

2020年中国体育旅游行业分析报告- 行业竞争现状与未来动向研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国体育旅游行业分析报告-行业竞争现状与未来动向研究》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/wentibangong/461281461281.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

体育旅游在国内是一项新兴的旅游产品，与此相应体育旅游也是一门新的学科。体育旅游是体育与旅游相结合的健身方式。目前按照体育旅游的参与方式、时空特征以及活动场所等三个方面进行分类。仍然一赛事IP为整个产业链的核心。

体育旅游分类

分类方式

体育旅游类型

介绍

按体育旅游参与方式

观赛游

旅游者前往异地观看某些体育赛事，如观看奥运会，世界杯、欧锦赛也可称作赛事旅游

参赛游

旅游者前往异地直接参与某项具体的体育活动，其出游的主要目的就是参加体育活动，包括户外旅游等

按体育旅游时空特征

周期性体育旅游

体育活动在举办时间上往往存在一定的周期性，在举办地选择上则具有不固定的特点没比如世界杯和奥运会等大型体育赛事

定点型体育旅游

游客前往某个固定旅游地参加或观看某项特定体育活动

季节型体育旅游

这类体育活动的开展受季节影响非常明显，如户外滑雪运动，基本上都是在冬季才能开展没并且游客可以就近选择目的地

按体育活动场所划分

陆地项目

包括山地项目、草原项目、沙漠项目、森林项目

水上项目

包括陆地水域和海上项目，主要是依托水体资源开展体育旅游活动，这种类型的体育旅游者多在夏季或温热带地区进行活动

冰雪项目

以北方冬季的冰雪或人工冰雪场地为依托，开展体育旅游活动，包括滑雪、溜冰、冰帆、雪橇等

信息来源：观研天下整理

体育旅游产业全景图

信息来源：观研天下整理

随着国家经济快速发展及人均生活水平提升，体育旅游日渐收到大家喜爱，我国出境旅游目的地主要以亚太地区为主，随着旅游市场变化，中国游客开展转向捷克、波兰、塞尔维亚等中东欧国家。从1964年以来，奥运会接待游客的人数越来越多，2000年悉尼奥运会期间接待旅游人次约50万人，2008年中国接待人数约38万人，2012年伦敦接待人数约59万人。

。 历届奥运会举办城市旅游入境人数情况

时间

城市

国家

接待入境游客（万人次）

1964

洛杉矶

美国

约23

1963

汉城

韩国

约22

1992

巴塞罗那

西班牙

约30

1996

亚特兰大

美国

约35

2000

悉尼

澳大利亚

约50

2008

北京

中国

约38

2012

伦敦

英国

约59

2016

里约热内卢

巴西

约41信息来源：观研天下整理

奥运会、世界杯对东道国入境旅游影响情况

国家

类别

时间

前两年复合增速

当年同比增速

后两年复合增速

澳大利亚

奥运会

2000年

1.62%

10.59%

-1.14%

日本

世界杯

2002年

3.69%

9.79%

13.62%

韩国

世界杯

2002年

5.10%

3.89%

12.57%

德国

世界杯

2006年

8.10%

9.62%

0.41%

南非

世界杯

2010年

-8.39%

17.55%

10.56%

英国

奥运会

2012年

1.94%

-0.08%

5.29%

巴西

世界杯

2014年

3.44%

10.61%

2.22%信息来源：观研天下整理

根据各国体育旅游产业占比来看，发达国家比重占比最高，达25%，其次是世界平均水平，为15%，我国体育旅游产业与发达国家相比处于落后状态，目前，我国体育旅游占旅游业比重仅5%，未来将会有很大的发展空间。从我国体育旅游市场规模来看，近年整体规模呈增长态势，2018年市场规模达2605亿元。

体育旅游占旅游市场的比重

数据来源：文旅部

2013-2018年中国体育旅游产业市场规模及增长情况

数据来源：文旅部

我国体育旅游结构主要有户外活动、体育观赛、体育竞技及体育培训等，主要以户外活动项目为主，主要包括步、马拉松、登山、骑行等门槛较低的健身项目。根据市场占比来看，户外活动占体育旅游市场比重最高，达71%，其次是体育观赛，占比为14%。

体育旅游市场结构情况（%）

数据来源：文旅部

欧洲十大球场排名

排名

球场名称

球队

所在城市

交通便利度

旅行者关注度

球场周边游丰富度

1

伯纳乌球场

皇家马德里

西班牙马德里

10

9

6

2

诺坎普球场

巴塞罗那

四拔牙巴塞罗那

6

10

8

3

酋长球场

阿森纳

英国伦敦

10

2

10

4

安联球场

拜仁慕尼黑

德国慕尼黑

10

7

4

5

圣西罗球场

国际米兰

意大利米兰

10

5

5

6

阿姆斯特丹球场

阿贾克斯

荷兰阿姆斯特丹

8

1

6

7

老特福德球场

曼联

英国曼彻斯特

6

6

2

8

韦洛德罗姆球场

马赛

法国马赛

8

1

3

9

安菲尔德球场

利物浦

英国利物浦

6

4

1

10

阿尔卑球场

尤文图斯

意大利都灵

4

3

3

信息来源：观研天下整理（YZ）

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国体育旅游行业分析报告-行业竞争现状与未来动向研究》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。

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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国体育旅游行业发展概述

第一节 体育旅游行业发展情况概述

- 一、体育旅游行业相关定义
- 二、体育旅游行业基本情况介绍
- 三、体育旅游行业发展特点分析
- 第二节 中国体育旅游行业上下游产业链分析
 - 一、产业链模型原理介绍
 - 二、体育旅游行业产业链条分析
 - 三、中国体育旅游行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业
- 第三节 中国体育旅游行业生命周期分析
 - 一、体育旅游行业生命周期理论概述
 - 二、体育旅游行业所属的生命周期分析
- 第四节 体育旅游行业经济指标分析
 - 一、体育旅游行业的赢利性分析
 - 二、体育旅游行业的经济周期分析
 - 三、体育旅游行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国体育旅游行业进入壁垒分析
 - 一、体育旅游行业资金壁垒分析
 - 二、体育旅游行业技术壁垒分析
 - 三、体育旅游行业人才壁垒分析
 - 四、体育旅游行业品牌壁垒分析
 - 五、体育旅游行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球体育旅游行业市场发展现状分析

- 第一节 全球体育旅游行业发展历程回顾
- 第二节 全球体育旅游行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲体育旅游行业地区市场分析
 - 一、亚洲体育旅游行业市场现状分析
 - 二、亚洲体育旅游行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲体育旅游行业市场前景分析
- 第四节 北美体育旅游行业地区市场分析
 - 一、北美体育旅游行业市场现状分析
 - 二、北美体育旅游行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美体育旅游行业市场前景分析
- 第五节 欧盟体育旅游行业地区市场分析

- 一、欧盟体育旅游行业市场现状分析
- 二、欧盟体育旅游行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧盟体育旅游行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界体育旅游行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球体育旅游行业市场规模预测

第三章 中国体育旅游产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品体育旅游总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国体育旅游行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国体育旅游产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国体育旅游行业运行情况

第一节 中国体育旅游行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国体育旅游行业市场规模分析

第三节 中国体育旅游行业供应情况分析

第四节 中国体育旅游行业需求情况分析

第五节 中国体育旅游行业供需平衡分析

第六节 中国体育旅游行业发展趋势分析

第五章 中国体育旅游所属行业运行数据监测

第一节 中国体育旅游所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国体育旅游所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国体育旅游所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国体育旅游市场格局分析

第一节 中国体育旅游行业竞争现状分析

一、中国体育旅游行业竞争情况分析

二、中国体育旅游行业主要品牌分析

第二节 中国体育旅游行业集中度分析

一、中国体育旅游行业市场集中度分析

二、中国体育旅游行业企业集中度分析

第三节 中国体育旅游行业存在的问题

第四节 中国体育旅游行业解决问题的策略分析

第五节 中国体育旅游行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国体育旅游行业需求特点与动态分析

第一节 中国体育旅游行业消费市场动态情况

第二节 中国体育旅游行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 体育旅游行业成本分析

第四节 体育旅游行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国体育旅游行业价格现状分析

第六节 中国体育旅游行业平均价格走势预测

- 一、中国体育旅游行业价格影响因素
- 二、中国体育旅游行业平均价格走势预测
- 三、中国体育旅游行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国体育旅游行业区域市场现状分析

第一节 中国体育旅游行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区体育旅游市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区体育旅游市场规模分析
- 四、华东地区体育旅游市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区体育旅游市场规模分析
- 四、华中地区体育旅游市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区体育旅游市场规模分析
- 四、华南地区体育旅游市场规模预测

第九章 2017-2020年中国体育旅游行业竞争情况

第一节 中国体育旅游行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国体育旅游行业SWOT分析

- 一、行业优势分析
- 二、行业劣势分析
- 三、行业机会分析
- 四、行业威胁分析

第三节 中国体育旅游行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 体育旅游行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析
- 第五节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、发展现状
- 四、优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国体育旅游行业发展前景分析与预测

第一节 中国体育旅游行业未来发展前景分析

- 一、体育旅游行业国内投资环境分析
- 二、中国体育旅游行业市场机会分析
- 三、中国体育旅游行业投资增速预测

第二节 中国体育旅游行业未来发展趋势预测

第三节 中国体育旅游行业市场发展预测

- 一、中国体育旅游行业市场规模预测
- 二、中国体育旅游行业市场规模增速预测
- 三、中国体育旅游行业产值规模预测
- 四、中国体育旅游行业产值增速预测
- 五、中国体育旅游行业供需情况预测

第四节 中国体育旅游行业盈利走势预测

- 一、中国体育旅游行业毛利润同比增速预测
- 二、中国体育旅游行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国体育旅游行业投资风险与营销分析

第一节 体育旅游行业投资风险分析

- 一、体育旅游行业政策风险分析
- 二、体育旅游行业技术风险分析
- 三、体育旅游行业竞争风险分析
- 四、体育旅游行业其他风险分析

第二节 体育旅游行业企业经营发展分析及建议

- 一、体育旅游行业经营模式
- 二、体育旅游行业销售模式

三、体育旅游行业创新方向

第三节 体育旅游行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国体育旅游行业发展战略及规划建议

第一节 中国体育旅游行业品牌战略分析

- 一、体育旅游企业品牌的重要性
- 二、体育旅游企业实施品牌战略的意义
- 三、体育旅游企业品牌的现状分析
- 四、体育旅游企业的品牌战略
- 五、体育旅游品牌战略管理的策略

第二节 中国体育旅游行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国体育旅游行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国体育旅游行业发展策略及投资建议

第一节 中国体育旅游行业产品策略分析

- 一、服务产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国体育旅游行业定价策略分析

第三节 中国体育旅游行业营销渠道策略

- 一、体育旅游行业渠道选择策略
- 二、体育旅游行业营销策略
- 第四节 中国体育旅游行业价格策略
- 第五节 观研天下行业分析师投资建议
- 一、中国体育旅游行业重点投资区域分析
- 二、中国体育旅游行业重点投资产品分析

图表详见正文 更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/461281461281.html>