

# 2017-2022年中国汽车运动行业竞争现状及投资战略规划报告

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2017-2022年中国汽车运动行业竞争现状及投资战略规划报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/tielu/291110291110.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

19世纪80年代，汽车最早在欧洲诞生，汽车运动也随着汽车而兴起，公认最早举办的汽车比赛于1894年举办。如今，一级方程式世界锦标赛已经成为与男子足球世界杯、奥运会齐名的三大运动之一。世界汽车运动最高管理者国际汽车运动联合会（以下简称：国际汽联）在全世界有超过230个会员，传统强国英国、德国和美国等已经形成了发达的汽车运动产业。汽车运动在我国开展时间较晚，与西方发达国家有较大差距。

### 1 我国汽车运动发展历程回顾和现状分析

#### 1.1 早期汽车运动的见证者（20世纪初至新中国成立）

汽车运动和汽车虽在欧洲诞生，我国却是世界汽车运动发展的见证者之一，这段历史可追溯到1907年的“路易威登北京—巴黎拉力赛”。

1907年6月10日，5辆汽车从北京公使馆出发，穿越蒙古，横跨波兰、德国抵达巴黎，用时60余天，成为世界首个穿越欧亚大陆的汽车比赛，也成为现代长距离越野拉力赛的鼻祖。1932年，法国雪铁龙公司资助了名为“黄色之旅”的活动，两支车队分别从黎巴嫩贝鲁特和天津出发，在新疆会合后再次向北京进发。

#### 1.2 新中国成立后的汽车运动（1949年至20世纪80年代初期）

我国的汽车运动在80年代以前几乎为空白，当时的摩托运动为军体项目，拥有成熟的训练比赛系统，全国各省市以及行业体协大都设有摩托代表队。成立于1954年的中国摩托车协会在国内举办了大量的摩托车比赛，为汽车运动开展创造了条件。在我国汽车运动起步和发展中，大量的车手、裁判、教练以及竞赛管理人才都来源于摩托运动项目。

#### 1.3 我国汽车运动的起步（20世纪80年代中期至90年代末）

20世纪80年代，改革开放为汽车运动发展带来良好发展机遇，我国也从汽车运动见证者变为参与者。1985年，首届港京拉力赛正式举行，路线总长3400多千米，纵跨7省市，连续举办3届。

1988年，中日合作举办“丝绸之路”汽车集结赛，中法在1992年举办“巴黎—莫斯科—北京马拉松汽车越野赛”。1993年港京拉力赛恢复，再次连续举办3届，逐渐成为国际汽联亚太

拉力锦标赛分站赛。1995年，中法再次举办了“巴黎—莫斯科—乌兰巴托—北京汽车越野拉力赛”。

#### 1.4 我国汽车运动的快速发展（21世纪初至今）

进入21世纪，我国经济飞速发展，汽车工业和汽车市场发展迅速，汽车运动项目进入全面快速发展的时期。成立项目运动管理中心，颁布发展纲要。2001年，中国汽联颁布实施《全国汽车运动管理规定》，并制定了《中国汽车运动联合会2001-2010改革与发展纲要》。2002年，国家体育总局汽车摩托车运动管理中心成立。逐步形成以锦标赛为核心的竞赛平台体系。2003年，全国汽车场地锦标赛正式推出，之后逐渐形成了包括拉力、短道拉力、场地越野、长距离越野、卡丁车、飘移等在内的七大锦标赛，各大汽车厂商纷纷参与，涵盖了大部分合资汽车品牌。地方群众性汽车运动也蓬勃开展，泛珠三角超级赛车节、广东耐力赛、上海天马论驾、四川房车精英赛等的举办吸引了大量的汽车运动爱好者参与。

稳定举办世界锦标赛，促进国际汽车运动交流。自2004年，连续10年成功举办一级方程式世界锦标赛，国际汽联所有的大型锦标赛包括汽车耐力、超级跑车、房车、亚太拉力赛等均在国内举办，培养了大量汽车运动从业人才，促进了中外汽车运动文化交流。2011年，随着我国成为世界第一大汽车市场，包括大众、奥迪、保时捷、法拉利等也在华设立比赛。

兴建赛车场，加强场地等基础设施建设。继珠海国际赛车场之后，北京、上海、四川成都、广东肇庆、内蒙古鄂尔多斯等7个赛车场通过国际汽联认证，其他各类临时汽车比赛场地达到数十个。

参照国际汽车运动管理方式，建立起汽车运动管理框架。截至2013年，注册团体会员达到266家，车手3337人，俱乐部181家，举办汽车比赛80余场，初步参照国际汽车运动管理方式成立了包括场地、拉力、医疗、裁判等在内的专业委员会，建立了对汽车运动各要素的管理。2013年，中国汽联发布《中国汽车运动联合会2013-2022改革与发展纲要》，汽车运动进入新的十年发展阶段。

## 2 发展我国汽车运动的对策

### 2.1 大力培育汽车文化，提高汽车运动项目认知度

汽车文化已经开始在我国渐渐形成，此时更需借力推广汽车运动。一是广泛利用已有

的商业资源平台，比如电视直播、汽车运动专栏、网站、视频等对汽车运动的历史文化进行介绍；二是大力推广和扶持亲民、易开展的趣味性汽车活动，如绕桩、竞速、集结性活动或者各类安全驾驶培训活动，打破汽车运动高投入的误区，降低汽车运动进入门槛，吸引更多的爱好者投身其中。

## 2.2 完善汽车运动管理体制及汽车运动发展相关配套机制

推进协会实体化改革是进一步理顺项目管理中心与协会关系、发挥协会职能的主要方式。中国汽联已经建立了基本的协会管理架构，进行了诸多有意义的尝试，未来还需要顺应体育项目管理改革的发展趋势，进一步推进实体化进程。此外，还须在现有管理框架的基础上，继续完善对汽车运动配套性建设，如建立对包括车手、裁判员、教练员、场地、车辆等的注册和管理系统等。

## 2.3 吸引青少年投身卡丁车运动，培养汽车运动后备力量

2012年我国本土卡丁车锦标赛培养出来的车手马青骅亮相一级方程式世界锦标赛练习赛，距离成为中国第一位F1车手仅一步之遥。但类似马青骅这样的年轻车手在国内太少，这根源于卡丁车青少年群体太小。近些年，中国汽联通过举办青少年车手夏令营、利用国际汽联基金邀请高水平教练来华培训等措施加大青少年培养力度，但绝对数量少仍然制约着卡丁车这一基础项目的发展。未来还需要通过各种途径和方式吸引更多的青少年进入卡丁车运动。

## 2.4 积极利用各种有利条件培育高水平比赛，打造汽车运动明星

一是要巩固中国拉力锦标赛和中国房车锦标赛等，继续吸引更多的俱乐部和厂商参与；二是坚持办好中国大越野比赛，汲取长距离拉力文化精髓，办出特色；三是打造汽车运动明星，通过符号式人物来提高汽车运动的影响力。

## 2.5 提高本土自主品牌的参与度，形成本土汽车工业与汽车运动的良性互动

汽车和汽车运动同样是舶来品，国内对汽车和汽车运动的接受、理解和消化吸收仍需较长的时间。本土汽车品牌要想真正提升为全球品牌，需要参与汽车运动。近些年，达喀尔拉力赛中涌现了越来越多的本土品牌。汽车运动管理机构以及相关政府部门更须提供更多的平台吸引本土自主汽车品牌加入，实现本土汽车工业与汽车运动的良性互动。

## 2.6 大力培养汽车运动专业技术人才，提高对汽车运动的理解

一是利用举办国际锦标赛和国内锦标赛的机会，锻炼汽车运动专业技术人才，二是积极鼓励和吸引具有汽车运动专业背景的技术人才参与汽车运动；三是积极学习和研讨国际汽车运动的组织经验和发展历程，提高对汽车运动与汽车工业发展关系的理解，提高制定各类别比赛规则和车辆技术规则的能力，既把握和尊重世界汽车运动发展规律，又要切实符合中国汽车运动发展实际。

中国报告网发布的《2017-2022年中国汽车运动行业竞争现状及投资战略规划报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资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。

### 目录

## 第一章汽车运动行业相关概述

### 1.1汽车运动行业定义及特点

#### 1.1.1汽车运动行业的定义

#### 1.1.2汽车运动行业产品/服务特点

### 1.2汽车运动行业经营模式分析

#### 1.2.1生产模式

#### 1.2.2采购模式

#### 1.2.3销售模式

## 第二章汽车运动行业市场特点概述

### 2.1行业市场概况

#### 2.1.1行业市场特点

#### 2.1.2行业市场化程度

### 2.1.3行业利润水平及变动趋势

### 2.2进入本行业的主要障碍

### 2.3行业的周期性、区域性

#### 2.3.1行业周期分析

#### 2.3.2行业的区域性

### 2.4行业与上下游行业的关联性

#### 2.4.1行业产业链概述

#### 2.4.2上游产业分布

#### 2.4.3下游产业分布

## 第三章中国汽车运动行业发展环境分析

### 3.1汽车运动行业政治法律环境（P）

#### 3.1.1行业主管部门分析

#### 3.1.2行业监管体制分析

#### 3.1.3行业主要法律法规

#### 3.1.4相关产业政策分析

#### 3.1.5汽车运动未来10年发展规划

### 3.2汽车运动行业经济环境分析（E）

#### 3.2.1宏观经济形势分析

#### 3.2.2宏观经济环境对行业的影响分析

### 3.3汽车运动行业社会环境分析（S）

#### 3.3.1汽车运动产业社会环境

#### 3.3.2社会环境对行业的影响

### 3.4汽车运动行业技术环境分析（T）

#### 3.4.1汽车运动技术分析

#### 3.4.2汽车运动技术发展水平

#### 3.4.3行业主要技术发展趋势

#### 3.4.4技术环境对行业的影响

## 第四章全球汽车运动行业发展概述

### 4.1全球汽车运动行业发展情况概述

#### 4.1.1全球汽车运动行业发展现状

#### 4.1.2全球汽车运动行业发展特征

### 4.2全球主要地区汽车运动行业发展状况

#### 4.2.1欧洲

#### 4.2.2美国

#### 4.2.3日韩

### 4.3全球汽车运动行业发展前景预测

#### 4.3.1全球汽车运动行业发展前景分析

#### 4.3.2全球汽车运动行业发展趋势分析

#### 4.4全球汽车运动行业重点企业发展动态分析

## 第五章中国汽车运动行业发展概述

### 5.1中国汽车运动行业发展状况分析

#### 5.1.1中国汽车运动行业发展阶段

#### 5.1.2中国汽车运动行业发展总体概况

#### 5.1.3中国汽车运动行业发展特点分析

### 5.2汽车运动行业发展现状

#### 5.2.1中国汽车运动行业市场规模

#### 5.2.2中国汽车运动行业发展分析

### 5.3中国汽车运动行业面临的困境及对策

#### 5.3.1中国汽车运动行业面临的困境及对策

#### 5.3.2中国汽车运动企业发展困境及策略分析

#### 5.3.3国内汽车运动企业的出路分析

## 第六章中国汽车运动行业市场运行分析

### 6.1中国汽车运动行业总体规模分析

#### 6.1.1企业数量结构分析

#### 6.1.2人员规模状况分析

#### 6.1.3行业资产规模分析

#### 6.1.4行业市场规模分析

### 6.2中国汽车运动行业产销情况分析

#### 6.2.1中国汽车运动行业工业总产值

#### 6.2.2中国汽车运动行业工业销售产值

#### 6.2.3中国汽车运动行业产销率

### 6.3中国汽车运动行业市场供需分析

#### 6.3.1中国汽车运动行业供给分析

#### 6.3.2中国汽车运动行业需求分析

#### 6.3.3中国汽车运动行业供需平衡

### 6.4中国汽车运动行业财务指标总体分析



6.4.1行业盈利能力分析

6.4.2行业偿债能力分析

6.4.3行业营运能力分析

6.4.4行业发展能力分析

## 第七章中国汽车运动行业细分市场分析

### 7.1汽车运动行业细分市场概况

7.1.1市场细分充分程度

7.1.2市场细分发展趋势

7.1.3市场细分战略研究

7.1.4细分市场结构分析

### 7.2场地赛事市场

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拉力赛事市场

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

## 第八章中国汽车运动行业上、下游产业链分析

### 8.1汽车运动行业产业链概述

8.1.1产业链定义

8.1.2汽车运动行业产业链

### 8.2汽车运动行业主要上游产业发展分析

8.2.1上游产业发展现状

8.2.2上游产业供给分析

8.2.3上游供给价格分析

8.2.4主要供给企业分析

### 8.3汽车运动行业主要下游产业发展分析

8.3.1下游（应用行业）产业发展现状

8.3.2下游（应用行业）产业需求分析

8.3.3下游（应用行业）主要需求企业分析

#### 8.3.4下游（应用行业）最具前景产品/行业分析

### 第九章中国汽车运动行业市场竞争格局分析

#### 9.1中国汽车运动行业竞争格局分析

##### 9.1.1汽车运动行业区域分布格局

##### 9.1.2汽车运动行业企业规模格局

##### 9.1.3汽车运动行业企业性质格局

#### 9.2中国汽车运动行业竞争五力分析

##### 9.2.1上游议价能力

##### 9.2.2下游议价能力

##### 9.2.3新进入者威胁

##### 9.2.4替代产品威胁

##### 9.2.5现有企业竞争

#### 9.3中国汽车运动行业竞争SWOT分析

#### 9.4中国汽车运动行业投资兼并重组整合分析

##### 9.4.1投资兼并重组现状

##### 9.4.2投资兼并重组案例

#### 9.5中国汽车运动行业竞争策略建议

### 第十章中国汽车运动行业领先企业竞争力分析

#### 10.1上海力盛赛车文化股份有限公司竞争力分析

##### （1）企业概况

##### （2）主营业务情况分析

##### （3）公司运营情况分析

##### （4）公司优劣势分析

#### 10.2华洋赛车股份有限公司竞争力分析

##### （1）企业概况

##### （2）主营业务情况分析

##### （3）公司运营情况分析

##### （4）公司优劣势分析

#### 10.3中视环球汽车赛事管理有限公司竞争力分析

##### （1）企业概况

##### （2）主营业务情况分析

##### （3）公司运营情况分析

##### （4）公司优劣势分析

#### 10.4海亿汽车赛事管理(北京)有限公司竞争力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 10.5上海久事国际赛事管理有限公司竞争力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 10.6武汉威天体育有限公司竞争力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 10.7重庆极峰汽车赛事策划有限公司竞争力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 10.8广东国际赛车场有限公司竞争力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 10.9济南程博汽车赛事服务有限公司竞争力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

#### 10.10广东(肇庆)赛导新能源汽车有限公司竞争力分析

- (1) 企业概况
- (2) 主营业务情况分析
- (3) 公司运营情况分析
- (4) 公司优劣势分析

## 第十一章中国汽车运动行业发展趋势与前景分析

### 11.1 中国汽车运动市场发展前景

#### 11.1.1 汽车运动市场发展潜力

#### 11.1.2 汽车运动市场发展前景展望

#### 11.1.3 汽车运动细分行业发展前景分析

### 11.2 中国汽车运动市场发展趋势预测

#### 11.2.1 汽车运动行业发展趋势

#### 11.2.2 汽车运动市场规模预测

#### 11.2.3 汽车运动行业应用趋势预测

#### 11.2.4 细分市场发展趋势预测

### 11.3 中国汽车运动行业供需预测

#### 11.3.1 中国汽车运动行业供给预测

#### 11.3.2 中国汽车运动行业需求预测

#### 11.3.3 中国汽车运动供需平衡预测

## 第十二章中国汽车运动行业投资前景

### 12.1 汽车运动行业投资现状分析

#### 12.1.1 汽车运动行业投资规模分析

#### 12.1.2 汽车运动行业投资资金来源构成

#### 12.1.3 汽车运动行业投资项目建设分析

#### 12.1.4 汽车运动行业投资资金用途分析

#### 12.1.5 汽车运动行业投资主体构成分析

### 12.2 汽车运动行业投资特性分析

#### 12.2.1 汽车运动行业进入壁垒分析

#### 12.2.2 汽车运动行业盈利模式分析

#### 12.2.3 汽车运动行业盈利因素分析

### 12.3 汽车运动行业投资机会分析

#### 12.3.1 产业链投资机会

#### 12.3.2 细分市场投资机会

#### 12.3.3 重点区域投资机会

#### 12.3.4 产业发展的空白点分析

### 12.4 汽车运动行业投资风险分析

#### 12.4.1 汽车运动行业政策风险

#### 12.4.2 宏观经济风险

12.4.3市场竞争风险

12.4.4关联产业风险

12.4.5产品结构风险

12.4.6技术研发风险

12.4.7其他投资风险

## 第十三章中国汽车运动企业投资战略与客户策略分析

13.1汽车运动企业发展战略规划背景意义

13.1.1企业转型升级的需要

13.1.2企业做大做强的需要

13.1.3企业可持续发展需要

13.2汽车运动企业战略规划制定依据

13.2.1国家政策支持

13.2.2行业发展规律

13.2.3企业资源与能力

13.2.4可预期的战略定位

13.3汽车运动企业战略规划策略分析

13.3.1战略综合规划

13.3.2技术开发战略

13.3.3区域战略规划

13.3.4产业战略规划

13.3.5营销品牌战略

13.3.6竞争战略规划

## 第十四章研究结论及建议

14.1研究结论

14.2建议

14.2.1行业发展策略建议

14.2.2行业投资方向建议

14.2.3行业投资方式建议

图表目录

图表：汽车运动行业特点

图表：汽车运动行业生命周期

图表：汽车运动行业产业链分析

图表：汽车运动行业市场规模分析

图表：汽车运动行业市场规模预测

图表：中国汽车运动行业盈利能力分析

图表：中国汽车运动行业运营能力分析

图表：中国汽车运动行业偿债能力分析

图表：中国汽车运动行业发展能力分析

图表：中国汽车运动行业经营效益分析

图表：汽车运动重要数据指标比较

( GYZJY )

图表详见正文

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/tielu/291110291110.html>