

2017-2022年中国体育彩票行业竞争态势及投资价值评估报告

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《2017-2022年中国体育彩票行业竞争态势及投资价值评估报告》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：<https://baogao.chinabaogao.com/zhengquan/289951289951.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

1 体育彩票

1.1 体育彩票的种类

目前,体育彩票在市场上销售的种类主要包括“5+1”“22选5”、排列3、排列5、7位数、超级大乐透、快乐扑克、足彩和顶呱刮等玩法。在我国体育彩票的主要销售形式包括即开型及传统型两种。

1.2 体育彩票的特性

1.2.1 社会性

体育彩票的社会性体现在其丰富的渲染力上,能进一步加强国家对体育产业重视度的宣传,培养民众对体育产业的热爱和支持,增强全民参与体育的意识。

1.2.2 公益性

融资所得主要用于体育事业的发展,有利于形成社会与民众的支持,公益事业兴办,满足了民众运动的需求,创造一个良性的公共服务循环机制。

1.2.3 娱乐性

作为一种传播的载体,体育彩票在带动相关产业链发展的同时可以极大的调动及丰富民众的娱乐生活。

1.2.4 计划性

体育彩票的发行各国都有特殊政策、目的性明确。在我国,体育彩票主要存在严格控制发行额度的相关规定。

1.2.5 市场性

体育彩票在市场的销售需要符合市场经济的规律,按照公开、公平、公正的市场运作规

则,保质保量的完成市场运作,杜绝借此为由的欺诈行为。

1.2.6经济性

体育彩票是各个国家体育事业实现由国家办体育向国家和社会共同办体育发展趋势的重要经济来源保障,因而国家体育事业的发展,体育彩票资金上的支持是必不可少的。

图：从中央到地方完备的彩票监管格局

资料来源：公开资料，中国报告网整理

图：国彩票产业链和各环节发行费分成比例

资料来源：公开资料，中国报告网整理

图：彩票行业变迁催生新的彩票企业类型 资料来源：公开资料，中国报告网整理

1.3体育彩票的作用

体育彩票的发展使其迅速的成为了国家体育事业发展的经济保障,对带动体育运动发展的作用是不言而喻的,主要表现有以下方面。

1.3.1体育彩票在短时期内可筹集体育发展资金,相对减轻

国家对体育事业投入的部分财政压力例如,体育彩票在瑞典的发行中筹集的体育资金占总经费的25%以上,捷克的体育经费来源主要是体育彩票的发行筹措而来的,意大利每年的足球彩票发行超过20亿美元,占意大利总财政收入1.5%。由此可见,体育彩票的发行周期短、收益大、集资效果显著,是一种有效吸收社会融资的办法。相对的减轻了国家对体育事业投入的部分财政压力。

1.3.2体育彩票的发行有助于全民健身运动的开展。体育彩票的发行从根本上激发人们对体育运动的兴趣,引起受众提高对体育的重视度。随着体育彩票业的不断发展,对全民健身活动的投入也相应增加,这对全民的健身活动的开展而言是一个很大地促进。

1.3.3作为体育产业中的新兴项目,能够开辟新的劳务行业发行体育彩票,从印刷制作、宣传引导、销售发行等程序均需要庞大的劳务及人力系统的支持,扩大就业的途径显而易见,作用明显。

1.3.4体育彩票的发行可为受众提供一种新的闲暇娱乐方式。例如,意大利发行的足彩是一门将体育与娱乐融合在一起的新兴玩法。购买体育彩票,参加抽奖,带来一种快乐和享受,同时还可满足人们的博彩心理,鼓励人们为体育做贡献。

2我国目前体育彩票市场的发展现状研究

2.1我国体育彩票市场的形成

改革开放以来,人们对精神生活的追求逐步提高,市场经济的发展为体育彩票的发行提供了充分的条件。从1994年,体育彩票管理中心成立开始到1995年在我国统计发行体育彩票10亿元,尝到了甜头的供销商们抓住机遇,大力发展中国体育彩票事业,自此中国体彩开始全面运营。为全面提高体育彩票的技术要素,在网络试点销售体育彩票成功之后,经国家相关部门的批准,开始在市场上将网络技术这种高科技手段投入体育彩票的销售运营之中。大部分取得显著成效。

2.2体育彩票业发展的有利因素

2.2.1销售额持续增长,发展空间广阔

截止到2014年,体育彩票的销售额已经得到了大幅度增长。体彩从10亿到1746亿的年销售额的跨越变化,短短20年的发展历史却带来了从量变到质变的奇迹飞跃。由于体育彩票的持续发展,使各体育彩票销售点持续不断的增加。人们开始关注体育彩票并热情的参与进来。然而,体育彩票的发展呼声越来越高,参与的人增长不断,我们也应该时刻的意识到,体育彩票业的发展依旧处于起步发展阶段。尽管在某些方面我们取得了不俗的成绩,然而规模的有限以及空间的局限性制约了我国体彩的进一步发展。为了缩小与美国等西方发达国家的发展距离,我们仍然需要报以谦虚的态度,学习经验,不断成长,逐步跟上西方国家体育彩票业发展的步伐。

2.2.2体育公益金收入不断增加,为公共体育服务的投入作出贡献

返奖奖金、彩票公益金、发行经费三个部分是体育彩票的收益所得划分出来的。三者之间的比例在2004年以前,分别为50% 35% 15%的比例来进行分配的,但是2004年以后随着新玩法的不断上市,各玩法在彩票资金分配上有所差异。公益金的提供是国家发行体彩的主要目的之一,其中主要用于体育事业的发展,以提供给公众完善的公共体育服务为目标。到目前为止,公益金每年都处于不断增长的趋势,2014年,全国共筹集公益金455.11亿元。《体育彩

票公益金管理暂行办法》中指出:公益金收入的60%用于“全民健身计划”的实施,其余的用于“奥运争光计划”的运作。近年来,许多城市的健身场所等公共体育设施是运用公益金建立起来的。受众通过健身场地的修建,可以通过这种途径提高身体素质,达到全民享受公共体育服务的宗旨。近年来,中国的奥运健儿频频在赛场上争金夺银,展现了中国在体育领域强国风范,与公益金的有效投入是密不可分的。体育彩票公益金的发放为公共体育服务的发展作出了突出的贡献。

3加快体育彩票市场发展的对策与建议

3.1转变宣传方式,打造品牌模式

品牌的内在价值是不可估量的。体育彩票市场化的运作同样要求建立自己的品牌。然而体育彩票的管理机构并没有将“取之于民,用之于民”的核心思想发挥出来。由于大众对体育彩票性质的定位拥有一定的偏见。因而,运用一定的措施转变部分人对体育彩票的一些错误认知,公益金的使用更贴合大众的健身需求,使受众能体会到其真正价值。体育彩票的管理机构可根据需要聘请一些明星运动员为其体育彩票的品牌形象代言人。明星运动员的形象代言宣传模式比一般的口头宣传更能被大众所接受。公益金的使用也应该肩负更多的社会责任,尽可能的设立专项资金,在突发事件中以捐助的形式加大曝光度,加大宣传力度的同时提升品牌形象。

3.2法律和制度的完善

市场的成熟与否由其法律和制度的完善决定。因而在完善的同时先要求整体的发展是其市场化道路开展的先决条件。在这种发展模式的有效引导下,从无到有、从小到大,中国体育彩票在20多年来取得了迅速的成长与发展。法律和制度的缺失已经在一定程度上阻碍了中国体育彩票的进一步发展,市场化的发展缺少法律的保护必将难以向前发展。随着体彩的不断壮大,近年来对于《体育彩票法》的颁布呼声越来越高,中国体育彩票的发行、销售、管理等一些环节中常遇到的问题需要进行明确的法律界定,形成全国统一的体育彩票法律体系。

3.3建立彩民保护机制

据了解,彩民中2%~3%的人具有一定的心理障碍,这种被统称为“问题彩民”的彩民中,我国的“问题彩民”不少于百万。因为彩票而造成的家庭悲剧和社会问题不断在各大媒体上被披露,这对中国体育彩票的发展而言,造成的负面性无疑是致命的,但我们应清楚的认识到的认识到体彩发行目的是好的,是利大于弊的。因而,我国体育彩票业的持续、健康发展需要政府以及社会大

众的不断鼓励与支持,在学习与改进中不断地消除其发展的负面因素。要解决这个问题,建立一个完整的彩民保护机制是必不可少的。最有效的方法是建立一部分彩民保护基金以及针对问题彩民的资金资助。这种方法在一些国家和地区已初见成效。

3.4向社会公开录用优秀的管理人才

就当前水平来看,体育彩票系统的员工都是从刚步入社会的大学生中挑选出来,其中很多都缺乏管理方面的专业知识,因而在管理机构层对复合型、全方面人才是迫切需要的。而短时间内“对内培养、对外招聘”选取人才的方式是解决这一问题的主要立足点。对于熟悉操作流程的内部成员以提升专业知识和培训为主,使各方面的能力得到提高以适用于任何的工作岗位;而对于刚接触的员工则以引导为主开展一系列的培训课程,也可以由老员工带领实习等方式加强专业能力,以快速的适应岗位的需求,向社会公开录用优秀的管理人才,加快体育彩票产业化的优化速度。

4小结

我国体育彩票业经历20多年的磨砺与成长,取得了令人骄傲的成绩,是体育事业发展中的重要组成部分。然而,体育彩票的发展过程中仍旧存在着一些需要着手解决的难题。只要我们牢牢把握国家体育彩票的基本定位和发展方向,进一步理顺管理流程,强化规范管理,进一步提升公益金的使用效率,科学制定“十三五”规划,不断推动管理水平迈上新台阶。我国的体育彩票市场定能持续、健康的发展,同时也为体育事业乃至社会各项事业的进步作出更大的贡献。

中国报告网发布的《2017-2022年中国体育彩票行业竞争态势及投资价值评估报告》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。

第一章：体育彩票业发展环境分析

1.1中国体育彩票业发展历程

1.2体育彩票政策环境

1.2.1体育彩票业管理体制分析

1.2.2体育彩票业法律法规

1.3体育彩票经济环境

1.3.1宏观经济走势及预测分析

1.3.2宏观经济环境对行业的影响

1.4体育彩票社会环境

1.4.1人口发展情况及影响分析

1.4.2体育事业发展总体情况

1.5体育彩票消费环境

1.5.1居民消费收入情况及影响分析

1.5.2居民消费结构分析

第二章：中国体育彩票业发展现状与趋势分析

2.1中国彩票业发展现状

2.1.1中国彩票业市场规模

2.1.2中国彩票业市场结构分析

2.2中国体育彩票业发展概况

2.2.1中国体育彩票彩票资金分配结构

(1) 彩票资金及其分配结构

(2) 体育彩票资金配置结构情况

2.2.2中国体育彩票业市场规模分析

2.2.3中国体育彩票业区域分布分析

2.2.4中国体育彩票业问题分析

2.3体育彩票业发展影响因素分析

2.3.1有利因素分析

2.3.2不利因素分析

2.4中国体育彩票业竞争情况分析

2.4.1替代品的竞争

2.4.2区域竞争情况

2.4.3省市竞争情况

2.5中国体育彩票业发展趋势分析

第三章：中国体育彩票业细分产品市场潜力分析

3.1中国体育彩票业细分产品市场结构

3.2乐透数字型体育彩票市场分析

3.2.1发展现状分析

3.2.2市场需求潜力分析

3.3即开型体育彩票市场分析

3.3.1发展现状分析

3.3.2市场需求潜力分析

3.4竞猜型体育彩票市场分析

3.4.1发展现状分析

3.4.2市场需求潜力分析

第四章：中国重点区域体育彩票业运行状况分析

4.1华东地区体育彩票业运行情况

4.1.1上海市体育彩票业运行情况

(1) 上海市体育彩票销量分析

(2) 上海市体育彩票产品结构分析

4.1.2江苏省体育彩票业运行情况

(1) 江苏省体育彩票销量分析

(2) 江苏省体育彩票产品结构分析

4.1.3浙江省体育彩票业运行情况

(1) 浙江省体育彩票销量分析

(2) 浙江省体育彩票产品结构分析

4.1.4山东省体育彩票业运行情况

(1) 山东省体育彩票销量分析

(2) 山东省体育彩票产品结构分析

4.1.5福建省体育彩票业运行情况

(1) 福建省体育彩票销量分析

(2) 福建省体育彩票产品结构分析

4.1.6安徽省体育彩票业运行情况

(1) 安徽省体育彩票销量分析

(2) 安徽省体育彩票产品结构分析

4.1.7江西省体育彩票业运行情况

(1) 江西省体育彩票销量分析

(2) 江西省体育彩票产品结构分析

4.2 华南地区体育彩票业运行情况

4.2.1 广东省体育彩票业运行情况

(1) 广东省体育彩票销量分析

(2) 广东省体育彩票市场产品结构分析

4.2.2 广西体育彩票业运行情况

(1) 广西体育彩票销量分析

(2) 广西体育彩票产品结构分析

4.2.3 海南省体育彩票业运行情况

(1) 海南省体育彩票销量分析

(2) 海南省体育彩票产品结构分析

4.3 华中地区体育彩票业运行情况

4.3.1 湖北省体育彩票业运行情况

(1) 湖北省体育彩票销量分析

(2) 湖北省体育彩票产品结构分析

4.3.2 湖南省体育彩票业运行情况

(1) 湖南省体育彩票销量分析

(2) 湖南省体育彩票产品结构分析

4.3.3 河南省体育彩票业运行情况

(1) 河南省体育彩票销量分析

(2) 河南省体育彩票产品结构分析

4.4 华北地区体育彩票业运行情况

4.4.1 北京市体育彩票业运行情况

(1) 北京市体育彩票销量分析

(2) 北京市体育彩票市场产品结构分析

4.4.2 天津市体育彩票业运行情况

(1) 天津市体育彩票销量分析

(2) 天津市体育彩票产品结构分析

4.4.3 河北省体育彩票业运行情况

(1) 河北省体育彩票销量分析

(2) 河北省体育彩票产品结构分析

4.4.4 山西省体育彩票业运行情况

(1) 山西省体育彩票销量分析

(2) 山西省体育彩票产品结构分析

4.4.5 内蒙古体育彩票业运行情况

- (1) 内蒙古体育彩票销量分析
- (2) 内蒙古体育彩票产品结构分析
- 4.5西北地区体育彩票业运行情况
 - 4.5.1陕西省体育彩票业运行情况
 - (1) 陕西省体育彩票销量分析
 - (2) 陕西省体育彩票产品结构分析
 - 4.5.2甘肃省体育彩票业运行情况
 - (1) 甘肃省体育彩票销量分析
 - (2) 甘肃省体育彩票产品结构分析
 - 4.5.3新疆体育彩票业运行情况
 - (1) 新疆体育彩票销量分析
 - (2) 新疆体育彩票产品结构分析
 - 4.5.4宁夏省体育彩票业运行情况
 - (1) 宁夏体育彩票销量分析
 - (2) 宁夏体育彩票产品结构分析
 - 4.5.5青海省体育彩票业运行情况
 - (1) 青海体育彩票销量分析
 - (2) 青海体育彩票产品结构分析
- 4.6西南地区体育彩票业运行情况
 - 4.6.1重庆市体育彩票业运行情况
 - (1) 重庆市体育彩票销量分析
 - (2) 重庆市体育彩票产品结构分析
 - 4.6.2四川省体育彩票业运行情况
 - (1) 四川省体育彩票销量分析
 - (2) 四川省体育彩票产品结构分析
 - 4.6.3贵州省体育彩票业运行情况
 - (1) 贵州省体育彩票销量分析
 - (2) 贵州省体育彩票产品结构分析
 - 4.6.4云南省体育彩票业运行情况
 - (1) 云南省体育彩票销量分析
 - (2) 云南省体育彩票产品结构分析
 - 4.6.5西藏体育彩票业运行情况
 - (1) 西藏体育彩票销量分析
 - (2) 西藏体育彩票产品结构分析
- 4.7东北地区体育彩票业运行情况

4.7.1吉林省体育彩票业运行情况

- (1) 吉林省体育彩票销量分析
- (2) 吉林省体育彩票产品结构分析

4.7.2辽宁省体育彩票业运行情况

- (1) 辽宁省体育彩票销量分析
- (2) 辽宁省体育彩票市场产品结构分析

4.7.3黑龙江省体育彩票业运行情况

- (1) 黑龙江省体育彩票销量分析
- (2) 黑龙江省体育彩票产品结构分析

第五章：中国彩民购彩行为及调研分析

5.1中国彩民购彩行为分析

5.1.1购彩消费者分类

5.1.2消费者购彩的人性理论

5.1.3彩票业对投注者心态的要求

5.2中国彩民购彩行为调研分析

5.2.1彩民基本特征

- (1) 彩民性别特征
- (2) 彩民年龄特征
- (3) 彩民职业结构特征
- (4) 彩民文化程度特征
- (5) 彩民收入结构特征
- (6) 彩民购彩年限特征

5.2.2彩民购彩渠道分析

- (1) 购彩渠道多样化彩民接受程度各异
- (2) 六成多彩民有互联网/电话购彩行为
- (3) 选择互联网/电话购彩便捷是最重要的原因
- (4) 为降低风险彩民最青睐知名网站

5.2.3彩民购彩数量及种类分析

- (1) 近六成彩民投注额增加
- (2) 七成彩民量力购彩
- (3) 双色球最受彩民青睐

5.3体育彩票业购彩行为总结

第六章：中国体育彩票业销售渠道及营销策略分析

6.1 体育彩票业销售渠道分析

6.1.1 体育彩票业销售模式分析

(1) 传统销售模式分析

(2) 新兴销售模式分析

6.1.2 体育彩票投注渠道

6.1.3 体育彩票业现有渠道模式存在的问题

6.2 体育彩票业营销策略分析

6.2.1 体育彩票业的产品策略

6.2.2 体育彩票业的价格策略

6.2.3 体育彩票业的渠道策略

6.2.4 体育彩票业的促销策略

6.2.5 体育彩票业的宣传策略

6.2.6 提升体育彩票业的服务水平

第七章：中国体育彩票业重点企业经营分析

7.1 中国体育彩票管理中心经营分析

7.1.1 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

(5) 中心最新发展动向分析

7.1.2 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

(5) 中心最新发展动向分析

7.1.3 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

(5) 中心最新发展动向分析

7.1.4 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
- (5) 中心最新发展动向分析

7.1.5 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
- (5) 中心最新发展动向分析

7.1.6 西安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

7.1.7 成都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
- (5) 中心最新发展动向分析

7.1.8 杭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
- (5) 中心最新发展动向分析

7.1.9 嘉兴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

7.1.10 大连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
- (5) 中心最新发展动向分析

7.1.11苏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

7.1.12宁波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
- (5) 中心最新发展动向分析

7.1.13济南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
- (5) 中心最新发展动向分析

7.1.14无锡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
- (5) 中心最新发展动向分析

7.2中国体育彩票重点合作运营商经营分析

7.2.1上海新冠系统工程有限公司

- 一、企业概况
- 二、主营业务情况分析
- 三、公司运营情况分析
- 四、公司优劣势分析

7.2.2深圳市恒朋科技开发有限公司

- 一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

7.2.3北京壹平台科技有限公司

一、企业概况

二、主营业务情况分析

三、公司运营情况分析

四、公司优劣势分析

第八章：中国体育彩票业投资战略规划与建议

8.1中国体育彩票行业投资潜力分析

8.1.1中国体育彩票行业投资环境分析

（1）行业热点扶持政策分析

（2）行业体制改革分析

8.1.2中国体育彩票行业的投资风险分析

（1）中国体育彩票行业政策风险分析

（2）中国体育彩票行业市场竞争风险

（3）中国体育彩票行业经营风险分析

（4）中国体育彩票行业其他投资风险

8.1.3体育彩票业发展前景及市场规模预测

（1）体育彩票业前景分析

（2）体育彩票业市场规模预测

（3）各细分彩种发展前景及市场规模预测

（4）各地区体育彩票业发展前景及预测分析

8.2中国体育彩票行业投资现状分析

8.2.1中国体育彩票行业投资主体分析

（1）中国体育彩票行业投资主体构成

（2）各个投资主体的投资优势

8.2.2中国体育彩票行业投资规模分析

8.2.3中国体育彩票行业成功投资案例

8.3关于体育彩票业投资建议

8.3.1关于体育彩票业投资机会分析

8.3.2关于体育彩票业投资建议分析

图表目录

图表1：中国体育彩票业发展历程

图表2：中国彩票管理机构

图表3：中国体育彩票各管理机构的职责分析

图表4：中国体育彩票相关政策法规介绍

图表5：中国国内生产总值（单位：万亿元，%）

图表6：中国GDP增速与彩票业销售收入增速对比图（单位：%）

图表7：我国人口性别构成情况（单位：%）

图表8：我国人口年龄构成情况（单位：%）

图表9：体育事业发展总体情况

图表10：中国城乡居民人均收入及增长情况（单位：元，%）

图表11：中国居民消费结构情况（单位：亿元，%）

（GYZJY）

图表详见正文

特别说明：中国报告网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，请放心查阅。

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/zhengquan/289951289951.html>