

2022-2028年中国电动按摩 椅行业分析与投资战略研究报告

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

《2022-2028年中国电动按摩椅行业分析与投资战略研究报告》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/202202/267439.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

按摩椅，利用机械的滚动力作用和机械力挤压来进行按摩，人工推拿按摩能够疏通经络，使气血循环，保持机体的阴阳平衡，所以按摩后可感到肌肉放松，关节灵活，使人精神振奋，消除疲劳，对保证身体健康有重要作用。电动按摩椅市场现处于初级阶段，竞争还不充分。定位于高端市场的品牌大口吃又香又嫩的精品肉，追求高利润；中高端品牌吃肉又喝汤，目标消费群较广，销量较大，利润也较高；其它一些小品牌做代工，做区域市场，日子过得有滋有味，整个电动按摩椅行业一片大好。随着人口老龄化的加剧，以及渗透率的逐步提升，按摩椅行业空间较大。由于按摩器具产品属于非生活必需品，价格较高，其产品需求的收入弹性较高，宏观经济波动所致的居民收入水平变动对产品的市场需求影响较大。若未来经济下滑程度较大，行业将面临较大的下行压力。个股方面，建议关注荣泰健康和奥佳华。

从区域来看，荣泰健康国内业务占比达58%，国外业务占比为42%，奥佳华国内业务占比为23%，国外业务占比为77%，荣泰健康不断向国内市场发力，奥佳华业务主要依靠出口。

	荣泰健康	2018	2019E	2020E	2021E	
营业收入（百万元）	2,295.6	2,410.4	2,651.5	2,969.7	同比增长率	19.69% 5.00% 10.00% 12.00%
净利润（百万元）	249.2	256.0	296.3	372.5	同比增长率	15.27% 2.72% 15.74% 25.73%
每股收益（元/股）	1.78	1.83	2.12	2.66	毛利率	34.07% 32.50% 33.00% 33.12%
	15.5%	16.9%	PE	14.38 14.00 12.10 9.62	ROE	16.7% 15.2%

中企顾问网发布的《2022-2028年中国电动按摩椅行业分析与投资战略研究报告》共十四章。首先介绍了中国电动按摩椅行业市场发展环境、电动按摩椅整体运行态势等，接着分析了中国电动按摩椅行业市场运行的现状，然后介绍了电动按摩椅市场竞争格局。随后，报告对电动按摩椅做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国电动按摩椅行业发展趋势与投资预测。您若想对电动按摩椅产业有个系统的了解或者想投资中国电动按摩椅行业，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。

报告目录：第一章电动按摩椅行业相关基础概述1.1电动按摩椅的定义及分类1.1.1电动按摩椅的界定1.1.2电动按摩椅的分类1.1.3电动按摩椅的特性1.2电动按摩椅行业特点分析1.2.1市场特点分析1.2.2行业经济特性1.2.3行业发展周期分析1.2.4行业进入风险1.2.5行业成熟度分析 第二章2015-2019年中国电动按摩椅行业市场发展环境分析2.1中国电动按摩椅行业经济环境分析2.1.1中国经济运行情况1、国民经济运行情况GDP2、消费价格指数CPI、PPI3、全国居民收入情况4、恩格尔系数5、工业发展形势2.1.2经济环境对行业的影响分析2.2中国电动按摩椅行业政策环境分析2.2.1行业监管环境1、行业主管部门2、行业监管体制2.2.2行业政

策分析2.2.3政策环境对行业的影响分析2.3中国电动按摩椅行业社会环境分析2.3.1行业社会环境1、人口规模分析2、教育环境分析3、文化环境分析4、生态环境分析5、中国城镇化率6、消费观念变迁7、消费升级趋势2.3.2社会环境对行业的影响分析2.4中国电动按摩椅行业技术环境分析2.4.1电动按摩椅生产工艺水平2.4.2行业主要技术发展趋势2.4.3技术环境对行业的影响

第三章中国电动按摩椅行业上、下游产业链分析3.1电动按摩椅行业产业链概述3.1.1产业链定义3.1.2电动按摩椅行业产业链3.2电动按摩椅行业主要上游产业发展分析3.2.1上游产业发展现状3.2.2上游产业供给分析3.2.3上游供给价格分析3.2.4主要供给企业分析3.3电动按摩椅行业主要下游产业发展分析3.3.1下游产业发展现状3.3.2下游产业需求分析3.3.3下游主要需求企业分析3.4中国电动按摩椅行业业务量情况分析3.4.1电动按摩椅业务量走势3.4.2业务量产品结构分析3.4.3业务量区域结构分析3.4.4业务量企业结构分析

第四章国际电动按摩椅所属行业市场发展分析4.12015-2019年国际电动按摩椅所属行业发展现状4.1.1国际电动按摩椅行业发展现状4.1.2国际电动按摩椅行业发展规模4.1.3国际电动按摩椅主要技术水平4.22015-2019年国际电动按摩椅市场研究4.2.1国际电动按摩椅市场特点4.2.2国际电动按摩椅市场结构4.2.3国际电动按摩椅市场规模4.32015-2019年国际区域电动按摩椅行业研究4.3.1欧洲4.3.2美国4.3.3日韩4.42022-2028年国际电动按摩椅行业发展展望4.4.1国际电动按摩椅行业发展趋势4.4.2国际电动按摩椅行业规模预测4.4.3国际电动按摩椅行业发展机会

第五章2015-2019年中国电动按摩椅行业发展概述5.1中国电动按摩椅行业发展状况分析5.1.1中国电动按摩椅行业发展阶段5.1.2中国电动按摩椅行业发展总体概况5.1.3中国电动按摩椅行业发展特点分析5.22015-2019年电动按摩椅行业发展现状5.2.12015-2019年中国电动按摩椅所属行业发展热点5.2.22015-2019年中国电动按摩椅所属行业发展现状5.2.32015-2019年中国电动按摩椅企业发展分析5.3中国电动按摩椅行业细分市场概况5.3.1市场细分充分程度5.3.2细分市场结构分析5.4中国电动按摩椅行业发展问题及对策建议5.4.1中国电动按摩椅行业发展制约因素5.4.2中国电动按摩椅行业存在问题分析5.4.3中国电动按摩椅行业发展对策建议

第六章中国电动按摩椅所属行业运行指标分析及预测6.1中国电动按摩椅所属行业企业数量分析6.1.12015-2019年中国电动按摩椅所属行业企业数量情况6.1.22015-2019年中国电动按摩椅所属行业企业竞争结构6.22015-2019年中国电动按摩椅所属行业财务指标总体分析6.2.1所属行业盈利能力分析6.2.2所属行业偿债能力分析6.2.3所属行业营运能力分析6.2.4所属行业发展能力分析6.3中国电动按摩椅所属行业市场规模分析及预测6.3.12015-2019年中国电动按摩椅所属行业市场规模分析6.3.22022-2028年中国电动按摩椅所属行业市场规模预测6.4中国电动按摩椅所属行业市场供需分析及预测6.4.1中国电动按摩椅所属行业市场供给分析1、2015-2019年中国电动按摩椅所属行业供给规模分析2、2022-2028年中国电动按摩椅所属行业供给规模预测6.4.2中国电动按摩椅所属行业市场需求分析1、2015-2019年中国电动按摩椅所属行业需求规模分析2、2022-2028年中国电动按摩椅所属行业需求规模预

测 第七章中国互联网+电动按摩椅所属行业发展现状及前景7.1互联网给电动按摩椅行业带来的冲击和变革分析7.1.1互联网时代电动按摩椅行业大环境变化分析7.1.2互联网给电动按摩椅行业带来的突破机遇分析7.1.3互联网给电动按摩椅行业带来的挑战分析7.1.4互联网+电动按摩椅行业融合创新机会分析7.2中国互联网+电动按摩椅所属行业市场发展现状分析7.2.1中国互联网+电动按摩椅行业投资布局分析1、中国互联网+电动按摩椅行业投资切入方式2、中国互联网+电动按摩椅行业投资规模分析3、中国互联网+电动按摩椅行业投资业务布局7.2.2电动按摩椅行业目标客户互联网渗透率分析7.2.3中国互联网+电动按摩椅所属行业市场规模分析7.2.4中国互联网+电动按摩椅所属行业竞争格局分析1、中国互联网+电动按摩椅行业参与者结构2、中国互联网+电动按摩椅行业竞争者类型3、中国互联网+电动按摩椅行业市场占有率7.3中国互联网+电动按摩椅行业市场前景分析7.3.1中国互联网+电动按摩椅行业市场增长动力分析7.3.2中国互联网+电动按摩椅行业市场发展瓶颈剖析7.3.3中国互联网+电动按摩椅行业市场发展趋势分析 第八章中国电动按摩椅需求市场调查8.1中国电子商务市场分析8.1.1电子商务市场交易规模8.1.2电子商务市场行业分布8.1.3移动电子商务市场分析8.1.4移动电子商务交易规模8.1.5移动电子商务用户规模1、手机网民规模2、移动互联网流量3、移动电子商务企业规模占比 第九章中国电动按摩椅行业市场竞争格局分析9.1中国电动按摩椅行业竞争格局分析9.1.1电动按摩椅行业区域分布格局9.1.2电动按摩椅行业企业规模格局9.1.3电动按摩椅行业企业性质格局9.2中国电动按摩椅行业竞争五力分析9.2.1电动按摩椅行业上游议价能力9.2.2电动按摩椅行业下游议价能力9.2.3电动按摩椅行业新进入者威胁9.2.4电动按摩椅行业替代产品威胁9.2.5电动按摩椅行业现有企业竞争9.3中国电动按摩椅行业竞争SWOT分析9.3.1电动按摩椅行业优势分析（S）9.3.2电动按摩椅行业劣势分析（W）9.3.3电动按摩椅行业机会分析（O）9.3.4电动按摩椅行业威胁分析（T）9.4中国电动按摩椅行业投资兼并重组整合分析9.4.1投资兼并重组现状9.4.2投资兼并重组案例9.5中国电动按摩椅行业竞争策略建议 第十章中国电动按摩椅行业领先企业竞争力分析10.1乔山健康科技(上海)有限公司10.1.1企业发展基本情况10.1.2企业主营业务分析10.1.3企业竞争优势分析10.1.4企业经营状况分析10.2宁波康福特健身器械有限公司10.2.1企业发展基本情况10.2.2企业主营业务分析10.2.3企业竞争优势分析10.2.4企业经营状况分析10.3杭州松研电器有限公司10.3.1企业发展基本情况10.3.2企业主营业务分析10.3.3企业竞争优势分析10.3.4企业经营状况分析10.4上海荣泰健康科技股份有限公司10.4.1企业发展基本情况10.4.2企业主营业务分析10.4.3企业竞争优势分析10.4.4企业经营状况分析10.5松下电器(中国)有限公司10.5.1企业发展基本情况10.5.2企业主营业务分析10.5.3企业竞争优势分析10.5.4企业经营状况分析10.6傲胜(中国)商业有限公司10.6.1企业发展基本情况10.6.2企业主营业务分析10.6.3企业竞争优势分析10.6.4企业经营状况分析 第十一章2022-2028年中国电动按摩椅行业发展趋势与投资机会研究11.12022-2028年中国电动按摩椅行业市场发展潜力分析11.1.1中国电动按摩椅

行业市场空间分析11.1.2中国电动按摩椅行业竞争格局变化11.1.3中国电动按摩椅行业互联网+前景11.22022-2028年中国电动按摩椅行业发展趋势分析11.2.1中国电动按摩椅行业品牌格局趋势11.2.2中国电动按摩椅行业渠道分布趋势11.2.3中国电动按摩椅行业市场趋势分析11.32022-2028年中国电动按摩椅行业投资机会与建议11.3.1中国电动按摩椅行业投资前景展望11.3.2中国电动按摩椅行业投资机会分析11.3.3中国电动按摩椅行业投资建议 第十二章2022-2028年中国电动按摩椅行业投资分析与风险规避12.1中国电动按摩椅行业关键成功要素分析12.2中国电动按摩椅行业投资壁垒分析12.3中国电动按摩椅行业投资风险与规避12.3.1宏观经济风险与规避12.3.2行业政策风险与规避12.3.3上游市场风险与规避12.3.4市场竞争风险与规避12.3.5技术风险分析与规避12.3.6下游需求风险与规避12.4中国电动按摩椅行业融资渠道与策略12.4.1电动按摩椅行业融资渠道分析12.4.2电动按摩椅行业融资策略分析 第十三章2022-2028年中国电动按摩椅行业盈利模式与投资战略规划分析()13.1国外电动按摩椅行业投资现状及经营模式分析13.1.1境外电动按摩椅行业成长情况调查13.1.2经营模式借鉴13.1.3国外投资新趋势动向13.2中国电动按摩椅行业商业模式探讨13.2.1行业主要商业模式13.2.2自建模式13.2.3特许加盟模式13.2.4代理模式13.3中国电动按摩椅行业投资发展战略规划13.3.1战略优势分析13.3.2战略机遇分析13.3.3战略规划目标13.3.4战略措施分析13.4最优投资路径设计13.4.1投资对象13.4.2投资模式13.4.3预期财务状况分析13.4.4风险资本退出方式 第十四章研究结论及建议14.1研究结论()14.2投资建议14.2.1行业发展策略建议14.2.2行业投资方向建议14.2.3行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202202/267439.html>