

2017-2022年中国体育+互 联网市场前景研究与市场全景评估报告

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+互联网市场前景研究与市场全景评估报告》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/wenhuatiyu/E171616XCS.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

体育（physical education，缩写PE或P.E.），是一种复杂的社会文化现象，它以身体与智力活动为基本手段，根据人体生长发育、技能形成和机能提高等规律，达到促进全面发育、提高身体素质与全面教育水平、增强体质与提高运动能力、改善生活方式与提高生活质量的一种有意识、有目的、有组织的社会活动。随着国际交往的扩大，体育事业发展的规模和水平已是衡量一个国家、社会发展进步的一项重要标志，也成为国家间外交及文化交流的重要手段。体育可分为大众体育、专业体育、学校体育等种类。包括体育文化、体育教育、体育活动、体育竞赛、体育设施、体育组织、体育科学技术等诸多要素。

体育产业的一般结构

2010年，国务院办公厅发布《关于加快发展体育产业的指导意见》，要求充分发挥体育产业在调结构、促转型、惠民生等方面的积极作用，提出大力发展体育健身市场、开发体育竞技和体育表演市场、培育体育中介市场、做强体育用品业、促进体育服务贸易、推进体育同相关产业互动发展；特别提出加大投融资支持力度，包括拓宽体育产业发展资金来源渠道，支持有条件的体育企业进入资本市场融资，鼓励民间和境外资本投资体育产业、探索体育彩票市场发展规律、鼓励社会力量设立体育类基金会等。我们认为，《指导意见》将体育产业引入到了国家战略体系的高度，确立了其在国民经济发展中的重要地位。2011年，在国家体育总局印发的《体育产业“十二五”规划》中首次明确提出了量化指标：“十二五”期间体育产业增加值以平均每年15%以上的速度增长，到“十二五”末期即2015年，体育产业增加值将超过4000亿元人民币，占国内生产总值的比重超过0.7%，从业人员超过400万，体育产业成为国民经济的重要增长点之一。

中国体育产业规模及增速（单位：亿元）

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国体育+互联网市场前景研究与市场全景评估报告》共八章。首先介绍了体育+互联网行业市场发展环境、体育+互联网整体运行态势等，接着分析了体育+互联网行业市场运行的现状，然后介绍了体育+互联网市场竞争格局。随后，报告对体育+互联网做了重点企业经营状况分析，最后分析了体育+互联网行业发展趋势与投资预测。您若想对体育+互联网产业有个系统的了解或者想投资体育+互联网行业，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 电子商务与“互联网+”

第一节 电子商务发展分析

一、电子商务基本定义

二、电子商务发展阶段

三、电子商务基本特征

四、电子商务支撑环境

五、电子商务基本模式

六、电子商务规模分析

第二节 “互联网+”的相关概述

一、“互联网+”的提出

二、“互联网+”的内涵

三、“互联网+”的发展

四、“互联网+”的评价

五、“互联网+”的趋势

第二章 互联网环境下体育行业的机会与挑战

第一节 2015年中国互联网环境分析

一、网民基本情况分析

（一）总体网民规模分析

（二）分省网民规模分析

（三）手机网民规模分析

（四）网民属性结构分析

二、网民互联网应用状况

（一）信息获取情况分析

（二）商务交易发展情况

（三）交流沟通现状分析

（四）网络娱乐应用分析

第二节 互联网环境下体育行业的机会与挑战

一、互联网时代行业大环境的变化

二、互联网直击传统行业消费痛点

三、互联网助力企业开拓市场

四、电商成为传统企业突破口

第三节 互联网体育行业的改造与重构

一、互联网重构行业的供应链格局

二、互联网改变生产厂商营销模式

三、互联网导致行业利益重新分配

四、互联网改变行业未来竞争格局

第四节 体育与互联网融合创新机会孕育

一、电商政策变化趋势分析

二、电子商务消费环境趋势分析

三、互联网技术对行业支撑作用

四、电商黄金发展期机遇分析

第三章 体育行业发展现状分析

第一节 体育行业发展现状分析

一、体育行业产业政策分析

二、体育行业发展现状分析

我国体育产业增加值

三、体育行业主要企业分析

四、体育行业市场规模分析

第二节 体育行业市场前景分析

一、体育行业发展机遇分析

二、体育行业市场规模预测

随着体育产业实现繁荣，体育营销产业将会维持良好的发展势头，呈现出中高速发展态势。

中投顾问产业研究中心预测2015年体育营销市场规模为190亿元，到2020年体育营销市场规模接近600亿元，5年复合增长率超过25%。

中国体育营销市场规模预测（单位：亿元）

三、体育行业发展前景分析

第四章 体育行业市场规模与电商未来空间预测

第一节 体育电商市场规模与渗透率

- 一、体育电商总体开展情况
- 二、体育电商交易规模分析
- 三、体育电商渠道渗透率分析

第二节 体育电商行业盈利能力分析

- 一、体育电子商务发展有利因素
- 二、体育电子商务发展制约因素
- 三、体育电商行业经营成本分析
- 四、体育电商行业盈利模式分析
- 五、体育电商行业盈利水平分析

第三节 电商行业未来前景及趋势预测

- 一、体育电商行业市场空间测算
- 二、体育电商市场规模预测分析
- 三、体育电商发展趋势预测分析

第五章 体育企业互联网战略体系构建及平台选择

第一节 体育企业转型电商构建分析

- 一、体育电子商务关键环节分析
 - (一) 产品采购与组织
 - (二) 电商网站建设
 - (三) 网站品牌建设及营销
 - (四) 服务及物流配送体系
 - (五) 网站增值服务
- 二、体育企业电子商务网站构建
 - (一) 网站域名申请
 - (二) 网站运行模式
 - (三) 网站开发规划
 - (四) 网站需求规划

第二节 体育企业转型电商发展途径

- 一、电商B2B发展模式

二、电商B2C发展模式

三、电商C2C发展模式

四、电商O2O发展模式

第三节 体育企业转型电商平台选择分析

一、体育企业电商建设模式

二、自建商城网店平台

(一) 自建商城概况分析

(二) 自建商城优势分析

三、借助第三方网购平台

(一) 电商平台的优劣势

(二) 电商平台盈利模式

四、电商服务外包模式分析

(一) 电商服务外包的优势

(二) 电商服务外包可行性

(三) 电商服务外包前景

五、体育企业电商平台选择策略

第六章 体育行业电子商务运营模式分析

第一节 体育电子商务B2B模式分析

一、体育电子商务B2B市场概况

二、体育电子商务B2B盈利模式

三、体育电子商务B2B运营模式

四、体育电子商务B2B的供应链

第二节 体育电子商务B2C模式分析

一、体育电子商务B2C市场概况

二、体育电子商务B2C市场规模

三、体育电子商务B2C盈利模式

四、体育电子商务B2C物流模式

五、体育电商B2C物流模式选择

第三节 体育电子商务C2C模式分析

一、体育电子商务C2C市场概况

二、体育电子商务C2C盈利模式

三、体育电子商务C2C信用体系

四、体育电子商务C2C物流特征

五、重点C2C电商企业发展分析

第四节 体育电子商务O2O模式分析

一、体育电子商务O2O市场概况

二、体育电子商务O2O优势分析

三、体育电子商务O2O营销模式

四、体育电子商务O2O潜在风险

第七章 体育主流网站平台比较及企业入驻选择

第一节 网站A

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第二节 网站B

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第三节 网站C

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第四节 网站D

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第五节 网站E

一、网站发展基本概述

二、网站用户特征分析

三、网站覆盖人数分析

四、网站访问次数分析

五、网站发展策略分析

第八章 体育企业进入互联网领域投资策略分析 (ZY LII)

第一节 体育企业电子商务市场投资要素

一、企业自身发展阶段的认知分析

二、企业开展电子商务目标的确定

三、企业电子商务发展的认知确定

四、企业转型电子商务的困境分析

第二节 体育企业转型电商物流投资分析

一、体育企业电商自建物流分析

(一) 电商自建物流的优势分析

(二) 电商自建物流的负面影响

二、体育企业电商外包物流分析

(一) 快递业务量完成情况

(二) 快递业务的收入情况

(三) 快递业竞争格局分析

第三节 体育企业电商市场策略分析 (ZY LII)

图表目录：

图表 2010-2015年我国网民规模及互联网普及率

图表 2013-2015年中国网民各类网络应用的使用率

图表 2013-2015年中国网民各类手机网络应用的使用率

图表 2012-2015年我国网络零售市场交易规模

图表 2010-2021年我国移动网民规模及增长速度

图表 移动端网购增长仍处爆发阶段

图表 移动端网购占比大幅提升

图表 传统体育消费存在的“痛点”

图表 体育电子商务重构供应链流程

图表 中国电商相关政策汇总

图表 2012-2015年体育电商交易规模趋势图

图表 2012-2015年体育电商市场渗透率趋势图

图表 2017-2022年体育电商交易规模预测趋势图

图表 2017-2022年体育电商市场渗透率预测趋势图

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/E171616XCS.html>