

2011-2015年中国踏步机市 场竞争格局与战略咨询研究报告

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

《2011-2015年中国踏步机市场竞争格局与战略咨询研究报告》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/201110/76275.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

踏步机（stair steppers，通常也被称为stair climbers），这种产品正逐渐被椭圆机（elliptical machine）取代。踏步机仍然是最具挑战性的健身器材。踏步机能够使健身者不断重复攀爬楼梯的动作，既能增强心血管系统的功能，又能充分锻炼大腿和小腿肌肉。不过，体态臃肿或者刚刚接触踏步机的人进行剧烈锻炼往往会感觉筋疲力尽。

中国产业信息网发布的《2011-2015年中国踏步机市场竞争格局与战略咨询研究报告》共十五章。首先介绍了踏步机相关概述、中国踏步机市场运行环境等，接着分析了中国踏步机市场发展的现状，然后介绍了中国踏步机重点区域市场运行形势。随后，报告对中国踏步机重点企业经营状况分析，最后分析了中国踏步机行业发展趋势与投资预测。您若想对踏步机产业有个系统的了解或者想投资踏步机行业，本报告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家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。

第一章 踏步机行业概述

第一节 踏步机行业定义

第二节 踏步机行业发展历程

第三节 踏步机行业分类情况

第四节 踏步机产业链分析

第二章 中国踏步机行业发展环境分析

第一节 国内踏步机经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2011年中国踏步机经济发展预测分析

第二节 中国踏步机行业政策环境分析

第三章 2008-2010年中国踏步机行业相关运行数据分析

第一节 2008-2010年中国踏步机行业总体数据分析

一、2008年中国踏步机行业全部企业数据分析

二、2009年中国踏步机行业全部企业数据分析

三、2010年中国踏步机行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国踏步机行业不同规模企业数据分析

一、2008年中国踏步机行业不同规模企业数据分析

二、2009年中国踏步机行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国踏步机行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国踏步机行业不同所有制企业数据分析

一、2008年中国踏步机行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国踏步机行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国踏步机行业不同所有制企业数据分析

第四章 中国踏步机市场供需分析

第一节 踏步机市场现状分析及预测

一、2008-2010年我国踏步机行业总产值分析

二、2011-2015年我国踏步机行业总产值预测

第二节 踏步机产品产量分析及预测

一、2008-2010年我国踏步机产量分析

二、2011-2015年我国踏步机产量预测

第三节 踏步机市场需求分析及预测

一、2008-2010年我国踏步机市场需求分析

二、2011-2015年我国踏步机市场需求预测

第五章 踏步机行业发展现状分析

第一节 全球踏步机行业发展分析

一、全球踏步机行业发展历程

二、全球踏步机行业发展现状

三、全球踏步机行业发展预测

第二节 中国踏步机行业发展分析

一、2009-2010年中国踏步机行业发展态势分析

二、2009-2010年中国踏步机行业发展特点分析

三、2009-2010年中国踏步机行业市场供需分析

第三节 中国踏步机产业特征与行业重要性

第四节 踏步机行业特性分析

第六章 中国踏步机市场规模分析

第一节 2010年中国踏步机市场规模分析

第二节 2010年中国踏步机区域市场规模分析

一、2010年东北地区市场规模分析

二、2010年华北地区市场规模分析

三、2010年华东地区市场规模分析

四、2010年华中地区市场规模分析

五、2010年华南地区市场规模分析

六、2010年西部地区市场规模分析

第三节 2011-2015年中国踏步机市场规模预测

第七章 踏步机国内产品价格走势及影响因素分析

第一节 国内产品2008-2010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 2011-2015年国内产品未来价格走势预测

第八章 踏步机及其主要上下游产品

第一节 踏步机上下游分析

一、与上下游行业之间的关联性

二、上游原材料供应形势分析

三、下游产品解析

第二节 踏步机行业产业链分析

一、上游行业影响及风险分析

二、下游行业风险分析及提示

三、关联行业风险分析及提示

第九章 踏步机产品竞争力优势分析

第一节 整体产品竞争力评价

第二节 产品竞争力评价结果分析

第三节 竞争优势评价及构建建议

第十章 踏步机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 行业国际竞争力比较

一、生产要素

二、需求条件

三、相关和支持性产业

四、企业战略、结构与竞争状态

第三节 踏步机企业竞争策略分析

一、提高踏步机企业核心竞争力的对策

二、影响踏步机企业核心竞争力的因素及提升途径

三、提高踏步机企业竞争力的策略

第十一章 踏步机行业重点企业分析

第一节 企业1

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2009-2010年经营状况分析

四、2011-2015年公司发展战略分析

第二节 企业2

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2009-2010年经营状况分析

四、2011-2015年公司发展战略分析

第三节 企业3

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2009-2010年经营状况分析

四、2011-2015年公司发展战略分析

第四节 企业4

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2009-2010年经营状况分析

四、2011-2015年公司发展战略分析

第五节 企业5

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2009-2010年经营状况分析

四、2011-2015年公司发展战略分析

第六节 企业6

一、企业概况

二、企业优劣势分析

三、2009-2010年经营状况分析

四、2011-2015年公司发展战略分析

第十二章 踏步机行业投资与发展前景分析

第一节 踏步机行业投资机会分析

一、踏步机投资项目分析

二、可以投资的踏步机模式

三、2011年踏步机投资机会

第二节 2011-2015年中国踏步机行业发展预测分析

一、未来踏步机发展分析

二、未来踏步机行业技术开发方向

三、总体行业“十二五”整体规划及预测

第三节 未来市场发展趋势

一、产业集中度趋势分析

二、十二五行业发展趋势

第十三章 踏步机产业用户度分析

第一节 踏步机产业用户认知程度

第二节 踏步机产业用户关注因素

一、功能

- 二、质量
- 三、价格
- 四、外观
- 五、服务

第十四章 2011-2015年踏步机行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前踏步机存在的问题

第二节 踏步机未来发展预测分析

一、中国踏步机发展方向分析

二、2011-2015年中国踏步机行业发展规模预测

三、2011-2015年中国踏步机行业发展趋势预测

第三节 2011-2015年中国踏步机行业投资风险分析

一、市场风险分析

二、管理风险分析

三、产品投资风险

第十五章 踏步机行业营销策略及建议分析

第一节 踏步机行业营销策略及建议分析

一、踏步机行业营销模式

二、踏步机行业营销策略

第二节 踏步机行业企业经营发展及建议分析

一、踏步机行业经营模式

二、踏步机行业生产模式

第三节 行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第四节 市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、重点客户战略管理

四、重点客户管理功能

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201110/76275.html>