

# 中国跑步机行业发展趋势研究与投资前景分析报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国跑步机行业发展趋势研究与投资前景分析报告（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/202404/705582.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

跑步机是家庭及健身房常备的健身器材，是指具有单方向运动表面、在该运动面上可进行漫步或跑步，脚可以自由地离开运动表面的健身器材，通常由电动机、跑步带、跑步板和控制面板等组成。跑步机按动力系统，可分为机械跑步机和电动跑步机；按使用环境，可分为商用跑步机和家用跑步机。

资料来源：观研天下整理

### 一、健身人群数量的增加带动市场需求增长

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。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

随着健身人群的不断扩大大，跑步机作为家庭健身设备的需求也随之增加。又因跑步机类型多样，可以根据个人需求和场景选择合适的类型，无论是家庭还是健身房，跑步机都能为用户提供便捷、高效的锻炼方式，所以我国跑步机行业发展现状呈现出积极的增长态势。数据显示，2021年我国跑步机需求量达990.4万台，同比增长9.6%。估计预计2023年我国跑步机需求量有望突破1100万台。

数据来源：观研天下整理

### 二、市场规模持续扩大

近年随着市场需求的快速增长，我国跑步机行业规模不断扩大。数据显示，2023年我国跑步机行业市场规模为183.44亿元。

数据来源：观研天下整理

### 三、目前我国是全球跑步机产品重要的生产基地之一，生产规模不断增长

经过多年的发展，目前我国是全球跑步机产品重要的生产基地之一。数据显示，2021年我国跑步机产量达2000.8万台，较2020年增加了125.8万台，同比增长6.7%。估计2022年我

国跑步机产量将达到2166.4万台。与此同时，随着技术的进步，健身器材除用于基本的锻炼功能之外，还兼具娱乐功能、智能检测功能，产品的用户体验不断提升。例如高档跑步机普遍配备了彩屏供用户娱乐，并拥有智能检测功能，监控用户锻炼状况。一些智能程度更高的产品还可以在准确检测和记录运动数据的基础上，分析用户健身运动的合理性，并给出运动建议。

数据来源：观研天下整理

#### 四、出口市场有所回升，美国仍然为我国跑步机出口最大目的地

我国作为全球跑步机产品重要的生产基地之一，除了要满足国内产品需求，同时还大量承接海外市场订单。因此海外订单数量的变动成为决定我国跑步机生产总量的重要因素之一。2020年全球蔓延的新冠疫情在一定程度上影响了国外跑步机生产企业的发展，国外部分生产企业的开工率难以保证，因此该年我国跑步机出口量大幅增长。2022年随着海外疫情好转，对中国进口明显减少，使得2022年中国跑步机出口明显减少。但2023年市场出口得到回升。数据显示，2023年全年我国跑步机（统计口径：HS编码95069111）累计出口量1160万台，年增长率达11.36%，出口额9.9亿美元，年增长率达15.94%。

数据来源：观研天下整理

从出口国别来看，美国仍然为中国跑步机出口最大目的地，占据了超过三分之一的份额，显示出美国市场强大的消费力。其他国家如印度、英国、德国、西班牙、俄罗斯等国也长期居于出口前十。

2023年我国跑步机出口市场TOP10 出口市场 出口额（百万美元） 占比（%） 美国 369.91 37.33 印度 44.91 4.53 英国 44.56 4.5 德国 38.64 3.9 西班牙 29.77 3 俄罗斯 28.54 2.88 加拿大 23.63 2.39 越南 21.53 2.17 澳大利亚 21.39 2.16 荷兰 19.34 1.95

资料来源：观研天下整理（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。

观研报告网发布的《中国跑步机行业发展趋势研究与投资前景分析报告（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，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年中国跑步机行业发展概述

#### 第一节 跑步机行业发展情况概述

##### 一、跑步机行业相关定义

##### 二、跑步机特点分析

##### 三、跑步机行业基本情况介绍

##### 四、跑步机行业经营模式

##### 1、生产模式

##### 2、采购模式

##### 3、销售/服务模式

##### 五、跑步机行业需求主体分析

#### 第二节 中国跑步机行业生命周期分析

##### 一、跑步机行业生命周期理论概述

##### 二、跑步机行业所属的生命周期分析

#### 第三节 跑步机行业经济指标分析

##### 一、跑步机行业的赢利性分析

##### 二、跑步机行业的经济周期分析

##### 三、跑步机行业附加值的提升空间分析

### 第二章 2019-2023年全球跑步机行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球跑步机行业发展历程回顾

#### 第二节 全球跑步机行业市场规模与区域分布情况

#### 第三节 亚洲跑步机行业地区市场分析

##### 一、亚洲跑步机行业市场现状分析

##### 二、亚洲跑步机行业市场规模与市场需求分析

##### 三、亚洲跑步机行业市场前景分析

#### 第四节北美跑步机行业地区市场分析

- 一、北美跑步机行业市场现状分析
- 二、北美跑步机行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美跑步机行业市场前景分析

#### 第五节欧洲跑步机行业地区市场分析

- 一、欧洲跑步机行业市场现状分析
- 二、欧洲跑步机行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲跑步机行业市场前景分析

#### 第六节 2024-2031年世界跑步机行业分布走势预测

#### 第七节 2024-2031年全球跑步机行业市场规模预测

### 第三章 中国跑步机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跑步机行业的影响分析

#### 第三节中国跑步机行业政策环境分析

- 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

#### 第四节政策环境对跑步机行业的影响分析

#### 第五节中国跑步机行业产业社会环境分析

### 第四章 中国跑步机行业运行情况

#### 第一节中国跑步机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

#### 第二节中国跑步机行业市场规模分析

- 一、影响中国跑步机行业市场规模的因素
- 二、中国跑步机行业市场规模
- 三、中国跑步机行业市场规模解析

#### 第三节中国跑步机行业供应情况分析

- 一、中国跑步机行业供应规模
- 二、中国跑步机行业供应特点

#### 第四节中国跑步机行业需求情况分析

- 一、中国跑步机行业需求规模

## 二、中国跑步机行业需求特点

### 第五节中国跑步机行业供需平衡分析

## 第五章 中国跑步机行业产业链和细分市场分析

### 第一节中国跑步机行业产业链综述

#### 一、产业链模型原理介绍

#### 二、产业链运行机制

#### 三、跑步机行业产业链图解

### 第二节中国跑步机行业产业链环节分析

#### 一、上游产业发展现状

#### 二、上游产业对跑步机行业的影响分析

#### 三、下游产业发展现状

#### 四、下游产业对跑步机行业的影响分析

### 第三节我国跑步机行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

## 第六章 2019-2023年中国跑步机行业市场竞争分析

### 第一节中国跑步机行业竞争现状分析

#### 一、中国跑步机行业竞争格局分析

#### 二、中国跑步机行业主要品牌分析

### 第二节中国跑步机行业集中度分析

#### 一、中国跑步机行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国跑步机行业市场集中度分析

### 第三节中国跑步机行业竞争特征分析

#### 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年中国跑步机行业模型分析

### 第一节中国跑步机行业竞争结构分析（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

第二节中国跑步机行业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、中国跑步机行业SWOT分析结论

第三节中国跑步机行业竞争环境分析（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年中国跑步机行业需求特点与动态分析

第一节中国跑步机行业市场动态情况

第二节中国跑步机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

第三节跑步机行业成本结构分析

第四节跑步机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

第五节中国跑步机行业价格现状分析

第六节中国跑步机行业平均价格走势预测

一、中国跑步机行业平均价格趋势分析

二、中国跑步机行业平均价格变动的影响因素

## 第九章 中国跑步机行业所属行业运行数据监测

### 第一节 中国跑步机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 中国跑步机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 中国跑步机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年中国跑步机行业区域市场现状分析

### 第一节 中国跑步机行业区域市场规模分析

#### 一、影响跑步机行业区域市场分布的因素

#### 二、中国跑步机行业区域市场分布

### 第二节 中国华东地区跑步机行业市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区跑步机行业市场分析

##### (1) 华东地区跑步机行业市场规模

##### (2) 华南地区跑步机行业市场现状

##### (3) 华东地区跑步机行业市场规模预测

### 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、华中地区跑步机行业市场分析

##### (1) 华中地区跑步机行业市场规模

##### (2) 华中地区跑步机行业市场现状

##### (3) 华中地区跑步机行业市场规模预测

### 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、华南地区跑步机行业市场分析

#### (1) 华南地区跑步机行业市场规模

#### (2) 华南地区跑步机行业市场现状

#### (3) 华南地区跑步机行业市场规模预测

## 第五节华北地区跑步机行业市场分析

### 一、华北地区概述

### 二、华北地区经济环境分析

### 三、华北地区跑步机行业市场分析

#### (1) 华北地区跑步机行业市场规模

#### (2) 华北地区跑步机行业市场现状

#### (3) 华北地区跑步机行业市场规模预测

## 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、东北地区跑步机行业市场分析

#### (1) 东北地区跑步机行业市场规模

#### (2) 东北地区跑步机行业市场现状

#### (3) 东北地区跑步机行业市场规模预测

## 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、西南地区跑步机行业市场分析

#### (1) 西南地区跑步机行业市场规模

#### (2) 西南地区跑步机行业市场现状

#### (3) 西南地区跑步机行业市场规模预测

## 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、西北地区跑步机行业市场分析

#### (1) 西北地区跑步机行业市场规模

#### (2) 西北地区跑步机行业市场现状

#### (3) 西北地区跑步机行业市场规模预测

## 第十一章 跑步机行业企业分析（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年中国跑步机行业发展前景分析与预测

### 第一节中国跑步机行业未来发展前景分析

#### 一、跑步机行业国内投资环境分析

#### 二、中国跑步机行业市场机会分析

#### 三、中国跑步机行业投资增速预测

### 第二节中国跑步机行业未来发展趋势预测

### 第三节中国跑步机行业规模发展预测

#### 一、中国跑步机行业市场规模预测

#### 二、中国跑步机行业市场规模增速预测

#### 三、中国跑步机行业产值规模预测

#### 四、中国跑步机行业产值增速预测

#### 五、中国跑步机行业供需情况预测

### 第四节中国跑步机行业盈利走势预测

## 第十三章 2024-2031年中国跑步机行业进入壁垒与投资风险分析

### 第一节中国跑步机行业进入壁垒分析

- 一、跑步机行业资金壁垒分析
- 二、跑步机行业技术壁垒分析
- 三、跑步机行业人才壁垒分析
- 四、跑步机行业品牌壁垒分析
- 五、跑步机行业其他壁垒分析

### 第二节跑步机行业风险分析

- 一、跑步机行业宏观环境风险
- 二、跑步机行业技术风险
- 三、跑步机行业竞争风险
- 四、跑步机行业其他风险

### 第三节中国跑步机行业存在的问题

### 第四节中国跑步机行业解决问题的策略分析

## 第十四章 2024-2031年中国跑步机行业研究结论及投资建议

### 第一节观研天下中国跑步机行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

### 第二节中国跑步机行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

### 第三节跑步机行业营销策略分析

- 一、跑步机行业产品策略
- 二、跑步机行业定价策略
- 三、跑步机行业渠道策略
- 四、跑步机行业促销策略

### 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/202404/705582.html>