

2021年中国体育信息化市场分析报告- 行业规模与发展趋势研究

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《2021年中国体育信息化市场分析报告-行业规模与发展趋势研究》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/wentiule/552203552203.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

体育信息化，体育产业发展的重要基础和技术途径。从原国家体委电子信息中心的成立直到“十三五”规划强调加强体育信息化建设以及“十四五”规划纲要提出要推动文旅体育等消费提质扩容，加快线上线下融合发展，我国体育信息化得到了广泛的关注，行业前景广阔，成为一片新蓝海。

我国体育信息化发展历程

资料来源：观研天下整理

一、政策环境（P）

据悉，在“十三五”规划以及“十四五”规划纲要中，我国均提及到加强体育信息化建设，行业发展具备强大政策利好。

“十三五”规划及“十四五”规划纲要提及体育信息化发展相关内容梳理

主体

内容

“十三五”规划

信息化、全球化、网络化交织并进

“互联网+”行动计划，以“互联网+”产品为重点

推行场馆设计、建设、运营管理一体化

创新体育社会组织管理和体育场馆经营

重点支持可穿戴运动设备和智能运动设备的研发和制造

鼓励开发体育生活云平台及体育电商交易平台

利用智能硬件及各类主题APP拓展客户

“十四五”规划纲要

发展服务消费，放宽服务消费领域市场准入，推动教育培训、医疗健康、养老托育、文旅体育等消费提质扩容，加快线上线下融合发展。资料来源：观研天下整理

二、经济环境（E）

数据显示，随着经济持续增长，我国居民人均消费支出总体增长，2020年为21201元；而在居民消费支出能力增强的同时，我国居民在信息消费方面的支出也不断增长，2020年我国信息消费规模已达6.2万亿元，为体育信息化行业发展提供坚实消费基础。

2016-2020年我国居民人均消费支出

数据来源：国家统计局

2016-2020年我国信息消费规模情况 数据来源：观研天下整理

三、社会环境（S）

据悉，在“全民健身”、“体育强国”战略推动下，2015-2020年我国经常参加体育锻炼的人口数量持续提升。数据显示，2020年我国经常参加体育锻炼的人口数量已达4.35亿人，相

较于2015年增加0.36亿人。

2015-2020年我国经常锻炼的人口数量

数据来源：国家统计局

而随着居民运动意愿增强，其对于体育消费支出的观念也有所改变，我国体育信息化用户群体规模不断扩大。数据显示，截至2019年3月我国数字体育用户规模已达12552万人；截至2018年9月，我国体育视频和体育资讯用户规模分别为3270万人、1102.7万人；截至2020年12月，我国体育直播用户达1.38亿人。

2018年6月-2019年3月我国数字体育用户规模

数据来源：易观

2018年我国体育视频和体育资讯用户规模（单位：万人）

数据来源：易观

2017-2020年我国体育直播用户规模

数据来源：观研天下整理

四、技术环境（T）

据悉，目前国内型体育赛事所采用的技术主要为数字电视转播技术、电子票务、移动通信、计算机存储、云计算以及4G/5G技术。而在互联网时代下，我国体育信息化相关技术已得到长足进步，如5G领域我国已处于全球前列，移动通信技术水平已处于高端水平。

国内大型体育赛事所采用的技术情况

资料来源：观研天下整理

从我国体育信息化人才结构来看，当前我国体育信息化人才结构主要以专科+本科为主，硕士、博士等顶尖人才占比仍较小，预计未来随着国家加大体育信息化建设扶持力度，或将吸引更多高端人才进入市场。

我国体育信息化人才结构

数据来源：观研天下整理（shz）

观研报告网发布的《2021年中国体育信息化市场分析报告-行业规模与发展趋势研究》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国体育信息化行业发展概述

第一节 体育信息化行业发展情况概述

一、体育信息化行业相关定义

二、体育信息化行业基本情况介绍

三、体育信息化行业发展特点分析

四、体育信息化行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售模式

五、体育信息化行业需求主体分析

第二节 中国体育信息化行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、体育信息化行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国体育信息化行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国体育信息化行业生命周期分析

一、体育信息化行业生命周期理论概述

二、体育信息化行业所属的生命周期分析

第四节 体育信息化行业经济指标分析

- 一、体育信息化行业的赢利性分析
- 二、体育信息化行业的经济周期分析
- 三、体育信息化行业附加值的提升空间分析

第五节 中国体育信息化行业进入壁垒分析

- 一、体育信息化行业资金壁垒分析
- 二、体育信息化行业技术壁垒分析
- 三、体育信息化行业人才壁垒分析
- 四、体育信息化行业品牌壁垒分析
- 五、体育信息化行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球体育信息化行业市场发展现状分析

第一节 全球体育信息化行业发展历程回顾

第二节 全球体育信息化行业市场区域分布情况

第三节 亚洲体育信息化行业地区市场分析

- 一、亚洲体育信息化行业市场现状分析
- 二、亚洲体育信息化行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲体育信息化行业市场前景分析

第四节 北美体育信息化行业地区市场分析

- 一、北美体育信息化行业市场现状分析
- 二、北美体育信息化行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美体育信息化行业市场前景分析

第五节 欧洲体育信息化行业地区市场分析

- 一、欧洲体育信息化行业市场现状分析
- 二、欧洲体育信息化行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲体育信息化行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界体育信息化行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球体育信息化行业市场规模预测

第三章 中国体育信息化产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额

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 中国体育信息化行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国体育信息化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 中国体育信息化行业运行情况

第一节 中国体育信息化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

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国体育信息化行业市场规模分析

第三节 中国体育信息化行业供应情况分析

第四节 中国体育信息化行业需求情况分析

第五节 我国体育信息化行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国体育信息化行业供需平衡分析

第七节 中国体育信息化行业发展趋势分析

第五章 中国体育信息化所属行业运行数据监测

第一节 中国体育信息化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 中国体育信息化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 中国体育信息化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 2017-2021年中国体育信息化市场格局分析

第一节 中国体育信息化行业竞争现状分析

一、中国体育信息化行业竞争情况分析

二、中国体育信息化行业主要品牌分析

第二节 中国体育信息化行业集中度分析

一、中国体育信息化行业市场集中度影响因素分析

二、中国体育信息化行业市场集中度分析

第三节 中国体育信息化行业存在的问题

第四节 中国体育信息化行业解决问题的策略分析

第五节 中国体育信息化行业钻石模型分析

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 2017-2021年中国体育信息化行业需求特点与动态分析

第一节 中国体育信息化行业消费市场动态情况

第二节 中国体育信息化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 体育信息化行业成本结构分析

第四节 体育信息化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 中国体育信息化行业价格现状分析

第六节 中国体育信息化行业平均价格走势预测

一、中国体育信息化行业价格影响因素

二、中国体育信息化行业平均价格走势预测

三、中国体育信息化行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国体育信息化行业区域市场现状分析

第一节 中国体育信息化行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区体育信息化市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区体育信息化市场规模分析

四、华东地区体育信息化市场规模预测

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、华中地区体育信息化市场规模分析

四、华中地区体育信息化市场规模预测

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、华南地区体育信息化市场规模分析

四、华南地区体育信息化市场规模预测

第九章 2017-2021年中国体育信息化行业竞争情况

第一节 中国体育信息化行业竞争结构分析（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 中国体育信息化行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国体育信息化行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 体育信息化行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析
- 第五节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国体育信息化行业发展前景分析与预测

第一节 中国体育信息化行业未来发展前景分析

- 一、体育信息化行业国内投资环境分析
- 二、中国体育信息化行业市场机会分析
- 三、中国体育信息化行业投资增速预测

第二节 中国体育信息化行业未来发展趋势预测

第三节 中国体育信息化行业市场发展预测

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

第四节 中国体育信息化行业盈利走势预测

- 一、中国体育信息化行业毛利润同比增速预测
- 二、中国体育信息化行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国体育信息化行业投资风险与营销分析

第一节 体育信息化行业投资风险分析

- 一、体育信息化行业政策风险分析
- 二、体育信息化行业技术风险分析
- 三、体育信息化行业竞争风险分析
- 四、体育信息化行业其他风险分析

第二节 体育信息化行业应对策略

- 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年中国体育信息化行业发展战略及规划建议

第一节 中国体育信息化行业品牌战略分析

- 一、体育信息化企业品牌的重要性
- 二、体育信息化企业实施品牌战略的意义
- 三、体育信息化企业品牌的现状分析
- 四、体育信息化企业的品牌战略
- 五、体育信息化品牌战略管理的策略

第二节 中国体育信息化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 中国体育信息化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年中国体育信息化行业发展策略及投资建议

第一节 中国体育信息化行业产品策略分析

- 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 中国体育信息化行业营销渠道策略

- 一、体育信息化行业渠道选择策略
- 二、体育信息化行业营销策略

第三节 中国体育信息化行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国体育信息化行业重点投资区域分析

二、中国体育信息化行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiyule/552203552203.html>