2016-2022年中国体育旅游行业市场运营态势及发展前景预测报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国体育旅游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/201607/433855.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

我国幅员辽阔、民族众多，复杂的地理环境及多样的气候特征，为发展体育旅游业提供了优良的自然条件。例如吉林省境内有北大湖滑雪场、松花湖滑雪场、北山公园滑雪场、净月潭滑雪场等。一些像海南、云南、贵州、成都等地理气候位置相当好的地方，可以开展很多体育旅游项目。还有一些地方民族性项目，如"中国荆州端午龙舟节"、"少林武术节"、"西双版纳泼水节"、"新疆少数民族的赛马节、摔跤节"等等，都具有鲜明的民族特色，是开拓体育旅游的广阔市场。我国小型多样化的体育旅游已逐渐发展起来，如我国爱好钓鱼的旅游者人数增多、各种体育旅游设施的迅速增长、高尔夫球场的增加、保龄球馆的迅增、网球场的普及。

从传统意义来看，体育旅游主要指的是一种人们以参与或参观体验体育活动为基础的旅游活动，属于旅游细分领域的体育主题类旅游项目，包括出境观看国外热门体育赛事（世界杯，奥运会，欧洲足球联赛等），或是参加户外运动（马拉松，骑行，野外露营等）。按此定义，体育观赛游的发展可以追溯到公元前776年，在古希腊举办第一届奥林匹克运动会时，希腊各地参赛选手及附近的黎民百姓前往奥林匹克举办地观看和参加赛事，便是一种最早期的体育旅游现象。

从目前国内体育旅游的业态来看，按参与方式将体育旅游划分为观赛类以及参赛类旅游仍是最为主流的划分方式。其中，观赛类体育游是旅行者以前往目的地观看重要体育赛事为目的进行的旅游，包括出境观看国外热门体育赛事（世界杯，奥运会，欧洲足球联赛等）。参赛类体育旅游则主要指旅游者以前往目的地参加体育活动为目的，主要包括了各类户外运动（如马拉松、滑雪及高尔夫等）。

体育旅游产业链的划分

从世界范围来看，根据世界旅游组织（UNWTO）数据，当整体旅游产业的增长额在2%－3%左右浮动时，体育旅游是全球旅游市场中增长最快的，增长率能够达到每年14%。并且，从我国的情况来看，根据国家旅游局发布的《2015年全国旅游业投资报告》，在冬奥会、消费需求和国家政策的多重推动之下，我国体育旅游不断受到重视并得到快速发展，2015年，体育旅游实际完成投资791亿元，同比增长 71.9%。

全国体育旅游投资规模

从体育旅游的分类来看，目前市场主要按照体育旅游的参与方式、时空特征以及活动场所三个方面，分别划分为观赛游与参赛游；周期型、定点型和季节型体育旅游；以及陆地、水上和冰雪类项目的体育旅游。

体育旅游分类

此外，我国近年来还先后进行了一系列大型活动，如国际汽车拉力赛、国际马拉松比赛、国际摩托艇暨水上摩托超级明星争霸赛等大型体育旅游。高校举办的老年人棋类比赛、桥牌比赛，邀请了国内外各高校的教授及教育界和体育界的领导或其他行业的知名人士参加。同时，由于大众体育的蓬勃发展，全民健身普及，人们的体育意识也在不断增强，以体育健身、娱乐、观赏的各类体育竞赛及尝试体育刺激与挑战等为目的的体育旅游也在不断发展，成为旅游行业的新亮点。

智研咨询发布的《2016-2022年中国体育旅游行业市场运营态势及发展前景预测报告》共十三章。首先介绍了体育旅游相关概念及发展环境，接着分析了中国体育旅游规模及消费需求，然后对中国体育旅游市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国体育旅游面临的机遇及发展前景。您若想对中国体育旅游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：

第一部分 体育旅游产业环境透视
第一章 体育旅游产业基础剖析
第一节 体育旅游概念及类型
一、概念
二、类型
1．根据体育旅游资源的性质分类
2．根据体育旅游活动形式分类
第二节 我国体育旅游的特征
一、参与性
二、观光性
三、民族性
四、技能性
第二章 2013-2014年中国体育旅游行业市场发展环境分析
第一节 2013-2014年中国经济环境分析
一、国民经济运行情况GDP

过去 10 年各季度中国 GDP 增长速度可以明显看出，目前中国在“调结构、促转型”的经济软着陆情况下，经济增速出现明显下降。政府工作报告指出，2016 年经济增长预期目标 6.5%-7%，国家宏观经济增速明显趋缓，而 GDP 增速与钢材需求存在相关性，增速下降意

味着市场对钢材需求强度可能减弱，这也将会影响到作为基础工业原材料生产环节钢铁企业的生存环境。
过去 10 年中国 GDP 增速情况 （%）

二、消费价格指数CPI、PPI
三、全国居民收入情况
四、恩格尔系数
五、工业发展形势
六、固定资产投资情况
七、中国汇率调整
第二节 2013-2014年中国体育旅游行业政策环境分析
一、国务院关于加快发展旅游业的意见（2013-2014年12月）
二、旅行社条例（2009）
三、中国旅游饭店行业规范
四、旅游安全管理暂行办法
第三节 2013-2014年中国体育旅游行业社会环境分析
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、中国城镇化率
六、居民的各种消费观念和习惯
第四节 2013-2014年中国体育旅游行业技术环境分析
第二部分 体育旅游行业深度分析
第三章 2013-2014年中国体育旅游行业发展情况综述
第一节 2013-2014年中国体育旅游行业发展概述
一、体育旅游及其国外研究的最新进展
二、城市体育与体育旅游的协同发展
三、发展我国体育旅游的重要意义
第二节 2013-2014年我国体育旅游发展的问题分析
一、体育旅游经营管理方式不健全
二、管理体制不完善
三、思想观念落后
第三节 2013-2014年我国加快体育旅游发展的策略分析
一、加强旅游行业管理部门的监管职能

二、积极推动社区体育旅游的发展
三、加快体育旅游人才的培养
第四章 2013-2014年中国体育旅游行业市场运行动态分析
第一节 2013-2014年我国体育旅游开发的SWOT分析
一、优势
二、劣势
三、机遇
四、挑战
第二节 2011中国体育旅游行业市场发展存在问题分析
一、缺乏高品质的体育旅游资源
二、对城市环境及基础设施造成严重破坏
三、人才缺乏，经营管理水平低
四、缺少以体育旅游为主题的旅行社
五、体育旅游的规划和管理比较混乱
六、缺乏对体育旅游的宣传
第三节 2011中国体育旅游行业市场开发对策分析
一、合理开发体育旅游资源
二、培养体育旅游的专项服务人才
三、加大体育与旅游联姻的力度
四、加强规范管理,开展积极的产业导向
五、加大宣传力度
第三部分 体育旅游行业市场全景调研
第五章 体育旅游行业产业结构分析
第一节 体育旅游产业结构分析
一、市场细分充分程度分析
二、各细分市场领先企业排名
三、各细分市场占总市场的结构比例
四、领先企业的结构分析（所有制结构）
第二节 产业价值链条的结构及整体竞争优势分析
一、产业价值链条的构成
二、产业链条的竞争优势与劣势分析
第三节 产业结构发展预测
一、产业结构调整指导政策分析
二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
三、中国体育旅游行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析
第六章 体育旅游细分市场分析
第一节 按体育旅游参与方式
一、参与型体育旅游
1、高尔夫球项目市场分析
2、滑雪项目市场分析
3、冲浪项目市场分析
二、观摩型体育旅游
第二节 按体育旅游时空特征
一、周期性体育旅游
二、定点型体育旅游
三、季节型体育旅游
第三节 按体育活动场所划分
一、陆地项目
1、山地项目市场分析
2、草原项目市场分析
3、沙漠项目市场分析
4、森林项目市场分析
二、草原项目市场分析
三、水上项目市场分析
四、空中项目市场分析
1、滑翔伞项目市场分析
2、热气球项目市场分析
五、冰雪项目
1、滑雪项目市场分析
2、溜冰项目市场分析
3、冰帆项目市场分析
4、雪橇项目市场分析
第四部分 体育旅游行业竞争格局分析
第七章 体育旅游产业集群发展及区域市场分析
第一节 中国体育旅游产业集群发展特色分析
一、长江三角洲体育旅游产业发展特色分析
二、珠江三角洲体育旅游产业发展特色分析
三、环渤海地区体育旅游产业发展特色分析
四、闽南地区体育旅游产业发展特色分析

第二节 体育旅游重点区域市场分析预测
一、行业总体区域结构特征及变化
1、区域结构总体特征
2、行业区域集中度分析
3、行业区域分布特点分析
4、行业规模指标区域分布分析
5、行业效益指标区域分布分析
6、行业企业数的区域分布分析
二、体育旅游重点区域市场分析
1、江苏
2、浙江
3、上海
4、福建
5、广东
第八章 2016-2022年体育旅游行业部分旅游区分析
第一节 北大壶体育旅游开发区
一、旅游区概况分析
二、旅游区项目分析
三、旅游区特点分析
四、旅游区投资规划分析
五、旅游区前景分析
第二节 桂林凤凰体育运动休闲旅游区
一、旅游区概况分析
二、旅游区项目分析
三、旅游区特点分析
四、旅游区投资规划分析
五、旅游区前景分析
第三节 石关体育休闲旅游区
一、旅游区概况分析
二、旅游区项目分析
三、旅游区特点分析
四、旅游区投资规划分析
五、旅游区前景分析
第四节 辉腾锡勒草原旅游区
一、旅游区概况分析

二、旅游区项目分析
三、旅游区特点分析
四、旅游区投资规划分析
五、旅游区前景分析
第五节 孤柏渡飞黄旅游区
一、旅游区概况分析
二、旅游区项目分析
三、旅游区特点分析
四、旅游区投资规划分析
五、旅游区前景分析
第六节 汕头南澳岛旅游区
一、旅游区概况分析
二、旅游区项目分析
三、旅游区特点分析
四、旅游区投资规划分析
五、旅游区前景分析
第七节 呀诺达雨林文化旅游区
一、旅游区概况分析
二、旅游区项目分析
三、旅游区特点分析
四、旅游区投资规划分析
五、旅游区前景分析
第八节 天马山生态旅游区
一、旅游区概况分析
二、旅游区项目分析
三、旅游区特点分析
四、旅游区投资规划分析
五、旅游区前景分析
第五部分 体育旅游行业发展前景展望
第九章 2016-2022年体育旅游行业前景及趋势预测
第一节 2016-2022年体育旅游市场发展前景
一、2016-2022年体育旅游市场发展潜力
二、2016-2022年体育旅游市场发展前景展望

一直以来，体育以及旅游行业作为两大朝阳性产业，其绿色无污染，并且对地方经济的带动悉数大，吸收劳动力强，据华奥星空提供的数据显示，2016 年 1 月至 4 月举办的

311 场各类大型体育赛事中，观赛和参赛人数共计 338 万人，由赛事产生的旅游、交通、住宿、餐饮等关联消费达 119 亿元，对举办地的经济拉动超过 300 亿元。

体育旅游客群分布及对应旅游方式特点

根据国家体育总局公布数据，2016 年的全年全国体育竞赛计划总共达 1092 项，其中名录内全国性体育赛事 174 项，国内举办的国际比赛总共 275 项，其它全国性比赛总共 625项，特殊体育项目比赛总共 18项。而 2016年作为赛事大年，拥有里约奥运、法国欧洲杯、美洲杯以及中网为代表的一系列重磅赛事，特别是即将于 8 月 5 日举办的里约奥运会，不仅有望激发民众的观赛热情，也将有望引爆下半年赛事旅游市场。

2016年下半年重要赛事一览

三、2016-2022年体育旅游细分行业发展前景分析
第二节 2016-2022年体育旅游市场发展趋势预测
一、2016-2022年体育旅游行业发展趋势
二、2016-2022年体育旅游市场规模预测
三、2016-2022年体育旅游行业应用趋势预测
四、2016-2022年细分市场发展趋势预测
第三节 2016-2022年中国体育旅游行业供需预测
第四节 影响企业生产与经营的关键趋势
一、市场整合成长趋势
二、需求变化趋势及新的商业机遇预测
三、企业区域市场拓展的趋势
四、科研开发趋势及替代技术进展
五、影响企业销售与服务方式的关键趋势
第十章 2016-2022年体育旅游行业投资价值评估分析
第一节 体育旅游行业投资特性分析
一、体育旅游行业进入壁垒分析
二、体育旅游行业盈利因素分析
三、体育旅游行业盈利模式分析
第二节 2016-2022年体育旅游行业发展的影响因素
一、有利因素
二、不利因素
第三节 2016-2022年体育旅游行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析
1、行业活力系数比较及分析
2、行业投资收益率比较及分析
3、行业投资效益评估
二、产业发展的空白点分析
三、投资回报率比较高的投资方向
四、新进入者应注意的障碍因素
第六部分 体育旅游行业发展战略研究
第十一章 2016-2022年体育旅游行业面临的困境及对策
第一节 2015年体育旅游行业面临的困境
第二节 体育旅游企业面临的困境及对策
一、重点体育旅游企业面临的困境及对策
1、重点体育旅游企业面临的困境
2、重点体育旅游企业对策探讨
二、中小体育旅游企业发展困境及策略分析
1、中小体育旅游企业面临的困境
2、中小体育旅游企业对策探讨
三、国内体育旅游企业的出路分析
第三节 中国体育旅游行业存在的问题及对策
一、中国体育旅游行业存在的问题
二、体育旅游行业发展的建议对策
1、把握国家投资的契机
2、竞争性战略联盟的实施
3、企业自身应对策略
三、市场的重点客户战略实施
1、实施重点客户战略的必要性
2、合理确立重点客户
3、重点客户战略管理
4、重点客户管理功能
第四节 中国体育旅游市场发展面临的挑战与对策
第十二章 体育旅游行业发展战略研究
第一节 体育旅游行业发展战略研究
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
第二节 对我国体育旅游品牌的战略思考
一、体育旅游品牌的重要性
二、体育旅游实施品牌战略的意义
三、体育旅游企业品牌的现状分析
四、我国体育旅游企业的品牌战略
五、体育旅游品牌战略管理的策略
第三节 体育旅游经营策略分析
一、体育旅游市场细分策略
二、体育旅游市场创新策略
三、品牌定位与品类规划
四、体育旅游新产品差异化战略
第四节 体育旅游行业投资战略研究
一、2015年体育旅游行业投资战略
二、2016-2022年体育旅游行业投资战略
三、2016-2022年细分行业投资战略
第十三章 研究结论及投资建议（ZY ZM）
第一节 体育旅游行业研究结论及建议
第二节 体育旅游子行业研究结论及建议
第三节 中道泰和体育旅游行业投资建议
一、行业发展策略建议
二、行业投资方向建议
三、行业投资方式建议
图表目录：
图表：体育旅游行业生命周期
图表：体育旅游行业产业链结构
图表：2013-2014年全球体育旅游行业市场规模
图表：2013-2014年中国体育旅游行业市场规模
图表：2013-2014年体育旅游行业重要数据指标比较
图表：2013-2014年中国体育旅游市场占全球份额比较
图表：2013-2014年体育旅游行业销售收入
图表：2013-2014年体育旅游行业利润总额

图表：2013-2014年体育旅游行业资产总计
图表：2013-2014年体育旅游行业负债总计
图表：2013-2014年体育旅游行业竞争力分析
图表：2013-2014年体育旅游市场价格走势
图表：2013-2014年体育旅游行业主营业务收入
图表：2013-2014年体育旅游行业主营业务成本
图表：2013-2014年体育旅游行业销售费用分析
图表：2013-2014年体育旅游行业管理费用分析
图表：2013-2014年体育旅游行业财务费用分析
图表：2013-2014年体育旅游行业销售毛利率分析
图表：2013-2014年体育旅游行业销售利润率分析
图表：2013-2014年体育旅游行业成本费用利润率分析
图表：2013-2014年体育旅游行业总资产利润率分析

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201607/433855.html