

# 中国体育消费行业现状深度分析与未来投资研究报告（2022-2029年）

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国体育消费行业现状深度分析与未来投资研究报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202211/615968.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

体育消费是指人们用于体育活动及相关方面的消费，主要包括用于购买体育服装以及运动器材，购买体育期刊、书报等实物型支出，用于观看各种体育比赛、表演、展览等所进行的观赏型的消费以及用于参加各种各样的体育活动、健身训练、体育健康医疗等参与型消费。体育消费是现代生活消费的一部分，是指人们在体育活动方面的个人劳务消费支出。

### 国家层面体育消费行业相关政策

近些年来，为了促进体育消费行业发展，我国颁布了多项关于支持、鼓励、规范体育消费行业的相关政策，如2022年国务院办公厅发布的《关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见》鼓励各地区围绕商业、文化、旅游、体育等主题有序建设一批设施完善、业态丰富、健康绿色的消费集聚区，稳妥有序推进现有步行街设施改造和业态升级，积极发展智慧商圈。

国家层面体育消费行业相关政策	发布时间	发布部门	政策名称	主要内容
“十四五”国民健康规划构建更高水平的全民健身公共服务体系，推进公共体育场馆和学校体育场馆开放共享，提高健身步道等便民健身场所覆盖面。	2022-05	国务院		
关于进一步释放消费潜力促进消费持续恢复的意见 鼓励各地区围绕商业、文化、旅游、体育等主题有序建设一批设施完善、业态丰富、健康绿色的消费集聚区，稳妥有序推进现有步行街设施改造和业态升级，积极发展智慧商圈。	2022-04	国务院办公厅		
关于印发全民健身计划（2021—2025年）的通知 制定面向大众的体育运动水平等级标准及评定体系。深化社会体育指导员管理制度改革，适当降低准入门槛，扩大队伍规模，提高指导服务率和科学健身指导服务水平。	2021-08	国务院		
中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要 广泛开展全民健身运动，增强人民体质。推动健康关口前移，深化体教融合、体卫融合、体旅融合。探索中国特色足球篮球排球发展路径，持续推进冰雪运动发展，发展具有世界影响力的职业体育赛事。扩大体育消费，发展健身休闲、户外运动等体育产业。	2021-03	全国人民代表大会		
关于以新业态新模式引领新型消费加快发展的意见 进一步培育壮大各类消费新业态新模式。建立健全“互联网+服务”、电子商务公共服务平台，加快社会服务在线对接、线上线下深度融合。大力发展智能体育，培育在线健身等体育消费新业态。	2020-09	国务院办公厅		
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 鼓励各地采取灵活多样的市场化手段促进体育消费，丰富群众性体育赛事活动、优化参赛体验。推动公共体育场馆延长开放时间，鼓励开发健身产品、提供体育培训服务。	2019-09	国务院办公厅		
关于印发体育强国建设纲要的通知 扩大体育消费。广泛开展群众性体育活动，增强体育消费粘性，丰富节假日体育赛事供给，激发大众体育消费需求。拓展体育健身、体育观赛、体育培训、体育旅游等消费新空间，促进健身休闲、竞赛表演产业发展。创新体育消费支付产品，推动体育消费便利化。支持各地创新体育消费引导机制。	2018-10	国务院办公厅		

关于印发完善促进消费体制机制实施方案(2018—2020年)的通知 积极培育冰雪运动、山地户外运动、水上运动、航空运动、汽车摩托车运动、电竞运动等体育消费新业态。

资料来源：观研天下数据中心整理

### 部分省市体育消费行业相关政策

为了响应国家号召，各省市积极推动体育消费行业发展，发布了一系列政策推进体育消费产业发展，如《省政府办公厅关于进一步释放消费潜力促进消费加快恢复和高质量发展的实施意见》大力培育水上、山地、冰雪、航空、马拉松、自行车、汽摩等户外运动热点，加快拓展“一带一路”“大运河”“长三角”等品牌赛事活动，进一步创新体育消费场景和载体，支持社会力量建设百姓健身房。

部分省市体育消费行业相关政策	省市	发布时间	政策名称	主要内容
	江苏	2022-06	省政府办公厅关于进一步释放消费潜力促进消费加快恢复和高质量发展的实施意见	大力培育水上、山地、冰雪、航空、马拉松、自行车、汽摩等户外运动热点，加快拓展“一带一路”“大运河”“长三角”等品牌赛事活动，进一步创新体育消费场景和载体，支持社会力量建设百姓健身房。
	广东	2022-01	广东省人民政府办公厅印发关于加强广东省全民健身场地设施建设发展群众体育的实施意见的通知	普及健身知识，组织开展科学健身进机关、进社区活动，充分发挥群众体育运动在促进邻里交往、增强生活幸福感等方面的积极作用。鼓励社会力量积极举办、承办群众体育赛事活动。根据不同人群、不同地域特点，因地制宜开展各类特色体育运动项目和户外运动。
	重庆	2021-02	重庆市人民政府办公厅关于建设体育强市的实施意见	挖掘体育运动项目特色、组织文化和团队精神，讲好体育文化故事。以各类赛事为平台，举办以运动项目为主要内容的文化活动。
	山西	2021-02	山西省人民政府办公厅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实施意见	完善全省体育场馆信息服务系统，打造“智慧体育场馆”，加强与山西云时代平台的对接联通，运用互联网、物联网、云计算信息技术，促进体育场馆经营活动信息化，实现场馆资源、活动举办主体与参与者之间信息共享。
	上海	2020-10	上海全球著名体育城市建设纲要	着力推动体育消费创新升级，拓展体育消费体验，引领体育消费前沿热点，加快建成国际知名的体育消费中心。
	黑龙江	2018-08	黑龙江省人民政府办公厅关于加快发展健身休闲产业的实施意见	将健康、时尚、趣味元素融入健身休闲运动项目，以山地户外、水上、汽摩、航空运动为新的切入点，推动具备条件的旅游景区承办各类赛事活动，拓展体育消费新亮点。
	河北	2017-07	河北省人民政府办公厅关于进一步扩大旅游文化体育健康养老教育培训等领域消费的实施意见	着力推进幸福产业服务消费提质扩容 着眼激活潜在消费需求，引导社会资本加大旅游、文化、体育、健康、养老、教育培训等重点领域投入力度，着力提升服务品质、增加服务供给，不断释放消费潜力。
	天津	2015-07	天津市人民政府关于加快发展体育产业促进体育消费的实施意见	充分利用主流媒体，普及

健身知识，宣传健身效果，积极引导广大人民群众培育体育消费观念、养成体育消费习惯。鼓励和引导各类社交网络建立运动健身休闲社群和开发移动客户端的运动健身类应用程序（APP）。

资料来源：观研天下数据中心整理（YA）

观研报告网发布的《中国体育消费行业现状深度分析与未来投资研究报告（2022-2029年）》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，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 2018-2022年中国体育消费行业发展概述

#### 第一节 体育消费行业发展情况概述

- 一、体育消费行业相关定义
- 二、体育消费特点分析
- 三、体育消费行业基本情况介绍
- 四、体育消费行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、体育消费行业需求主体分析

第二节中国体育消费行业生命周期分析

一、体育消费行业生命周期理论概述

二、体育消费行业所属的生命周期分析

第三节体育消费行业经济指标分析

一、体育消费行业的赢利性分析

二、体育消费行业的经济周期分析

三、体育消费行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球体育消费行业市场发展现状分析

第一节全球体育消费行业发展历程回顾

第二节全球体育消费行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲体育消费行业地区市场分析

一、亚洲体育消费行业市场现状分析

二、亚洲体育消费行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲体育消费行业市场前景分析

第四节北美体育消费行业地区市场分析

一、北美体育消费行业市场现状分析

二、北美体育消费行业市场规模与市场需求分析

三、北美体育消费行业市场前景分析

第五节欧洲体育消费行业地区市场分析

一、欧洲体育消费行业市场现状分析

二、欧洲体育消费行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲体育消费行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界体育消费行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球体育消费行业市场规模预测

第三章 中国体育消费行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

第二节我国宏观经济环境对体育消费行业的影响分析

第三节中国体育消费行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

## 二、行业主要政策法规

## 三、主要行业标准

### 第四节政策环境对体育消费行业的影响分析

### 第五节中国体育消费行业产业社会环境分析

## 第四章 中国体育消费行业运行情况

### 第一节中国体育消费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

### 第二节中国体育消费行业市场规模分析

#### 一、影响中国体育消费行业市场规模的因素

#### 二、中国体育消费行业市场规模

#### 三、中国体育消费行业市场规模解析

### 第三节中国体育消费行业供应情况分析

#### 一、中国体育消费行业供应规模

#### 二、中国体育消费行业供应特点

### 第四节中国体育消费行业需求情况分析

#### 一、中国体育消费行业需求规模

#### 二、中国体育消费行业需求特点

### 第五节中国体育消费行业供需平衡分析

## 第五章 中国体育消费行业产业链和细分市场分析

### 第一节中国体育消费行业产业链综述

#### 一、产业链模型原理介绍

#### 二、产业链运行机制

#### 三、体育消费行业产业链图解

### 第二节中国体育消费行业产业链环节分析

#### 一、上游产业发展现状

#### 二、上游产业对体育消费行业的影响分析

#### 三、下游产业发展现状

#### 四、下游产业对体育消费行业的影响分析

### 第三节我国体育消费行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

## 第六章 2018-2022年中国体育消费行业市场竞争分析

### 第一节 中国体育消费行业竞争现状分析

#### 一、中国体育消费行业竞争格局分析

#### 二、中国体育消费行业主要品牌分析

### 第二节 中国体育消费行业集中度分析

#### 一、中国体育消费行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国体育消费行业市场集中度分析

### 第三节 中国体育消费行业竞争特征分析

#### 一、企业区域分布特征

#### 二、企业规模分布特征

#### 三、企业所有制分布特征

## 第七章 2018-2022年中国体育消费行业模型分析

### 第一节 中国体育消费行业竞争结构分析（波特五力模型）

#### 一、波特五力模型原理

#### 二、供应商议价能力

#### 三、购买者议价能力

#### 四、新进入者威胁

#### 五、替代品威胁

#### 六、同业竞争程度

#### 七、波特五力模型分析结论

### 第二节 中国体育消费行业SWOT分析

#### 一、SOWT模型概述

#### 二、行业优势分析

#### 三、行业劣势

#### 四、行业机会

#### 五、行业威胁

#### 六、中国体育消费行业SWOT分析结论

### 第三节 中国体育消费行业竞争环境分析（PEST）

#### 一、PEST模型概述

#### 二、政策因素

#### 三、经济因素

#### 四、社会因素

#### 五、技术因素

## 六、PEST模型分析结论

### 第八章 2018-2022年中国体育消费行业需求特点与动态分析

#### 第一节中国体育消费行业市场动态情况

#### 第二节中国体育消费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

#### 第三节体育消费行业成本结构分析

#### 第四节体育消费行业价格影响因素分析

##### 一、供需因素

##### 二、成本因素

##### 三、其他因素

#### 第五节中国体育消费行业价格现状分析

#### 第六节中国体育消费行业平均价格走势预测

##### 一、中国体育消费行业平均价格趋势分析

##### 二、中国体育消费行业平均价格变动的影响因素

### 第九章 中国体育消费行业所属行业运行数据监测

#### 第一节中国体育消费行业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

#### 第二节中国体育消费行业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

#### 第三节中国体育消费行业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

## 第十章 2018-2022年中国体育消费行业区域市场现状分析

### 第一节 中国体育消费行业区域市场规模分析

#### 一、影响体育消费行业区域市场分布的因素

#### 二、中国体育消费行业区域市场分布

### 第二节 中国华东地区体育消费行业市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区体育消费行业市场分析

##### (1) 华东地区体育消费行业市场规模

##### (2) 华东地区体育消费行业市场现状

##### (3) 华东地区体育消费行业市场规模预测

### 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、华中地区体育消费行业市场分析

##### (1) 华中地区体育消费行业市场规模

##### (2) 华中地区体育消费行业市场现状

##### (3) 华中地区体育消费行业市场规模预测

### 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、华南地区体育消费行业市场分析

##### (1) 华南地区体育消费行业市场规模

##### (2) 华南地区体育消费行业市场现状

##### (3) 华南地区体育消费行业市场规模预测

### 第五节 华北地区体育消费行业市场分析

#### 一、华北地区概述

#### 二、华北地区经济环境分析

#### 三、华北地区体育消费行业市场分析

##### (1) 华北地区体育消费行业市场规模

##### (2) 华北地区体育消费行业市场现状

##### (3) 华北地区体育消费行业市场规模预测

### 第六节 东北地区市场分析

#### 一、东北地区概述

#### 二、东北地区经济环境分析

### 三、东北地区体育消费行业市场分析

- (1) 东北地区体育消费行业市场规模
- (2) 东北地区体育消费行业市场现状
- (3) 东北地区体育消费行业市场规模预测

### 第七节西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区体育消费行业市场分析
  - (1) 西南地区体育消费行业市场规模
  - (2) 西南地区体育消费行业市场现状
  - (3) 西南地区体育消费行业市场规模预测

### 第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区体育消费行业市场分析
  - (1) 西北地区体育消费行业市场规模
  - (2) 西北地区体育消费行业市场现状
  - (3) 西北地区体育消费行业市场规模预测

### 第九节 2022-2029年中国体育消费行业市场规模区域分布预测

## 第十一章 体育消费行业企业分析（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、公司优势分析

.....

### 第十二章 2022-2029年中国体育消费行业发展前景分析与预测

#### 第一节中国体育消费行业未来发展前景分析

##### 一、体育消费行业国内投资环境分析

##### 二、中国体育消费行业市场机会分析

##### 三、中国体育消费行业投资增速预测

#### 第二节中国体育消费行业未来发展趋势预测

#### 第三节中国体育消费行业规模发展预测

##### 一、中国体育消费行业市场规模预测

##### 二、中国体育消费行业市场规模增速预测

##### 三、中国体育消费行业产值规模预测

##### 四、中国体育消费行业产值增速预测

##### 五、中国体育消费行业供需情况预测

#### 第四节中国体育消费行业盈利走势预测

### 第十三章 2022-2029年中国体育消费行业进入壁垒与投资风险分析

#### 第一节中国体育消费行业进入壁垒分析

##### 一、体育消费行业资金壁垒分析

二、体育消费行业技术壁垒分析

三、体育消费行业人才壁垒分析

四、体育消费行业品牌壁垒分析

五、体育消费行业其他壁垒分析

第二节体育消费行业风险分析

一、体育消费行业宏观环境风险

二、体育消费行业技术风险

三、体育消费行业竞争风险

四、体育消费行业其他风险

第三节中国体育消费行业存在的问题

第四节中国体育消费行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国体育消费行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国体育消费行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国体育消费行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 体育消费行业营销策略分析

一、体育消费行业产品策略

二、体育消费行业定价策略

三、体育消费行业渠道策略

四、体育消费行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文 . . . . .

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202211/615968.html>