、小批量、高频次”的生产模式，着力打造“高品质、快速反应柔性生产。根据公司年报显示，其体育健身产品包括健身车，业务收入总体呈现下降态势，2022年体育健身产品销售收入为8.22亿元，业务占比为99.72%。

智能化和互联网化：随着科技的不断进步，智能化和互联网化将成为健身车行业的重要发展方向。健身车可能会配备更多智能化功能，如虚拟训练课程、个性化健身计划、健康数据监测等。同时，健身车与互联网的结合也将提供更多在线健身服务和社交互动的机会。

多功能化和个性化：消费者对健身车的需求不仅仅是基本的有氧运动，还包括力量训练、康

复训练等方面的需求。未来的健身车可能会更加多功能化，满足不同用户的需求。同时，个性化定制也可能成为一种趋势，根据用户的身体状况、健身目标等定制专属的健身车产品。

健康管理和数据分析：健身车可能会与健康管理和数据分析相结合，提供更全面的健康管理服务。通过收集用户的健康数据，如心率、运动量等，健身车可以提供个性化的健身建议和监测用户的健康状况。同时，数据分析也可以帮助用户更好地了解自己的健身情况和进步。

绿色环保和可持续发展：在全球环保意识的提高下，健身车行业也将越来越注重绿色环保和可持续发展。制造商可能会采用更环保的材料和生产工艺，减少对环境的影响。同时，健身车的能源利用效率也可能得到提升，以减少能源消耗。

健身文化推广：随着健身文化的普及和健身行业的发展，健身车行业也将积极参与健身文化的推广。制造商可能会与健身教练、健身房等合作，推出更多健身活动和培训课程。

《2024-2030年中国健身车行业市场需求分析及投资策略研究报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是健身车领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章 健身车概述

第一节 健身车定义

第二节 健身车行业发展历程

第三节 健身车分类情况

第四节 健身车产业链分析

一、产业链模型介绍

二、健身车产业链模型分析

第二章 2019-2023年中国健身车行业发展环境分析

第一节 2019-2023年中国经济环境分析

一、宏观经济

二、工业形势

三、固定资产投资

第二节 2019-2023年中国健身车行业发展政策环境分析

一、行业政策影响分析

二、相关行业标准分析

第三节 2019-2023年中国健身车行业发展社会环境分析

- 一、居民消费水平分析
- 二、工业发展形势分析

第三章 中国健身车生产现状分析

第一节 健身车行业总体规模

第二节 健身车产能概况

- 一、2019-2023年产能分析
- 二、2024-2030年产能预测

第三节 健身车市场容量概况

- 一、2019-2023年市场容量分析
- 二、产能配置与产能利用率调查
- 三、2024-2030年市场容量预测

第四节 健身车产业的生命周期分析

第五节 健身车产业供需情况

第四章 健身车国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 国内产品2019-2023年价格回顾

第二节 国内产品当前市场价格及评述

第三节 国内产品价格影响因素分析

第四节 2024-2030年国内产品未来价格走势预测

第五章 2019-2023年我国健身车行业发展现状分析

第一节 我国健身车行业发展现状

- 一、健身车行业品牌发展现状
- 二、健身车行业需求市场现状
- 三、健身车市场需求层次分析
- 四、我国健身车市场走向分析

第二节 中国健身车产品技术分析

- 一、2019-2023年健身车产品技术变化特点
- 二、2019-2023年健身车产品市场的新技术
- 三、2019-2023年健身车产品市场现状分析

第三节 中国健身车行业存在的问题

- 一、健身车产品市场存在的主要问题
- 二、国内健身车产品市场的三大瓶颈
- 三、健身车产品市场遭遇的规模难题

第四节 对中国健身车市场的分析及思考

- 一、健身车市场特点
- 二、健身车市场分析
- 三、健身车市场变化的方向
- 四、中国健身车行业发展的新思路
- 五、对中国健身车行业发展的思考

第六章 2019-2023年中国健身车行业发展概况

- 第一节 2019-2023年中国健身车行业发展态势分析
- 第二节 2019-2023年中国健身车行业发展特点分析
- 第三节 2019-2023年中国健身车行业市场供需分析

第七章 健身车行业市场竞争策略分析

第一节 行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 健身车市场竞争策略分析

- 一、健身车市场增长潜力分析
- 二、健身车产品竞争策略分析
- 三、典型企业产品竞争策略分析

第三节 健身车企业竞争策略分析

- 一、2024-2030年我国健身车市场竞争趋势
- 二、2024-2030年健身车行业竞争格局展望
- 三、2024-2030年健身车行业竞争策略分析

第八章 健身车行业投资与发展前景分析

第一节 2019-2023年健身车行业投资情况分析

- 一、2019-2023年总体投资结构
- 二、2019-2023年投资规模情况
- 三、2019-2023年分地区投资分析

第二节 健身车行业投资机会分析

- 一、健身车投资项目分析

二、健身车投资模式分析

三、健身车投资机会分析

四、健身车投资新方向

第三节 健身车行业发展前景分析

一、金融危机下健身车市场的发展前景

二、健身车市场面临的发展商机

第九章 2024-2030年中国健身车行业发展前景预测分析

第一节 2024-2030年中国健身车行业发展预测分析

一、未来健身车发展分析

二、未来健身车行业技术开发方向

三、总体行业“十四五”整体规划及预测

第二节 2024-2030年中国健身车行业市场前景分析

一、产品差异化是企业发展的方向

二、渠道重心下沉

第十章 健身车行业上下游行业分析

第一节 上游行业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、行业新动态及其对健身车行业的影响

四、行业竞争状况及其对健身车行业的意义

第二节 下游行业分析

一、发展现状

二、发展趋势预测

三、市场现状分析

四、行业新动态及其对健身车行业的影响

五、行业竞争状况及其对健身车行业的意义

第十一章 2024-2030年健身车行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前健身车存在的问题

第二节 健身车未来发展预测分析

一、中国健身车发展方向分析

二、2024-2030年中国健身车行业发展规模

三、2024-2030年中国健身车行业发展趋势预测

第三节 2024-2030年中国健身车行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、原材料压力风险分析
- 三、技术风险分析
- 四、政策和体制风险
- 五、外资进入现状及对未来市场的威胁

第十二章 健身车国内重点生产厂家分析

第一节 青岛英派斯健康科技股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第二节 杭州水晶运动机械股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第三节 舒华体育股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第四节 深圳市好家庭体育用品连锁经营有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第五节 青岛三柏硕健康科技股份有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业经营与财务状况分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业未来发展战略与规划

第六节 万年青（上海）运动器材有限公司

- 一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第七节 山东蓝德健身科技股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第八节 江苏金陵体育器材股份有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第九节 安徽省威斯达健康科技有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第十节 广州力动健康科技有限公司

一、企业基本概况

二、企业经营与财务状况分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来发展战略与规划

第十三章 健身车地区运行分析

第一节 中国健身车区域运行市场结构变化

第二节 健身车“东北地区”运行分析

第三节 健身车“华北地区”运行分析

第四节 健身车“中南地区”运行分析

第五节 健身车“华东地区”运行分析

第六节 健身车“西部地区”运行分析

第十四章 2024-2030年中国健身车行业投资战略研究

第一节 2024-2030年中国健身车行业投资策略分析

一、健身车投资策略

二、健身车投资筹划策略

三、健身车品牌竞争战略

第二节 2024-2030年中国健身车行业品牌建设策略

一、健身车的规划

二、健身车的建设

三、健身车业成功之道

第十五章 市场指标预测及行业项目投资建议

第一节 中国健身车行业市场发展趋势预测

第二节 健身车产品投资机会

第三节 健身车产品投资趋势分析

第四节 项目投资建议

一、行业投资环境考察

二、投资风险及控制策略

三、产品投资方向建议

四、项目投资建议

1、技术应用注意事项

2、项目投资注意事项

3、生产开发注意事项

4、销售注意事项

图表目录：部分

图表1：健身车结构

图表2：健身车分类情况

图表3：健身车产业链模型

图表4：2019-2023年我国健身车行业产能统计图

图表5：2024-2030年我国健身车行业产能预测图

图表6：2019-2023年我国健身车需求量走势图

图表7：2019-2023年我国健身车行业产能利用率统计图

图表8：2024-2030年我国健身车需求量及市场规模预测图

图表9：2019-2023年我国健身车供需平衡统计图

图表10：2019-2023年中国健身车销售均价走势图

图表11：2024-2030年中国健身车销售均价走势预测

图表12：2023年健身车行业品牌排行

图表13：2019-2023年中国健身车市场规模及需求量走势

图表14：2019-2023年中国健身车细分市场需求量及占比走势

图表15：2024-2030年中国健身车市场需求量预测

图表16：2019-2023年中国健身车总体及细分市场规模分析

图表17：2019-2023年中国健身车行业市场供需情况

图表18：2023年健身车行业成本结构

图表19：2019-2023年健身车行业投资规模

图表20：2023年健身车行业分地区投资

图表21：2019-2023年中国健身人口及渗透率情况

图表22：2023年中国广义健身场馆数TOP10排行

图表23：2023年主流城市健身俱乐部经营情况

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1129654.html>