

2016-2022年中国体育行业市场运营态势及发展前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国体育行业市场运营态势及发展前景预测报告》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://www.chyxx.com/research/201607/432376.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

我国体育产业的发展伴随着体制变革，社会化、专业化、法制化的完善，也是规模化、资本化的提升，近年来政策重视，利好事件不断，也推动了行业的持续发展。

我国体育行业发展历程

2015年，我国体育总产值 1.8 万亿元，产业增加值占当年 GDP 比为 0.7%，近几年稳步增长。

我国体育产业增加值

国际经验显示，当人均 GDP 超过 8000 美元时，体育健身将成为国民经济的支柱型产业，2015 年我国人均 GDP 达到 7500 美元，预计未来几年体育消费将迎来爆发。

我国人均 GDP（人民币元）

各国体育产业总产值占当年 GDP 比重

智研咨询发布的《2016-2022年中国体育行业市场运营态势及发展前景预测报告》共八章。首先介绍了体育行业相关概念及发展环境，接着分析了中国体育行业规模及消费需求，然后对中国体育行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国体育行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国体育行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您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。

报告目录：

第1章 中国体育产业发展综述 17

1.1 体育产业概述 17

1.1.1 体育产业的定义及分类 17

（1）体育产业的定义 17

（2）体育产业的分类 18

1.1.2 体育产业链分析 19

体育产业链涵盖范围较广，包括赛事运营、场馆运营、体育媒体、体育营销、体育经纪、体育培训、体育用品和体育彩票等，其中赛事运营是核心。目前在国内产业中占比最大的是体育用品，但上升空间有限，从未来发展前景的角度，看好赛事运营、场馆运营、体育营销和体育彩票几个细分子行业。

体育产业链

足球作为目前世界第一大体育运动之一，全球的球迷数量超过16亿，我国

球迷数量超过3亿。目前足球产业全球总产值达到5000亿美元，占体育产业总产值的43%，远超篮球、棒球、排球等其他项目。庞大的产值和成长空间将助力足球行业站上风口。按照体育总局规划的2025年国内体育产业总规模达到5万亿元计算，足球产业占比达到40%计算，国内足球市场规模将超过2万亿。

全球体育产业43%的营收来自足球

1.1.3 体育产业发展阶段 19

(1) 体制阶段 20

(2) 起步阶段 20

(3) 探索阶段 21

1.1.4 发展体育产业的重要意义 21

1.2 体育产业发展环境分析 22

1.2.1 体育产业政策环境分析 22

1.2.2 体育产业经济环境分析 26

1.2.3 体育产业消费环境分析 28

1.2.4 体育产业社会环境分析 29

第2章 体育产业总体发展状况分析 32

2.1 国际体育产业发展状况分析 32

2.1.1 国际体育产业发展概述 32

2.1.2 美国体育产业发展分析 34

2.1.3 日本体育产业发展分析 35

2.1.4 俄罗斯体育产业发展分析 36

2.1.5 韩国体育产业发展分析 36

2.1.6 欧盟体育产业发展分析 36

2.2 中国体育产业发展状况 37

2.2.1 中国体育及相关产业统计情况 37

(1) 调查情况说明 37

(2) 中国体育及相关产业主要指标分析 37

(3) 中国体育及相关产业各领域发展情况 38

2.2.2 中国体育产业运营状况分析 40

2.3 中国体育产业发展前景分析 40

2.3.1 中国体育产业总体发展态势 40

2.3.2 中国体育产业发展前景 42

第3章 中国体育产业细分市场发展分析 57

- 3.1 体育竞赛业发展分析 57
 - 3.1.1 体育竞赛业概况 57
 - (1) 体育竞赛业地位 57
 - (2) 体育竞赛业分类 57
 - (3) 体育竞赛业发展状况 57
 - 3.1.2 职业体育俱乐部竞赛业发展分析 58
 - (1) 职业体育赛事概况 58
 - (2) 职业体育俱乐部赛事发展分析 58
 - 3.1.3 其他组织模式的体育竞赛业发展分析 71
 - (1) 非俱乐部职业赛事发展分析 71
 - (2) 非职业俱乐部赛事发展分析 78
 - (3) 非职业非俱乐部体育赛事发展分析 84
- 3.2 体育健身业发展分析 96
 - 3.2.1 体育健身业概况 96
 - (1) 体育健身业特点、服务形式及市场划分 96
 - (2) 体育健身业发展环境 98
 - (3) 体育健身业发展现状 100
 - (4) 体育健身业发展趋势 102
 - 3.2.2 俱乐部经营模式分析 104
 - (1) 健身俱乐部发展现状及经营特点 104
 - (2) 健身俱乐部经营模式 106
 - (3) 健身俱乐部存在的主要问题与建议 110
 - 3.2.3 非俱乐部经营模式分析 113
 - (1) 非俱乐部健身业发展现状及经营特点 113
 - (2) 非俱乐部健身业经营模式 115
 - (3) 非俱乐部健身业市场经营成本与收益 121
 - (4) 非俱乐部健身业存在的主要问题与建议 123
- 3.3 体育用品业发展分析 126
 - 3.3.1 2010-2016年体育用品业发展状况分析 126
 - (1) 中国体育用品业发展状况分析 126
 - 1) 中国体育用品行业发展总体概况 126
 - 2) 中国体育用品行业发展的主要特点 128
 - 3) 2010-2016年体育用品行业经营情况分析 129
 - (2) 2010-2016年体育用品业经济指标分析 131
 - 1) 体育用品行业主要经济效益影响因素 132

- 2) 2010-2016年体育用品行业经济指标分析 133
- 3) 2010-2016年不同规模企业经济指标分析 134
- 4) 2010-2016年不同性质企业经济指标分析 139
- 5) 2010-2016年不同地区企业经济指标分析 148
- (3) 2010-2016年体育用品业供需平衡分析 160
- 1) 2010-2016年全国体育用品行业供给情况分析 160
- 2) 2010-2016年各地区体育用品行业供给情况分析 161
- 3) 2010-2016年全国体育用品行业需求情况分析 163
- 4) 2010-2016年各地区体育用品行业需求情况分析 164
- 5) 2010-2016年全国体育用品行业产销率分析 166
- (4) 2010-2016年体育用品业进出口市场分析 167
- 1) 2010-2016年体育用品行业出口情况 167
- 2) 2010-2016年体育用品行业进口情况分析 170
- 3.3.2 2016年体育用品业发展状况分析 173
- (1) 2016年行业产业规模分析 173
- (2) 2016年行业资本/劳动密集度分析 175
- (3) 2016年行业产销分析 177
- (4) 2016年行业成本费用结构分析 179
- (5) 2016年行业盈亏分析 181
- 3.3.3 体育用品业竞争状况分析 183
- (1) 国际体育用品业竞争状况分析 183
- 1) 国际体育用品行业发展概况 183
- 2) 国际体育用品行业竞争格局 190
- 3) 国际体育用品市场发展趋势 190
- (2) 跨国公司在华市场投资布局 192
- 1) 美国耐克 (NIKE) 公司 192
- 2) 德国阿迪达斯 (ADIDAS) 公司 193
- 3) 英国锐步 (REEBOK) 公司 194
- 4) 德国彪马 (PUMA) 集团 194
- 5) 意大利卡帕 (KAPPA) 公司 195
- 6) 日本美津浓 (MIZUNO) 株式会社 195
- 7) 美国哥伦比亚 (Columbia) 公司 196
- 8) 美国爱康 (ICON) 公司 196
- 9) 德国Jack Wolfskin公司 197
- (3) 行业国内市场竞争状况分析 197

- 3.3.4 体育用品业发展趋势及前景预测 207
 - (1) 中国体育用品业发展趋势 207
 - (2) 中国体育用品业前景预测 208
- 3.4 体育场馆运营发展分析 209
 - 3.4.1 体育场馆概况 209
 - (1) 新时代的体育场馆 209
 - (2) 体育场馆业整体发展概况 210
 - 3.4.2 体育场馆运营与效益分析 215
 - (1) 体育场馆的公益性服务 215
 - (2) 体育场馆的营利性开发 218
 - (3) 体育场馆效益透视 220
 - (4) 体育场馆业存在的主要问题与对策 223
 - 3.4.3 体育场馆运营未来发展趋势及应对策略 227
- 3.5 体育中介业发展分析 231
 - 3.5.1 中国体育中介业概况 231
 - (1) 体育中介的内涵及分类 231
 - (2) 体育中介业发展现状 231
 - (3) 体育中介业经营方式 236
 - (4) 体育中介业经营效益 241
 - 3.5.2 国外体育中介业的发展现状与趋势 242
 - (1) 国外体育中介业需求分析 243
 - (2) 国外体育中介市场的运作方式 244
 - (3) 国外体育中介业发展趋势 246
 - (4) 国内外体育中介业比较分析 248
 - 3.5.3 中国体育中介业存在的主要问题与对策措施 251
 - (1) 存在的主要问题 251
 - (2) 对策措施 253
- 3.6 体育传媒业发展分析 254
 - 3.6.1 体育传媒业发展背景和发展概况 254
 - (1) 体育传媒业发展背景 255
 - (2) 体育传媒业总体发展概况 258
 - 3.6.2 体育传媒业竞争状况分析 261
 - (1) 2010-2016年体育传媒业发展动因 261
 - (2) 体育传媒业竞争策略分析 262
 - 3.6.3 体育媒体运营个案分析 272

- (1) CCTV-5个案分析 272
- (2) 新浪网体育频道个案分析 277
- 3.6.4 体育传媒业发展趋势 286
- 3.7 体育彩票业发展分析 287
 - 3.7.1 体育彩票现状分析 287
 - 3.7.2 体育彩票公益金的运作模式 288
 - 3.7.3 体育彩票公益金的使用分析 288
 - 3.7.4 体育彩票的社会福利效益分析 289

第4章 中国重点省市体育产业发展分析 291

- 4.1 天津市体育产业发展分析 291
 - 4.1.1 天津市体育产业发展环境分析 291
 - (1) 经济发展 291
 - (2) 体育产业发展政策 291
 - (3) 体育设施建设情况 292
 - (4) 居民收入 292
 - (5) 居民教育文化娱乐服务支出 292
 - 4.1.2 天津市体育产业发展状况 292
 - 4.1.3 天津市团泊体育新城建设情况 293
 - (1) 团泊体育新城地理位置 293
 - (2) 团泊体育新城建设规模 294
 - (3) 团泊体育新城三大开发主题区域 294
 - (4) 团泊体育新城“四个引爆点” 294
 - (5) 团泊体育新城建设意义 295
 - 4.1.4 天津市体育产业发展规划 297
- 4.2 广州市体育产业发展分析 297
 - 4.2.1 广州市体育产业发展环境分析 297
 - (1) 经济发展 297
 - (2) 体育产业发展政策 297
 - (3) 体育设施建设情况 298
 - (4) 居民收入 298
 - (5) 居民教育文化娱乐服务支出 298
 - 4.2.2 广州市体育产业发展状况 299
 - 4.2.3 《中共广州市委、广州市人民政府关于进一步加快体育产业发展的意见》 299
 - (1) 基本框架和主要内容 299

- (2) 体育产业发展目标 300
- (3) 评选体育骨干企业 300
- (4) 规划建设体育产业功能区 301
- (5) 设立体育产业发展专项资金 301
- (6) 落实税收优惠政策 302
- (7) 扶持体育服务业发展 302
- 4.3 海口市体育产业发展分析 303
 - 4.3.1 海口市体育产业发展环境分析 303
 - (1) 经济发展 303
 - (2) 体育产业发展政策 303
 - (3) 体育设施建设情况 304
 - (4) 居民收入 304
 - (5) 居民教育文化娱乐服务支出 304
 - 4.3.2 海口市体育产业发展状况 304
 - 4.3.3 海口市举办的大型体育赛事分析 305
 - (1) 2012-2016年规划拟开展的重要体育比赛 305
 - (2) 已开展体育赛事分析 306
 - (3) 体育赛事影响分析 307
 - 4.3.4 海口市加快建设“中国高尔夫旅游之都” 307
 - 4.3.5 《海口市文化体育发展(2016-2022年)五年规划纲要》 307
 - (1) 总体目标 307
 - (2) 发展任务和主要措施 308
- 4.4 江苏省体育产业发展分析 310
 - 4.4.1 江苏省体育产业发展环境分析 310
 - (1) 经济发展 310
 - (2) 体育产业发展政策 310
 - (3) 体育设施建设情况 311
 - (4) 居民收入 311
 - (5) 居民教育文化娱乐服务支出 311
 - 4.4.2 江苏省体育产业发展状况 311
 - 4.4.3 江苏省《省政府关于加快发展体育产业的实施意见》 312
 - (1) 《实施意见》出台的背景 312
 - (2) 体育产业发展目标 312
 - (3) 体育产业发展六项重点任务 312
 - (4) 政策保障 313

4.5 浙江省体育产业发展分析 314

4.5.1 浙江省体育产业发展环境分析 314

- (1) 经济发展 314
- (2) 体育产业发展政策 314
- (3) 体育设施建设情况 315
- (4) 居民收入 315
- (5) 居民教育文化娱乐服务支出 316

4.5.2 浙江省体育产业发展状况 316

4.5.3 浙江省“黄龙体育文化创意产业园”挂牌 316

- (1) 黄龙体育中心概况 316
- (2) 黄龙体育中心发展优势 317
- (3) 黄龙体育中心功能区域划分 318
- (4) 中博展览集团与黄龙体育文化创意产业园签署战略合作 319

4.5.4 浙江省体育产业发展规划（2010-2016年） 319

- (1) 发展目标 320
- (2) 工作任务 321
- (3) 保障措施 326

4.6 陕西省体育产业发展分析 328

4.6.1 陕西省体育产业发展环境分析 328

- (1) 经济发展 328
- (2) 体育产业发展政策 328
- (3) 体育设施建设情况 329
- (4) 居民收入 329
- (5) 居民教育文化娱乐服务支出 329

4.6.2 陕西省体育产业发展状况 330

4.6.3 陕西省体育产业集团组建方案 331

4.6.4 《陕西省人民政府办公厅关于加快发展体育产业的意见》 332

- (1) 发展目标 332
- (2) 发展重点 332
- (3) 优惠政策 334

第5章 中国体育产业基地建设分析 335

5.1 国家体育产业基地发展概况 335

5.2 深圳国家体育产业基地发展分析 335

5.2.1 深圳国家体育产业基地概况 335

- 5.2.2 深圳国家体育产业基地的发展思路和空间布局 336
 - (1) 发展思路 336
 - (2) 空间布局 336
- 5.2.3 深圳国家体育产业基地建设进展 336
 - (1) 加快建设深圳国家体育产业基地核心区 336
 - (2) 积极规划深圳体育产业科技创新加速器 337
 - (3) 大力构建深圳体育产业公共技术服务平台 337
- 5.2.4 深圳体育产业发展规划 337
 - (1) 体育发展量化目标 337
 - (2) 体育产业“十二五”发展状况 338
 - (3) 体育产业“十三五”发展预测 338
- 5.3 成都国家体育产业基地发展分析 339
 - 5.3.1 成都国家体育产业基地概况 339
 - 5.3.2 成都国家体育产业基地建设进展 339
 - 5.3.3 成都国家体育产业基地下一步工作思路 341
 - 5.3.4 《成都市体育产业发展规划（2016-2020）》 341
 - (1) 发展现状 342
 - (2) 发展目标 342
 - (3) 发展重点和规划布局 343
 - (4) 规划重点项目 345
 - (5) 保障措施 346
- 5.4 晋江国家体育产业基地发展分析 347
 - 5.4.1 晋江国家体育产业基地概况 347
 - 5.4.2 晋江国家体育产业基地下一步工作思路 353
 - (1) 加大扶持力度，提升支柱性体育用品产业 353
 - (2) 突出体育主题，打造海西“体育城市” 353
 - (3) 挖掘资源潜力，拓宽体育产业发展渠道 353
 - (4) 坚持协调发展，推进群众性体育工作 354
- 5.5 北京龙潭湖国家体育产业基地发展分析 354
 - 5.5.1 北京龙潭湖国家体育产业基地概况 354
 - 5.5.2 北京龙潭湖国家体育产业基地特色优势 354
 - (1) 体育行政、总部中心 355
 - (2) 运动项目管理中心和体育人才中心 355
 - (3) 体育传媒和科研中心 355
 - (4) 体育训练中心 355

- (5) 体育产品销售中心 355
- 5.5.3 北京龙潭湖国家体育产业基地基本布局、功能定位、产业规模 355
- 5.5.4 北京龙潭湖国家体育产业基地规划建设进展 356
- 5.5.5 北京龙潭湖国家体育产业基地发展过程中的瓶颈和亟待解决的问题 357
- 5.5.6 北京龙潭湖国家体育产业基地下一步建设思路 357
- 5.5.7 北京体育产业发展趋势 358
- 5.6 乐陵国家体育产业基地发展分析 358
 - 5.6.1 乐陵国家体育产业基地揭牌 358
 - 5.6.2 乐陵体育产业发展分析 358
 - (1) 体育产业政策 359
 - (2) 体育产业规模 359
 - 5.6.3 乐陵发展规划 359
 - (1) “十三五”发展规划 359
 - (2) 2016-2022年发展计划 360

第6章 中国体育产业营销分析 361

- 6.1 体育产业营销概述 361
 - 6.1.1 体育产业营销的概念 361
 - 6.1.2 体育产业的营销者及其产品 361
 - (1) 体育产业的营销者 361
 - (2) 体育产业营销的产品及其特点 361
 - 6.1.3 体育产业的消费者 362
 - 6.1.4 体育产业营销的渠道管理和促销方式 362
 - (1) 体育产业价值链分析及营销渠道管理 362
 - (2) 体育产业营销中的促销方式 363
 - 6.1.5 体育产业营销的新趋势 363
 - 6.1.6 体育产业与互联网融合最新进展 365
- 6.2 体育产业营销策略分析 365
 - 6.2.1 体育产业营销策略的发展演变历程 365
 - (1) 营销活动的伊始期 366
 - (2) 营销活动的发展期 366
 - (3) 营销活动的调整期 366
 - 6.2.2 体育产业营销策略中存在的误区 367
 - (1) 体育营销目标上存在的误区 367
 - (2) 体育营销内涵上存在的误区 367

- (3) 体育营销品牌宣传上存在误区 367
- 6.2.3 当前体育产业发展的营销策略的目标定位 368
 - (1) 提高体育产品和体育服务知名度 368
 - (2) 提高企业产品的销售量 368
 - (3) 提高产品国际知名度 368
- 6.2.4 体育产业本土化营销策略 368
 - (1) 促进体育产业专业化向市场化转变 369
 - (2) 赛事运作本土化 369
 - (3) 加大宣传力度, 扩大比赛影响 369
 - (4) 向大众化发展 370
 - (5) 树立并做大做强国内品牌 370
- 6.2.5 体育企业立体式营销策略 370
 - (1) 注意力营销 370
 - (2) 情感营销 371
 - (3) 整合营销 371
- 6.3 体育产业营销案例分析 373
 - 6.3.1 李宁网易梦幻西游西游合作案例分析 373
 - (1) 案例背景 373
 - (2) 实施案例时面临的问题、市场机会和挑战 373
 - (3) 案例实施方案 373
 - (4) 案例效果 373
 - (5) 案例经验总结 373
 - 6.3.2 361°“上班推迟一小时”活动案例分析 373
 - (1) 案例背景 373
 - (2) 实施案例时面临的问题、市场机会和挑战 373
 - (3) 案例实施方案 373
 - (4) 案例效果 374
 - (5) 案例经验总结 374
 - 6.3.3 匹克品牌推广——NBA球星中国行案例分析 375
 - (1) 案例背景 375
 - (2) 实施案例时面临的问题、市场机会和挑战 375
 - (3) 案例实施方案 375
 - (4) 案例效果 375
 - (5) 案例经验总结 375
 - 6.3.4 Kappa世界杯互联网推广 375

- (1) 案例背景 376
- (2) 实施案例时面临的问题、市场机会和挑战 376
- (3) 案例实施方案 376
- (4) 案例效果 377
- (5) 案例经验总结 377
- 6.3.5 安踏温哥华冬奥会系列推广 378
 - (1) 案例背景 378
 - (2) 实施案例时面临的问题、市场机会和挑战 378
 - (3) 案例实施方案 378
 - (4) 案例效果 378
 - (5) 案例经验总结 379
- 6.3.6 特步赞助英超伯明翰案例分析 379
 - (1) 案例背景 379
 - (2) 实施案例时面临的问题、市场机会和挑战 379
 - (3) 案例实施方案 379
 - (4) 案例效果 380
 - (5) 案例经验总结 380

第7章 中国体育产业领先企业经营分析 381

7.1 体育用品业领先企业经营分析 381

7.1.1 李宁有限公司经营情况分析 381

- (1) 企业发展简况分析 381
- (2) 主要经济指标分析 381
- (3) 企业盈利能力分析 382
- (4) 企业运营能力分析 383
- (5) 企业偿债能力分析 383
- (6) 企业发展能力分析 384
- (7) 企业组织架构分析 385
- (8) 企业产品结构及新产品动向 385
- (9) 企业销售渠道与网络 386
- (10) 企业经营状况优劣势分析 386
- (11) 企业投资兼并与重组分析 386
- (12) 企业最新发展动向分析 386

7.1.2 安踏体育用品有限公司经营情况分析 387

- (1) 企业发展简况分析 387

- (2) 主要经济指标分析 387
- (3) 企业盈利能力分析 388
- (4) 企业运营能力分析 388
- (5) 企业偿债能力分析 389
- (6) 企业发展能力分析 390
- (7) 企业产品结构及新产品动向 391
- (8) 企业销售渠道与网络 391
- (9) 企业经营状况优劣势分析 391
- (10) 企业投资兼并与重组分析 391
- (11) 企业最新发展动向分析 391
- 7.1.3 中国动向(集团)有限公司经营情况分析 392
 - (1) 企业发展简况分析 392
 - (2) 主要经济指标分析 392
 - (3) 企业盈利能力分析 393
 - (4) 企业运营能力分析 393
 - (5) 企业偿债能力分析 394
 - (6) 企业发展能力分析 395
 - (7) 企业组织架构分析 395
 - (8) 企业产品结构及新产品动向 396
 - (9) 企业销售渠道与网络 397
 - (10) 企业经营状况优劣势分析 397
 - (11) 企业投资兼并与重组分析 397
 - (12) 企业最新发展动向分析 398
- 7.1.4 特步国际控股有限公司经营情况分析 398
 - (1) 企业发展简况分析 398
 - (2) 主要经济指标分析 399
 - (3) 企业盈利能力分析 399
 - (4) 企业运营能力分析 400
 - (5) 企业偿债能力分析 401
 - (6) 企业发展能力分析 401
 - (7) 企业产品结构及新产品动向 402
 - (8) 企业销售渠道与网络 402
 - (9) 企业经营状况优劣势分析 403
 - (10) 企业最新发展动向分析 403
- 7.1.5 匹克体育用品有限公司经营情况分析 404

- (1) 企业发展简况分析 404
- (2) 主要经济指标分析 404
- (3) 企业盈利能力分析 405
- (4) 企业运营能力分析 405
- (5) 企业偿债能力分析 406
- (6) 企业发展能力分析 407
- (7) 企业产品结构及新产品动向 407
- (8) 企业销售渠道与网络 407
- (9) 企业经营状况优劣势分析 408
- (10) 企业最新发展动向分析 408
- 7.2 体育健身业领先企业经营分析 449
- 7.2.1 上海一兆韦德健身管理有限公司经营情况分析 449
 - (1) 企业发展简况分析 449
 - (2) 企业主营业务分析 449
 - (3) 企业健身会所建设及分布情况 449
 - (4) 企业健身项目分析 450
 - (5) 企业健身教练情况分析 450
 - (6) 企业经营模式分析 450
 - (7) 企业经营状况优劣势分析 450
 - (8) 企业最新发展动向分析 450
- 7.2.2 上海美格菲健身中心有限公司经营情况分析 451
 - (1) 企业发展简况分析 451
 - (2) 企业主营业务分析 451
 - (3) 企业健身会所建设及分布情况 451
 - (4) 企业健身项目分析 451
 - (5) 企业经营模式分析 451
 - (6) 企业经营状况优劣势分析 452
 - (7) 企业最新发展动向分析 452
- 7.2.3 威康健身管理咨询(上海)有限公司经营情况分析 452
 - (1) 企业发展简况分析 452
 - (2) 企业主营业务分析 452
 - (3) 企业健身会所建设及分布情况 452
 - (4) 企业健身项目分析 453
 - (5) 企业健身教练情况分析 453
 - (6) 企业经营模式分析 453

- (7) 企业经营状况优劣势分析 453
- 7.3 体育中介业领先企业经营分析 462
 - 7.3.1 中视体育娱乐有限公司经营情况分析 462
 - (1) 企业发展简况分析 462
 - (2) 企业主营业务分析 462
 - (3) 企业成功体育运营案例分析 462
 - (4) 企业经营状况优劣势分析 462
 - (5) 企业最新发展动向分析 463
 - 7.3.2 北京众辉国际体育管理公司经营情况分析 463
 - (1) 企业发展简况分析 463
 - (2) 企业主营业务分析 463
 - (3) 企业成功体育运营案例分析 464
 - (4) 企业经营状况优劣势分析 464
 - (5) 企业最新发展动向分析 464
- 7.4 其他领先体育企业经营分析 467
 - 7.4.1 中体产业集团股份有限公司经营情况分析 467
 - (1) 企业发展简况分析 468
 - (2) 主要经济指标分析 468
 - (3) 企业盈利能力分析 469
 - (4) 企业运营能力分析 470
 - (5) 企业偿债能力分析 471
 - (6) 企业发展能力分析 472
 - (7) 主营业务分析 472
 - (8) 企业经营状况优劣势分析 473
 - (9) 企业投资兼并与重组分析 473
 - (10) 企业最新发展动向分析 474
 - 7.4.2 上海东亚体育文化中心有限公司经营情况分析 474
 - (1) 企业简介 474
 - (2) 主营业务分析 474
 - (3) 企业体育场馆资源分析 474
 - (4) 企业服务项目 475
 - (5) 企业经营状况优劣势分析 475
 - (6) 企业最新发展动向分析 476

- 8.1 体育产业投融资体制的历史与现状 482
 - 8.1.1 中国体育产业投融资的历史沿革 483
 - 8.1.2 中国体育产业投融资的现状和存在问题 483
 - (1) 体育产业资本市场投融资的现状 484
 - (2) 体育产业投融资存在的问题 485
- 8.2 体育产业投融资模式的国际经验 487
 - 8.2.1 发达国家体育产业投融资模式 487
 - (1) 欧美体育产业投融资模式 488
 - (2) 日本体育产业投融资模式 490
 - (3) 美国体育产业投融资模式 491
 - 8.2.2 国外体育产业投融资的实践运用 492
 - (1) 银团贷款 492
 - (2) 资产证券化融资 493
 - (3) 商业信用融资 493
 - (4) 球员抵押贷款 493
- 8.3 中国体育产业投融资体系构建策略分析 494
 - 8.3.1 中国体育产业财政投融资体系完善策略 494
 - (1) 政策性金融的概念以及在中国的适用性 495
 - (2) 中国体育产业财政投融资体制存在的不足 496
 - (3) 完善体育产业财政投融资出资人制度 496
 - (4) 通过立法规范体育产业财政投融资定位 497
 - (5) 建立包括财政投融资的体育产业财政预算 498
 - (6) 建立投资资本与信贷决策互为制衡的决策机制 498
 - (7) 大力发展体育产业财政信用 498
 - (8) 加快制定财政支持体育产业发展的投融资政策 499
 - 8.3.2 中国体育产业投融资资本市场完善策略 499
 - (1) 中国体育产业资本市场投融资存在问题 501
 - (2) 发展中国体育产业股权融资市场 501
 - (3) 发展中国体育产业债券融资市场的对策 502
 - 8.3.3 中国体育产业风险投资市场完善策略 503
 - (1) 体育投资项目通过风险投资进行融资的作用 504
 - (2) 体育产业风险投资的内涵及特征 504
 - (3) 中国体育产业风险投资现状与存在的问题 505
 - (4) 中国体育产业风险投资运作的循环模型 507
 - (5) 发展体育产业风险投资的政策措施 508

8.3.4 体育产业资本运营渠道拓宽策略 511

- (1) 体育产业资产证券化理论 511
- (2) 体育产业资产证券化的适用条件与运作程序 513
- (3) 体育产业资产证券化对体育产业发展的作用 515
- (4) 发展体育产业资产证券化的措施和政策建议 517
- (5) 体育场馆设施的建设引入BOT投资方式 518

8.3.5 中国体育产业投资基金运行策略 519

- (1) 发展中国体育产业投资基金的意义 519
- (2) 体育产业投资基金的运作模式 519
- (3) 体育产业投资基金的募集方式 520
- (4) 体育产业投资基金的资金来源 520
- (5) 政府对体育产业投资基金的支持 521
- (6) 体育产业投资基金的投资对象 522

图表目录：

图表1：体育产业链结构 19

图表2：2010-2016年我国GDP同比增速走势及预测（单位：%） 26

图表3：2016年中国固定资产投资（不含农户）累计同比增速（单位：%） 27

图表4：2010-2016年中国社会消费品零售总额增长情况（单位：%） 28

图表5：2010-2016年中国居民消费价格指数涨跌幅度（单位：%） 28

图表6：2010-2016年中国城镇居民人均可支配收入增长情况（单位：%） 30

图表7：2010-2016年农村居民人均收入增长情况（单位：%） 30

图表8：美国体育产业构成图 34

图表9：日本体育产业构成图 35

图表10：中国体育及相关产业主要指标（单位：亿元，万人） 38

图表11：中超联赛组织机构示意图 59

图表12：CBA联赛组织机构示意图 60

图表13：乒超联赛组织机构示意图 60

图表14：三个赛季参与各项联赛职业俱乐部数量（单位：支） 61

图表15：2004-2016年中超联赛场均观众数（单位：万人/场） 64

图表16：中超联赛电视转播收视人次（单位：亿人次） 68

图表17：国内各项目非俱乐部职业赛事数量（单位：项） 72

图表18：非俱乐部职业赛事运作模式 74

图表19：国内各项目非职业俱乐部赛事数量（单位：项） 79

图表20：非职业俱乐部赛事运作模式 81

- 图表21：中国全运会管理体制的运作模式 87
- 图表22：厦门国际马拉松赛组织结构图 92
- 图表23：三次全国体育现状调查对比（单位：%） 99
- 图表24：中国体育健身俱乐部经营模式 106
- 图表25：2010-2016年体育用品行业经营效益分析（单位：家，人，万元） 129
- 图表26：2010-2016年中国体育用品行业盈利能力分析（单位：%） 130
- 图表27：2010-2016年中国体育用品行业运营能力分析（单位：次） 130
- 图表28：2010-2016年中国体育用品行业偿债能力分析（单位：%、倍） 131
- 图表29：2010-2016年中国体育用品行业发展能力分析（单位：%） 131
- 图表30：2010-2016年体育用品行业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 133
- 图表31：2010-2016年中国大型体育用品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 134
- 图表32：2010-2016年中国中型体育用品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 135
- 图表33：2010-2016年中国小型体育用品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 136
- 图表34：2010-2016年不同规模企业数量比重变化趋势图（单位：%） 137
- 图表35：2010-2016年不同规模企业资产总额比重变化趋势图（单位：%） 138
- 图表36：2010-2016年不同规模企业销售收入比重变化趋势图（单位：%） 138
- 图表37：2010-2016年不同规模企业利润总额比重变化趋势图（单位：%） 139
- 图表38：2010-2016年国有体育用品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 140
- 图表39：2010-2016年集体体育用品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 141
- 图表40：2010-2016年股份合作体育用品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 142
- 图表41：2010-2016年股份制体育用品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 143
- 图表42：2010-2016年私营体育用品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 144
- 图表43：2010-2016年外商和港澳台投资体育用品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 145
- 图表44：2010-2016年其他性质体育用品企业主要经济指标统计表（单位：万元，人，家，%） 146
- 图表45：2010-2016年不同性质企业数量比重变化趋势图（单位：%） 147

- 图表46：2010-2016年不同性质企业资产总额比重变化趋势图（单位：%） 147
- 图表47：2010-2016年不同性质企业销售收入比重变化趋势图（单位：%） 148
- 图表48：2010-2016年不同性质企业利润总额比重变化趋势图（单位：%） 148
- 图表49：2010-2016年居前的10个地区销售收入统计表（单位：万元，%） 149
- 图表50：2010-2016年居前的10个地区销售收入比重图（单位：%） 150
- 图表51：2010-2016年居前的10个地区资产总额统计表（单位：万元，%） 150
- 图表52：2010-2016年居前的10个地区资产总额比重图（单位：%） 151
- 图表53：2010-2016年居前的10个地区负债统计表（单位：万元，%） 152
- 图表54：2010-2016年居前的10个地区负债比重图（单位：%） 152
- 图表55：2010-2016年居前的10个地区销售利润统计表（单位：万元，%） 153
- 图表56：2010-2016年居前的10个地区销售利润比重图（单位：%） 154
- 图表57：2010-2016年居前的10个地区利润总额统计表（单位：万元，%） 154
- 图表58：2010-2016年居前的10个地区利润总额比重图（单位：%） 155
- 图表59：2010-2016年居前的10个地区产成品统计表（单位：万元，%） 156
- 图表60：2010-2016年居前的10个地区产成品比重图（单位：%） 156
- 图表61：2010-2016年居前的10个地区单位数及亏损单位数统计表（单位：家） 157
- 图表62：2010-2016年居前的10个地区企业单位数比重图（单位：%） 158
- 图表63：2010-2016年居前的10个亏损地区亏损总额统计表（单位：万元，%） 158
- 图表64：2010-2016年居前的10个亏损地区亏损总额比重图（单位：%） 159
- 图表65：2010-2016年体育用品行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%） 160
- 图表66：2010-2016年体育用品行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%） 160
- 图表67：2010-2016年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 161
- 图表68：2016年工业总产值居前的10个地区比重图（单位：%） 162
- 图表69：2010-2016年产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 162
- 图表70：2016年产成品居前的10个地区比重图（单位：%） 163
- 图表71：2010-2016年体育用品行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%） 163
- 图表72：2010-2016年体育用品行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%） 164
- 图表73：2010-2016年销售产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 164
- 图表74：2016年销售产值居前的10个地区比重图（单位：%） 165
- 图表75：2010-2016年销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元，%） 165
- 图表76：2016年销售收入居前的10个地区比重图（单位：%） 166
- 图表77：2010-2016年全国体育用品行业产销率变化趋势图（单位：%） 166
- 图表78：2010-2016年体育用品行业产品月度出口情况（单位：万美元） 167
- 图表79：2010-2016年中国体育用品行业月度主要出口产品结构表（单位：吨，万个，万副，万根，万双，个，百万个，万美元） 168

- 图表80：2010年VS2016年中国体育用品行业月度主要出口产品结构图（单位：%） 170
- 图表81：2010-2016年中国体育用品行业月度进口情况（单位：万美元） 170
- 图表82：2010-2016年中国体育用品行业月度主要进口产品结构表（单位：吨，万个，万副，万根，万双，个，百万个，万美元） 171
- 图表83：2010-2016年中国体育用品行业月度主要进口产品结构图（单位：%） 172
- 图表84：2016年体育用品行业产业规模分析（单位：家，人，万元） 173
- 图表85：2016年体育用品行业产业规模分析（按经济类型划分）（单位：家，人，万元） 174
- 图表86：2016年体育用品行业产业规模分析（重点地区划分）（单位：家，人，亿元） 175
- 图表87：2016年体育用品行业资本/劳动密集度分析（单位：万元/人，万元/单位） 175
- 图表88：2016年体育用品行业资本/劳动密集度分析（按经济类型划分）（单位：万元/人，万元/单位） 176
- 图表89：2016年体育用品行业资本/劳动密集度分析（重点地区划分）（单位：万元/人，万元/单位） 177
- 图表90：2016年体育用品行业产销情况（单位：亿元，%） 177
- 图表91：2016年体育用品行业产销情况（按经济类型划分）（单位：亿元） 178
- 图表92：2016年体育用品行业产销情况（按重点地区划分）（单位：万元，%） 179
- 图表93：2016年体育用品行业成本费用情况（单位：万元） 179
- 图表94：2016年体育用品行业成本费用结构情况（单位：%） 180
- 图表95：2016年体育用品行业成本费用情况（按经济类型划分）（单位：万元） 180
- 图表96：2016年体育用品行业成本费用情况（按重点地区划分）（单位：万元） 181
- 图表97：2016年体育用品行业盈亏情况（单位：亿元，%） 182
- 图表98：2016年体育用品行业盈亏情况（按经济类型划分）（单位：万元，%） 182
- 图表99：2016年体育用品行业盈亏情况（按重点地区划分）（单位：万元，%） 183
- 图表100：主要国产运动鞋品牌名人广告统计 198
- 图表101：2016年十大球类品牌 201
- 图表102：国外体育中介企业 249
- 图表103：国内体育中介企业 250
- 图表104：2014-2016年城镇居民文化休闲娱乐消费构成（单位：%） 330
- 图表105：2014-2016年农村居民文化休闲娱乐消费构成（单位：%） 330
- 图表106：国家体育产业基地列表 335
- 图表107：李宁有限公司与实际控制人之间产权及控制关系方框图 381
- 图表108：2014-2016年李宁有限公司主要经济指标分析（单位：万元） 382
- 图表109：2014-2016年李宁有限公司盈利能力分析（单位：%） 382

- 图表110：2014-2016年李宁有限公司运营能力分析（单位：次） 383
- 图表111：2014-2016年李宁有限公司偿债能力分析（单位：%） 384
- 图表112：2014-2016年李宁有限公司发展能力分析（单位：%） 384
- 图表113：李宁有限公司组织架构图 385
- 图表114：李宁有限公司优劣势分析 386
- 图表115：2014-2016年安踏体育用品有限公司主要经济指标分析（单位：万元） 387
- 图表116：2014-2016年安踏体育用品有限公司盈利能力分析（单位：%） 388
- 图表117：2014-2016年安踏体育用品有限公司运营能力分析（单位：次） 389
- 图表118：2014-2016年安踏体育用品有限公司偿债能力分析（单位：%） 389
- 图表119：2014-2016年安踏体育用品有限公司发展能力分析（单位：%） 390
- 图表120：安踏体育用品有限公司优劣势分析 391

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201607/432376.html>