

2017-2022年中国体育市场现状调查及投资商机研究报告

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《2017-2022年中国体育市场现状调查及投资商机研究报告》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/wentiule/282796282796.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

2016年国务院发布的46号文《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》提出目标，我国体育产业总规模到2025年需达5万亿元，未来十年内体育产业总规模需增长16倍左右，年均复合增长率约为20%。国家政策对体育产业不断倾斜、地方政府不断落实跟进，促成了体育产业良好的发展前景。发展体育产业、促进体育消费对经济发展的意义非常重大。

我国体育产业增加值

数据来源：公开资料整理

对比发达国家，体育产业未来仍有较大市场增长空间：根据国家体育总局数据，2016年中国体育增加值约为4700亿元；体育产业增加值增速2011年以后从23.4%减缓到14%左右，2016年增速增长到17%左右。尽管体育产业维持相对较高的增速水平，但仅占GDP比重的0.70%。中国体育产业增加值占GDP比重很低，欧、美、日等发达国家体育产业GDP占比是中国的3-4倍，因此国内体育产业未来增加值仍有较大提升空间。

中国体育产业增加值占GDP比重

数据来源：公开资料整理

2016年1-6月中国体育用品及设备出口金额为4,735,249千美元，同比下降11%。2016年1-6月中国体育用品及设备出口量统计表如下表所示：

2016年1-6月中国体育用品及设备出口量统计表

中国报告网发布的《2017-2022年中国体育市场现状调查及投资商机研究报告》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。

第一章 体育产业相关概述

1.1 体育产业简介

1.1.1 体育产业的概念

1.1.2 体育产业的特点

1.1.3 体育产业的分类

1.2 体育产业与体育事业

1.2.1 体育事业的概念

1.2.2 体育产业与体育事业的关系

1.2.3 体育产业与体育事业的区别

第二章 2014-2016年全球体育产业发展状况分析及其经验借鉴

2.1 国外体育产业发展综述

2.1.1 发展概况

2.1.2 产值现状

2.1.3 商业模式

2.1.4 政策引导机制

2.2 主要国家体育产业发展经验借鉴

2.2.1 美国

2.2.2 巴西

2.2.3 英国

2.2.4 德国

2.2.5 奥地利

2.2.6 澳大利亚

2.2.7 法国

2.2.8 日本

2.2.9 韩国

2.3 国外体育产业服务链建设分析及启示

2.3.1 建设状况

2.3.2 建设的特点

2.3.3 对我国的启示

2.4 中外体育产业发展比较分析及启示

2.4.1 各时期发展比较

2.4.2 结构对比分析

2.4.3 管理的差异对比

2.4.4 比较研究的启示

第三章 2014-2016年中国体育产业发展环境分析

3.1 经济环境

3.1.1 全球经济形势分析

3.1.2 中国经济运行现状

3.1.3 中国经济发展趋势

3.2 政策环境

3.2.1 政策与体育产业政策

3.2.2 各阶段体育产业政策

3.2.3 体育产业政策新动态

3.2.4 地方体育产业政策出台

3.2.5 体育产业政策性问题

3.2.6 体育产业政策性建议

3.2.7 产业改革的政策建议

3.3 消费环境

3.3.1 居民收入水平

3.3.2 居民消费价格

3.3.3 居民文化消费水平

3.3.4 消费与产业的相关性

3.4 社会环境

3.4.1 人口环境分析

3.4.2 体育与亚健康

3.4.3 文化环境分析

3.4.4 中国城镇化进程

第四章 2014-2016年中国体育产业发展现状综合分析

4.1 中国体育产业资源开发探析

4.1.1 体育产业资源内涵

4.1.2 体育产业资源盘点

4.1.3 体育产业资源现状

4.1.4 体育产业资源开发

4.2 中国体育产业发展现状

4.2.1 产业发展地位

4.2.2 体育场地建设

4.2.3 产业发展综况

4.2.4 产业发展规模

4.2.5 产业需求分析

4.2.6 产业低碳发展

4.2.7 产业集群发展

4.3 中国体育产业信息化发展分析

4.3.1 信息技术对产业的影响

4.3.2 产业信息化发展的意义

4.3.3 产业信息化发展的要点

4.3.4 数字化体育发展现状

4.3.5 信息化促进产业变革

4.3.6 产业信息化发展建议

4.4 中国体育产业管理状况

4.4.1 产业管理的现状

4.4.2 产业管理模式创新

4.4.3 产业管理的问题

4.4.4 产业管理的措施

4.5 中国体育产业融合发展分析

4.5.1 产业融合的演进过程

4.5.2 产业融合的动力因素

4.5.3 产业融合的模式分析

4.5.4 促进产业融合成长的建议

4.6 中国体育产业发展问题分析

4.6.1 体育产业发展存在的障碍

4.6.2 城市体育产业发展的问题

4.6.3 产业发展的其他制约因素

4.7 中国体育产业发展策略分析

4.7.1 产业结构优化策略

4.7.2 发展城市体育产业的策略

4.7.3 体育产业创新发展途径

4.7.4 体育产业可持续发展策略

第五章 2014-2016年中国体育产业竞争与营销分析

5.1 中国体育产业竞争力剖析

5.1.1 体育产业竞争力的特征

5.1.2 体育产业竞争力的现状

5.1.3 产业竞争力的影响因素

5.1.4 产业竞争力提升的途径

5.2 中国体育产业营销方式

5.2.1 赞助体育赛事

5.2.2 聘请体育明星代言

5.2.3 投资体育运动团体

5.2.4 谋求活动指定产品权

5.2.5 举办公关促销活动

5.3 微时代对体育营销模式分析

- 5.3.1 微时代微博营销现状
- 5.3.2 微时代的体育微信营销
- 5.3.3 微时代的体育类APP营销
- 5.4 体育品牌动漫营销模式分析
 - 5.4.1 体育产业动漫营销兴起
 - 5.4.2 国外体育动漫营销模式
 - 5.4.3 国内体育动漫营销模式
 - 5.4.4 体育动漫营销受众分析
- 5.5 定制营销在体育产业中的应用分析
 - 5.5.1 定制营销模式的优势
 - 5.5.2 定制营销的必要性
 - 5.5.3 定制营销的SWOT分析
 - 5.5.4 定制营销的策略
- 5.6 体育营销的成功元素分析
 - 5.6.1 门当户对，对号入座
 - 5.6.2 战略眼光，系统运作
 - 5.6.3 赞助管理，配套跟进
 - 5.6.4 眼球经济，创意为王
 - 5.6.5 反应迅速，重在销售
- 第六章 2014-2016年中国体育赛事运作分析
 - 6.1 体育赛事对社会发展效益的影响探析
 - 6.1.1 对地区经济发展的影响
 - 6.1.2 对城市文化建设的影响
 - 6.1.3 对城市品牌营销的作用
 - 6.1.4 对体育事业的提升作用
 - 6.2 中国体育赛事发展现状
 - 6.2.1 中外体育赛事组织形式分析
 - 6.2.2 我国体育赛事市场发展现状
 - 6.2.3 大型体育赛事举办权的变化
 - 6.2.4 我国体育竞赛备受世界瞩目
 - 6.2.5 国内本土体育赛事发展迅猛
 - 6.3 中国大型体育赛事运作分析
 - 6.3.1 赛事媒介传播相关利益主体
 - 6.3.2 大型体育赛事生态环境分析
 - 6.3.3 大型体育赛事风险管理剖析

6.4 中国职业体育赛事运作分析

6.4.1 职业体育赛事产品分析

6.4.2 职业体育赛事服务传递实质

6.4.3 职业体育赛事服务制造的要素

6.4.4 职业体育赛事服务传递的渠道

6.4.5 职业体育赛事服务存在的问题

6.4.6 职业体育赛事服务创新对策

6.5 中国体育赛事营销分析

6.5.1 埋伏营销分析

6.5.2 微博营销分析

6.5.3 营销推广思路

6.5.4 门票定价策略

6.6 中国体育赛事运营模式分析

6.6.1 政府主导型

6.6.2 商业组织型

6.6.3 生产企业型

6.6.4 混合型

6.6.5 综合结论

6.7 中国体育赛事风险管理与运作效益评估

6.7.1 体育赛事中的风险

6.7.2 体育赛事风险管理

6.7.3 体育赛事运作效益

第七章 2014-2016年中国体育竞赛表演业发展潜力分析

7.1 中国体育竞赛表演业政策分析

7.1.1 政策发展阶段

7.1.2 政策的主要内容

7.1.3 政策的主要问题

7.1.4 未来发展政策目标

7.2 中国体育竞赛表演业发展概况

7.2.1 赛事活动数量与影响力不断提升

7.2.2 竞赛表演行业的组织结构现状

7.2.3 国内竞赛表演业尚属于幼稚产业

7.3 体育竞赛表演业对城市化的影响分析

7.3.1 城市建设催生体育竞赛表演业

7.3.2 体育竞赛表演业推进城市发展

7.3.3 城市推动体育竞赛表演业的措施

7.4 中国体育竞赛表演产品供应链运行分析

7.4.1 体育产品和竞赛体育表演产品

7.4.2 竞赛体育表演产品的需求特征

7.4.3 供应链和竞赛体育表演产品供应链

7.4.4 竞赛体育表演产品供应链的结构和类型

7.4.5 竞赛体育表演产品供应链的运行机制

7.5 中国体育竞赛表演业发展趋势分析

7.5.1 竞赛表演业全球化

7.5.2 赛事活动社会化

7.5.3 赛事运作规范化

第八章 2014-2016年中国体育用品市场投资潜力分析

8.1 中国体育用品市场现状综述

8.1.1 产业发展回顾

8.1.2 市场发展特征

8.1.3 区域格局分析

8.1.4 行业“互联网+”

8.1.5 标杆企业运营

8.1.6 国际竞争力现状

8.2 中国体育用品制造行业经济规模分析

8.2.1 销售规模

8.2.2 利润规模

8.2.3 资产规模

8.3 中国体育用品制造行业财务状况

8.3.1 盈利能力指标分析

8.3.2 营运能力指标分析

8.3.3 偿债能力指标分析

8.3.4 财务状况综合评价

8.4 中国体育用品产业集群分析

8.4.1 产业集群发展简况

8.4.2 产业集群发展的特征

8.4.3 产业集群发展的积极作用

8.4.4 产业集群发展存在的阻力

8.4.5 产业集群发展对策解析

8.5 中国体育用品市场开发与营销分析

8.5.1 市场开发与营销现状

8.5.2 行业广告投放规模

8.5.3 市场开发与营销中的问题

8.5.4 市场开发与营销策略

8.6 中国体育用品价格与供求影响因素探析

8.6.1 影响供求的主要因素

8.6.2 影响价格变动的主要因素

8.6.3 确定价格优势带动市场需求

8.7 中国体育用品产业存在的问题

8.7.1 企业规模小

8.7.2 科技含量低

8.7.3 缺乏知名品牌

8.8 我国体育用品产业发展对策

8.8.1 加大科技投入

8.8.2 走集群化发展道路

8.8.3 打造知名品牌品牌

第九章 2014-2016年中国体育服务产业投资潜力分析

9.1 体育服务市场的特征分析

9.1.1 服务对象的不确定性

9.1.2 服务市场的不确定性

9.2 体育赞助业发展潜力分析

9.2.1 意义及作用分析

9.2.2 市场发展的优势

9.2.3 市场现状分析

9.2.4 市场存在的问题及策略

9.2.5 市场风险及防范措施

9.2.6 市场容量预测

9.3 体育彩票业发展潜力分析

9.3.1 概念界定及历程

9.3.2 行业发展态势

9.3.3 行业发展特征

9.3.4 市场销售规模

9.3.5 乡镇市场分析

9.3.6 行业政策动态

9.3.7 管理体制及运作模式

9.3.8 行业发展的建议

9.4 体育保险业发展潜力分析

9.4.1 市场特点分析

9.4.2 保险险种分析

9.4.3 相关政策的影响

9.4.4 行业存在的差距

9.4.5 行业的问题及对策

9.4.6 构建体育保险体系的途径

9.5 体育广告业发展潜力分析

9.5.1 概念界定及类别

9.5.2 行业发展状况

9.5.3 市场消费者分析

9.5.4 市场经济价值

9.5.5 行业发展对策

9.6 体育旅游业发展潜力分析

9.6.1 产业定义及特点

9.6.2 行业发展历程

9.6.3 市场经济价值

9.6.4 行业标准构建探析

9.6.5 市场低碳化发展分析

9.6.6 产业竞争力分析

9.6.7 产业竞争力提升策略

9.7 中国体育服务产业发展对策

9.7.1 调整体育用品业和服务业扶持力度

9.7.2 适当刺激高档体育服务产业

9.7.3 与公共体育服务协调发展

9.7.4 加深与旅游和文化产业的融合

9.7.5 加强内部产业类型政策的融合

9.7.6 调整政府在产业经营中的角色

9.7.7 市场营销与开拓策略

9.7.8 完善价格管理机制的对策

第十章 2014-2016年中国体育场馆运营现状分析

10.1 中国体育场馆政策分析

10.1.1 体育场馆政策发展及特点

10.1.2 体育场馆政策数量分析

- 10.1.3 体育场馆政策发展思考
- 10.2 中国体育场馆盈利模式分析
 - 10.2.1 体育场馆的经营管理现状
 - 10.2.2 各种经营模式下的盈利模式
 - 10.2.3 体育场馆的盈利需理清各种关系
 - 10.2.4 改进体育场馆盈利模式的建议
- 10.3 中国大型体育场馆运营分析
 - 10.3.1 大型体育场馆对城市的影响
 - 10.3.2 大型体育场馆融资模式分析
 - 10.3.3 北京工人体育馆运营案例
 - 10.3.4 大型体育场馆发展存在的问题
 - 10.3.5 大型体育场馆经营困境
 - 10.3.6 大型体育场馆建设思路
 - 10.3.7 大型体育场馆管理策略
- 10.4 中国公共体育场馆运营管理状况
 - 10.4.1 公共体育场馆运营管理模式
 - 10.4.2 公共体育场馆管理体制变革
 - 10.4.3 公共体育场馆经营内容介绍
 - 10.4.4 公共体育场馆运营绩效评价
 - 10.4.5 运营管理中遇到的主要问题
- 10.5 中国高校体育场馆运营分析
 - 10.5.1 国外高校体育场馆的经营管理综述
 - 10.5.2 国内高校体育场馆经营管理现状
 - 10.5.3 国内高校体育场馆经营管理模式
- 10.6 中国体育场馆运营存在的问题及策略分析
 - 10.6.1 体育场馆经营问题成因
 - 10.6.2 体育场馆管理经验借鉴
 - 10.6.3 重点盘活体育场馆资源
 - 10.6.4 体育场馆经营问题的建议
- 10.7 地方体育场馆经营改革的举措
 - 10.7.1 进行合理的规划建设
 - 10.7.2 改变单一的投资结构
 - 10.7.3 采取专业化管理模式
- 第十一章 2014-2016年中国国家体育产业基地发展分析
 - 11.1 国家体育产业基地相关概述

- 11.1.1 产业集群相关概念
 - 11.1.2 体育产业基地功能定位
 - 11.1.3 国家体育产业基地分类
 - 11.1.4 体育产业基地认定条件
 - 11.1.5 体育产业基地评审程序
 - 11.1.6 体育产业基地实施进程
 - 11.2 国家体育产业基地发展模式
 - 11.2.1 产业基地形成模式
 - 11.2.2 产业基地发展模式
 - 11.3 国家体育产业基地产业集群分析
 - 11.3.1 我国体育产业基地基础条件
 - 11.3.2 我国体育产业基地特点及定位
 - 11.3.3 国家体育产业基地的形成动力
 - 11.3.4 国家体育产业基地集群效应
 - 11.4 主要国家体育产业基地发展分析
 - 11.4.1 深圳国家体育产业基地
 - 11.4.2 成都国家体育产业基地
 - 11.4.3 晋江国家体育产业基地
 - 11.4.4 龙潭湖国家体育产业基地
 - 11.4.5 富阳国家体育产业基地
 - 11.4.6 乐陵国家体育产业基地
 - 11.5 国家体育产业基地发展经验分析
 - 11.5.1 地区政府应积极参与
 - 11.5.2 制定高标准的建设规划
 - 11.5.3 设定明确的目标及思路
 - 11.5.4 保障国家政策扶持力度
 - 11.5.5 保障资金和土地投入
 - 11.5.6 建立完善的支撑体系
 - 11.5.7 积极进行招商引资
 - 11.6 国家体育产业基地发展存在的问题及策略
 - 11.6.1 国家体育产业基地存在的主要问题
 - 11.6.2 国家体育产业基地升级思路
 - 11.6.3 国家体育产业基地发展策略
 - 11.6.4 国家体育产业基地推进策略
- 第十二章 2014-2016年中国体育产业区域市场发展潜力分析

12.1 华北地区

12.1.1 北京市

12.1.2 天津市

12.1.3 河北省

12.1.4 山西省

12.1.5 内蒙古

12.2 东北地区

12.2.1 辽宁省

12.2.2 吉林省

12.2.3 黑龙江省

12.3 华东地区

12.3.1 上海市

12.3.2 江苏省

12.3.3 浙江省

12.3.4 安徽省

12.3.5 福建省

12.3.6 江西省

12.3.7 山东省

12.4 华中地区

12.4.1 河南省

12.4.2 湖北省

12.4.3 湖南省

12.5 华南地区

12.5.1 广东省

12.5.2 广西省

12.5.3 海南省

12.6 西南地区

12.6.1 重庆市

12.6.2 四川省

12.6.3 贵州省

12.6.4 云南省

12.6.5 西藏自治区

12.7 西北地区

12.7.1 陕西省

12.7.2 甘肃省

12.7.3 青海省

12.7.4 新疆维吾尔自治区

第十三章 2014-2016年中国体育产业标杆企业经营状况分析

13.1 中体产业

13.1.1 企业发展概况

13.1.2 经营效益分析

13.1.3 业务经营分析

13.1.4 财务状况分析

13.1.5 未来前景展望

13.2 信隆实业

13.2.1 企业发展概况

13.2.2 经营效益分析

13.2.3 业务经营分析

13.2.4 财务状况分析

13.2.5 未来前景展望

13.3 探路者

13.3.1 企业发展概况

13.3.2 经营效益分析

13.3.3 业务经营分析

13.3.4 财务状况分析

13.3.5 未来前景展望

13.4 雷曼光电

13.4.1 企业发展概况

13.4.2 经营效益分析

13.4.3 业务经营分析

13.4.4 财务状况分析

13.4.5 未来前景展望

13.5 奥拓电子

13.5.1 企业发展概况

13.5.2 经营效益分析

13.5.3 业务经营分析

13.5.4 财务状况分析

13.5.5 未来前景展望

13.6 兰生股份

13.6.1 企业发展概况

13.6.2 经营效益分析

13.6.3 业务经营分析

13.6.4 财务状况分析

13.6.5 未来前景展望

13.7 亚泰集团

13.7.1 企业发展概况

13.7.2 经营效益分析

13.7.3 业务经营分析

13.7.4 财务状况分析

13.7.5 未来前景展望

13.8 鸿博股份

13.8.1 企业发展概况

13.8.2 经营效益分析

13.8.3 业务经营分析

13.8.4 财务状况分析

13.8.5 未来前景展望

13.9 上市公司财务比较分析

13.9.1 盈利能力分析

13.9.2 成长能力分析

13.9.3 营运能力分析

13.9.4 偿债能力分析

第十四章 中国体育产业投融资分析

14.1 中国体育产业投融资环境分析

14.1.1 政治法律环境

14.1.2 社会文化环境

14.1.3 技术环境

14.2 中国体育产业投融资发展状况

14.2.1 体育产业投融资现状

14.2.2 体育产业投融资机遇

14.2.3 体育产业投融资渠道

14.2.4 体育产业投融资困境

14.2.5 体育产业投融资对策

14.3 中国体育产业资本市场融资发展战略分析

14.3.1 体育产业资本市场融资的重要作用

14.3.2 体育产业资本市场融资的发展战略实现的基础

14.3.3 体育产业资本市场融资的发展战略

14.4 中国体育产业引进民营资本分析

14.4.1 体育产业引进民营资本的必要性

14.4.2 体育产业引进民营资本的可行性

14.4.3 政府在体育产业引进民营资本方面的作用

14.5 中国体育产业投融资项目主要风险分析

14.5.1 政治法律风险

14.5.2 经济风险

14.5.3 社会文化风险

14.5.4 技术风险

14.5.5 非系统风险

14.6 中国体育产业投融资项目风险应对措施

14.6.1 预防风险

14.6.2 减轻风险

14.6.3 回避风险

14.6.4 转移风险

14.6.5 接受风险

14.6.6 储备风险

第十五章 中国体育产业发展前景展望

15.1 “十三五”中国体育产业发展规划剖析

15.1.1 面临的形势

15.1.2 发展思路

15.1.3 主要目标

15.1.4 重点任务

15.2 中国体育产业发展前景及趋势

15.2.1 体育产业前景可期

15.2.2 体育产业的发展趋势

15.2.3 体育产业未来发展主题

15.3 2017-2022年中国体育产业发展预测分析

15.3.1 中国体育产业发展因素分析

15.3.2 2017-2022年中国体育产业规模预测

15.3.3 2017-2022年中国体育用品制造业预测

附录：

附录一：中华人民共和国体育法

附录二：国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见

附录三：体育总局关于推进体育赛事审批制度改革的若干意见

附录四：体育场馆运营管理办法

附录五：国务院办公厅关于印发中国足球改革发展总体方案的通知

附录六：全民健身计划（2017-2022年）

部分图表目录：：

图表1 澳大利亚体育休闲活动相关数据

图表2 澳大利亚体育休闲服务业的相关数据

图表3 日本体育产业总体规模

图表4 日本体育产业结构

图表5 日本年人均可支配收入与人均消费额的变迁

图表6 日本年人均体育消费额与体育消费系数的变迁

图表7 中韩体育经济规模比较

图表8 中韩体育产业增加值的比较

图表9 中韩两国体育产业增加值对比

图表10 中国体育产业就业人口情况

图表11 主要国际组织GDP增长率预测值

图表12 2016年人口数及其构成

图表13 2014-2016年城镇新就业人数

图表14 2014-2016年全员劳动生产率

图表15 各系统体育场地数量及面积

图表16 各单位体育场地数量及面积情况

图表17 主要体育场地类型分布情况

图表18 场地数量排名靠前的场地类型情况

图表19 场地面积排名靠前的场地类型情况

图表20 室内外体育场地城乡分布情况

（GYZX）

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/wentiyule/282796282796.html>