

2020-2026年中国互联网体 育产业深度调研与投资方向研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2020-2026年中国互联网体育产业深度调研与投资方向研究报告》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.abaogao.com/b/wenhuaityu/224128NBGN.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

互联网体育用户规模稳定增长。在2016年发布的《“欧洲杯观察”--2016Q2中国体育类应用专题研究报告》对我国互联网体育用户规模进行了预测，2018年，我国互联网体育用户将达到5.2亿。我国互联网体育用户规模将呈现稳定增长的趋势，估计未来几年可保持10%~15%的年增长率。2016-2019年中国在线体育赛事直播用户规模

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国互联网体育产业深度调研与投资方向研究报告》共六章。首先介绍了互联网体育相关概念及发展环境，接着分析了中国互联网体育规模及消费需求，然后对中国互联网体育市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国互联网体育面临的机遇及发展前景。您若想对中国互联网体育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。

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。

报告目录：

第1章：全球互联网+体育产业发展状况分析

1.1 全球互联网+体育产业发展分析

1.1.1 全球互联网+体育产业发展周期

1.1.2 全球互联网+体育产业市场规模

1.1.3 全球互联网+体育产业地域结构

1.1.4 全球互联网+体育产业前景与趋势

(1) 行业发展前景预测

(2) 行业发展趋势预测

1.2 全球各地区互联网+体育产业发展分析

1.2.1 北美地区互联网+体育产业发展分析

(1) 北美地区互联网+体育产业发展现状

(2) 北美地区互联网+体育产业市场格局

(3) 北美地区互联网+体育产业发展前景

1.2.2 欧洲地区互联网+体育产业发展分析

(1) 欧洲地区互联网+体育产业发展现状

(2) 欧洲地区互联网+体育产业市场格局

(3) 欧洲地区互联网+体育产业发展前景

1.2.3 亚太地区互联网+体育产业发展分析

(1) 亚太地区互联网+体育产业发展现状

(2) 亚太地区互联网+体育产业市场格局

(3) 亚太地区互联网+体育产业发展前景

第2章：中国互联网+体育产业发展状况分析

2.1 中国互联网+体育产业发展分析

2.1.1 中国互联网+体育产业发展周期

2.1.2 中国互联网+体育产业发展规模2012-2019年中国互联网体育用户规模

2.1.3 中国互联网+体育产业结构分析

2.1.4 中国互联网+体育发展模式分析

2.1.5 中国互联网+体育产业发展痛点

2.2 主要省市互联网+体育产业发展分析

2.2.1 上海市互联网+体育产业发展分析

(1) 上海市互联网+体育产业发展现状

(2) 上海市互联网+体育产业市场格局

(3) 上海市互联网+体育产业发展前景

2.2.2 北京市互联网+体育产业发展分析

(1) 北京市互联网+体育产业发展现状

(2) 北京市互联网+体育产业市场格局

(3) 北京市互联网+体育产业发展前景

2.2.3 浙江省互联网+体育产业发展分析

(1) 浙江省互联网+体育产业发展现状

(2) 浙江省互联网+体育产业市场格局

(3) 浙江省互联网+体育产业发展前景

2.2.4 江苏省互联网+体育产业发展分析

(1) 江苏省互联网+体育产业发展现状

(2) 江苏省互联网+体育产业市场格局

(3) 江苏省互联网+体育产业发展前景

2.2.5 其他省市互联网+体育产业发展分析

- (1) 重庆市互联网+体育产业发展分析
- (2) 山东省互联网+体育产业发展分析
- (3) 湖南省互联网+体育产业发展分析

第3章：互联网+体育产业细分市场发展分析

3.1 体育传媒市场发展分析

3.1.1 体育传媒市场发展规模

3.1.2 体育传媒市场竞争格局

3.1.3 体育传媒市场发展模式

3.1.4 体育传媒市场发展前景与趋势

- (1) 市场发展前景预测

- (2) 市场发展趋势预测

3.2 体育旅游市场发展分析

3.2.1 体育旅游市场发展规模

3.2.2 体育旅游市场地域结构

3.2.3 体育旅游市场发展模式

- (1) 体育旅游圈模式

- (2) 会员制俱乐部模式

- (3) 主题式发展模式

3.2.4 体育旅游细分市场分析

- (1) 体育赛事旅游市场分析

- (2) 相关场馆旅游市场分析

- (3) 体育活动旅游市场分析

3.2.5 体育旅游市场发展前景与趋势

- (1) 市场发展前景预测

- (2) 市场发展趋势预测

3.3 在线票务市场发展分析

3.3.1 在线票务市场发展规模

3.3.2 在线票务市场产品结构

3.3.3 在线票务市场竞争格局

3.3.4 在线票务市场应用状况

3.3.5 在线票务市场发展前景与趋势

(1) 市场发展前景预测

(2) 市场发展趋势预测

3.4 体育智能硬件市场发展分析

3.4.1 体育智能硬件市场发展规模

3.4.2 体育智能硬件市场产品结构

3.4.3 体育智能硬件市场竞争格局

3.4.4 体育智能硬件市场应用状况

3.4.5 体育智能硬件市场发展前景与趋势

(1) 市场发展前景预测

(2) 市场发展趋势预测

3.5 体育赛事IP市场发展分析

3.5.1 体育赛事IP市场发展规模

3.5.2 体育赛事IP市场竞争格局

3.5.3 体育赛事IP市场发展模式

3.5.4 体育赛事IP市场发展前景与趋势

(1) 市场发展前景预测

(2) 市场发展趋势预测

3.6 体育产业金融市场发展分析

3.6.1 体育产业金融市场发展规模

3.6.2 体育产业金融市场形态结构

3.6.3 重点体育产业投资基金分析

(1) 华人文化产业投资基金

(2) 鸟巢乐视体育文化产业基金

(3) 雷曼凯兴体育文化产业投资中心

(4) 君联资本文化体育基金

(5) 莱茵体育发展基金

3.6.4 体育产业金融市场发展前景与趋势

(1) 市场发展前景预测

(2) 市场发展趋势预测

第4章：中国互联网+体育产业领先企业案例分析

4.1 专业互联网体育媒体业务布局分析

4.1.1 乐视体育

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业互联网+体育业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析

4.1.2 腾讯体育

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业互联网+体育业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析

4.1.3 虎扑体育

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业互联网+体育业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析

4.1.4 央视网体育

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业互联网+体育业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析

4.1.5 新浪体育

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业互联网+体育业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析

4.1.6 百视通

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业互联网+体育业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析

4.2 体育用品企业互联网+业务布局分析

4.2.1 贵人鸟股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业互联网+体育业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析

4.2.2 三六一度国际有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业互联网+体育业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析

4.2.3 李宁有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业互联网+体育业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析

4.2.4 安踏体育用品有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业互联网+体育业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析

4.2.5 特步国际控股有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业互联网+体育业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析

4.2.6 匹克体育用品有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业技术资质能力分析
- (3) 企业互联网+体育业务布局
- (4) 企业市场渠道与网络分析

4.3 运动健身APP优秀案例发展分析

4.3.1 Keep

- (1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业发展优劣势分析

4.3.2 燃健身

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业发展优劣势分析

4.3.3 趣运动

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业发展优劣势分析

4.3.4 去动

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业发展优劣势分析

4.3.5 懂球帝

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业发展优劣势分析

4.3.6 野兽骑行

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业发展优劣势分析

4.4 体育票务在线销售平台优秀案例分析

4.4.1 大麦网

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业发展优劣势分析

4.4.2 永乐票务

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业发展优劣势分析

4.4.3 动网

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业发展优劣势分析

4.4.4 雅酷卡

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业发展优劣势分析

4.4.5 微票儿

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业发展优劣势分析

4.5 其他重点企业互联网+体育业务布局

4.5.1 万达集团互联网+体育业务布局

4.5.2 阿里巴巴互联网+体育业务布局

4.5.3 百度互联网+体育业务布局

4.5.4 京东互联网+体育业务布局

4.5.5 小米互联网+体育业务布局

第5章：互联网+体育产业投资潜力与策略规划

5.1 互联网+体育产业发展前景预测

5.1.1 行业影响因素分析

- (1) 政策支持因素
- (2) 市场需求因素
- (3) 社会基础因素

5.1.2 行业发展前景预测

5.2 互联网+体育产业发展趋势预测

5.2.1 产业整体趋势预测

5.2.2 市场竞争格局预测

5.3 互联网+体育产业投资潜力分析

5.3.1 产业投资热潮分析

5.3.2 产业投资推动因素

- (1) 产业发展势头分析

(2) 产业投资环境分析

5.4 互联网+体育产业投资现状分析

5.4.1 产业投资主体分析

(1) 产业投资主体构成

(2) 各投资主体投资优势

5.4.2 产业投资切入方式

5.4.3 产业投资案例分析

5.5 互联网+体育产业投资策略规划

5.5.1 产业投资方式策略

5.5.2 产业投资区域策略

5.5.3 产业产品创新策略

5.5.4 产业商业模式策略

第6章 电商行业发展分析

6.1 电子商务发展分析

6.1.1 电子商务定义及发展模式分析

6.1.2 中国电子商务行业政策现状

6.1.3 2015-2019年中国电子商务行业发展现状

6.2 “互联网+”的相关概述

6.2.1 “互联网+”的提出

6.2.2 “互联网+”的内涵

6.2.3 “互联网+”的发展

6.2.4 “互联网+”的评价

6.2.5 “互联网+”的趋势

6.3 电商市场现状及建设情况

6.3.1 电商总体开展情况

6.3.2 电商案例分析

6.3.3 电商平台分析（自建和第三方网购平台）

6.4 电商行业未来前景及趋势预测

6.4.1 电商市场规模预测分析

6.4.2 电商发展前景分析

图表目录：

图表1：全球互联网+体育产业发展周期

图表2：2015-2019年全球互联网+体育产业发展规模

图表3：全球互联网+体育产业地域结构

图表4：2020-2026年全球互联网+体育产业市场规模预测

图表5：中国互联网+体育产业发展周期

图表6：2015-2019年中国互联网+体育产业发展规模

图表7：中国互联网+体育产业结构简图

图表8：中国互联网+体育产业发展痛点简析

图表9：2015-2019年中国体育传媒市场发展规模

图表10：2019年中国体育传媒市场竞争格局

图表11：2020-2026年中国体育传媒场发展规模预测

图表12：2015-2019年中国体育旅游市场发展规模

图表13：2019年中国体育旅游市场地域结构

图表14：2020-2026年中国体育旅游市场发展规模预测

图表15：2015-2019年中国在线票务市场发展规模

图表16：2019年中国在线票务市场产品结构

图表17：2019年中国在线票务市场竞争格局

图表18：2020-2026年中国在线票务市场发展规模预测

图表19：2015-2019年中国体育智能硬件市场发展规模

图表20：2019年中国体育智能硬件市场产品结构

图表21：2019年中国体育智能硬件市场竞争格局

图表22：2020-2026年中国体育智能硬件市场发展规模预测

图表23：2015-2019年中国体育赛事IP市场发展规模

图表24：2019年中国体育赛事IP市场竞争格局

图表25：2020-2026年中国体育赛事IP发展规模预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/224128NBGN.html>