

2018年中国体育行业分析报告- 市场深度分析与投资前景预测

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《2018年中国体育行业分析报告-市场深度分析与投资前景预测》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/314944314944.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

一、竞技体育：国际赛事中体育冠军人数稳步增长

国家统计局数据显示：我国在国际赛事中中国体育冠军人数逐年稳步增长，从 1978 年的 4 人稳步增长到 2015 年的 214 人。除此之外，在历届奥运会中，我国竞技体育的影响力也在提升，从 20 世纪 80 年代到 21 世纪，金牌数从 5-15 枚之间增长到 25-55 枚之间，奖牌数从 30 枚左右增长到 60-100 枚之间，金牌榜的排名稳定在世界前三，我国竞技体育在国际上地位已十分稳固。

图：1978 年以来，国际赛事里中国体育冠军人数逐年增长

图：1984 年以来历届奥运会中国金牌/奖牌及排名情况

国内竞技体育正从单纯追求金牌转向享受体育精神。中国体育强国的地位在 2008 年北京奥运会之后更加不可撼动。赛场上，部分新一代的运动员们已经不把金牌视为唯一追求目标，体现出了体育强国应有的健康心态。国内专业的运动员们更加懂得享受体育之美，“傅园慧们”已经从单纯追求金牌转向追求超越自己，以及更高、更快、更强的体育精神。

二、全民运动：全民运动意识觉醒，产业价值壮大

根据 2014 年国家最新全民健身状况调查公报数据，相比 2007 年，整体全民运动健身的人群比例增长近 8 个百分点，尤其是 20-40 岁人群，锻炼人群比例翻了一番，逐渐缩小与发达国家之间的差距。20-40 岁人群是社会的中坚力量，具有旺盛的娱乐和消费需求，C 端消费价值更高。

中青年人群运动需求的崛起，将为产业带来更多附加值和产业价值拓展空间。《全民健身计划（2011-2015）》实施效果评估总报告中显示，截至 2014 年底，中国“经常参加体育锻炼人”的人数比例已达 33.9%。根据《全民健身计划（2016—2020 年）》，到 2020 年，参加体育锻炼的人数明显增加，每周参加 1 次及以上体育锻炼的人数达到 7 亿，经常参加体育锻炼的人数达到 4.35 亿。全民健身的教育、经济和社会等功能充分发挥，与各项社会事业互促发展的局面基本形成，体育消费总规模达到 1.5 万亿元。在政策的指引下，产业价值不断壮大。

图：2007 和 2014 年中国经常参加锻炼的人口比例

图：中国与欧盟体育人口占比情况

图：2017 中国体育人口规模、构成及消费现状

三、体育行业内企业情况：国内巨头已深入到体育行业的上游资源

各市场巨头布局的全产业链生态圈已经初具规模和体系，商业生态系统的竞争与合作预计将会继续进一步拓展深化。

目前，国内巨头对体育产业的布局已经深入到上游资源，例如：海外产业并购赛事引入、争夺稀缺赛事版权、投资控股体育核心产业、赛场/场馆等，对于上游体育资源的掌控

将大幅提升国内公司的话语权。

图：2017 年中国体育行业部分典型巨头企业的全产业链布局

观研天下发布的《2018年中国体育行业分析报告-市场深度分析与投资前景预测》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。

【报告目录】

第一章：中国体育产业发展综述

1.1 体育产业概述

1.1.1 体育产业的定义及分类

(1) 体育产业的定义

(2) 体育产业的分类

1.1.2 体育产业链分析

1.1.3 体育产业发展阶段

1.2 体育产业相关环境分析

1.2.1 体育产业相关政策环境分析

1.2.2 体育产业相关经济环境分析

(1) 国际宏观经济环境分析

(2) 国内宏观经济环境分析

(3) 经济环境对体育产业的影响

1.2.3 体育产业相关消费环境分析

(1) 居民收入水平分析

(2) 社会消费结构分析

(3) 消费环境对体育产业的影响

1.2.4 体育产业相关社会环境分析

- (1) 中国人口发展环境分析
- (2) 居民生活方式的转变
- (3) 低碳消费成为倡导的生活方式

第二章：体育产业总体发展状况与趋势分析

2.1 发达国家体育产业发展状况分析

2.1.1 发达国家体育产业发展概述

2.1.2 美国体育产业发展分析

2.1.3 日本体育产业发展分析

2.2 中国体育产业发展状况与趋势分析

2.2.1 中国体育产业各领域发展情况

2.2.2 中国体育产业各领域发展趋势

2.3 中国体育产业基地建设分析

2.3.1 国家体育产业基地发展概况

2.3.2 深圳国家体育产业基地发展分析

- (1) 深圳国家体育产业基地概况
- (2) 深圳国家体育产业基地的发展思路和空间布局
- (3) 深圳国家体育产业基地建设进展
- (4) 深圳体育产业发展规划

2.3.3 成都国家体育产业基地发展分析

- (1) 成都国家体育产业基地概况
- (2) 成都国家体育产业基地建设进展
- (3) 成都国家体育产业基地工作思路
- (4) 成都市体育产业发展规划

2.3.4 晋江国家体育产业基地发展分析

- (1) 晋江国家体育产业基地概况
- (2) 晋江国家体育产业基地建设进展
- (3) 晋江国家体育产业基地工作思路

2.3.5 北京龙潭湖国家体育产业基地发展分析

- (1) 北京龙潭湖国家体育产业基地概况
- (2) 北京龙潭湖国家体育产业基地特色优势
- (3) 北京龙潭湖国家体育产业基地功能定位与建设规划
- (4) 北京龙潭湖国家体育产业基地规划建设进展
- (5) 北京龙潭湖国家体育产业基地发展过程中的瓶颈和亟待解决的问题
- (6) 北京龙潭湖国家体育产业基地建设思路

2.3.6 乐陵国家体育产业基地发展分析

- (1) 乐陵国家体育产业基地揭牌
- (2) 乐陵体育产业发展分析
- (3) 乐陵发展规划

第三章：中国体育用品业发展分析

3.1 体育用品行业整体发展现状

3.1.1 体育用品行业发展概况

3.1.2 体育用品行业进出口状况

3.2 运动服装市场发展分析

3.2.1 运动服装行业经营情况

- (1) 行业销售规模
- (2) 行业竞争格局

3.2.2 运动服装行业进出口分析

- (1) 行业出口市场分析
- (2) 行业进口市场分析

3.2.3 运动服装行业重点产品市场发展分析

- (1) 篮球服市场发展分析
- (2) 足球服市场发展分析
- (3) 田径服市场发展分析
- (4) 网球服市场发展分析
- (5) 游泳服市场发展分析

3.2.4 大众运动服装消费群体特征

- (1) 大众运动服装消费群体范围
- (2) 大众运动服消费群体性别特征
- (3) 大众运动服消费群体年龄特征

3.2.5 行业标杆企业经营情况分析

- (1) 行业标杆企业分区域市场分析
- (2) 行业标杆企业市场数据对比

3.2.6 运动服行业发展前景与趋势

- (1) 行业发展前景
- (2) 行业发展趋势

3.3 运动鞋市场发展分析

3.3.1 运动鞋行业经营情况

- (1) 行业规模

- (2) 行业竞争格局
- 3.3.2 运动鞋行业进出口分析
 - (1) 行业出口市场分析
 - (2) 行业进口市场分析
- 3.3.3 运动鞋行业重点产品品牌格局分析
 - (1) 篮球鞋市场品牌格局
 - (2) 足球鞋市场品牌格局
 - (3) 慢跑鞋市场品牌格局
 - (4) 旱冰鞋市场品牌格局
 - (5) 帆布鞋市场品牌格局
 - (6) 休闲运动鞋市场品牌格局
- 3.3.4 运动鞋行业标杆企业经营情况分析
- 3.3.5 运动鞋行业发展前景与趋势
- 3.4 运动器材市场发展分析
 - 3.4.1 球类制造市场发展分析
 - (1) 球类制造行业概述
 - (2) 球类制造行业经营情况
 - (3) 球类制造行业进出口分析
 - (4) 球类制造行业重点产品品牌格局分析
 - (5) 球类制造行业发展前景预测
 - 3.4.2 训练健身器材市场发展分析
 - (1) 训练健身器材行业概述
 - (2) 训练健身器材行业经营情况
 - (3) 训练健身器材行业进出口分析
 - (4) 训练健身器材行业重点产品市场发展分析
 - (5) 训练健身器材行业发展前景与趋势
- 3.5 个人运动防护用品市场发展分析
 - 3.5.1 个人运动防护用品行业经营情况
 - (1) 行业规模
 - (2) 行业总体财务指标
 - (3) 行业供需现状
 - 3.5.2 个人运动防护用品行业重点产品品牌格局
 - (1) 个人眼睛防护用品市场品牌格局
 - (2) 个人头部（除眼睛）防护用品市场品牌格局
 - (3) 其他个人防护用品市场品牌格局

3.5.3 个人运动防护用品行业发展前景预测

3.6 户外用品市场发展分析

3.6.1 户外用品行业经营情况

(1) 行业发展概况

(2) 户外用品结构

(3) 户外用品品牌格局

3.6.2 户外用品行业重点产品品牌格局分析

(1) 帐篷市场品牌格局

(2) 睡袋市场品牌格局

(3) 户外登山鞋市场品牌格局

(4) 户外防护用品市场品牌格局

3.6.3 户外用品行业标杆企业经营情况

(1) 企业营销渠道分析

(2) 企业产品销售分析

(3) 企业经营效益分析

3.6.4 户外用品行业发展前景与趋势

第四章：体育场馆业发展分析

4.1 中国体育场馆行业发展状况分析

4.1.1 中国体育场馆行业发展现状分析

(1) 中国体育场馆行业规模

(2) 中国体育场馆企业性质

(3) 中国体育场馆建筑情况

(4) 中国体育场馆资产利用情况

4.1.2 中国体育场馆行业经营情况分析

(1) 体育场馆营业范围

(2) 体育场馆经费来源

(3) 体育场馆经营方式

(4) 体育场馆税负情况

(5) 体育场馆就业情况分析

4.1.3 中国体育场馆行业现存问题分析

4.2 中国高校体育场馆发展状况分析

4.2.1 中国高校体育场馆供给现状分析

(1) 供给规模

(2) 供给主体

- (3) 资金来源
- (4) 其他来源供给
- (5) 供给与生产合一
- (6) 质量与档次提升
- (7) 在体育场馆供给中作用
- 4.2.2 中国高校体育场馆供给的特殊性
 - (1) 功能设计的独特性
 - (2) 供给主体的单一性
 - (3) 服务对象与功能的多重性
 - (4) 生产过程的公益性
 - (5) 提供与生产的合一性
- 4.2.3 高校体育场馆向社会开放的可行性
 - (1) 向社会开放的意义
 - (2) 向社会开放的风险
 - (3) 向社会开放的风险规避
- 4.2.4 中国高校体育馆建设中存在问题
- 4.2.5 中国高校体育场馆建设的建议
- 4.2.6 中国高校体育场馆发展趋势分析
- 4.3 大型体育赛事对体育场馆影响案例分析
 - 4.3.1 北京奥运会
 - (1) 北京奥运会场馆建设及分布情况
 - (2) 北京奥运会场馆结构分析
 - (3) 现有的奥运场馆赛后利用模式
 - (4) 奥运场馆后继使用特殊情况分析
 - (5) 北京奥运场馆赛后利用建议
 - (6) 国家体育场——鸟巢运营模式分析
 - (7) 奥运后体育场馆运营前景
 - 4.3.2 广州亚运会
 - (1) 广州亚运会场馆建设及分布情况
 - (2) 现有的亚运场馆赛后利用模式
 - (3) 广州亚运场馆赛后利用制约因素
 - (4) 广州亚运场馆赛后利用建议
 - 4.3.3 深圳大运会
 - (1) 深圳大运会场馆建设及分布情况
 - (2) 深圳大运会场馆建设原则分析

- (3) 深圳大运会部分场馆的赛后利用
- (4) 深圳大运会场馆赛后利用建议
- (5) 大运开幕式场馆——春茧运营模式分析
- (6) 深圳大运场馆的集团化管理模式分析
- 4.4 大型体育场馆运营管理案例与建议分析
 - 4.4.1 美国四个大型体育场馆运营管理案例
 - (1) 麦迪逊广场花园 (MadisonSquareGarden)
 - (2) 玫瑰碗球场 (RoseBowlStadium)
 - (3) 丰田体育中心 (ToyotaCenter)
 - (4) 万乔维亚中心球场 (WachoviaCenter)
 - 4.4.2 美国大型体育场馆成功运营经验借鉴
 - 4.4.3 中国大型体育场馆运营管理现存问题
 - 4.4.4 中国大型体育场馆运营管理建议
- 4.5 中国体育场馆行业发展前景预测
 - 4.5.1 体育场馆行业发展的驱动因素分析
 - 4.5.2 体育场馆行业发展的障碍因素分析
 - 4.5.3 中国体育场馆行业发展前景分析

第五章：体育彩票业发展分析

- 5.1 中国彩票业发展现状
 - 5.1.1 中国彩票业市场规模
 - 5.1.2 中国彩票业市场结构分析
- 5.2 中国体育彩票业发展概况
 - 5.2.1 中国体育彩票业发展历程
 - 5.2.2 中国体育彩票业市场规模分析
 - 5.2.3 中国体育彩票业区域分布分析
- 5.3 中国体育彩票业竞争情况分析
 - 5.3.1 替代品的竞争
 - 5.3.2 区域竞争情况
 - 5.3.3 省市竞争情况
- 5.4 中国体育彩票业细分产品市场分析
 - 5.4.1 中国体育彩票业细分产品市场结构
 - (1) 乐透数字型体育彩票市场分析
 - 1) 发展现状分析
 - 2) 市场需求潜力分析

5.4.2 即开型体育彩票市场分析

- (1) 发展现状分析
- (2) 市场需求潜力分析

5.4.3 竞猜型体育彩票市场分析

- (1) 发展现状分析
- (2) 市场需求潜力分析

5.5 中国彩民购彩行为及调研分析

5.5.1 彩民基本特征

- (1) 彩民性别特征
- (2) 彩民年龄特征
- (3) 彩民家庭结构特征
- (4) 彩民文化程度特征

5.5.2 购买彩票的习惯特征

- (1) 彩民购彩地点
- (2) 彩民购彩年限
- (3) 彩民购彩支出

5.5.3 彩民购彩动机及心理分析

- (1) 彩民购彩状态
- (2) 购彩点关注因素
- (3) 如何看“号码分析”
- (4) 认为头奖中奖率

5.5.4 彩民购彩方式分析

- (1) 互联网购彩分析
- (2) 手机购彩分析

5.5.5 彩民购买体育彩票心理分析

- (1) 购买体育彩票的目的
- (2) 对体育彩票外观感觉
- (3) 购买体彩是否受外界影响
- (4) 购买体彩是否与个人经济实力有关

5.5.6 彩民购买体育彩票行为分析

5.6 体育彩票业发展前景及预测分析

5.6.1 体育彩票业发展前景及市场规模预测

- (1) 前景分析
- (2) 2018年市场规模预测

5.6.2 各细分彩种发展前景及市场规模预测

(1) 前景分析

(2) 2018年市场规模预测

第六章：其他体育产业子行业发展分析

6.1 体育竞赛业发展分析

6.1.1 体育竞赛业发展概况

6.1.2 职业体育俱乐部竞赛业发展分析

(1) 职业体育赛事发展概况

(2) 职业体育俱乐部赛事发展分析

6.1.3 其他组织模式的体育竞赛业发展分析

(1) 非俱乐部职业赛事发展分析

(2) 非职业俱乐部赛事发展分析

(3) 非职业非俱乐部体育赛事发展分析

6.2 体育健身业发展分析

6.2.1 体育健身业发展概况

6.2.2 健身俱乐部经营模式发展分析

(1) 健身俱乐部发展现状及经营特点

(2) 健身俱乐部经营模式分析

6.2.3 非俱乐部经营模式发展分析

(1) 非俱乐部健身业发展现状及经营特点

(2) 非俱乐部健身业经营模式分析

(3) 非俱乐部健身业市场经营成本与收益

6.3 体育中介业发展分析

6.3.1 体育中介的内涵及分类

6.3.2 体育中介业发展情况

6.3.3 体育中介业经营效益

6.3.4 国内外体育中介业比较分析

6.4 体育传媒业发展分析

6.4.1 体育传媒业总体发展概况

6.4.2 体育媒体运营个案分析

(1) CCTV-5个案分析

(2) 新浪网体育频道个案分析

第七章：中国体育产业领先企业经营分析

7.1 体育用品业领先企业经营分析

7.1.1 李宁有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络
- (10) 企业经营状况优劣势分析
- (11) 企业投资兼并与重组分析
- (12) 企业最新发展动向分析

7.1.2 安踏体育用品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业产品结构及新产品动向
- (8) 企业销售渠道与网络
- (9) 企业经营状况优劣势分析
- (10) 企业投资兼并与重组分析
- (11) 企业最新发展动向分析

7.1.3 中国动向（集团）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析
- (7) 企业组织架构分析
- (8) 企业产品结构及新产品动向
- (9) 企业销售渠道与网络

(10) 企业经营状况优劣势分析

(11) 企业投资兼并与重组分析

(12) 企业最新发展动向分析

7.1.4 特步国际控股有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构及新产品动向

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

(10) 企业最新发展动向分析

7.1.5 匹克体育用品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构及新产品动向

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

(10) 企业最新发展动向分析

7.1.6 三六一度国际有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

(7) 企业产品结构及新产品动向

(8) 企业销售渠道与网络

(9) 企业经营状况优劣势分析

(10) 企业最新发展动向分析

7.1.7 福建德尔惠体育用品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

7.2 体育健身业领先企业经营分析

7.2.1 上海一兆韦德健身管理有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业健身会所建设及分布情况

(4) 企业健身项目分析

(5) 企业健身教练情况分析

(6) 企业经营模式分析

(7) 企业经营状况优劣势分析

7.2.2 上海美格菲健身中心有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业健身会所建设及分布情况

(4) 企业健身项目分析

(5) 企业经营模式分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

7.2.3 威康健身管理咨询(上海)有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业健身会所建设及分布情况

(4) 企业健身项目分析

(5) 企业健身教练情况分析

(6) 企业经营模式分析

(7) 企业经营状况优劣势分析

7.2.4 青岛英派斯大健康股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业健身会所建设及分布情况

(4) 企业健身项目分析

(5) 企业经营模式分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

7.2.5 上海金仕堡体育发展有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业健身会所建设及分布情况

(3) 企业健身项目分析

(4) 企业经营状况优劣势分析

7.2.6 北京宝迪沃健康管理集团经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业健身会所建设及分布情况

(4) 企业健身项目分析

(5) 企业经营模式分析

(6) 企业经营状况优劣势分析

7.2.7 星之健身俱乐部有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业健身会所建设及分布情况

(4) 企业健身项目分析

(5) 企业经营状况优劣势分析

7.3 领先体育场馆及运营企业经营分析

7.3.1 首都体育馆

(1) 场馆简介

(2) 场馆规模

(3) 场馆设施

(4) 场馆服务项目

(5) 场馆运营管理

(6) 场馆特色

7.3.2 国家奥林匹克体育中心体育场

(1) 场馆简介

(2) 场馆规模

(3) 场馆设施

(4) 场馆服务项目

(5) 场馆运营管理

7.3.3 北京职工体育服务中心工人体育场

(1) 场馆简介

(2) 场馆规模

(3) 场馆设施

(4) 场馆服务项目

(5) 场馆运营管理

7.3.4 成都体育产业有限责任公司

(1) 企业简介

(2) 企业体育场馆资源分析

(3) 企业服务项目

(4) 企业经营状况优劣势分析

7.3.5 北京五棵松体育场馆运营管理有限公司

(1) 企业简介

(2) 企业体育场馆资源分析

(3) 企业服务项目

(4) 企业经营状况优劣势分析

7.3.6 深圳市大运中心运营管理有限公司

(1) 企业简介

(2) 企业体育场馆资源分析

(3) 企业服务项目

(4) 企业经营状况优劣势分析

7.4 体育彩票领先管理中心经营分析

7.4.1 深圳市体育彩票管理中心

(1) 中心发展简况分析

(2) 中心经营情况分析

(3) 中心体育彩票相关彩种分析

(4) 中心经营优劣势分析

7.4.2 南京市体育彩票管理中心

(1) 中心发展简况分析

(2) 中心经营情况分析

(3) 中心体育彩票相关彩种分析

(4) 中心经营优劣势分析

7.4.3 广州市体育彩票管理中心

(1) 中心发展简况分析

(2) 中心经营情况分析

(3) 中心体育彩票相关彩种分析

(4) 中心经营优劣势分析

7.4.4 温州市体育彩票管理中心

(1) 中心发展简况分析

(2) 中心经营情况分析

(3) 中心体育彩票相关彩种分析

(4) 中心经营优劣势分析

7.4.5 青岛市体育彩票管理中心

(1) 中心发展简况分析

(2) 中心经营情况分析

(3) 中心体育彩票相关彩种分析

(4) 中心经营优劣势分析

7.5 体育中介业领先企业经营分析

7.5.1 中视体育娱乐有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业成功体育运营案例分析

(4) 企业经营状况优劣势分析

7.5.2 北京众辉国际体育管理公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业成功体育运营案例分析

(4) 企业经营状况优劣势分析

7.5.3 中体保险经纪有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业体育项目保险产品及其保险条款分析

(4) 企业经营状况优劣势分析

7.5.4 中体经纪管理有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业成功体育运营案例分析

(4) 企业经营状况优劣势分析

第八章：中国体育产业投融资分析

8.1 体育产业投融资模式的国际经验

8.1.1 发达国家体育产业投融资模式

- (1) 欧美体育产业投融资模式
- (2) 日本体育产业投融资模式
- (3) 美国体育产业投融资模式

8.1.2 国外体育产业投融资的实践运用

- (1) 银团贷款
- (2) 资产证券化融资
- (3) 商业信用融资
- (4) 球员抵押贷款

8.2 中国体育产业投融资体系构建策略分析

8.2.1 中国体育产业财政投融资体系完善策略

8.2.2 中国体育产业投融资资本市场完善策略

8.2.3 中国体育产业风险投资市场完善策略

8.2.4 体育产业资本运营渠道拓宽策略

8.2.5 中国体育产业投资基金运行策略

- (1) 发展中国体育产业投资基金的意义
- (2) 体育产业投资基金的运作模式
- (3) 体育产业投资基金的募集方式
- (4) 体育产业投资基金的资金来源
- (5) 政府对体育产业投资基金的支持
- (6) 体育产业投资基金的投资对象

图表目录

图表1：体育及相关产业活动情况

图表2：体育产业分类

图表3：体育产业链结构

图表4：体育产业发展阶段

图表5：体育产业相关政策及法律法规

图表6：发达经济体增长情况（单位：%）

图表7：主要新兴经济体增长情况（单位：%）

图表8：世界银行和IMF对于世界主要经济体的预测（单位：%）

图表9：2017年以来我国GDP增长趋势（单位：亿元，%）

图表10：2017年以来我国城镇居民人均可支配收入及其变化趋势（单位：元，%）

图表11：2017年以来我国农村居民纯收入及其变化趋势（单位：元，%）

图表12：我国社会消费结构明细（单位：亿元，%）

图表13：发达国家体育产业发展的特点

图表14：美国体育产业构成图

图表15：美国职业体育球迷规模（单位：%）

图表16：美国健身体育规模（单位：万个）

图表17：美国休闲体育活动规模（单位：万人）

图表18：日本体育产业构成图

图表19：日本体育产业各领域产值及所在比重（单位：亿日元，%）

图表20：中国体育及相关产业主要指标（单位：亿元，万人，%）

图表21：中国体育产业各领域发展趋势

图表22：国家体育产业基地列表

图表23：北京龙潭湖国家体育产业基地建设下一步思路

图表24：2017年以来中国体育用品行业增加值及其增长率（单位：亿元，%）

图表详见报告正文（BGZQJP）

特别说明：观研天下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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiyule/314944314944.html>