

2019年中国体育行业分析报告- 市场深度研究与发展趋势前瞻

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年中国体育行业分析报告-市场深度研究与发展趋势前瞻》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/465338465338.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

【报告大纲】

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2016-2019年中国体育产业发展环境分析

2.1经济环境

2.1.1世界经济形势分析

2.1.2国内宏观经济概况

2.1.3中国对外经济分析

2.1.4国内固定资产投资

2.1.5国内宏观经济展望

2.2政策环境

2.2.1产业政策逐步完善

2.2.2产业重点政策汇总

2.2.3产业标准化建设状况

2.2.4产业统计日趋规范

2.3消费环境

2.3.1居民收入水平

2.3.2居民消费水平

2.3.3居民文化消费水平

2.3.4体育消费状况

2.4社会环境

2.4.1人口规模结构

2.4.2体育与亚健康

2.4.3居民体育生活方式

2.4.4儿童青少年体育健身指数

第三章2016-2019年中国体育产业发展现状综合分析

3.1中国体育产业资源开发探析

3.1.1体育产业资源内涵

3.1.2体育产业资源盘点

3.1.3体育产业资源现状

3.1.4体育产业资源开发

3.2中国体育产业发展现状

3.2.1产业发展地位

3.2.2体育场地建设

3.2.3产业发展规模

3.2.4产业体系分析

3.2.5产业市场主体

3.2.6产业质量现状

3.2.7奥运经济效益

3.2.8产业平台状况

3.3中国体育产业管理状况

3.3.1产业管理的现状

3.3.2产业管理模式创新

3.3.3产业管理的问题

3.3.4产业管理的措施

3.4中国体育产业商业化运作模式分析

3.4.1实施商业化运作模式的必要性

3.4.2产业商业化运作机制分析

3.4.3推动产业商业化运作的策略

3.5中国体育产业发展问题分析

3.5.1体育产业发展存在的障碍

3.5.2体育产业发展面临的挑战

3.5.3城市体育产业发展的问题

3.5.4产业发展的其他制约因素

3.6中国体育产业发展策略分析

3.6.1体育产业结构优化策略

3.6.2发展城市体育产业的策略

3.6.3体育产业创新发展途径

3.6.4体育产业可持续发展策略

第四章2016-2019年体育行业产业链结构及上下游关联分析

4.1体育行业产业链结构分析

4.2上游行业发展分析

4.2.1产业链上游概述

4.2.2上游行业发展分析

4.2.3上游典型企业分析

4.3中游行业发展分析

4.3.1产业链中游概述

4.3.2中游市场发展分析

4.3.3中游典型企业分析

4.4下游行业发展分析

4.4.1产业链下游概述

4.4.2下游市场发展分析

4.4.3下游典型企业分析

第五章2016-2019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体育营销的总体分析

5.2.1体育营销内涵

5.2.2体育营销范畴

5.2.3体育营销环境变化

5.2.4体育营销市场机会

5.2.5体育营销发展现状

5.2.6体育营销基本原则

5.2.7营销三阶段的对策

5.3体育营销的发展优势

5.3.1体育营销发展优势总述

5.3.2体育营销触达力

5.3.3体育营销文化力

- 5.3.4体育营销扩散力
- 5.4中国体育产业营销方式
 - 5.4.1赞助体育赛事
 - 5.4.2聘请体育明星代言
 - 5.4.3投资体育运动团体
 - 5.4.4谋求活动指定产品权
 - 5.4.5举办公关促销活动
- 5.5微时代对体育营销模式分析
 - 5.5.1微时代微博营销现状
 - 5.5.2微时代的体育微信营销
 - 5.5.3微时代的体育类APP营销
- 5.6体育品牌动漫营销模式分析
 - 5.6.1体育产业动漫营销兴起
 - 5.6.2国外体育动漫营销模式
 - 5.6.3国内体育动漫营销模式
 - 5.6.4体育动漫营销受众分析
- 5.7定制营销在体育产业中的应用分析
 - 5.7.1定制营销模式的优势
 - 5.7.2定制营销的必要性
 - 5.7.3定制营销的SWOT分析
 - 5.7.4定制营销的策略
- 5.8体育营销的成功元素分析
 - 5.8.1门当户对，对号入座
 - 5.8.2战略眼光，系统运作
 - 5.8.3赞助管理，配套跟进
 - 5.8.4眼球经济，创意为王
 - 5.8.5反应迅速，重在销售

第六章2016-2019年中国体育产业融合发展分析

- 6.1中国体育产业融合发展综述
 - 6.1.1产业融合的演进过程
 - 6.1.2产业融合的动力因素
 - 6.1.3产业融合的模式分析
 - 6.1.4促进产业融合成长的建议
- 6.2中国体育产业跨界融合发展分析

- 6.2.1 跨界融合的背景分析
- 6.2.2 跨界融合的主要形式
- 6.2.3 跨界融合创新机制
- 6.2.4 跨界融合的路径
- 6.3 中国体育产业与健康服务业融合发展分析
 - 6.3.1 与健康服务业融合发展机遇
 - 6.3.2 与健康服务业融合发展机制
 - 6.3.3 与健康服务业融合发展的路径
- 6.4 中国体育产业与文化产业融合发展分析
 - 6.4.1 与文化产业相融合的基础
 - 6.4.2 与文化产业融合发展的途径
- 6.5 中国体育产业与旅游业融合发展分析
 - 6.5.1 体育旅游发展意义
 - 6.5.2 体育旅游发展历程
 - 6.5.3 体育旅游发展成果
 - 6.5.4 体育旅游市场规模
 - 6.5.5 体育旅游市场结构
 - 6.5.6 体育旅游发展挑战
 - 6.5.7 体育旅游开发策略
 - 6.5.8 体育旅游发展展望
 - 6.5.9 体育旅游指导意见

第七章 2016-2019年中国体育产业信息化发展及热点技术分析

- 7.1 中国体育产业信息化发展分析
 - 7.1.1 信息技术对产业的影响
 - 7.1.2 产业信息化发展的意义
 - 7.1.3 产业信息化发展的要点
 - 7.1.4 数字化体育发展现状
 - 7.1.5 信息化促进产业变革
 - 7.1.6 产业信息化发展建议
- 7.2 大数据背景下中国体育产业发展分析
 - 7.2.1 大数据发展特点分析
 - 7.2.2 大数据给产业带来的机遇
 - 7.2.3 大数据时代产业面临的挑战
 - 7.2.4 大数据背景下产业发展策略

7.3“互联网+”体育产业发展分析

7.3.1相关定义分析

7.3.2价值优势分析

7.3.3产业链条分析

7.3.4产业发展现状

7.3.5产业商业类型

7.3.6行业竞争格局

7.3.7产业发展策略

7.3.8市场消费趋势

7.4VR+体育产业发展分析

7.4.1VR+体育综述

7.4.2VR+体育直播

7.4.3VR+体育培训

7.4.4VR+体育游戏

7.4.5VR+体育问题

7.5区块链+体育产业发展分析

7.5.1区块链发展分析

7.5.2区块链对体育产业的影响

7.5.3区块链+体育的问题

第八章2016-2019年中国足球产业发展潜力分析

8.12016-2019年中国足球产业运行现状

8.1.1产业发展历程

8.1.2产业链发展情况

8.1.3产业发展现状

8.1.4产业发展结构

8.1.5未来发展空间

8.2中国足球产业面临存在的问题

8.2.1俱乐部长期亏损

8.2.2球员薪资过高

8.2.3过度依赖外援

8.2.4后备人才缺乏

8.2.5行业监管制约

8.3中国足球产业快速发展建议

8.3.1产业化发展对策

8.3.2产业化经营策略

8.3.3产业化培育路径

8.4中国足球产业趋势预测

8.4.1智能球场系统建设

8.4.2足球与电竞结合

8.4.3赞助商角色转变

8.4.4传统转播商转型

8.5中国足球产业发展政策规划探析

8.5.1中长期发展规划

8.5.2中国足球改革发展总体方案

8.5.3足球场地设施建设规划

8.5.4社会足球场建设专项行动方案

第九章2016-2019年中国健身休闲产业发展潜力分析

9.1健身休闲产业发展综合分析

9.1.1产业发展意义

9.1.2产业发展阶段

9.1.3产业发展现状

9.1.4产业发展机遇

9.1.5产业面临挑战

9.1.6产业发展对策

9.1.7产业发展趋势

9.2冰雪产业

9.2.1产业相关政策

9.2.2冰雪赛事现状

9.2.3滑雪产业状况

9.2.4行业消费状况

9.2.5消费人群画像

9.2.6企业布局分析

9.2.7产业发展障碍

9.2.8产业发展建议

9.2.9产业投资机会

9.2.10产业发展趋势

9.3水上运动产业

9.3.1产业发展基础

9.3.2市场开发现状

9.3.3市场开发策略

9.3.4产业总体要求

9.3.5产业主要任务

9.3.6产业保障措施

9.3.7未来市场规模

9.4山地运动

9.4.1产业发展基础

9.4.2市场消费现状

9.4.3发展SWOT分析

9.4.4产业总体要求

9.4.5产业主要任务

9.4.6产业保障措施

9.5航空运动

9.5.1产业发展基础

9.5.2产业发展现状

9.5.3产业总体要求

9.5.4产业主要任务

9.5.5产业保障措施

9.5.6未来发展潜力

9.6其他健身休闲特色运动

9.6.1极限运动产业

9.6.2自行车运动产业

9.6.3马拉松运动产业

9.6.4击剑运动产业

9.7中国健身休闲产业发展指导意见

9.7.1总体要求

9.7.2重点任务

9.7.3保障措施

第十章2016-2019年中国电子竞技产业发展分析

10.1电子竞技的概念阐释

10.1.1电子竞技的定义

10.1.2电子竞技的特征

10.22016-2019年中国电竞行业发展综述

- 10.2.1 行业发展历程
- 10.2.2 行业发展现状
- 10.2.3 行业产业链分析
- 10.2.4 行业管理模式
- 10.2.5 行业辐射效应
- 10.3 2016-2019年中国电竞市场运行分析
 - 10.3.1 电竞市场规模
 - 10.3.2 市场格局分析
 - 10.3.3 电竞用户分析
 - 10.3.4 电竞从业人员
 - 10.3.5 电竞市场需求
- 10.4 2016-2019年中国电竞赛事市场发展状况
 - 10.4.1 电竞赛事市场规模
 - 10.4.2 职业赛事组织扩大
 - 10.4.3 电竞赛事市场特点
 - 10.4.4 电竞赛事奖金排行
 - 10.4.5 移动电竞赛事爆发
 - 10.4.6 国内赛事发展困境
 - 10.4.7 电技赛事优化路径
- 10.5 中国电竞产业SWOT分析
 - 10.5.1 优势 (Strengths)
 - 10.5.2 劣势 (Weakness)
 - 10.5.3 机会 (Opportunities)
 - 10.5.4 威胁 (Treats)
- 10.6 中国电竞行业存在的问题分析
 - 10.6.1 社会偏见问题
 - 10.6.2 盈利渠道有限
 - 10.6.3 人才缺失问题
 - 10.6.4 缺乏自主研发
 - 10.6.5 俱乐部运营机制问题
- 10.7 中国电竞行业的发展策略建议
 - 10.7.1 优化升级策略
 - 10.7.2 行业管理策略
 - 10.7.3 行业营销策略
 - 10.7.4 行业政策建议

10.8中国电竞产业前景展望

10.8.1中国电竞产业前景

10.8.2电竞开启全新时代

10.8.3电竞市场发展态势

第十一章2016-2019年中国体育赛事运作分析

11.1体育赛事对社会发展效益的影响探析

11.1.1体育赛事活动概念界定

11.1.2对区域经济发展的影响

11.1.3对城市形象的影响作用

11.22016-2019年中国体育赛事整体发展状况

11.2.1中外体育赛事组织形式

11.2.2体育赛事市场发展现状

11.2.3体育赛事典型案例分析

11.2.4企业布局体育赛事产业

11.2.5体育赛事未来发展趋势

11.3中国大型体育赛事市场运作分析

11.3.1大型体育赛事市场运作现状

11.3.2市场运作影响因素PEST分析

11.3.3赛事媒介传播相关利益主体

11.3.4大型体育赛事风险管理剖析

11.3.5赛事市场运营中存在的问题

11.3.6赛事市场化运营的对策分析

11.4中国职业体育赛事运作分析

11.4.1赛事产品基本介绍

11.4.2赛事服务传递要求

11.4.3赛事服务制造要素

11.4.4赛事服务传递渠道

11.4.5赛事服务存在问题

11.4.6赛事服务创新对策

11.5中国体育赛事发展模式分析

11.5.1赛事运营模式

11.5.2赛事经营模式

11.5.3赛事管理模式

11.6中国体育赛事风险管理与运作效益评估

- 11.6.1 体育赛事风险管理基本概述
- 11.6.2 体育赛事风险管理现状分析
- 11.6.3 体育赛事运作经济效益分析
- 11.6.4 体育赛事风险管理滞后成因
- 11.6.5 体育赛事风险管理提升策略

第十二章 2016-2019年中国体育竞赛表演产业发展潜力分析

- 12.1 中国体育竞赛表演产业发展概况
 - 12.1.1 行业发展地位
 - 12.1.2 产业组织结构
 - 12.1.3 发展影响因素
 - 12.1.4 产业价值链分析
- 12.2 体育竞赛表演产业对城市化的影响分析
 - 12.2.1 城市建设催生体育竞赛表演产业
 - 12.2.2 体育竞赛表演产业推进城市发展
 - 12.2.3 城市推动体育竞赛表演产业的措施
- 12.3 中国体育竞赛表演产品供应链运行分析
 - 12.3.1 竞赛表演产品概念
 - 12.3.2 产品需求特征分析
 - 12.3.3 产品供应链基本特征
 - 12.3.4 产品供应链结构类型
 - 12.3.5 产品供应链运行机制
- 12.4 中国体育竞赛表演产业发展指导意见
 - 12.4.1 产业总体要求
 - 12.4.2 产业主要任务
 - 12.4.3 发展保障措施
 - 12.4.4 产业发展目标
- 12.5 中国体育竞赛表演产业发展趋势分析
 - 12.5.1 竞赛表演业全球化
 - 12.5.2 赛事活动社会化
 - 12.5.3 赛事运作规范化

第十三章 2016-2019年中国体育用品市场投资潜力分析

- 13.1 中国体育用品行业运行状况
 - 13.1.1 行业发展概况

- 13.1.2行业产销状况
- 13.1.3经济效益分析
- 13.1.4市场竞争状况
- 13.1.5行业出口规模
- 13.2中国体育用品产业集群发展分析
 - 13.2.1产业集群效应分析
 - 13.2.2产业集群特征分析
 - 13.2.3产业集群发展作用
 - 13.2.4产业集群发展阻力
 - 13.2.5产业集群发展对策
- 13.3新零售背景下体育用品市场零售发展探析
 - 13.3.1体育用品零售业态模式
 - 13.3.2体育用品零售面临的问题
 - 13.3.3体育用品零售转型对策
- 13.4中国体育用品行业存在的问题
 - 13.4.1供给需求不匹配
 - 13.4.2品牌同质化严重
 - 13.4.3营销职能的缺失
 - 13.4.4粗放型的渠道建设
 - 13.4.5产业布局不合理
 - 13.4.6产业人才的缺乏
- 13.5中国体育用品行业发展对策研究
 - 13.5.1加大技术投入
 - 13.5.2完善品牌品质
 - 13.5.3确立发展战略
 - 13.5.4加强政策引导
 - 13.5.5培养行业人才
- 13.6中国体育用品行业发展趋势
 - 13.6.1转型升级态势
 - 13.6.2行业发展机遇
 - 13.6.3行业发展趋势

第十四章2016-2019年中国体育服务产业投资潜力分析

- 14.1体育服务产业的发展概述
 - 14.1.1体育服务产业的定义

- 14.1.2体育服务的生产要素
- 14.1.3体育服务的市场结构
- 14.1.4体育服务产业的特征
- 14.2体育赞助业发展潜力分析
 - 14.2.1赞助营销规模
 - 14.2.2市场核心价值
 - 14.2.3主要痛点分析
 - 14.2.4产生原因分析
 - 14.2.5赞助营销趋势
- 14.3体育彩票业发展潜力分析
 - 14.3.1行业成就总结
 - 14.3.2市场销售规模
 - 14.3.3经济社会效益
 - 14.3.4行业监管动态
 - 14.3.5行业发展趋势
- 14.4体育保险业发展潜力分析
 - 14.4.1国外发展类型
 - 14.4.2行业发展阶段
 - 14.4.3行业发展规模
 - 14.4.4行业供需状况
 - 14.4.5行业制度发展
 - 14.4.6行业发展瓶颈
 - 14.4.7瓶颈突破策略
 - 14.4.8行业发展趋势
- 14.5体育经纪市场发展潜力分析
 - 14.5.1基本概念界定
 - 14.5.2市场盈利模式
 - 14.5.3国外经验借鉴
 - 14.5.4经纪人市场发展
 - 14.5.5经纪公司状况
 - 14.5.6行业发展策略
- 14.6中国体育服务行业发展建议
 - 14.6.1培育市场需求
 - 14.6.2培育产业主体
 - 14.6.3促进结构升级

14.6.4深化体制改革

14.6.5完善相关政策

14.6.6加强人才培养

第十五章2016-2019年中国体育场馆运营现状分析

15.1中国体育场馆市场发展状况综述

15.1.1发展效益分析

15.1.2行业发展优势

15.1.3场馆建设状况

15.1.4市场规模状况

15.1.5市场需求分析

15.1.6建设运营前景

15.2中国体育场馆细分领域发展分析

15.2.1大型体育场馆

15.2.2公共体育场馆

15.2.3高校体育场馆

15.2.4智慧体育场馆

15.3中国体育场馆运营模式分析

15.3.1模式产生背景

15.3.2生态产业链模式

15.3.3综合体开发模式

15.3.4体育小镇模式

15.3.5PPP运营模式

15.4中国体育场馆盈利模式分析

15.4.1经营管理现状

15.4.2盈利模式分析

15.4.3盈利需理清的关系

15.4.4改进盈利模式的建议

15.5中国体育场馆融资模式分析

15.5.1融资模式基本分类

15.5.2BOT融资模式分析

15.5.3PPP融资模式分析

15.5.4融资模式发展趋势

15.5.5融资模式选择建议

15.6“互联网+”模式下体育场馆利用与开发分析

- 15.6.1“互联网+”下体育场馆运营现状
- 15.6.2“互联网+”下体育场馆运营思路
- 15.6.3“互联网+”模式下发展趋势建议
- 15.7中国体育场馆发展存在的问题
 - 15.7.1馆内设施问题
 - 15.7.2地区分布问题
 - 15.7.3重视力度问题
- 15.8中国体育场馆运营管理的优化建议
 - 15.8.1发挥市场作用
 - 15.8.2注重激励机制
 - 15.8.3规划资源布局
 - 15.8.4优化人才结构
 - 15.8.5建设中小场馆
- 15.9“十三五”中国体育场馆发展趋势分析

第十六章2016-2019年中国国家体育产业基地发展分析

- 16.1国家体育产业基地相关概述
 - 16.1.1体育产业集群相关概念
 - 16.1.2体育产业基地基本内涵
 - 16.1.3体育产业基地功能定位
 - 16.1.4国家体育产业基地分类
 - 16.1.5体育产业基地认定条件
 - 16.1.6体育产业基地评审程序
- 16.2我国体育产业基地数量及分布
 - 16.2.1体育产业基地发展成效
 - 16.2.2产业基地产生发展活力
 - 16.2.3产业基地空间分布密度
 - 16.2.4新增产业示范基地数量
 - 16.2.5国家体育产业基地评选结果
- 16.3国家体育产业基地发展模式
 - 16.3.1产业基地形成模式
 - 16.3.2产业基地发展模式
- 16.4国家体育产业基地产业集群分析
 - 16.4.1国家体育产业基地特点及定位
 - 16.4.2国家体育产业基地的形成动力

16.4.3国家体育产业基地的发展趋势

16.5国家体育产业基地典型案例分析

16.5.1宜兴国家体育产业示范基地

16.5.2北京奥园国家体育产业示范基地

16.5.3长山群岛国家体育产业示范基地

16.5.4崇礼国家体育产业示范基地

16.5.5团泊国家体育产业示范基地

16.5.6黔西南（县域）国家体育产业示范基地

16.5.7腾冲国家体育产业示范基地

16.6国家体育产业基地发展存在的问题及策略

16.6.1国家体育产业基地发展问题

16.6.2国家体育产业基地升级思路

16.6.3国家体育产业基地发展策略

16.6.4国家体育产业基地推进策略

第十七章2016-2019年中国体育特色小镇建设状况

17.1中国体育特色小镇发展综述

17.1.1体育特色小镇的概念提出

17.1.2体育特色小镇的类型特征

17.1.3体育特色小镇的建设价值

17.1.4体育特色小镇建设的必要性

17.1.5体育特色小镇建设的共性特点

17.1.6体育特色小镇发展优势

17.1.7体育特色小镇建设成效

17.1.8体育特色小镇的建设机遇

17.2中国体育特色小镇建设面临的挑战

17.2.1跨界融合困难

17.2.2消费模式有待升级

17.2.3缺乏文化支撑

17.2.4管理人才匮乏

17.2.5管运机制不灵活

17.2.6其他问题分析

17.3中国体育特色小镇建设路径分析

17.3.1优化消费结构

17.3.2加强校企合作

17.3.3立足实际合理发展

17.3.4科学构建发展体系

17.3.5优化产业布局 and 结构

17.3.6改革创新管运机制

17.3.7制定评价体系

17.3.8其他发展策略

17.4中国体育特色小镇规划的思路与重点

17.4.1赛事型体育小镇

17.4.2休闲型体育小镇

17.4.3康体型体育小镇

17.4.4产业型体育小镇

17.5国内外体育特色小镇的典型案例分析

17.5.1国外典型案例

17.5.2国内典型案例

第十八章2016-2019年中国体育产业典型区域发展分析

18.1广东省体育产业发展综况

18.1.1产业发展优势

18.1.2总体产业规模

18.1.3产业发展要求

18.1.4产业发展问题

18.1.5产业发展对策

18.1.6产业发展方向

18.2江苏省体育产业发展综况

18.2.1产业发展优势

18.2.2产业发展现状

18.2.3体育特色小镇

18.2.4体育消费建设

18.2.5产业集聚状况

18.2.6专项产业规划

18.2.7专项资金投放

18.2.8地区发展建议

18.2.9重点发展方向

18.3浙江省体育产业发展综况

18.3.1产业发展优势

- 18.3.2 产业发展规模
- 18.3.3 海洋体育产业
- 18.3.4 体育特色小镇
- 18.3.5 产业发展目标
- 18.3.6 产业发展重点
- 18.3.7 空间发展布局
- 18.4 福建省体育产业发展综况
 - 18.4.1 产业发展优势
 - 18.4.2 产业发展现状
 - 18.4.3 健身休闲产业
 - 18.4.4 体育产业扶持
 - 18.4.5 体育场馆建设
 - 18.4.6 产业发展规划
 - 18.4.7 发展对策分析
- 18.5 其他重点省市发展状况分析
 - 18.5.1 北京市
 - 18.5.2 上海市
 - 18.5.3 深圳市
 - 18.5.4 重庆市
 - 18.5.5 山东省
 - 18.5.6 湖北省
 - 18.5.7 四川省
 - 18.5.8 河南省

第十九章 中国体育产业标杆企业经营状况分析

19.1 莱茵达体育发展股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

19.2 探路者控股集团股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

19.3深圳市奥拓电子股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

19.4深圳雷曼光电科技股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

19.5北京华录百纳影视股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

19.6江苏金陵体育器材股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

19.7贵人鸟股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

19.8武汉当代明诚文化股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

19.9中体产业集团股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业产品服务分析
- 3、企业经营状况分析
- 4、企业竞争优势分析

第二十章中国文化体育产业上市公司投资统计分析

20.1上市公司在体育行业投资动态分析

20.1.1投资项目综述

20.1.2投资区域分布

20.1.3投资模式分析

20.1.4典型投资案例

20.2体育行业上市公司投资动态分析

20.2.1投资规模统计

20.2.2投资区域分布

20.2.3投资模式分析

20.2.4典型投资案例

20.3上市公司在体育服务领域投资动态分析

20.3.1上市公司在体育服务领域投资动态分析

20.3.2体育服务领域上市公司投资动态分析

20.4上市公司在体育用品领域投资动态分析

第二十一章中国体育产业投融资潜力分析及风险预警

21.1中国体育产业投融资发展状况

21.1.1产业投融资环境

21.1.2产业投融资现状

21.1.3产业投融资机遇

21.1.4产业投融资方式

21.1.5产业投融资问题

21.1.6产业投融资建议

21.2中国体育产业资本市场融资发展战略分析

21.2.1体育产业资本市场融资的重要作用

21.2.2体育产业资本市场融资的发展战略实现的基础

21.2.3体育产业资本市场融资的发展战略

21.3中国体育产业引进民营资本分析

21.3.1体育产业引进民营资本的必要性

21.3.2体育产业引进民营资本的可行性

21.3.3政府在体育产业引进民营资本方面的作用

21.4中国体育产业投融资项目主要风险分析

21.4.1政治法律风险

21.4.2经济风险

21.4.3社会文化风险

21.4.4技术风险

21.4.5非系统风险

21.5中国体育产业投融资项目风险应对措施

21.5.1预防风险

21.5.2减轻风险

21.5.3回避风险

21.5.4转移风险

21.5.5接受风险

21.5.6储备风险

21.62020-2026年中国体育产业投资价值评估及建议

21.6.1投资价值综合评估

21.6.2市场机会矩阵分析

21.6.3行业发展动力评估

21.6.4行业投资壁垒分析

21.6.5市场进入时机判断

21.6.6行业投资风险提示

21.6.7行业投资建议

第二十二章中国体育行业项目投资建设案例深度解析

22.1体育云平台建设项目

22.1.1项目基本概述

22.1.2投资价值分析

22.1.3建设内容规划

22.1.4资金需求测算

22.1.5经济效益分析

22.2体育产品及赛事服务基地建设项目

22.2.1项目基本概述

22.2.2投资价值分析

22.2.3资金需求测算

22.2.4经济效益分析

22.3体育营销与物流网络建设项目

22.3.1项目基本概述

22.3.2投资价值分析

22.3.3资金需求测算

22.4体育产业园项目

22.4.1项目基本概述

22.4.2项目投资价值

22.4.3项目建设内容

22.4.4资金需求测算

22.4.5经济效益分析

22.4.6项目风险分析

第二十三章中国体育产业发展前景及趋势分析

23.1“十三五”体育产业发展规划

23.1.1发展目标

23.1.2主要任务

23.1.3重点行业

23.1.4主要措施

23.2中国体育产业发展前景及趋势

23.2.1产业前景展望

23.2.2产业发展方向

23.2.3未来发展主题

23.32020-2026年中国体育产业预测分析

23.3.12020-2026年中国体育产业影响因素分析

23.3.22020-2026年中国体育产业规模预测

23.3.32020-2026年中国体育用品行业销售收入预测

附录

附录一：中华人民共和国体育法

附录二：全民健身计划（2020-2026年）

附录三：进一步促进体育消费的行动计划（2020-2026年）

附录四：体育强国建设纲要

附录五：关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见

图表目录

图表2019年按领域分固定资产投资（不含农户）及其占比

图表2019年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表2019年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表2016-2019年全国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表2019年固定资产投资（不含农户）主要数据

图表2016-2019年全国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表2019年固定资产投资（不含农户）主要数据

图表18项新发布的体育领域国家标准目录

图表2019年与2019年居民人均可支配收入平均数与中位数对比

图表2019年居民人均可支配收入平均数与中位数

图表2019年全国居民人均消费支出及其构成

图表2019年居民人均消费支出及构成

图表2019年居民人均消费支出及构成

图表详见报告正文……（GY YXY）

【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年中国体育行业分析报告-市场深度研究与发展趋势前瞻》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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/465338465338.html>