

2019年中国文体设施行业分析报告- 行业运营现状与未来前景研究

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国文体设施行业分析报告-行业运营现状与未来前景研究》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/qitafangchan/387476387476.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

文体设施是指由各级人民政府举办或者社会力量举办的，向公众开放用于开展文化体育活动的公益性的图书馆、博物馆、纪念馆、美术馆、文化馆(站)、体育场(馆)、青少年宫、工人文化宫等的建筑物、场地和设备。

一、发展历程

我国的文体设施行业的发展历程与我国文化和体育产业的发展是分不开的，通过我国文化、体育产业的发展历程更能深入体现我国文体设施行业的发展轨迹。

我国文化体育产业事业发展的历程，大体可以将其分为三个阶段：

第一阶段：从1979年至1992年党的十一届三中全会提出了以经济建设为中心以后，在“有计划的商品经济”的改革思想指导下，国家体委以及文化部提出了体育社会化的方针，不断拓宽文化体育投资渠道；

第二阶段：从1993年至1997年党的十四大后，随着社会主义市场经济体制改革目标的确立，社会经济由计划经济向社会主义市场经济转变，过去文化、体育运作方式所依附的经济基础正在被逐步削弱。在这个阶段，我国文化、体育产业事业发展取得了突破性的进展，体育运行机制正在发生根本性变革；

第三阶段：1997年至今，1997年，中国共产党第十五次代表大会召开。大会确立了高举邓小平理论伟大旗帜，把建设有中国特色社会主义事业全面推向21世纪的行动纲领。在“十五大”精神的鼓舞下，我国文化、体育产业事业步入新的发展阶段。这一阶段的标志是，文化、体育产业事业从部门走向社会，走向经济建设的主战场，文化、体育产业事业作为国民经济新的增长点，得到了政府和社会的高度重视。

二、市场规模

公共文体设施是公共文化体育服务体系的重要组成部分，是一个地域文明程度的标志和象征，随着我国经济的快速发展以及国民对于文化以及体育锻炼的重视程度不断加强，我国的文体设施行业市场规模也不断增长，从2013年的5208亿元快速增长到2017年的8732亿元，年均复合增长率达到13.79%。2013-2018年1-6月我国文体设施行业市场规模数据来源：国家知识产权局

三、市场供需

通过调查发现，目前我国文体设施布局不甚合理，造成了我国文体设施供需不匹配的局面，许多场馆闲置，而又有许多场馆档期压力大，使用率层次不齐，主要因素如下：我国文体设施供应布局不合理情况调查 资料来源：观研天下数据中心整理

1、供应情况

从我国文体设施行业细分行业来看，我国的文体设施行业供给主要是场地的供给。根据全国第六次体育场地普查，截至2015年底，全国共有体育场地169.46万个，用地面积39.82亿平方米，建筑面积2.59亿平方米，场地面积19.92亿平方米。相对于2005年，2013年各项数据均呈现大幅增长态势，显示出我国体育设施建设正处于高速发展的阶段。

我国体育场地主要指标十年发展变化情况

指标

2003 年

2015年

增长率

全国体育场地总数量（万个）

85.01

169.46

99.34%

全国体育场地总用地面积（亿平方米）

22.50

39.82

76.98%

全国体育场地总建筑面积（亿平方米）

0.75

2.59

245.33%

全国体育场地总场地面积（亿平方米）

13.30

19.92

49.77%

人均体育场地面积（平方米）

1.03

1.46

41.75%

每万人拥有体育场地数量（个）

6.58

12.45

89.21%

数据来源：国家体育总局、国家文化和旅游局

按照《体育发展“十三五”规划》的要求，到2020年，我国公共体育设施建设有较大发展，全民健身公共服务体系日趋完善，群众体育发展达到新水平，经常参加锻炼人数达到4.35亿，人均体育场地面积达到1.8平方米，形成布局合理、互为补充、覆盖面广、普惠性强的公共体育设施网络。根据2014年《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》，各级政府要结合城镇化发展统筹规划体育设施建设，同时鼓励社会资本进入体育产业领域，建设体育设施，到2025年，体育产业总规模超过5万亿元，人均体育场地面积达到2平方米，经常参加体育锻炼的人数达到5亿，体育公共服务基本覆盖全民。由此可见，在未来相当长

的一段时期内，我国体育设施建设仍将保持快速发展的态势。

2、需求情况

文体设施行业按照下游应用领域需求，其市场可以分为文化设施市场、旅游演出市场、体育场馆市场、广播电视市场、学校市场及展览展示市场等。

1、文化设施市场

剧场、影剧院、音乐厅、文化中心、歌剧院等文化场馆是公司产品主要的应用市场之一。根据中国统计年鉴及文化和旅游部2015年文化发展统计公报显示，2009—2015年间，艺术表演团体个数从6,139个增加至10,787个；全国艺术表演团体演出场次由120.1万场增至210.78万场；国内演出观众人次从81,716万人次增加至95,799万人次；演出收入从288,214万元增长至939,313万元，年化增长率为21.76%。由此可见，近年来文化设施市场的客户规模和市场容量不断保持高速增长，这将为文化设施场馆的建设带来新的需求。此外，由于每年部分文化设施的设备需要进行技术升级改造，该部分细分市场每年也将产生较大市场需求。

2010-2015年全国艺术表演团体演出场次 数据来源：中国统计年鉴、文化和旅游部

2、旅游演出市场

2017年,国内旅游市场高速增长,出入境市场平稳发展,供给侧结构性改革成效明显。国内旅游人数50.01亿人次,比上年同期增长12.8%;出入境旅游总人数2.7亿人次,同比增长3.7%;全年实现旅游总收入5.40万亿元,增长15.1%。初步测算,全年全国旅游业对GDP的综合贡献为9.13万亿元,占GDP总量的11.04%。旅游直接就业2825万人,旅游直接和间接就业7990万人,占全国就业总人口的10.28%。

3、广播电视市场

(一) 广播电视节目制作情况

2017年全国广播电视节目制作量持续增长，广播剧类广播节目与新闻资讯类电视节目、影视剧类、广告类电视节目制作时间增幅较大。

1、广播节目制作情况

2017年全国广播节目制作时间788.83万小时，比2016年（782.03万小时）增加6.80万小时，同比增长0.87%。

按广播节目类型分。新闻资讯类广播节目制作时间142.61万小时，比2016年（145.73万小时）减少3.12万小时，同比下降2.14%；专题服务类广播节目制作时间214.41万小时，比2016年（209.64万小时）增加4.77万小时，同比增长2.28%；综艺益智类广播节目制作时间210.62万小时，比2016年（210.36万小时）增加0.26万小时，同比增长0.12%；广播剧类广播节目制作时间23.11万小时，比2016年（17.26万小时）增加5.85万小时，同比增长33.89%；广告类广播节目制作时间76.63万小时，比2016年（76.17万小时）增加0.46万小时，同比增长0.60%。

2、电视节目制作情况

2017年全国电视节目制作时间365.18万小时，比2016年（350.72万小时）增加14.46万小时，同比增长4.12%。

按电视节目类型分。新闻资讯类电视节目制作时间108.51万小时，比2016年（98.99万小时）增加9.52万小时，同比增长9.62%；专题服务类电视节目制作时间90.90万小时，比2016年（89.98万小时）增加0.92万小时，同比增长1.02%；综艺益智类电视节目制作时间47.43万小时，比2016年（48.41万小时）减少0.98万小时，同比下降2.02%；影视剧类电视节目制作时间15.31万小时，比2016年（11.91万小时）增加3.40万小时，同比增长28.55%；广告类电视节目制作时间53.49万小时，比2016年（48.36万小时）增加5.13万小时，同比增长10.61%。

（二）广播电视播出情况

全国广播电视节目播出时间平稳增加，广播剧类、广告类广播节目与专题服务类电视节目、广告类电视节目播出时间增幅较大。

1、广播节目播出情况

2017年全国公共广播节目实际套数2825套，公共广播节目播出时间1491.89万小时，比2016年（1456.51万小时）增加35.38万小时，同比增长2.43%，其中：农村广播节目套数1271套，农村节目播出时间435.36万小时，占公共广播节目播出总时长29.18%。

按广播节目类型分。2017年新闻资讯类广播节目播出时间297.33万小时，比2016年（293.40万小时）增加3.93万小时，同比增长1.34%；专题服务类广播节目播出时间322.63万小时，比2016年（325.84万小时）减少3.21万小时，同比下降0.99%；综艺益智类广播节目播出时间385.33万小时，比2016年（388.25万小时）减少2.92万小时，同比下降0.75%；广播剧类广播节目播出时间94.82万小时，比2016年（83.20万小时）增加11.62万小时，同比增长13.97%；广告类广播节目播出时间133.01万小时，比2016年（121.85万小时）增加11.16万小时，同比增长9.16%。

2、电视节目播出情况

2017年全国公共电视节目实际套数3493套，播出时间1881.02万小时，比2016年（1792.44万小时）增加88.58万小时，同比增长4.94%，其中：农村电视节目套数1546套，农村节目播出时间405.88万小时，占公共电视节目播出总时长21.58%。

按电视节目类型分。2017年新闻资讯类电视节目播出时间271.85万小时，比2016年（260.18万小时）增加11.67万小时，同比增长4.49%；专题服务类电视节目播出时间250.82万小时，比2016年（228.60万小时）增加22.22万小时，同比增长9.72%；综艺益智类电视节目播出时间147.12万小时，比2016年（144.52万小时）增加2.60万小时，同比增长1.80%；影视剧类电视节目播出时间798.81万小时，比2016年（765.20万小时）增加33.61万小时，同比增长4.39%；广告类节目播出时间208.16万小时，比2016年（192.33万小时）增加15.83万小时，同比增长8.23%。

4、学校市场

随着高校素质教育的不断深化、对大学生文化素养的不断重视，目前新建高校（尤其是艺术类高校）的活动中心、剧院、阶梯教室、多功能厅等已广泛使用舞台机械、灯光、音响等文体设施。《国家教育事业第十二个五年规划》中提到推动地方各级政府统筹学校布局规划，完善“十二五”学校基本建设规划，科学安排教育基本建设投资。学校基础设施的兴建及更新为相关产品的生产打开了市场空间。

5、展览展示市场

受2008年全球金融危机的影响，2009至2011年我国的出国参展、办展相关指标均呈现下降趋势。得益于各级政府的直接推动、市场需求的增长以及各组展单位的积极努力，2012年我国出展各项主要指标包括展出面积和参展企业数的同比增速已基本回复到2008年金融危机前的水平。2013年受欧美国家经济发展趋缓、发达国家不断采取量化宽松货币政策以及贸易和投资保护主义加剧等因素影响，出展相关指标同比略有下降。2014年在政府的大力支持和世界经济缓慢复苏的背景下，出展各项指标开始显著回升。2015年，受世界经济增长放缓、国际市场需求萎缩、大宗商品价格下跌以及国内因结构调整而导致的投资需求放缓等多重因素影响，我国出展行业整体规模下滑。2016年，尽管世界经济呈现出缓慢复苏的态势，但仍有众多不利因素使全球经济充满了不确定性。在这种背景下，我国通过稳步推进“一带一路”倡议、供给侧改革等措施，保持了社会经济的平稳健康发展。2017年出国展览扭转了2015年国别数、项目数“双降”的态势，全国97家组展单位共赴63个国家组织参展1,492项，较上年增加7%；展出面积为83.5万平方米，较上年增加14%；参展企业数为5.84万家，较上年增加12%。

四、发展趋势

目前，我国演艺设备市场的业务形式主要分为直接的设备销售和包含设备的整体解决方案提供两种方式。过去由于设备匮乏，消费者对舞台、剧场的整体设备要求不高。随着人们对文化演出审美水平的提高，对剧场、舞台的设计审美要求也相应提高，这使得舞台机械设备的建设不再是单纯的设备拼凑，而是包含设计、艺术、工程等诸多元素在内的系统集成，使得演艺设备市场逐渐从以单纯设备销售向以整体解决方案为主的方向发展。受2008年“绿色奥运”理念的影响，未来国内体育设施建设、运营的主要方向是可持续发展，既要保障经济效益，又要关注社会效益。为满足以上要求，一方面，设施建设要注重新工艺、新技术、新材料、新管理模式的应用；另一方面，体育设施建设必须考虑赛后使用以及对公众开放的要求，在满足专业使用功能的同时，注重体育设施的多功能化，实现集约化管理和经营。

2008—2017年，我国国内生产总值由314,045亿元增长到827,112亿元，当前，我国宏观经济经过几年的高速增长，呈现出缓中趋稳的特点，2017年GDP增速为6.9%，显示中国经济运行略有放缓但仍处在合理区间。另一方面，2008年以来，我国城镇居民人均可支配收入一直保持稳定增长态势，2015年城镇人均可支配收入达到31,195元，同比增长8.2%。宏观经济增长和居民生活水平的不断提高带动了文化市场的扩张，体育健身与娱乐支出占消费者可支配收入的比重增大，这就从需求层面给演艺设备行业的发展带来了巨大商机。

近年来，国家出台了一系列鼓励文化产业发展的扶持政策，这些政策包括引导和鼓励社会资本投资文化创意、设计服务、体育、文化娱乐业等领域，完善相关扶持政策和金融服务等，并且2014年政府工作报告首次要求文化产业增速达到15%以上。近年来，在政策推动下，国内可满足公共娱乐、文艺演出和体育健身需求的文体设施投资建设进入平稳增长期，一大批剧院、影院、文化产业园区等文体活动中心项目动工兴建，部分现有场馆的改造项目也在不断增加，从而为行业的发展提供了一个良好的市场环境和发展机遇。（ww）

观研天下发布的《2019年中国文体设施行业分析报告-行业运营现状与未来前景研究》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。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 2016-2018年中国文体设施行业发展概述

第一节 文体设施行业发展情况概述

一、文体设施行业相关定义

二、文体设施行业基本情况介绍

三、文体设施行业发展特点分析

第二节 中国文体设施行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、文体设施行业产业链条分析

三、中国文体设施行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国文体设施行业生命周期分析

一、文体设施行业生命周期理论概述

二、文体设施行业所属的生命周期分析

第四节 文体设施行业经济指标分析

一、文体设施行业的赢利性分析

二、文体设施行业的经济周期分析

三、文体设施行业附加值的提升空间分析

第五节 中国文体设施行业进入壁垒分析

一、文体设施行业资金壁垒分析

二、文体设施行业技术壁垒分析

三、文体设施行业人才壁垒分析

四、文体设施行业品牌壁垒分析

五、文体设施行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球文体设施行业市场发展现状分析

第一节 全球文体设施行业发展历程回顾

第二节 全球文体设施行业市场区域分布情况

第三节 亚洲文体设施行业地区市场分析

一、亚洲文体设施行业市场现状分析

二、亚洲文体设施行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲文体设施行业市场前景分析

第四节 北美文体设施行业地区市场分析

一、北美文体设施行业市场现状分析

二、北美文体设施行业市场规模与市场需求分析

三、北美文体设施行业市场前景分析

第五节 欧盟文体设施行业地区市场分析

一、欧盟文体设施行业市场现状分析

二、欧盟文体设施行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟文体设施行业市场前景分析

第六节 2019-2025年世界文体设施行业分布走势预测

第七节 2019-2025年全球文体设施行业市场规模预测

第三章 中国文体设施产业发展环境分析

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、全社会消费品文体设施总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国文体设施行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国文体设施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 中国文体设施行业运行情况

第一节 中国文体设施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 中国文体设施行业市场规模分析

第三节 中国文体设施行业供应情况分析

第四节 中国文体设施行业需求情况分析

第五节 中国文体设施行业供需平衡分析

第六节 中国文体设施行业发展趋势分析

第五章 中国文体设施所属行业运行数据监测

第一节 中国文体设施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 中国文体设施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 中国文体设施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 2016-2018年中国文体设施市场格局分析

第一节 中国文体设施行业竞争现状分析

一、中国文体设施行业竞争情况分析

二、中国文体设施行业主要品牌分析

第二节 中国文体设施行业集中度分析

一、中国文体设施行业市场集中度分析

二、中国文体设施行业企业集中度分析

第三节 中国文体设施行业存在的问题

第四节 中国文体设施行业解决问题的策略分析

第五节 中国文体设施行业竞争力分析

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 2016-2018年中国文体设施行业需求特点与动态分析

第一节 中国文体设施行业消费市场动态情况

第二节 中国文体设施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 文体设施行业成本分析

第四节 文体设施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 中国文体设施行业价格现状分析

第六节 中国文体设施行业平均价格走势预测

一、中国文体设施行业价格影响因素

二、中国文体设施行业平均价格走势预测

三、中国文体设施行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国文体设施行业区域市场现状分析

第一节 中国文体设施行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区文体设施市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区文体设施市场规模分析

四、华东地区文体设施市场规模预测

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、华中地区文体设施市场规模分析

四、华中地区文体设施市场规模预测

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、华南地区文体设施市场规模分析

第九章 2016-2018年中国文体设施行业竞争情况

第一节 中国文体设施行业竞争结构分析（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 中国文体设施行业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 中国文体设施行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 文体设施行业企业分析（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年中国文体设施行业发展前景分析与预测

第一节 中国文体设施行业未来发展前景分析

一、文体设施行业国内投资环境分析

二、中国文体设施行业市场机会分析

三、中国文体设施行业投资增速预测

第二节 中国文体设施行业未来发展趋势预测

第三节 中国文体设施行业市场发展预测

一、中国文体设施行业市场规模预测

二、中国文体设施行业市场规模增速预测

三、中国文体设施行业产值规模预测

四、中国文体设施行业产值增速预测

五、中国文体设施行业供需情况预测

第四节 中国文体设施行业盈利走势预测

一、中国文体设施行业毛利润同比增速预测

二、中国文体设施行业利润总额同比增速预测

第十二章 2019-2025年中国文体设施行业投资风险与营销分析

第一节 文体设施行业投资风险分析

一、文体设施行业政策风险分析

二、文体设施行业技术风险分析

三、文体设施行业竞争风险分析

四、文体设施行业其他风险分析

第二节 文体设施行业企业经营发展分析及建议

一、文体设施行业经营模式

二、文体设施行业销售模式

三、文体设施行业创新方向

第三节 文体设施行业应对策略

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年中国文体设施行业发展策略及投资建议

第一节 中国文体设施行业品牌战略分析

一、文体设施企业品牌的重要性

二、文体设施企业实施品牌战略的意义

三、文体设施企业品牌的现状分析

四、文体设施企业的品牌战略

五、文体设施品牌战略管理的策略

第二节 中国文体设施行业市场重点客户战略实施

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 中国文体设施行业战略综合分析

一、战略综合分析

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年中国文体设施行业发展策略及投资建议

第一节 中国文体设施行业产品策略分析

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 中国文体设施行业定价策略分析

第三节 中国文体设施行业营销渠道策略

一、文体设施行业渠道选择策略

二、文体设施行业营销策略

第四节 中国文体设施行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国文体设施行业重点投资区域分析

二、中国文体设施行业重点投资产品分析

图表详见正文 · · · · ·

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitafangchan/387476387476.html>