2019年中国体育行业分析报告-行业深度调研与未来前景研究

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年中国体育行业分析报告-行业深度调研与未来前景研究》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/diaochang/437955437955.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

我国体育产业虽然起步较晚，但发展很快，产业的领域不断拓展，发展规模也不断扩大，产业的质量也有所改善，产业的效益也明显增高。体育产业的整体规模和其他产业相比较虽然不是很大，但是在社会主义市场经济发展中，已经构成了一个独具特色的产业门类。近年来，我国体育产业在政策的指引下，迎来了快速发展，在2017年就突破了2万亿的规模，2018年达到了2.35万亿左右。

2013-2018年我国体育产业总规模

资料来源：观研天下数据中心整理

从整个体育产业看，可大致分为体育竞技、体育健身、体育用品、体育场馆、体育中介、体育传媒和体育彩票七大部门。体育场馆作为体育活动的主要载体，在整个体育产业环节中起到重要承上启下作用。 严格意义上说，所有体育竞赛和部分体育健身都是在体育场馆中进行，与体育场馆之间属于直接相关。体育传媒中的赛事转播、广告以及体育彩票的销售也与体育场馆相关，与体育场馆之间属于间接关系。体育用品和体育中介与体育场馆的关系不紧密，甚至可以独立发展。 发展体育产业是提高国民身体素质和健康水平的必然要求，不仅有利于满足人民群众多样化的体育需求、保障和改善民生，而且有利于扩大内需、增加就业、培育新的经济增长点。体育场地建设作为体育产业发展的物质基础和重要载体，其完善程度对体育产业发展水平具有决定性作用。近年来，我国体育场馆的财政支出金额稳步提升，从2010年的67.96亿元增长至2014年的136.97亿元，年复合增长19.15%。尽管我国体育场地建设成就显著，但与庞大的人口基数相比，我国体育场馆数量仍相对较少，人均场地面积不到2平方米。对此，国务院46号文要求，到2025年我国人均体育场地面积要达到2平方米，以全国13.9亿人口来看，2025年全国体育场地面积要达到27.8亿平方米，体育场地数量有望超过250万个。

1995-2025年我国体育场馆数量增长及预测

资料来源：观研天下数据中心整理（lpeng）

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-行业深度调研与未来前景研究》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。

【报告大纲】

第一章 2016-2019年中国体育行业发展概述
第一节 体育行业发展情况概述
一体育行业相关定义
二体育行业基本情况介绍
三体育行业发展特点分析
第二节 中国体育行业上下游产业链分析
一、产业链模型原理介绍
二体育行业产业链条分析
三、中国体育行业产业链环节分析
1、上游产业
2、下游产业
第三节 中国体育行业生命周期分析
一体育行业生命周期理论概述
二体育行业所属的生命周期分析
第四节 体育行业经济指标分析
一体育行业的赢利性分析
二体育行业的经济周期分析
三体育行业附加值的提升空间分析
第五节 中国体育行业进入壁垒分析
一体育行业资金壁垒分析

二体育行业技术壁垒分析
三体育行业人才壁垒分析
四体育行业品牌壁垒分析
五体育行业其他壁垒分析

第二章 2016-2019年全球体育行业市场发展现状分析
第一节 全球体育行业发展历程回顾
第二节 全球体育行业市场区域分布情况
第三节 亚洲体育行业地区市场分析
一、亚洲体育行业市场现状分析
二、亚洲体育行业市场规模与市场需求分析
三、亚洲体育行业市场前景分析
第四节 北美体育行业地区市场分析
一、北美体育行业市场现状分析
二、北美体育行业市场规模与市场需求分析
三、北美体育行业市场前景分析
第五节 欧盟体育行业地区市场分析
一、欧盟体育行业市场现状分析
二、欧盟体育行业市场规模与市场需求分析
三、欧盟体育行业市场前景分析
第六节 2019-2025年世界体育行业分布走势预测
第七节 2019-2025年全球体育行业市场规模预测

第三章 中国体育产业发展环境分析
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、全社会消费品体育总额
五、城乡居民收入增长分析
六、居民消费价格变化分析
七、对体育易发展形势分析
第二节 中国体育行业政策环境分析
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 中国体育行业运行情况
第一节 中国体育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
三、行业发展特点分析
第二节 中国体育行业市场规模分析
第三节 中国体育行业供应情况分析
第四节 中国体育行业需求情况分析
第五节 中国体育行业供需平衡分析
第六节 中国体育行业发展趋势分析

第五章 中国体育所属行业运行数据监测
第一节 中国体育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 2016-2019年中国体育市场格局分析

第一节 中国体育行业竞争现状分析
一、中国体育行业竞争情况分析
二、中国体育行业主要品牌分析
第二节 中国体育行业集中度分析
一、中国体育行业市场集中度分析
二、中国体育行业企业集中度分析
第三节 中国体育行业存在的问题
第四节 中国体育行业解决问题的策略分析
第五节 中国体育行业竞争力分析
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 2016-2019年中国体育行业需求特点与动态分析
第一节 中国体育行业消费市场动态情况
第二节 中国体育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 体育行业成本分析
第四节 体育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 中国体育行业价格现状分析
第六节 中国体育行业平均价格走势预测
一、中国体育行业价格影响因素
二、中国体育行业平均价格走势预测
三、中国体育行业平均价格增速预测

第八章 2016-2019年中国体育行业区域市场现状分析

第一节 中国体育行业区域市场规模分布
第二节 中国华东地区体育市场分析
一、华东地区概述
二、华东地区经济环境分析
三、华东地区体育市场规模分析
四、华东地区体育市场规模预测
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、华中地区体育市场规模分析
四、华中地区体育市场规模预测
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、华南地区体育市场规模分析
四、华南地区体育市场规模预测

第九章 2016-2019年中国体育行业竞争情况
第一节 中国体育行业竞争结构分析（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 中国体育行业SWOT分析
一、行业优势分析
二、行业劣势分析
三、行业机会分析
四、行业威胁分析
第三节 中国体育行业竞争环境分析（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 2019-2025年中国体育行业发展前景分析与预测
第一节 中国体育行业未来发展前景分析
一体育行业国内投资环境分析

二、中国体育行业市场机会分析
三、中国体育行业投资增速预测
第二节 中国体育行业未来发展趋势预测
第三节 中国体育行业市场发展预测
一、中国体育行业市场规模预测
二、中国体育行业市场规模增速预测
三、中国体育行业产值规模预测
四、中国体育行业产值增速预测
五、中国体育行业供需情况预测
第四节 中国体育行业盈利走势预测
一、中国体育行业毛利润同比增速预测
二、中国体育行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国体育行业投资风险与营销分析
第一节 体育行业投资风险分析
一体育行业政策风险分析
二体育行业技术风险分析
三体育行业竞争风险分析
四体育行业其他风险分析
第二节 体育行业企业经营发展分析及建议
一体育行业经营模式
二体育行业销售模式
三体育行业创新方向
第三节 体育行业应对策略
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 2019-2025年中国体育行业发展战略及规划建议
第一节 中国体育行业品牌战略分析
一体育企业品牌的重要性
二体育企业实施品牌战略的意义
三体育企业品牌的现状分析
四体育企业的品牌战略
五体育品牌战略管理的策略

第二节 中国体育行业市场的重点客户战略实施
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 2019-2025年中国体育行业发展策略及投资建议
第一节 中国体育行业产品策略分析
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 中国体育行业定价策略分析
第三节 中国体育行业营销渠道策略
一体育行业渠道选择策略
二体育行业营销策略
第四节 中国体育行业价格策略
第五节 观研天下行业分析师投资建议
一、中国体育行业重点投资区域分析
二、中国体育行业重点投资产品分析

图表详见正文·····

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：http://baogao.chinabaogao.com/diaochang/437955437955.html