

2016-2022年中国体育市场 研究与投资前景报告

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年中国体育市场研究与投资前景报告》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/S57750OUMI.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

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，有几件事很突出，就是体育用品制造业，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，既使它能够提供品级，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。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国体育市场研究与投资前景报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第1章：中国体育产业发展综述15

1.1 体育产业概述15

1.1.1 体育产业的定义及分类15

（1）体育产业的定义15

（2）体育产业的分类16

1.1.2 体育产业链分析16

1.1.3 体育产业发展阶段17

1.2 体育产业相关环境分析18

1.2.1 体育产业相关政策环境分析18

1.2.2 体育产业相关经济环境分析19

- (1) 国际宏观经济环境分析19
- (2) 国内宏观经济环境分析21
- (3) 经济环境对体育产业的影响22
- 1.2.3 体育产业相关消费环境分析23
 - (1) 居民收入水平分析23
 - (2) 社会消费结构分析24
 - (3) 消费环境对体育产业的影响25
- 1.2.4 体育产业相关社会环境分析25
 - (1) 中国人口发展环境分析25
 - (2) 居民生活方式的转变26
 - (3) 低碳消费成为倡导的生活方式26

第2章：体育产业总体发展状况与趋势分析27

- 2.1 发达国家体育产业发展状况分析27
 - 2.1.1 发达国家体育产业发展概述27
 - 2.1.2 美国体育产业发展分析28
 - 2.1.3 日本体育产业发展分析31
- 2.2 中国体育产业发展状况与趋势分析32
 - 2.2.1 中国体育产业各领域发展情况32
 - 2.2.2 中国体育产业各领域发展趋势34
- 2.3 中国体育产业基地建设分析37
 - 2.3.1 国家体育产业基地发展概况37
 - 2.3.2 深圳国家体育产业基地发展分析37
 - (1) 深圳国家体育产业基地概况37
 - (2) 深圳国家体育产业基地的发展思路和空间布局38
 - (3) 深圳国家体育产业基地建设进展39
 - (4) 深圳体育产业发展规划40
 - 2.3.3 成都国家体育产业基地发展分析40
 - (1) 成都国家体育产业基地概况40
 - (2) 成都国家体育产业基地建设进展40
 - (3) 成都国家体育产业基地工作思路42
 - (4) 成都市体育产业发展规划42

2.3.4 晋江国家体育产业基地发展分析43

(1) 晋江国家体育产业基地概况43

(2) 晋江国家体育产业基地建设进展43

(3) 晋江国家体育产业基地工作思路45

2.3.5 北京龙潭湖国家体育产业基地发展分析46

(1) 北京龙潭湖国家体育产业基地概况46

(2) 北京龙潭湖国家体育产业基地特色优势47

(3) 北京龙潭湖国家体育产业基地功能定位与建设规划47

(4) 北京龙潭湖国家体育产业基地规划建设进展48

(5) 北京龙潭湖国家体育产业基地发展过程中的瓶颈和亟待解决的问题48

(6) 北京龙潭湖国家体育产业基地建设思路49

2.3.6 乐陵国家体育产业基地发展分析49

(1) 乐陵国家体育产业基地揭牌50

(2) 乐陵体育产业发展分析50

(3) 乐陵发展规划50

第3章：中国体育用品业发展分析51

3.1 体育用品行业整体发展现状51

3.1.1 体育用品行业发展概况51

3.1.2 体育用品行业进出口状况54

3.2 运动服装市场发展分析56

3.2.1 运动服装行业经营情况56

(1) 行业销售规模56

(2) 行业竞争格局58

3.2.2 运动服装行业进出口分析58

(1) 行业出口市场分析58

(2) 行业进口市场分析60

3.2.3 运动服装行业重点产品市场发展分析62

(1) 篮球服市场发展分析62

(2) 足球服市场发展分析62

(3) 田径服市场发展分析63

(4) 网球服市场发展分析63

- (5) 游泳服市场发展分析64
- 3.2.4 大众运动服装消费群体特征65
 - (1) 大众运动服装消费群体范围65
 - (2) 大众运动服消费群体性别特征65
 - (3) 大众运动服消费群体年龄特征66
- 3.2.5 行业标杆企业经营情况分析66
 - (1) 行业标杆企业分区域市场分析67
 - (2) 行业标杆企业市场数据对比76
- 3.2.6 运动服行业发展前景与趋势80
 - (1) 行业发展前景80
 - (2) 行业发展趋势81
- 3.3 运动鞋市场发展分析82
 - 3.3.1 运动鞋行业经营情况82
 - (1) 行业规模82
 - (2) 行业竞争格局83
 - 3.3.2 运动鞋行业进出口分析84
 - (1) 行业出口市场分析84
 - (2) 行业进口市场分析85
 - 3.3.3 运动鞋行业重点产品品牌格局分析87
 - (1) 篮球鞋市场品牌格局87
 - (2) 足球鞋市场品牌格局88
 - (3) 慢跑鞋市场品牌格局89
 - (4) 旱冰鞋市场品牌格局90
 - (5) 帆布鞋市场品牌格局91
 - (6) 休闲运动鞋市场品牌格局92
 - 3.3.4 运动鞋行业标杆企业经营情况分析93
 - 3.3.5 运动鞋行业发展前景与趋势97
- 3.4 运动器材市场发展分析99
 - 3.4.1 球类制造市场发展分析99
 - (1) 球类制造行业概述99
 - (2) 球类制造行业经营情况99
 - (3) 球类制造行业进出口分析105

- (4) 球类制造行业重点产品品牌格局分析107
- (5) 球类制造行业发展前景预测113
- 3.4.2 训练健身器材市场发展分析114
 - (1) 训练健身器材行业概述114
 - (2) 训练健身器材行业经营情况115
 - (3) 训练健身器材行业进出口分析122
 - (4) 训练健身器材行业重点产品市场发展分析124
 - (5) 训练健身器材行业发展前景与趋势130
- 3.5 个人运动防护用品市场发展分析132
 - 3.5.1 个人运动防护用品行业经营情况132
 - (1) 行业规模132
 - (2) 行业总体财务指标133
 - (3) 行业供需现状135
 - 3.5.2 个人运动防护用品行业重点产品品牌格局137
 - (1) 个人眼睛防护用品市场品牌格局137
 - (2) 个人头部(除眼睛)防护用品市场品牌格局138
 - (3) 其他个人防护用品市场品牌格局139
 - 3.5.3 个人运动防护用品行业发展前景预测140
- 3.6 户外用品市场发展分析141
 - 3.6.1 户外用品行业经营情况141
 - (1) 行业发展概况141
 - (2) 户外用品结构142
 - (3) 户外用品品牌格局143
 - 3.6.2 户外用品行业重点产品品牌格局分析144
 - (1) 帐篷市场品牌格局144
 - (2) 睡袋市场品牌格局145
 - (3) 户外登山鞋市场品牌格局146
 - (4) 户外防护用品市场品牌格局147
 - 3.6.3 户外用品行业标杆企业经营情况148
 - (1) 企业营销渠道分析148
 - (2) 企业产品销售分析149
 - (3) 企业经营效益分析150

3.6.4 户外用品行业发展前景与趋势152

第4章：体育场馆业发展分析154

4.1 中国体育场馆行业发展状况分析154

4.1.1 中国体育场馆行业发展现状分析154

(1) 中国体育场馆行业规模154

(2) 中国体育场馆企业性质155

(3) 中国体育场馆建筑情况155

(4) 中国体育场馆资产利用情况155

4.1.2 中国体育场馆行业经营情况分析155

(1) 体育场馆营业范围156

(2) 体育场馆经费来源156

(3) 体育场馆经营方式156

(4) 体育场馆税负情况157

(5) 体育场馆就业情况分析157

4.1.3 中国体育场馆行业现存问题分析157

4.2 中国高校体育场馆发展状况分析158

4.2.1 中国高校体育场馆供给现状分析158

(1) 供给规模158

(2) 供给主体159

(3) 资金来源159

(4) 其他来源供给159

(5) 供给与生产合一160

(6) 质量与档次提升160

(7) 在体育场馆供给中作用161

4.2.2 中国高校体育场馆供给的特殊性161

(1) 功能设计的独特性161

(2) 供给主体的单一性162

(3) 服务对象与功能的多重性162

(4) 生产过程的公益性162

(5) 提供与生产的合一性163

4.2.3 高校体育场馆向社会开放的可行性163

- (1) 向社会开放的意义163
- (2) 向社会开放的风险164
- (3) 向社会开放的风险规避164
- 4.2.4 中国高校体育馆建设中存在问题165
- 4.2.5 中国高校体育场馆建设的建议166
- 4.2.6 中国高校体育场馆发展趋势分析166
- 4.3 大型体育赛事对体育场馆影响案例分析169
- 4.3.1 北京奥运会169
 - (1) 北京奥运会场馆建设及分布情况169
 - (2) 北京奥运会场馆结构分析171
 - (3) 现有的奥运场馆赛后利用模式172
 - (4) 奥运场馆后继使用特殊情况分析174
 - (5) 北京奥运场馆赛后利用建议175
 - (6) 国家体育场——鸟巢运营模式分析177
 - (7) 奥运后体育场馆运营前景178
- 4.3.2 广州亚运会180
 - (1) 广州亚运会场馆建设及分布情况180
 - (2) 现有的亚运场馆赛后利用模式181
 - (3) 广州亚运场馆赛后利用制约因素182
 - (4) 广州亚运场馆赛后利用建议183
- 4.3.3 深圳大运会186
 - (1) 深圳大运会场馆建设及分布情况186
 - (2) 深圳大运会场馆建设原则分析186
 - (3) 深圳大运会部分场馆的赛后利用187
 - (4) 深圳大运会场馆赛后利用建议189
 - (5) 大运开幕式场馆——春茧运营模式分析190
 - (6) 深圳大运场馆的集团化管理模式分析191
- 4.4 大型体育场馆运营管理案例与建议分析193
- 4.4.1 美国四个大型体育场馆运营管理案例193
 - (1) 麦迪逊广场花园 (MadisonSquareGarden) 193
 - (2) 玫瑰碗球场 (RoseBowlStadium) 195
 - (3) 丰田体育中心 (ToyotaCenter) 196

- (4) 万乔维亚中心球场 (WachoviaCenter) 197
- 4.4.2 美国大型体育场馆成功运营经验借鉴197
- 4.4.3 中国大型体育场馆运营管理现存问题203
- 4.4.4 中国大型体育场馆运营管理建议203
- 4.5 中国体育场馆行业发展前景预测209
- 4.5.1 体育场馆行业发展的驱动因素分析209
- 4.5.2 体育场馆行业发展的障碍因素分析209
- 4.5.3 中国体育场馆行业发展前景分析211

第5章：体育彩票业发展分析213

- 5.1 中国彩票业发展现状213
- 5.1.1 中国彩票业市场规模213
- 5.1.2 中国彩票业市场结构分析214
- 5.2 中国体育彩票业发展概况214
- 5.2.1 中国体育彩票业发展历程214
- 5.2.2 中国体育彩票业市场规模分析216
- 5.2.3 中国体育彩票业区域分布分析216
- 5.3 中国体育彩票业竞争情况分析219
- 5.3.1 替代品的竞争219
- 5.3.2 区域竞争情况219
- 5.3.3 省市竞争情况220
- 5.4 中国体育彩票业细分产品市场分析221
- 5.4.1 中国体育彩票业细分产品市场结构221
- (1) 乐透数字型体育彩票市场分析222
- 1) 发展现状分析222
- 2) 市场需求潜力分析224
- 5.4.2 即开型体育彩票市场分析225
- (1) 发展现状分析225
- (2) 市场需求潜力分析226
- 5.4.3 竞猜型体育彩票市场分析227
- (1) 发展现状分析227
- (2) 市场需求潜力分析228

- 5.5 中国彩民购彩行为及调研分析229
 - 5.5.1 彩民基本特征229
 - (1) 彩民性别特征229
 - (2) 彩民年龄特征229
 - (3) 彩民家庭结构特征230
 - (4) 彩民文化程度特征230
 - 5.5.2 购买彩票的习惯特征231
 - (1) 彩民购彩地点231
 - (2) 彩民购彩年限232
 - (3) 彩民购彩支出234
 - 5.5.3 彩民购彩动机及心理分析236
 - (1) 彩民购彩状态236
 - (2) 购彩点关注因素237
 - (3) 如何看待“号码分析”237
 - (4) 认为头奖中奖率238
 - 5.5.4 彩民购彩方式分析238
 - (1) 互联网购彩分析238
 - (2) 手机购彩分析239
 - 5.5.5 彩民购买体育彩票心理分析239
 - (1) 购买体育彩票的目的239
 - (2) 对体育彩票外观感觉240
 - (3) 购买体彩是否受外界影响240
 - (4) 购买体彩是否与个人经济实力有关241
 - 5.5.6 彩民购买体育彩票行为分析241
- 5.6 体育彩票业发展前景及预测分析242
 - 5.6.1 体育彩票业发展前景及市场规模预测242
 - (1) 前景分析242
 - (2) 2016-2022年市场规模预测242
 - 5.6.2 各细分彩种发展前景及市场规模预测242
 - (1) 前景分析242
 - (2) 2016-2022年市场规模预测243

第6章：其他体育产业子行业发展分析245

6.1 体育竞赛业发展分析245

6.1.1 体育竞赛业发展概况245

6.1.2 职业体育俱乐部竞赛业发展分析245

(1) 职业体育赛事发展概况245

(2) 职业体育俱乐部赛事发展分析245

6.1.3 其他组织模式的体育竞赛业发展分析250

(1) 非俱乐部职业赛事发展分析250

(2) 非职业俱乐部赛事发展分析253

(3) 非职业非俱乐部体育赛事发展分析256

6.2 体育健身业发展分析258

6.2.1 体育健身业发展概况258

6.2.2 健身俱乐部经营模式发展分析260

(1) 健身俱乐部发展现状及经营特点260

(2) 健身俱乐部经营模式分析262

6.2.3 非俱乐部经营模式发展分析264

(1) 非俱乐部健身业发展现状及经营特点264

(2) 非俱乐部健身业经营模式分析266

(3) 非俱乐部健身业市场经营成本与收益269

6.3 体育中介业发展分析271

6.3.1 体育中介的内涵及分类271

6.3.2 体育中介业发展情况272

6.3.3 体育中介业经营效益272

6.3.4 国内外体育中介业比较分析273

6.4 体育传媒业发展分析274

6.4.1 体育传媒业总体发展概况274

6.4.2 体育媒体运营个案分析275

(1) CCTV-5个案分析275

(2) 新浪网体育频道个案分析277

第7章：中国体育产业领先企业经营分析278

7.1 体育用品业领先企业经营分析278

7.1.1 李宁有限公司经营情况分析278

- (1) 企业发展简况分析278
- (2) 主要经济指标分析278
- (3) 企业盈利能力分析279
- (4) 企业运营能力分析279
- (5) 企业偿债能力分析280
- (6) 企业发展能力分析280
- (7) 企业组织架构分析281
- (8) 企业产品结构及新产品动向281
- (9) 企业销售渠道与网络282
- (10) 企业经营状况优劣势分析283
- (11) 企业投资兼并与重组分析283
- (12) 企业最新发展动向分析284

7.1.2 安踏体育用品有限公司经营情况分析284

- (1) 企业发展简况分析284
- (2) 主要经济指标分析284
- (3) 企业盈利能力分析285
- (4) 企业运营能力分析285
- (5) 企业偿债能力分析286
- (6) 企业发展能力分析286
- (7) 企业产品结构及新产品动向287
- (8) 企业销售渠道与网络287
- (9) 企业经营状况优劣势分析288
- (10) 企业投资兼并与重组分析288
- (11) 企业最新发展动向分析288

7.1.3 中国动向(集团)有限公司经营情况分析289

- (1) 企业发展简况分析289
- (2) 主要经济指标分析289
- (3) 企业盈利能力分析289
- (4) 企业运营能力分析290
- (5) 企业偿债能力分析290
- (6) 企业发展能力分析291

- (7) 企业组织架构分析291
- (8) 企业产品结构及新产品动向292
- (9) 企业销售渠道与网络293
- (10) 企业经营状况优劣势分析293
- (11) 企业投资兼并与重组分析293
- (12) 企业最新发展动向分析294
- 7.1.4 特步国际控股有限公司经营情况分析294
 - (1) 企业发展简况分析294
 - (2) 主要经济指标分析294
 - (3) 企业盈利能力分析295
 - (4) 企业运营能力分析295
 - (5) 企业偿债能力分析296
 - (6) 企业发展能力分析296
 - (7) 企业产品结构及新产品动向297
 - (8) 企业销售渠道与网络297
 - (9) 企业经营状况优劣势分析298
 - (10) 企业最新发展动向分析298
- 7.1.5 匹克体育用品有限公司经营情况分析299
 - (1) 企业发展简况分析299
 - (2) 主要经济指标分析299
 - (3) 企业盈利能力分析299
 - (4) 企业运营能力分析300
 - (5) 企业偿债能力分析300
 - (6) 企业发展能力分析301
 - (7) 企业产品结构及新产品动向301
 - (8) 企业销售渠道与网络302
 - (9) 企业经营状况优劣势分析302
 - (10) 企业最新发展动向分析303
- 7.1.6 三六一度国际有限公司经营情况分析303
 - (1) 企业发展简况分析303
 - (2) 主要经济指标分析303
 - (3) 企业盈利能力分析304

- (4) 企业运营能力分析304
- (5) 企业偿债能力分析305
- (6) 企业发展能力分析305
- (7) 企业产品结构及新产品动向306
- (8) 企业销售渠道与网络306
- (9) 企业经营状况优劣势分析307
- (10) 企业最新发展动向分析308
- 7.1.7 福建德尔惠体育用品有限公司经营情况分析308
 - (1) 企业发展简况分析308
 - (2) 企业经营情况分析308
 - (3) 企业产品结构及新产品动向308
 - (4) 企业销售渠道与网络309
 - (5) 企业经营状况优劣势分析309
 - (6) 企业最新发展动向分析309
- 7.2 体育健身业领先企业经营分析309
 - 7.2.1 上海一兆韦德健身管理有限公司经营情况分析309
 - (1) 企业发展简况分析310
 - (2) 企业主营业务分析310
 - (3) 企业健身会所建设及分布情况310
 - (4) 企业健身项目分析310
 - (5) 企业健身教练情况分析310
 - (6) 企业经营模式分析310
 - (7) 企业经营状况优劣势分析310
 - 7.2.2 上海美格菲健身中心有限公司经营情况分析311
 - (1) 企业发展简况分析311
 - (2) 企业主营业务分析311
 - (3) 企业健身会所建设及分布情况311
 - (4) 企业健身项目分析311
 - (5) 企业经营模式分析312
 - (6) 企业经营状况优劣势分析312
 - 7.2.3 威康健身管理咨询(上海)有限公司经营情况分析312
 - (1) 企业发展简况分析312

- (2) 企业主营业务分析312
- (3) 企业经营状况优劣势分析313
- 7.2.4 青岛英派斯大健康股份有限公司经营情况分析313
 - (1) 企业发展简况分析313
 - (2) 企业主营业务分析314
 - (3) 企业经营状况优劣势分析314
- 7.2.5 上海金仕堡体育发展有限公司经营情况分析315
 - (1) 企业发展简况分析315
 - (2) 企业健身会所建设及分布情况315
 - (3) 企业健身项目分析315
 - (4) 企业经营状况优劣势分析315
- 7.2.6 北京宝迪沃健康管理集团经营情况分析315
 - (1) 企业发展简况分析316
 - (2) 企业主营业务分析316
 - (3) 企业健身会所建设及分布情况316
 - (4) 企业健身项目分析316
 - (5) 企业经营模式分析316
 - (6) 企业经营状况优劣势分析316
- 7.2.7 星之健身俱乐部有限公司经营情况分析317
 - (1) 企业发展简况分析317
 - (2) 企业主营业务分析317
 - (3) 企业健身会所建设及分布情况317
 - (4) 企业健身项目分析317
 - (5) 企业经营状况优劣势分析317
- 7.3 领先体育场馆及运营企业经营分析318
 - 7.3.1 首都体育馆318
 - (1) 场馆简介318
 - (2) 场馆规模318
 - (3) 场馆设施318
 - (4) 场馆服务项目319
 - (5) 场馆运营管理319
 - (6) 场馆特色319

7.3.2 国家奥林匹克体育中心体育场319

- (1) 场馆简介319
- (2) 场馆规模320
- (3) 场馆设施320
- (4) 场馆服务项目320
- (5) 场馆运营管理320

7.3.3 北京职工体育服务中心工人体育场321

- (1) 场馆简介321
- (2) 场馆规模321
- (3) 场馆设施321
- (4) 场馆服务项目321
- (5) 场馆运营管理321

7.3.4 成都体育产业有限责任公司321

- (1) 企业简介322
- (2) 企业体育场馆资源分析322
- (3) 企业服务项目322
- (4) 企业经营状况优劣势分析322

7.3.5 北京五棵松体育场馆运营管理有限公司323

- (1) 企业简介323
- (2) 企业体育场馆资源分析323
- (3) 企业服务项目323
- (4) 企业经营状况优劣势分析323

7.3.6 深圳市大运中心运营管理有限公司324

- (1) 企业简介324
- (2) 企业体育场馆资源分析324
- (3) 企业服务项目325
- (4) 企业经营状况优劣势分析325

7.4 体育彩票领先管理中心经营分析325

7.4.1 深圳市体育彩票管理中心325

- (1) 中心发展简况分析325
- (2) 中心经营情况分析326
- (3) 中心体育彩票相关彩种分析326

- (4) 中心经营优劣势分析326
- 7.4.2 南京市体育彩票管理中心327
 - (1) 中心发展简况分析327
 - (2) 中心经营情况分析327
 - (3) 中心体育彩票相关彩种分析327
 - (4) 中心经营优劣势分析327
- 7.4.3 广州市体育彩票管理中心328
 - (1) 中心发展简况分析328
 - (2) 中心经营情况分析328
 - (3) 中心体育彩票相关彩种分析328
 - (4) 中心经营优劣势分析328
- 7.4.4 温州市体育彩票管理中心329
 - (1) 中心发展简况分析329
 - (2) 中心经营情况分析329
 - (3) 中心体育彩票相关彩种分析329
 - (4) 中心经营优劣势分析330
- 7.4.5 青岛市体育彩票管理中心330
 - (1) 中心发展简况分析330
 - (2) 中心经营情况分析330
 - (3) 中心体育彩票相关彩种分析331
 - (4) 中心经营优劣势分析331
- 7.5 体育中介业领先企业经营分析331
 - 7.5.1 中视体育娱乐有限公司经营情况分析331
 - (1) 企业发展简况分析331
 - (2) 企业主营业务分析331
 - (3) 企业成功体育运营案例分析332
 - (4) 企业经营状况优劣势分析332
 - 7.5.2 北京众辉国际体育管理公司经营情况分析332
 - (1) 企业发展简况分析332
 - (2) 企业主营业务分析332
 - (3) 企业成功体育运营案例分析333
 - (4) 企业经营状况优劣势分析333

- 7.5.3 中体保险经纪有限公司经营情况分析333
 - (1) 企业发展简况分析333
 - (2) 企业主营业务分析334
 - (3) 企业体育项目保险产品及其保险条款分析334
 - (4) 企业经营状况优劣势分析334

- 7.5.4 中体经纪管理有限公司经营情况分析335
 - (1) 企业发展简况分析335
 - (2) 企业主营业务分析335
 - (3) 企业成功体育运营案例分析335
 - (4) 企业经营状况优劣势分析336

第8章：中国体育产业投融资分析337

8.1 体育产业投融资模式的国际经验337

8.1.1 发达国家体育产业投融资模式337

- (1) 欧美体育产业投融资模式337
- (2) 日本体育产业投融资模式339
- (3) 美国体育产业投融资模式340

8.1.2 国外体育产业投融资的实践运用341

- (1) 银团贷款342
- (2) 资产证券化融资342
- (3) 商业信用融资342
- (4) 球员抵押贷款343

8.2 中国体育产业投融资体系构建策略分析343

8.2.1 中国体育产业财政投融资体系完善策略344

8.2.2 中国体育产业投融资资本市场完善策略344

8.2.3 中国体育产业风险投资市场完善策略346

8.2.4 体育产业资本运营渠道拓宽策略346

8.2.5 中国体育产业投资基金运行策略346

- (1) 发展中国体育产业投资基金的意义346
- (2) 体育产业投资基金的运作模式347
- (3) 体育产业投资基金的募集方式347
- (4) 体育产业投资基金的资金来源348

(5) 政府对体育产业投资基金的支持349

(6) 体育产业投资基金的投资对象349

图表目录:

图表1：体育及相关产业活动情况15

图表2：体育产业分类16

图表3：体育产业链结构17

图表4：体育产业发展阶段17

图表5：体育产业相关政策及法律法规18

图表6：发达经济体增长情况（单位：%）19

图表7：主要新兴经济体增长情况（单位：%）20

图表8：世界银行和IMF对于世界主要经济体的预测（单位：%）21

图表9：2010年以来我国GDP增长趋势（单位：亿元，%）22

图表10：2010年以来我国城镇居民人均可支配收入及其变化趋势（单位：元，%）23

图表11：2010年以来我国农村居民纯收入及其变化趋势（单位：元，%）23

图表12：我国社会消费结构明细（单位：亿元，%）24

图表13：发达国家体育产业发展的特点27

图表14：美国体育产业构成图28

图表15：美国职业体育球迷规模（单位：%）29

图表16：美国健身体育规模（单位：万个）29

图表17：美国休闲体育活动规模（单位：万人）30

图表18：日本体育产业构成图31

图表19：日本体育产业各领域产值及所在比重（单位：亿日元，%）32

图表20：中国体育及相关产业主要指标（单位：亿元，万人，%）32

图表21：中国体育产业各领域发展趋势34

图表22：国家体育产业基地列表37

图表23：北京龙潭湖国家体育产业基地建设下一步思路49

图表24：2010年以来中国体育用品行业增加值及其增长率（单位：亿元，%）51

图表25：2010年以来中国体育用品行业增加值占GDP比重（单位：%）52

图表26：“中国500最具价值品牌排行”体育用品品牌分布（单位：亿元）53

图表27：2012年以来中国体育用品进出口状况表（单位：万美元）54

图表28：2012年以来中国体育用品行业出口产品类型结构比较（单位：%）55

图表29：2012年以来中国体育用品行业进口产品类型结构比较（单位：%）56

图表30：2011年以来中国运动服行业主要上市公司运动服销售收入统计（单位：亿元）57

图表31：2011年以来中国运动服行业主要上市公司运动服销售收入情况（单位：万元，%）57

图表32：中国运动服市场十大品牌统计（单位：个）58

图表33：2012年以来中国运动服装行业主要出口产品（单位：万件，万套，件，套，万美元）59

图表34：中国运动服装行业出口产品结构（单位：%）60

图表35：2012年以来中国运动服装行业主要进口产品（单位：件，套，万美元）60

图表36：中国运动服装行业进口产品结构（单位：%）61

图表37：中国泳装市场十大品牌统计（单位：个）64

图表38：大众运动服装消费群体范围65

图表39：运动服市场不同年龄结构需求特点及影响因素66

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/S57750OUMI.html>