

2017-2022年中国体育旅游 行业前景研究与市场需求预测报告

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

《2017-2022年中国体育旅游行业前景研究与市场需求预测报告》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/lyyou/998477L8P3.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

马拉松、越野跑等户外项目已成为多地刺激体育旅游产业发展的“领跑者”，福建武夷山、河北崇礼、江西武功山、甘肃张掖等地都开始打造品牌赛事。旅游市场正从传统的观赏型旅游向体验型旅游发展，而体育旅游则为消费者提供了较好的体验式旅游服务。有数据显示，目前中国体育旅游产业每年增长30%到40%，体育旅游市场正成为中国旅游休闲领域的亮点。与此同时，我国已成功申请到2022年的冬奥会举办权，在冬奥会的申办和准备过程中，京津冀地区周边旅游配套设施的完善、对周边旅游资源的开发，都将有效促进冬奥会期间以及后续旅游的发展。体育旅游的项目越来越广泛。很多公司已经不满足于只做观赏性体育赛事的单一项目，目前海外马拉松、铁人三项等体育健身类体验型旅游和海外攀岩、山地自行车等体育尝试刺激类旅游也悄然兴起。可以说体育旅游在成长、发展过程中，多元化的体育旅游形式也在不断地被研发出来，满足大众需求。体育旅游市场在这个经济蓬勃发展的时代爆发性兴起，每家体育旅游公司都在摸索中完善产品线路，从而在市场竞争中站稳脚跟。

美国无疑是或户外体育旅游发展最为成熟的国家之一，国民对户外运动极高的参与热情带动了整个产业的稳步发展。根据美国户外基金会(Outdoor Foundation)最新发布的《美国2016年户外休闲参与报告》显示，2015年，共有1.424亿美国人，即接近一半的美国人至少参加过一次户外活动，总参与户外活动次数则达到了117亿。同时，户外产业对整个美国经济的拉动效应明显。按照美国户外产业协会(OIA)的统计，2011年美国居民在户外休闲上的消费高达6,460亿美元，是美国居民日常消费的重要支出款项，每年对联邦以及地方和州政府的税收分别贡献399亿以及397亿美元，直接创造就业岗位610万个。

美国户外参与人数及渗透率数据

美国家庭花费项目户外休闲支出较高

从年龄段来看，美国青少年(年龄6-24岁)人群户外运动总次数达47亿次，占比约40.17%，其中每名参与者平均参与次数96.5次。而从具体项目来看，路跑(包括跑步、慢跑、越野跑)是最受欢迎的项目，2015年的参与率以及人均参与次数分别达到了24.2%和97.4次。其次是骑行以及露营和钓鱼等。

美国青少年户外参与人数及渗透率数据

美国青少年各项目户外参与次数数据

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国体育旅游行业前景研究与市场需求预测报告》

共十三章。首先介绍了体育旅游相关概念及发展环境，接着分析了中国体育旅游规模及消费需求，然后对中国体育旅游市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国体育旅游面临的机遇及发展前景。您若想对中国体育旅游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 体育旅游行业相关概述

1.1 体育旅游行业定义及特点

1.1.1 体育旅游行业的定义

1.1.2 体育旅游行业产品

1.1.3 我国体育旅游的特征

- 1、参与性
- 2、观光性
- 3、民族性
- 4、技能性

第二章 2014-2016年体育旅游行业发展环境分析

2.1 经济环境分析

2.1.1 国际经济对体育旅游行业的影响

2.1.2 我国宏观经济运行现状

2.1.3 我国货币金融环境分析

2.1.4 我国经济发展趋势分析

2.2 政策环境分析

2.2.1 近年体育旅游行业政策综述

2.2.2 体育旅游行业重点政策解读

2.2.3 体育旅游行业相关政策分析

2.2.4 我国体育旅游行业发展规划

2.3 社会环境分析

2.3.1 大众化旅游时代来临

2.3.2 旅游交通环境不断改善

2.3.3 旅游产业建设重要热点

2.3.4 出境游限制逐渐放宽

2.4 消费环境分析

2.4.1 我国旅游消费价格特征

2.4.2 我国体育旅游市场消费潜力

2.4.3 我国体育旅游市场消费趋向

第三章 2014-2016年中国体育旅游行业发展情况综述

3.1 2014-2016年中国体育旅游行业发展概述

3.1.1 体育旅游行业的发展国内外市场的最新进展

欧洲称为“户外运动之乡”，是现代户外运动的发源地和户外产业发展趋势的领导者。而在经历了金融危机后，欧洲的户外市场再度蓬勃发展。按专业户外用品零售额计，欧洲一直以来都是全球最大的户外用品消费市场。据欧洲户外运动协会（EOG）统计，2015年欧洲户外市场营业额约53.3亿欧元，增长10.35%（剔除俄罗斯影响增速为2.1%），零售市场规模约为112亿欧元，基本保持稳定增长。

欧洲户外市场增长情况

欧洲户外市场分布

户外运动进入我国的时间相对较晚，最初主要是以政府部门支持下的登山探险活动为主，后来逐渐出现了商业性户外运动组织，再到目前的大众化参与，但整体来看，2005年以前我国户外运动都处于发展萌芽期，而到2005年4月，国家体育总局将山地户外运动设立为正式开展的体育项目，标志着我国户外运动步入发展快车道。目前，从我国户外用品销售情况来看，据中国户外联盟（COA）统计，2015年中国户外用品市场规模为454亿元，较上年增长12.5%。其中核心户外用品市场（专业户外品牌组成）规模达到180亿元。并且，我国目前每年已有1.3亿人开展徒步旅行、休闲户外等泛户外运动（占总人口的9.5%），有6000万人进行登山、攀岩、徒步等户外运动（占总人口的4.38%）。

户外用品核心市场增速

2015年国内整体户外用品市场规模达454亿元

3.1.2 城市体育与体育旅游行业的协同发展

- 3.1.3 发展我国体育旅游行业的重要意义
- 3.2 2014-2016年我国体育旅游行业发展的主要模式
 - 3.2.1 构建体育旅游圈的模式
 - 3.2.2 组建会员制俱乐部(私人会所)的模式
 - 3.2.3 产业非均衡协调发展模式
 - 3.2.4 主题式开发模式
- 3.3 2014-2016年我国加快体育旅游行业发展的策略分析
 - 3.3.1 加强旅游行业管理部门的监管职能
 - 3.3.2 积极推动社区体育旅游的发展
 - 3.3.3 加快体育旅游人才的培养

第四章 2014-2016年中国体育旅游行业市场运行动态分析

- 4.1 2014-2016年我国体育旅游开发的SWOT分析
 - 4.1.1 体育旅游行业优势分析
 - 4.1.2 体育旅游行业劣势分析
 - 4.1.3 体育旅游行业机遇分析
 - 4.1.4 体育旅游行业挑战分析
- 4.2 2014-2016年中国体育旅游行业市场发展存在问题分析
 - 4.2.1 缺乏高品质的体育旅游资源
 - 4.2.2 对城市环境及基础设施造成严重破坏
 - 4.2.3 人才缺乏，经营管理水平低
 - 4.2.4 缺少以体育旅游为主题的旅行社
 - 4.2.5 体育旅游的规划和管理比较混乱
 - 4.2.6 缺乏对体育旅游的宣传
- 4.3 2014-2016年中国体育旅游行业市场开发对策分析
 - 4.3.1 合理开发体育旅游资源
 - 4.3.2 培养体育旅游的专项服务人才
 - 4.3.3 加大体育与旅游联姻的力度
 - 4.3.4 加强规范管理,开展积极的产业导向
 - 4.3.5 加大宣传力度

第五章 2014-2016年体育旅游行业经济运行效益分析

5.1 2014-2016年中国体育旅游发展分析

5.1.1 2014年中国体育旅游概述

5.1.2 2015年中国体育旅游概述

5.1.3 2016年中国体育旅游概述

5.2 2014-2016年中国体育旅游规模分析

5.2.1 体育旅游企业数量统计

5.2.2 体育旅游资产总额分析

5.2.3 体育旅游销售收入分析

5.2.4 体育旅游利润总额分析

5.3 2014-2016年体育旅游经营效益分析

5.3.1 体育旅游偿债能力分析

5.3.2 体育旅游盈利能力分析

5.3.3 体育旅游的毛利率分析

5.3.4 体育旅游营运能力分析

第六章 体育旅游行业产业结构分析

6.1 体育旅游产业结构分析

6.1.1 市场细分充分程度分析

6.1.2 各细分市场领先企业排名

6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1 产业价值链的构成

6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3 产业结构发展预测

6.3.1 产业结构调整指导政策分析

6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3 中国体育旅游行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4 体育旅游产业结构调整方向分析

第七章 中国体育旅游行业细分市场分析

7.1 体育旅游行业时空特征

7.1.1 周期性体育旅游

7.1.2 定点型体育旅游

7.1.3 季节型体育旅游

7.2 陆地项目

7.2.1 市场发展现状概述

7.2.2 行业市场规模分析

7.2.3 行业市场需求分析

7.2.4 产品市场潜力分析

7.3 水上项目

7.3.1 市场发展现状概述

7.3.2 行业市场规模分析

7.3.3 行业市场需求分析

7.3.4 产品市场潜力分析

7.4 空中项目

7.4.1 市场发展现状概述

7.4.2 行业市场规模分析

7.4.3 行业市场需求分析

7.4.4 产品市场潜力分析

7.5 建议

7.5.1 细分市场研究结论

7.5.2 细分市场建议

第八章 体育旅游产业集群发展及区域市场分析

8.1 中国体育旅游产业集群发展特色分析

8.1.1 长江三角洲地区体育旅游产业发展特色分析

8.1.2 珠江三角洲地区体育旅游产业发展特色分析

8.1.3 环渤海地区体育旅游产业发展特色分析

8.1.4 东北地区体育旅游产业发展特色分析

8.2 体育旅游重点区域市场分析预测

8.2.1 行业总体区域结构特征及变化

1、区域结构总体特征

2、行业区域集中度分析

- 3、行业区域分布特点分析
- 4、行业规模指标区域分布分析
- 5、行业效益指标区域分布分析
- 6、行业企业数的区域分布分析
- 8.2.2 体育旅游重点区域市场分析
 - 1、江苏
 - 2、浙江
 - 3、上海
 - 4、福建
 - 5、广东

第九章 2014-2016年体育旅游行业部分旅游区分析

9.1 北大壶体育旅游开发区

- 9.1.1 旅游区概况分析
- 9.1.2 旅游区项目分析
- 9.1.3 旅游区特点分析
- 9.1.4 旅游区投资规划分析
- 9.1.5 旅游区前景分析

9.2 桂林凤凰体育运动休闲旅游区

- 9.2.1 旅游区概况分析
- 9.2.2 旅游区项目分析
- 9.2.3 旅游区特点分析
- 9.2.4 旅游区投资规划分析
- 9.2.5 旅游区前景分析

9.3 石关体育休闲旅游区

- 9.3.1 旅游区概况分析
- 9.3.2 旅游区项目分析
- 9.3.3 旅游区特点分析
- 9.3.4 旅游区投资规划分析
- 9.3.5 旅游区前景分析

9.4 辉腾锡勒草原旅游区

- 9.4.1 旅游区概况分析

- 9.4.2 旅游区项目分析
- 9.4.3 旅游区特点分析
- 9.4.4 旅游区投资规划分析
- 9.4.5 旅游区前景分析
- 9.5 孤柏渡飞黄旅游区
- 9.5.1 旅游区概况分析
- 9.5.2 旅游区项目分析
- 9.5.3 旅游区特点分析
- 9.5.4 旅游区投资规划分析
- 9.5.5 旅游区前景分析
- 9.6 汕头南澳岛旅游区
- 9.6.1 旅游区概况分析
- 9.6.2 旅游区项目分析
- 9.6.3 旅游区特点分析
- 9.6.4 旅游区投资规划分析
- 9.6.5 旅游区前景分析
- 9.7 呀诺达雨林文化旅游区
- 9.7.1 旅游区概况分析
- 9.7.2 旅游区项目分析
- 9.7.3 旅游区特点分析
- 9.7.4 旅游区投资规划分析
- 9.7.5 旅游区前景分析
- 9.8 天马山生态旅游区
- 9.8.1 旅游区概况分析
- 9.8.2 旅游区项目分析
- 9.8.3 旅游区特点分析
- 9.8.4 旅游区投资规划分析
- 9.8.5 旅游区前景分析

第十章 2017-2022年体育旅游行业前景及趋势预测

- 10.1 2017-2022年体育旅游市场前景
- 10.1.1 2017-2022年体育旅游市场发展潜力

- 10.1.2 2017-2022年体育旅游市场发展前景展望
- 10.1.3 2017-2022年体育旅游细分行业发展前景分析
- 10.2 2017-2022年体育旅游市场发展趋势预测
 - 10.2.1 2017-2022年体育旅游行业发展趋势
 - 10.2.2 2017-2022年体育旅游市场规模预测
 - 10.2.3 2017-2022年体育旅游行业应用趋势预测
 - 10.2.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测
- 10.3 2017-2022年中国体育旅游行业供需预测
- 10.4 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 10.4.1 市场整合成长趋势
 - 10.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 10.4.3 企业区域市场拓展的趋势
 - 10.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
 - 10.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十一章 2017-2022年体育旅游行业投资价值评估分析

- 11.1 体育旅游行业投资特性分析
 - 11.1.1 体育旅游行业进入壁垒分析
 - 11.1.2 体育旅游行业盈利因素分析
 - 11.1.3 体育旅游行业盈利模式分析
- 11.2 2017-2022年体育旅游行业发展的影响因素
 - 11.2.1 有利因素
 - 11.2.2 不利因素
- 11.3 2017-2022年体育旅游行业投资价值评估分析
 - 11.3.1 行业投资效益分析
 - 1、行业活力系数比较及分析
 - 2、行业投资收益率比较及分析
 - 3、行业投资效益评估
 - 11.3.2 产业发展的空白点分析
 - 11.3.3 投资回报率比较高的投资方向
 - 11.3.4 新进入者应注意的障碍因素

第十二章 2017-2022年体育旅游行业面临的困境及对策

12.1 2016年体育旅游行业面临的困境

12.2 体育旅游企业面临的困境及对策

12.2.1 重点体育旅游企业面临的困境及对策

1、重点体育旅游企业面临的困境

2、重点体育旅游企业对策探讨

12.2.2 中小体育旅游企业发展困境及策略分析

1、中小体育旅游企业面临的困境

2、中小体育旅游企业对策探讨

12.2.3 国内体育旅游企业的出路分析

12.3 中国体育旅游行业存在的问题及对策

12.3.1 中国体育旅游行业存在的问题

12.3.2 体育旅游行业发展的建议对策

1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施

3、企业自身应对策略

12.3.3 市场的重点客户战略实施

1、实施重点客户战略的必要性

2、合理确立重点客户

3、重点客户战略管理

4、重点客户管理功能

12.4 中国体育旅游市场发展面临的挑战与对策

第十三章 研究结论及建议（ZY ZM）

13.1 研究结论

13.2 建议

13.2.1 行业发展策略建议

13.2.2 行业投资方向建议

13.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：体育旅游行业生命周期

图表：体育旅游行业产业链结构

图表：2014-2016年全球体育旅游行业市场规模

图表：2014-2016年中国体育旅游行业市场规模

图表：2014-2016年体育旅游行业重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国体育旅游市场占全球份额比较

图表：2014-2016年体育旅游行业销售收入

图表：2014-2016年体育旅游行业利润总额

图表：2014-2016年体育旅游行业资产总计

图表：2014-2016年体育旅游行业负债总计

图表：2014-2016年体育旅游行业竞争力分析

图表：2014-2016年体育旅游市场价格走势

图表：2014-2016年体育旅游行业主营业务收入

图表：2014-2016年体育旅游行业主营业务成本

图表：2014-2016年体育旅游行业销售费用分析

图表：2014-2016年体育旅游行业管理费用分析

图表：2014-2016年体育旅游行业财务费用分析

图表：2014-2016年体育旅游行业销售毛利率分析

图表：2014-2016年体育旅游行业销售利润率分析

图表：2014-2016年体育旅游行业成本费用利润率分析

图表：2014-2016年体育旅游行业总资产利润率分析

图表：2017-2022年中国体育旅游行业供给预测

图表：2017-2022年中国体育旅游行业需求预测

图表：2017-2022年中国体育旅游行业市场容量预测

图表：投资建议

图表：区域发展战略规划

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lyyou/998477L8P3.html>