

2016-2022年中国体育市场 深度研究与行业竞争对手分析报告

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

《2016-2022年中国体育市场深度研究与行业竞争对手分析报告》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/Q36189PPIG.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

体育产业的发展和体育消费的增加成为中国经济在新常态发展中的一个新的亮点。体育产业前所未有地成为中国社会经济发展的重要角色。

目前中国的体育产业叫体育及相关产业，它的增加值在GDP当中占0.48%，世界上体育产业最发达的国家美国占2%，美国的体育产业占他GDP的2%，已经是美国排前十位的十大产业之一，所以中国体育产业的发展潜力非常巨大。

现在中国的体育产业发展还处在起步阶段，体育用品制造业，现在中国是世界上最大的体育用品制造国，当然这里也有问题，我们的品牌不多，我们制造的品牌很多是外国品牌，大家熟悉的耐克、阿迪达斯，第一品牌不多，还需要努力。第二，高端产品不多，这也需要努力。大家参加运动会，运动会的计时计分系统，高档的、能够满足奥运会需要的咱们都不能制造。总说我们跳水很厉害，确实很厉害，跳水的跳板咱们是不能制造的，所以我们群众性的体育活动发展起来之后对体育产业的发展也是一个很大的推动，既使它能够提高品级，同时也会引导出一批中国的品牌，实实在在地为经济的发展助力。

中国体育产业中，体育服务行业占比较低，2015年，其占比只有22.38%，远远低于美国运动观赏和运动健身服务的占比57%。中国的体育产业多为体育用品、服装鞋帽的制造和销售。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国体育市场深度研究与行业竞争对手分析报告》共十二章。首先介绍了体育行业市场发展环境、体育整体运行态势等，接着分析了体育行业市场运行的现状，然后介绍了体育市场竞争格局。随后，报告对体育做了重点企业经营状况分析，最后分析了体育行业发展趋势与投资预测。您若想对体育产业有个系统的了解或者想投资体育行业，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 中国体育产业投资环境分析

1.1 经济环境分析

1.1.1 国内生产总值

1.1.2 固定资产投资

- 1.1.3 工业经济运行
- 1.1.4 消费市场规模
- 1.2 社会环境分析
 - 1.2.1 城乡居民收入
 - 1.2.2 居民消费支出
 - 1.2.3 居民人均寿命
 - 1.2.4 新型城镇化建设
- 1.3 需求环境分析
 - 1.3.1 人口结构分析
 - 1.3.2 医疗资源分析
 - 1.3.3 居民健康意识
- 1.4 政策环境分析
 - 1.4.1 《全民健身条例》
 - 1.4.2 《全民健身计划（2011-2015年）》
 - 1.4.3 《加快发展体育产业促进体育消费若干意见》
 - 1.4.4 《中国足球改革总体方案》

第二章 2014-2016年中国体育产业的发展现状

- 2.1 体育产业发展意义分析
 - 2.1.1 提高经济收益
 - 2.1.2 创造就业机会
 - 2.1.3 提升国家形象
 - 2.1.4 促进旅游发展
- 2.2 2014-2016年中国体育产业发展现状分析
 - 2.2.1 产业规模分析
 - 2.2.2 行业结构分析
 - 2.2.3 层次结构分析
 - 2.2.4 产业链分析
- 2.3 2014-2016年体育消费市场分析
 - 2.3.1 体育消费发展必然性分析
 - 2.3.2 体育消费影响因素分析
 - 2.3.3 体育消费与居民收入的关系

- 2.3.4 促进体育消费发展的对策
- 2.4 中国职业体育发展分析
 - 2.4.1 美国职业体育市场规模
 - 2.4.2 中国职业体育管理模式
 - 2.4.3 中超职业化发展道路
 - 2.4.4 职业化体育平衡发展
 - 2.4.5 职业化体育改革趋势
 - 2.4.6 顶层制度设计改革
- 2.5 体育产业发展困境及策略
 - 2.5.1 行业存在的问题
 - 2.5.2 行业结构失衡
 - 2.5.3 发展
 - 2.5.4 优化产业结构

第三章 2016-2022年中国体育赛事行业投资机会及潜力分析

- 3.1 体育赛事行业概述
 - 3.1.1 体育赛事运营管理主体
 - 3.1.2 体育赛事审批制度松绑
 - 3.1.3 放宽赛事审批需法规保障
 - 3.1.4 体育赛事市场化运作策略
- 3.2 举办体育赛事的影响分析
 - 3.2.1 重大体育赛事特征分析
 - 3.2.2 体育赛事对城市经济的影响
 - 3.2.3 体育赛事对城市生活的影响
 - 3.2.4 体育赛事对旅游业的影响
 - 3.2.5 体育赛事对城市的负面影响
- 3.3 体育赛事商业化运作分析
 - 3.3.1 商业化运作必要性分析
 - 3.3.2 体育赛事商业化运作模式
 - 3.3.3 体育赛事商业化盈利模式
 - 3.3.4 体育赛事特许经营模式
- 3.4 体育赛事价值链分析

- 3.4.1 体育场馆
- 3.4.2 体育传媒
- 3.4.3 体育用品
- 3.4.4 户外用品
- 3.4.5 健身产业
- 3.4.6 体育彩票
- 3.5 体育赛事转播权限放宽
 - 3.5.1 赛事转播垄断制约行业发展
 - 3.5.2 放宽转播权限需突破平台约束
 - 3.5.3 中超视频版权费用有望上涨
 - 3.5.4 放宽转播权限制对观众的影响

第四章 2016-2022年中国体育用品行业投资机会及潜力分析

- 4.1 体育用品行业总体分析
 - 4.1.1 体育用品总类
 - 4.1.2 市场规模分析
 - 4.1.3 区域发展格局
 - 4.1.4 细分领域分化
- 4.2 运动服装行业
 - 4.2.1 服装市场产销
 - 4.2.2 市场竞争格局
 - 4.2.3 行业进入壁垒
 - 4.2.4 行业盈利模式
- 4.3 运动器材行业
 - 4.3.1 运动器材行业市场规模
 - 4.3.2 健身器材行业发展特征
 - 4.3.3 健身器材行业发展前景
 - 4.3.4 家庭健身产品发展前景
- 4.4 户外用品行业
 - 4.4.1 行业市场规模
 - 4.4.2 市场竞争格局
 - 4.4.3 销售渠道分析

- 4.4.4 电商市场发展
- 4.4.5 行业发展趋势
- 4.5 体育用品行业发展前景及趋势
 - 4.5.1 行业发展阶段分析
 - 4.5.2 “十三五”发展前景
 - 4.5.3 行业未来发展趋势
 - 4.5.4 创新是行业发展必由之路

第五章 2016-2022年中国体育场馆行业投资机会及潜力分析

- 5.1 体育场馆管理模式
 - 5.1.1 场馆建设运营模式
 - 5.1.2 体育场馆建设模式
 - 5.1.3 体育场馆运营模式
 - 5.1.4 BCO运营模式分析
 - 5.1.5 运营模式发展趋势
 - 5.1.6 运动场馆改制必要性
- 5.2 高校体育场馆管理模式分析
 - 5.2.1 主流管理模式介绍
 - 5.2.2 高校与社区体育场一体化运营
 - 5.2.3 高校体育场馆管理的现存问题
 - 5.2.4 构建高效的管理模式
 - 5.2.5 创新高校体育场馆管理模式
- 5.3 体育场馆建设融资模式分析
 - 5.3.1 体育场馆融资影响因素
 - 5.3.2 体育场馆建设融资模式
 - 5.3.3 体育场馆投融资政策支持
- 5.4 体育场馆建设运营存在的问题及发展方向
 - 5.4.1 我国体育场馆存在的问题
 - 5.4.2 体育场馆改革建议
 - 5.4.3 进一步扩大服务功能
 - 5.4.4 鼓励建设中小型体育场馆

第六章 2016-2022年中国体育彩票行业投资机会及潜力分析

6.1 2014-2016年中国体育彩票行业发展综述

6.1.1 彩票市场结构分析

6.1.2 体育彩票市场规模

6.1.3 体育彩票产品结构

6.1.4 体育彩票返奖率调整

6.2 体育赛事对体育彩票的影响分析

6.2.1 世界杯体彩发展历程

6.2.2 世界杯期间体彩销量

6.2.3 巴西世界杯促体彩销售

6.2.4 重点赛事解析

6.3 互联网体育彩票

6.3.1 相关政策调整

6.3.2 市场销售规模

6.3.3 市场竞争格局

6.3.4 市场竞争威胁

6.3.5 移动互联网市场

6.3.6 行业自律联盟成立

6.3.7 市场发展策略

6.4 体育彩票业投资前景预测

6.4.1 体育彩票总体规模预测

6.4.2 体育彩票细分彩种规模预测

6.4.3 互联网体彩规模预测

第七章 2016-2022年中国体育公共服务投资机会及潜力分析

7.1 体育公共服务概述

7.1.1 体育公共服务的特征

7.1.2 体育公共服务的内容

7.1.3 体育公共服务的运行机制

7.1.4 建设体育公共服务的对策

7.1.5 体育公共服务发展目标

7.2 公共体育设施建设投资机会

- 7.2.1 农村公共体育设施建设
- 7.2.2 资金渠道分析
- 7.2.3 “十二五”发展规划
- 7.2.4 公共体育设施投资前景
- 7.3 政府购买公共体育服务
 - 7.3.1 行为目标
 - 7.3.2 行为主体
 - 7.3.3 行为对象
 - 7.3.4 行为方式
 - 7.3.5 实例分析
- 7.4 体育公园建设分析
 - 7.4.1 规模标准制定
 - 7.4.2 体育公园选址
 - 7.4.3 活动内容设置

第八章 2016-2022年其他体育服务业投资机会及潜力分析

- 8.1 体育保险业
 - 8.1.1 体育保险简析
 - 8.1.2 体育保险现状分析
 - 8.1.3 市场滞后成因分析
 - 8.1.4 高危体育项目保险体系
 - 8.1.5 体育保险的发展策略
 - 8.1.6 体育保险市场前景分析
- 8.2 体育经纪业
 - 8.2.1 体育经纪人职业介绍
 - 8.2.2 体育经纪人的作用
 - 8.2.3 我国体育经纪人现状
 - 8.2.4 发展中存在的问题
 - 8.2.5 体育经纪业发展对策
- 8.3 休闲体育业
 - 8.3.1 行业发展概述
 - 8.3.2 发展条件分析

8.3.3 市场热点分析

第九章 2016-2022年体育相关行业投资机会及潜力分析

9.1 体育地产

9.1.1 体育地产开发模式

9.1.2 高尔夫地产投资模式

9.1.3 房企运用体育营销

9.1.4 体育地产发展方向

9.1.5 体育地产开发趋势

9.2 体育旅游

9.2.1 体育旅游分类

9.2.2 体育旅游特点

9.2.3 体育旅游发展概况

9.2.4 出境体育旅游市场

9.3 体育饮料营养品

9.3.1 运动饮料竞争格局

9.3.2 体育营养品法规

9.3.3 运动饮料市场潜力

9.3.4 专业户外运动市场潜力

9.3.5 运动营养品市场潜力

9.4 可穿戴设备

9.4.1 可穿戴设备发展现状

9.4.2 体育类可穿戴设备受欢迎

9.4.3 在运动场上的作用

9.4.4 竞赛数据分析

第十章 中国体育产业投融资风险预警

10.1 中国体育产业投资风险

10.1.1 体育产业经营风险

10.1.2 体育赛事投资风险

10.1.3 健身娱乐产业投资风险

10.2 投融资项目风险分析

- 10.2.1 政治法律风险
- 10.2.2 经济风险
- 10.2.3 社会文化风险
- 10.2.4 技术风险
- 10.2.5 非系统风险
- 10.3 体育产业投融资困境
 - 10.3.1 体育产业投入水平低
 - 10.3.2 投融资体制不完善
 - 10.3.3 体育产业融资困难

第十一章 中国体育产业投融资策略分析

- 11.1 体育产业盈利模式分析
 - 11.1.1 体育产业商业价值
 - 11.1.2 体育产业盈利模式
 - 11.1.3 俱乐部盈利模式
 - 11.1.4 联赛平台盈利模式
- 11.2 中国体育产业融资现状分析
 - 11.2.1 体育产业融资发展历程
 - 11.2.2 加强融资渠道的条件分析
 - 11.2.3 拓展融资渠道的策略
 - 11.2.4 创新投融资体制
- 11.3 中国体育行业投资策略分析
 - 11.3.1 一般体育市场投资策略
 - 11.3.2 新兴体育市场投资策略
 - 11.3.3 网络经济时代投资策略
 - 11.3.4 投资体育产业途径
- 11.4 体育产业多元化融资途径
 - 11.4.1 设立体育金融机构
 - 11.4.2 发展体育产业债券市场
 - 11.4.3 设立体育产业投资基金

第十二章 2016-2022年中国体育产业发展前景预测 (ZY GXH)

- 12.1 2016-2022年中国体育产业发展预测
 - 12.1.1 2016-2022年中国体育产业规模预测分析
 - 12.1.2 2016-2022年中国体育用品行业规模预测分析
 - 12.1.3 2016-2022年中国体育服务业规模预测分析
- 12.2 中国体育产业发展前景与趋势
 - 12.2.1 2025年发展目标
 - 12.2.2 体育产业发展方向
 - 12.2.3 体育产业发展前景
 - 12.2.4 体育产业发展趋势
 - 12.2.5 全民健身是必然发展 (ZY GXH)

图表目录：

- 图表 2014-2016年国内生产总值及其增长速度
- 图表 2015年固定资产投资（不含农户）同比增速
- 图表 2016年固定资产投资（不含农户）同比增速
- 图表 2015年规模以上工业增加值增速（月度同比）
- 图表 2016年规模以上工业增加值增速（月度同比）
- 图表 2016年社会消费品零售总额同比增速
- 图表 2015年年末人口及其构成
- 图表 2014-2016年农村居民人均纯收入
- 图表 2014-2016年城镇居民人均可支配收入
- 图表 2015年城镇居民人均消费支出结构
- 图表 2015年末全国医疗卫生机构数
- 图表 2015年全国医疗卫生机构门诊量及增速
- 图表 2015年全国医疗卫生机构住院量及增速
- 图表 中国体育产业占GDP比重
- 图表 2014-2016年中国体育市场规模及增速
- 图表 2014-2016年体育用品行业增加爱之及从业人员数量
- 图表 2014-2016年体育服务业、用品业及建筑业增加值及其比重
- 图表 2014-2016年不同层次产业增加值
- 图表 体育行业产业链介绍
- 图表 体育用品分类

图表 体育用品细分市场发展方向

图表 2010年至2015年服装行业规模以上企业产量增幅

图表 2014-2016年五大运动品牌的销售收入

图表 2014-2016年五大运动品牌的销售增速

图表 2014-2016年五大运动品牌毛利率

图表 2015年中国泛户外运动市场规模

图表 中国参与户外运动人数

图表 2015年全国市场份额前十的户外品牌

图表 2014-2016年福彩及体彩销售额及增速

图表 2014-2016年体彩及福彩分彩种销售额及增速

图表 2014-2016年竞猜与双色球历年销售额及增速

图表 2013-2016年全国彩票销量

图表 2015年中国彩票业按管理机构分产品结构图

图表 2014-2016年中国体育彩票业销售额走势

图表 2011-2015年中国体育彩票业细分产品结构

图表 2014-2016年竞猜销售额及增速（当月）

图表 2014-2016年竞猜销售额及增速（月累计）

图表 2016年彩票销量与上年同期对比

图表 2016年乐透数字型、竞猜型、即开型、视频型彩票市场份额

图表 2016年全球重大足球赛事

图表 2016年重要体育赛事频率周度统计

图表 互联网彩票行业大事件及政策调整

图表 互联网彩票行业政策调整汇总

图表 我国互联网彩票行业竞争格局

图表 2015年我国互联网彩票市场份额

图表 2016年彩票APP下载量及环比增速

图表 2016-2022年中国体育彩票市场规模预测

图表 2018年中国体育彩票各细分彩种市场份额预测

图表 2016-2022年乐透数字型体育彩票市场规模预测

图表 2016-2022年即开型体育彩票市场规模预测

图表 2016-2022年竞猜型体育彩票市场规模预测

图表 体育公共服务的内容

- 图表 日本运动公园相关规模标准
- 图表 美国社区公园体育配套设施标准
- 图表 公园体育设施配置基本规格
- 图表 英美日体育公园设施配置对比
- 图表 全球主要体育项目产值分布
- 图表 体育产业盈利模式
- 图表 2016年全球足球俱乐部市值排行榜
- 图表 皇家马德里俱乐部收入构成
- 图表 2016-2022年中国体育行业规模预测
- 图表 2016-2022年中国体育用品制造业行业销售收入预测
- 图表 2016-2022年中国体育用品制造业行业总资产预测
- 图表 2016-2022年中国体育用品制造业行业利润总额预测
- 图表 2016-2022年中国体育服务行业规模预测
- 图表 2025年中国体育产业规模发展目标
- 图表 全民健身相关指标发展目标
- 图表 未来体育行业发展方向

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/Q36189PPIG.html>