

2019年中国互联网体育行业分析报告- 行业深度调研与投资前景研究

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《2019年中国互联网体育行业分析报告-行业深度调研与投资前景研究》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/391700391700.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

“互联网+体育”是指以创新2.0下互联网发展的新形态、新业态为依托，将互联网的创新成果深度融合于体育行业的发展之中，推动传统体育行业的产业链、市场业态及商业模式等各个方面的颠覆性创新与变革，改造体育产业的演进模式和商业模式，提升体育产业的创新力、生产力和核心竞争力，形成更广泛的以互联网+为基础设施和实现工具的体育产业发展新形态。

据数据显示：2012-2016年我国体育行业产值不断增长，五年年均复合增长率分别为18.94%，增长十分迅速。初步统计2017年我国体育产业总规模超2万亿，增加值为7125亿元。在国家政策大力支持引导下，预计到2020年我国体育产业总产值能顺利实现突破3万亿的目标。

2013-2020年我国体育产业总规模统计及预测

数据来源：国家体育总局

随着我国互联网的快速发展，互联网体育用户规模也稳定增长。2018年，我国互联网体育用户将达到5.2亿。我国互联网体育用户规模将呈现稳定增长的趋势，估计未来几年可保持10%~15%的年增长率。

2013-2018年中国互联网体育用户规模

数据来源：国家体育总局

近几年，国家政策的促进和资本的不断进入，促进体育消费向更广阔的空间发展。人均可支配的收入提高，也驱动着互联网体育用品消费逐年提升。目前，我国人均体育消费只有全球平均水平的十分之一，可见体育行业发展极具潜力。未来互联网体育行业将呈现以下发展趋势：

一、场景化购物助推互联网体育消费 地域差异营造的生活场景是推动体育消费的场景之一。而能让消费者产生强烈的沉浸感的赛事场景，最能刺激消费者边看边买，因此赛事期间消费者的购买力度更大。报告相关数据显示在三亚马拉松、法网、世界杯、欧冠、NBA期间，消费者对体育用品的关注度以及销售额都有所提升；在腾讯直播科比退役的12小时内，网络下单量随着比赛时间的到来逐渐增加。

二、社交化运动成为新时尚

80、90后已是体育消费市场的最主要人群，对于年轻人来说，社交已经成为一种生活方式，所以在体育运动中融入社交活动的现象形态也已正在形成。据数据显示，57%的消费

者会邀约朋友、同事、同学一起锻炼。超过半数的运动者会通过运动类APP、QQ/微信等渠道寻找有共同运动爱好的伙伴，也更愿意将自己的运动时刻分享给亲朋好友，通过社交化运动形成新的社交圈已成为一种更时尚健康的生活方式。

三、创新智能化产品成为运动消费新增长点

创新的智能化产品的上升来自两个重要的方面：首先智能化产品可以为消费者提供体育运动管理服务，同时可以延伸发展无形增值服务，优化整体体育运动体验；其次人工智能可以对消费者的进行健康管理，减少伤病困扰，同时创建电子标签，以便对消费者提供更好的个性化服务。如户外运动手表、智能家用乒乓球训练桌、登山跑步运动游泳腕表等产品，销售额不断攀升。智能化产品的比重和趋势越来越突出，产品智能化能近一步提高效率、降低成本，在需求段实现“比你懂你”、“随处随想”、“所见即得”的体验升级,这使得未来体育产品更加趋向智能化已成必然。（XY）

【报告大纲】

第一章 中国体育服务业概述

- 1.1 中国体育服务业范畴
- 1.2 中国体育服务业发展历程
- 1.3 互联网+中国体育服务业新特点
- 1.4 研究对象

第二章 中国互联网体育服务行业及市场调研

- 2.1 行业环境分析
- 2.2 行业规模与行业结构
- 2.3 人口规模和消费现状
- 2.4 人口结构影响
- 2.5 体育服务业产业链
- 2.6 体育服务业产业图谱
- 2.7 资本市场
- 2.8 竞争格局

第三章 中国互联网竞技赛事类服务业分析

- 3.1 中国竞技体育商业化发展现状
- 3.2 互联网+竞技赛事服务业产业链

3.3 职业竞技赛事

3.4 品牌自主/创新商业赛事

3.5 电子竞技赛事

3.6 互联网社区平台与体育用户

3.7 跨界巨头企业案例-苏宁体育

3.8 互联网企业案例-腾讯体育

3.9 垂直媒体社区案例-懂球帝

第四章 中国互联网大众体育类服务业分析

4.1 中国大众体育服务行业现状

4.2 互联网+大众体育服务业产业链

4.3 中国大众体育商业化探索现状

4.4 跑步类运动

4.5 球类运动

4.6 冰雪运动

4.7 大众健身运动

4.8 健身教练类企业案例-Keep

4.9 健身教练类企业案例-火辣健身

4.10 跑步类企业案例-悦跑圈

4.11 垂直运动类企业案例-Wake

4.12 Wake用户的广告营销方式偏好

第五章 中国体育服务业行为趋势与热点

5.1 体育竞技赛事市场发展趋势

5.2 体育行业热点领域前景分析

5.3 体育产业C端消费者商业化转化路径分析

5.4 巨头企业全产业链生态圈布局前景

5.5 体育行业中前沿科技的应用

图表目录

图表：互联网体育服务产业链分析

图表：互联网体育服务上游供应分布

图表：互联网体育服务下游需求领域

图表：互联网体育服务行业生命周期

图表：2015-2018年互联网体育服务行业市场规模分析

- 图表：2019-2025年互联网体育服务行业市场规模预测
- 图表：2015-2018年中国互联网体育服务行业供给规模分析
- 图表：2019-2025年中国互联网体育服务行业供给规模预测
- 图表：2015-2018年中国互联网体育服务行业需求规模分析
- 图表：2019-2025年中国互联网体育服务行业需求规模预测
- 图表：2015-2018年中国互联网体育服务行业企业数量情况
- 图表：2015-2018年中国互联网体育服务行业企业竞争结构
- 图表：2015-2018年国内生产总值及其增长速度
- 图表：2015-2018年居民消费价格涨跌幅度
- 图表：2018年居民消费价格比2018年涨跌幅度
- 图表：2015-2018年固定资产投资及其增长速度
- 图表：2015-2018年社会消费品零售总额及其增长速度
- 图表：2018年人口数及其构成
- 图表：2015-2018年农村居民村收入及其增长速度
- 图表：2015-2018年城镇居民可支配收入及其增长速度
- 图表：中国互联网体育服务行业投资前景分析
- 图表：中国互联网体育服务行业发展趋势预测
- 图表 2015-2018年体育类项目投资笔数
- 图表 2015-2018年体育类项目投资轮次情况
- 图表 2015-2018中国马拉松赛事场次及参赛人次

图表详见报告正文.....（css）

【简介】

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。《2019年中国互联网体育行业分析报告-行业深度调研与投资前景研究》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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/391700391700.html>