

2013-2017年中国电子计步 器行业市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2013-2017年中国电子计步器行业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/yiqiyibiao1304/U25104XVEF.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-04-10

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国电子计步器行业市场分析与投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了中国电子计步器行业的概念，接着分析了中国电子计步器行业发展环境，然后对中国电子计步器行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国电子计步器行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国电子计步器行业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。

通过《2013-2017年中国电子计步器行业市场分析与投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

电子计步器主要由振动传感器和电子计数器组成。人在步行时重心都要有一点上下移动。以腰部的上下位移最为明显，所以记步器挂在腰带上最为适宜。所谓的振动传感器其实就是一个平衡锤在上下振动时平衡被破坏使一个触点能出现通/断动作，由电子计数器记录并显示就完成了主要功能，其他的热量消耗，路程换算均由电路完成。

电子计步器的工作核心就是震动传感器，老一代的2D振动传感器其实就是一个平衡锤在上下振动时平衡被破坏使一个触点能出现通/断动作，由电子计数器记录并显示就完成了主要功能，其他的热量消耗，路程换算均由电路完成，也称作机械式计步器。一般这种2D的电子计步器在使用的时候都需要垂直地面佩带才能感受人体的震动产生数据记录，所记录的数据误差偏大，价格便宜。

目前市面上主流都是使用3D式电子计步器。3D意味着全方位感受人体震动，也就是不需要再垂直地面佩带，只要带在身边都可以计步。

现在市场上跨国品牌主要有：美国acumen（安康盟），日本casio（卡西欧），日本欧姆龙品牌等。而国产知名品牌有Green Forest/绿森林（武汉产）多功能计步器和康都牌计步器（广东产）。大家可以根据自己的喜好和计步器本身的功能来进行选择。

一般来讲，除卡西欧的部分型号外，跨国品牌计步器均在我国寻找OEM厂家代工生产。日系品牌的设计也一般外包给国内的公司进行。所以，从一般意义上讲，各品牌家用计步器的质量差别是微乎其微的

另外，价格对于选购者来讲也是一个很大的因素。不同计步器因其功能不同、设计不同而有不同的价格。例如在中部六省市场跨国品牌中销量最大的日本欧姆龙计步器，单功能型号

的价格在78——128元区间内，多功能的型号更是达到了168——398元。而中部六省市场国产品牌中销量最大的绿森林计步器多功能型号的价格也仅为78——98元。由此见得，如果是一般家用的计步器，在质量感觉相差不大的时候，国产品牌是有相当大的优势的。

但是，总体来说国内品牌的品牌力较弱，铺货渠道不充分，成为制约其发展的最大障碍之一。据国内医疗器械行业调查机构统计，在华北市场和华东市场，国内计步器的市场占有率尚不及跨国品牌的70%。这一方面有消费者对于国产品牌得不信任感作祟，另一方面是大品牌的渠道优势。例如欧姆龙和卡西欧在绝大多数一二线城市，甚至包括一些三线城市的商场、药店拥有专柜。而国产品牌里仅有绿森林、康超力在部分一二线城市的商场、药店拥有专柜。

第一章 电子计步器行业发展概况 1

第一节 产品发展概况 1

一、电子计步器产品定义 1

二、电子计步器产品性能 2

三、电子计步器产品用途 2

第二节 电子计步器行业政策环境分析 3

一、电子计步器产业相关政策分析 3

二、电子计步器上下游产业政策影响 3

三、电子计步器进出口政策影响分析 3

第二章 2013年世界电子计步器行业市场运行形势分析 10

第一节 2013年全球电子计步器行业发展概况 10

第二节 世界电子计步器行业发展走势 11

二、全球电子计步器行业市场分布情况 11

三、全球电子计步器行业发展趋势分析 12

第三节 全球电子计步器行业重点国家和地区分析 13

一、美国 13

二、日本 15

三、欧洲 18

第三章 2013年中国电子计步器产业发展环境分析 19

第一节 2013年中国宏观经济环境分析 19

一、GDP历史变动轨迹分析 19

二、固定资产投资历史变动轨迹分析	26
三、2013年中国经济发展预测分析	29
第二节 电子计步器行业主管部门、行业监管体	30
第三节 中国电子计步器行业主要法律法规及政策	31
第四节 2013年中国电子计步器产业社会环境发展分析	31
一、人口环境分析	31
二、教育环境分析	32
三、文化环境分析	36
四、生态环境分析	38
五、中国城镇化率	39
六、居民的各种消费观念和习惯	40
第四章 2012-2013年中国电子计步器市场供需分析	44
第一节 中国电子计步器市场供给状况	44
一、2008-2012年中国电子计步器产量分析	44
二、2013-2017年中国电子计步器产量预测	44
第二节 中国电子计步器市场需求状况	45
一、2008-2012年中国电子计步器需求分析	45
二、2013-2017年中国电子计步器需求预测	46
第三节 2012年电子计步器区域市场需求分析	47
一、华东地区市场需求分析	47
二、华北地区市场需求分析	47
三、东北地区市场需求分析	48
四、华南地区市场需求分析	48
五、华中地区市场需求分析	49
六、西部地区市场需求分析	49
第四节 中国电子计步器市场价格状况	50
一、2008-2012年中国电子计步器价格分析	50
二、2013-2017年中国电子计步器价格预测	51
第五章 2008-2012年电子计步器进出口数据分析	52
第一节 2008-2012年电子计步器进口分析	52
一、电子计步器进口数量情况	52
二、电子计步器进口金额分析	52

三、电子计步器进口来源分析	53
四、电子计步器进口价格分析	53
第二节 2008-2012年电子计步器出口分析	53
一、电子计步器出口数量情况	53
二、电子计步器出口金额分析	54
三、电子计步器出口流向分析	54
四、电子计步器出口价格分析	55
第六章 2011-2013年中国电子计步器市场运行情况	56
第一节 行业最新动态分析	56
一、行业相关动态概述	56
二、行业发展热点聚焦	58
第二节 行业品牌现状分析	59
第三节 行业产品市场价格情况	60
第四节 行业外资进入现状及对未来市场的威胁	61
第七章 2010-2012年中国电子计步器所属行业主要数据监测分析	62
第一节 2010-2012年中国电子计步器所属行业总体数据分析	62
一、2010年中国电子计步器所属行业全部企业数据分析	62
二、2011年中国电子计步器所属行业全部企业数据分析	64
三、2012年中国电子计步器所属行业全部企业数据分析	65
第二节 2010-2012年中国电子计步器所属行业不同规模企业数据分析	67
一、2010年中国电子计步器所属行业不同规模企业数据分析	67
二、2011年中国电子计步器所属行业不同规模企业数据分析	68
三、2012年中国电子计步器所属行业不同规模企业数据分析	68
第三节 2010-2012年中国电子计步器所属行业不同所有制企业数据分析	69
一、2010年中国电子计步器所属行业不同所有制企业数据分析	69
一、2011年中国电子计步器所属行业不同所有制企业数据分析	69
一、2012年中国电子计步器所属行业不同所有制企业数据分析	70
第八章 2011-2012年电子计步器行业相关产业分析	71
第一节 电子计步器行业产业链概述	71
第二节 电子计步器上游产业发展状况分析	71
一、传感器	71
（一）传感器生产情况分析	71

(二) 传感器价格走势分析	72
(三) 传感器行业发展趋势	72
二、电子元器件	74
(一) 电子元器件生产情况分析	74
(二) 电子元器件价格走势分析	75
(三) 电子元器件行业发展趋势	76
第三节 电子计步器下游产业发展情况分析	77
一、运动健身	77
(一) 行业发展现状概况	77
(二) 行业生产情况分析	78
(三) 行业需求状况分析	78
(四) 行业需求前景分析	79
二、康复医疗	80
(一) 行业发展现状概况	80
(二) 行业生产情况分析	80
(三) 行业需求状况分析	81
(四) 行业需求前景分析	84
三、减肥市场	86
(一) 行业发展现状概况	86
(二) 行业生产情况分析	87
(三) 行业需求状况分析	88
(四) 行业需求前景分析	89
第九章 中国电子计步器行业竞争格局及战略分析	90
第一节 中国电子计步器行业竞争结构分析	90
一、行业现有企业间的竞争	90
二、行业新进入者威胁分析	90
三、替代产品或服务的威胁	90
四、上游供应商讨价还价能力	91
五、下游用户讨价还价的能力	91
第二节 中国电子计步器行业竞争力分析	92
一、品牌竞争分析	92
二、成本竞争分析	92

三、价格竞争分析	92
四、技术竞争分析	92
第三节 电子计步器市场集中度分析	94
一、国内电子计步器企业分布	94
二、国内电子计步器企业市场集中度	94
三、国内电子计步器消费区域分布	95
第四节 电子计步器企业资本市场运作建议	95
一、电子计步器企业兼并及收购建议	95
二、电子计步器企业融资方式选择建议	96
三、电子计步器企业海外市场运作建议	96
第十章 电子计步器主要生产厂商竞争力分析	99
第一节 企业一	99
一、企业发展基本情况	99
二、企业主要经济指标分析	100
三、企业盈利能力分析	102
四、企业偿债能力分析	103
五、企业运营能力分析	103
第二节 企业二	104
一、企业发展基本情况	104
二、企业主要经济指标分析	104
三、企业盈利能力分析	106
四、企业偿债能力分析	107
五、企业运营能力分析	107
第三节 企业三	108
一、企业发展基本情况	108
二、企业主要经济指标分析	108
三、企业盈利能力分析	109
四、企业偿债能力分析	109
五、企业运营能力分析	110
第四节 企业死	110
一、企业发展基本情况	110
二、企业主要经济指标分析	110

三、企业盈利能力分析	111
四、企业偿债能力分析	112
五、企业运营能力分析	112
第五节 企业五	112
一、企业发展基本情况	112
二、企业主要经济指标分析	113
三、企业盈利能力分析	114
四、企业偿债能力分析	114
五、企业运营能力分析	114
第十一章 2013-2017年中国电子计步器行业发展趋势与前景分析	115
第一节 2013-2017年中国电子计步器行业投资环境分析	115
第二节 2013-2017年中国电子计步器行业投资前景分析	115
一、电子计步器行业发展前景	115
二、电子计步器发展趋势分析	116
三、电子计步器市场前景分析	116
第三节 2013-2017年中国电子计步器行业投资风险分析	117
一、产业政策分析	117
二、原材料风险分析	117
三、市场竞争风险	117
四、技术风险分析	118
第四节 2013-2017年电子计步器行业投资策略及建议	119
第十二章 2013-2017年中国电子计步器行业发展策略及投资建议	121
第一节 电子计步器行业发展策略分析	121
一、坚持产品创新的领先战略	121
二、坚持品牌建设的引导战略	121
三、坚持工艺技术创新的支持战略	121
四、坚持市场营销创新的决胜战略	122
五、坚持企业管理创新的保证战略	122
第二节 电子计步器行业市场重点客户战略实施	122
一、实施重点客户战略的必要性	122
二、合理确立重点客户	123
三、对重点客户的营销策略	124

四、强化重点客户的管理 124

五、实施重点客户战略要重点解决的问题 125

第三节 博思数据投资建议 127

一、重点投资区域建议 127

二、重点投资产品建议 127

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/yiqiyibiao1304/U25104XVEF.html>