2017-2022年中国体育产业市场运营态势及战略咨询报告

报告大纲

智研咨询
www.chyxx.com

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国体育产业市场运营态势及战略咨询报告》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/201705/526639.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

从目前来看，国内体育产业发展仍处于萌芽期，整体规模及产业化程度与国外差距仍然明显。根据国家统计局数据，2015年国内体育产业增加值为4000亿元，同比增速为-1.01%，占GDP比例仅为0.7%，为美国的1/4，远低于全球体育产业占GDP比重2%的平均水平。体育产业最发达的国家，体育产业增加值大约占GDP的2%-3%，我国体育产业与国外差距仍然明显。在国内居民收入水平持续提升、消费升级趋势以及城镇化建设的共同驱动下，人们的健身意识也在不断增强，体育产业作为现代服务业的重要组成部分有望获得巨大的发展空间。

我国体育产业增加值仍处在低位

我国体育产值占GDP比重较低

智研咨询发布的《2017-2022年中国体育产业市场运营态势及战略咨询报告》共十五章。首先介绍了体育产业相关概念及发展环境，接着分析了中国体育产业规模及消费需求，然后对中国体育产业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国体育产业面临的机遇及发展前景。您若想对中国体育产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 体育产业相关概述
1.1 体育产业简介
1.1.1 体育产业的概念
1.1.2 体育产业的特点
1.1.3 体育产业的分类
1.2 体育产业与体育事业
1.2.1 体育事业的概念
1.2.2 体育产业与体育事业的关系
1.2.3 体育产业与体育事业的区别
第2章 2014-2016年全球体育产业发展状况分析及其经验借鉴
2.1 国外体育产业发展综述
2.1.1 发展概况
2.1.2 产值现状
2.1.3 政策引导机制

2.2 主要国家体育产业发展经验借鉴
2.2.1 美国
2.2.2 巴西
2.2.3 英国
2.2.4 德国
2.2.5 奥地利
2.2.6 澳大利亚
2.2.7 日本
2.2.8 韩国
2.3 国外体育产业服务链建设分析及启示
2.3.1 建设状况
2.3.2 建设的特点
2.3.3 对我国的启示
2.4 中外体育产业发展比较分析及启示
2.4.1 各时期发展比较
2.4.2 结构对比分析
2.4.3 管理发展的差异对比
2.4.4 比较研究的启示
第3章 2014-2016年中国体育产业发展环境分析
3.1 经济环境
3.1.1 国际经济运行分析
3.1.2 中国经济运行现状
3.1.3 中国经济支撑因素
3.1.4 中国经济发展预测
3.2 政策环境
3.2.1 政策与体育产业政策
中国体育产业尚处发展启动期，政策护航或迎变革
3.2.2 不同时期体育产业政策的影响与作用
3.2.3 最新体育政策分析
3.2.4 地方体育产业政策要素分析
3.2.5 体育产业发展政策存在的问题
3.2.6 体育产业政策制定与执行建议
3.2.7 加快体育产业政策建设的主要途径
3.3 消费环境
3.3.1 居民收入水平

3.3.2 居民消费价格
3.3.3 居民恩格尔系数
3.3.4 居民文化消费水平
3.3.5 消费与体育产业的相关性
3.4 社会环境
3.4.1 人口环境分析
3.4.2 居民生活方式的转变
3.4.3 文化环境分析
3.4.4 中国城镇化率
第4章 2014-2016年中国体育产业发展现状综合分析
4.1 中国体育产业资源开发探析
4.1.1 体育产业资源内涵及分类
4.1.2 体育产业资源盘点
4.1.3 体育产业资源现状
4.1.4 体育产业资源开发战略思考
4.2 中国体育产业发展现状
4.2.1 产业在经济发展中的地位
4.2.2 产业发展现状总况
4.2.3 产业发展规模
4.2.4 产业需求分析
4.2.5 产业低碳发展现状
4.2.6 产业集群发展分析
4.3 中国体育产业信息化发展分析
4.3.1 信息技术对产业的影响
4.3.2 产业信息化发展的重要意义
4.3.3 产业信息化发展的要点
4.3.4 数字化体育发展现状
4.3.5 产业信息化发展建议
4.4 中国体育产业管理状况
4.4.1 产业管理现状
4.4.2 产业管理存在的问题
4.4.3 产业管理的对策
4.5 中国体育产业融合发展分析
4.5.1 产业融合的演进过程
4.5.2 产业融合的动力因素

4.5.3 产业融合的模式分析
4.5.4 促进产业融合成长的建议
4.6 中国体育产业发展问题分析
4.6.1 体育产业结构问题分析
4.6.2 城市体育产业发展中的问题
4.6.3 体育产业发展的其他制约因素
4.7 中国体育产业发展策略分析
4.7.1 体育产业结构优化原则与策略
4.7.2 发展城市体育产业的策略
4.7.3 体育产业创新发展途径
4.7.4 体育产业可持续发展策略
第5章 2014-2016年中国体育产业竞争与营销分析
5.1 中国体育产业竞争力剖析
5.1.1 产业竞争力的特征
5.1.2 产业竞争力的影响因素
5.1.3 产业竞争力的现状
5.1.4 产业竞争力提升的途径
5.2 中国体育产业营销方式
5.2.1 赞助体育赛事
5.2.2 聘请体育明星代言
5.2.3 投资体育运动团体
5.2.4 谋求体育活动指定产品权
5.2.5 举办公关促销活动
5.3 微时代对体育营销模式分析
5.3.1 微时代微博营销现状
5.3.2 微时代的体育微信营销
5.3.3 微时代的体育类APP营销
5.4 体育品牌动漫营销模式分析
5.4.1 体育动漫营销兴起
5.4.2 国外体育动漫营销模式
5.4.3 国内体育动漫营销模式
5.4.4 体育动漫营销受众分析
5.5 定制营销在体育产业中的应用分析
5.5.1 定制营销的优势
5.5.2 定制营销在体育产业应用的必要性

5.5.3 定制营销在体育产业应用的SWOT分析
5.5.4 定制营销在体育产业应用的策略
5.6 体育营销的成功元素分析
5.6.1 门当户对，对号入座
5.6.2 战略眼光，系统运作
5.6.3 赞助管理，配套跟进
5.6.4 眼球经济，创意为王
5.6.5 反应迅速，重在销售
第6章 2014-2016年中国体育赛事运作分析
6.1 体育赛事对国民经济的影响探析
6.1.1 对地区经济发展的影响
6.1.2 对城市文化建设的影响
6.2 中国体育赛事发展现状
6.2.1 体育赛事组织形式分析
6.2.2 国际顶级体育赛事“扎堆”入华
6.2.3 国际体育赛事在华市场发展状况
6.2.4 国内本土体育赛事发展迅猛
6.3 中国大型体育赛事运作分析
6.3.1 大型体育赛事媒介传播相关利益主体解析
6.3.2 大型体育赛事生态环境问题探析
6.3.3 大型体育赛事风险管理剖析
6.4 中国职业体育赛事运作分析
6.4.1 职业体育赛事产品分析
6.4.2 职业体育赛事服务制造的要素构成
6.4.3 职业体育赛事服务传递的渠道分析
6.4.4 职业体育赛事服务存在的问题
6.4.5 职业体育赛事服务创新对策
6.5 中国体育赛事营销分析
6.5.1 埋伏营销分析
6.5.2 微博营销分析
6.5.3 营销推广思路
6.5.4 门票定价策略
6.6 中国体育赛事运营模式分析
6.6.1 政府主导型
6.6.2 商业组织型

6.6.3 生产企业型
6.6.4 混合型
6.6.5 综合结论
6.7 中国体育赛事风险管理与运作效益评估
6.7.1 体育赛事中的风险
6.7.2 体育赛事风险管理
6.7.3 体育赛事运作效益评估
第7章 2014-2016年中国体育竞赛表演业发展潜力分析
7.1 中国体育竞赛表演业政策分析
7.1.1 政策发展阶段
7.1.2 政策的主要内容
7.1.3 政策的主要问题
7.1.4 未来发展政策目标
7.2 中国体育竞赛表演业发展概况
7.2.1 赛事活动数量与影响力不断提升
7.2.2 国内竞赛表演业尚属于幼稚产业
7.3 中国体育竞赛表演产品供应链运行分析
7.3.1 体育产品和竞赛体育表演产品
7.3.2 竞赛体育表演产品的需求特征
7.3.3 供应链和竞赛体育表演产品供应链
7.3.4 竞赛体育表演产品供应链的结构特征和类型
7.3.5 竞赛体育表演产品供应链的运行机制
7.4 中国体育竞赛表演业发展趋势分析
7.4.1 竞赛表演业全球化
7.4.2 赛事活动社会化
7.4.3 赛事运作规范化
第8章 2014-2016年中国体育用品市场发展现状及潜力分析
8.1 中国体育用品市场现状综述
8.1.1 产业发展回顾
8.1.2 产业初显复苏态势
8.1.3 行业呈现两级分化
8.1.4 区域格局分析
8.1.5 国际竞争力现状
8.1.6 行业发展潜力巨大
8.2 中国体育用品制造行业经济规模分析

8.2.1 销售规模
8.2.2 利润规模
8.2.3 资产规模
8.3 中国体育用品制造行业财务状况
8.3.1 盈利能力指标
8.3.2 营运能力指标
8.3.3 偿债能力指标
8.3.4 财务状况综合评价
8.4 中国体育用品产业集群分析
8.4.1 产业集群发展简况
8.4.2 产业集群发展的特征
8.4.3 产业集群发展的积极作用
8.4.4 产业集群发展存在的阻力
8.4.5 产业集群发展对策解析
8.5 中国体育用品市场开发与营销分析
8.5.1 市场开发与营销现状
8.5.2 市场开发与营销中的问题
8.5.3 市场开发与营销策略
8.6 中国体育用品价格与供求影响因素探析
8.6.1 影响供求的主要因素
8.6.2 影响价格变动的主要因素
8.6.3 确定价格优势带动市场需求
8.7 中国体育用品产业存在的问题
8.7.1 企业规模小
8.7.2 缺乏知名品牌
8.7.3 科技含量低
8.8 我国体育用品产业发展对策
8.8.1 走集群化发展道路
8.8.2 打造知名品牌品牌
8.8.3 加大科技投入
第9章 2014-2016年中国体育服务产业发展热点及潜力分析
9.1 体育服务市场的特征分析
9.1.1 服务对象的不确定性
9.1.2 服务市场的不确定性
9.2 体育赞助业发展潜力分析

9.2.1 意义及作用分析
9.2.2 市场发展的优势
9.2.3 市场现状分析
9.2.4 市场存在的问题及策略
9.2.5 市场风险及防范措施
9.2.6 市场容量预测分析
9.3 体育彩票业发展潜力分析
9.3.1 概念界定及历程
9.3.2 行业发展态势
9.3.3 行业发展特征
9.3.4 市场销售规模
9.3.5 乡镇市场分析
9.3.6 行业政策动态
9.3.7 管理体制及运作模式
9.3.8 行业发展的建议
9.4 体育保险业发展潜力分析
9.4.1 市场特点分析
9.4.2 保险险种分析
9.4.3 相关政策的影响
9.4.4 行业存在的差距
9.4.5 行业的问题及对策
9.4.6 构建体育保险体系的途径
9.5 体育广告业发展潜力分析
9.5.1 概念界定及类别
9.5.2 行业发展状况
9.5.3 市场消费者分析
9.5.4 市场经济价值
9.5.5 行业发展对策
9.6 体育旅游业发展潜力分析
9.6.1 产业定义及特点
9.6.2 行业发展历程
9.6.3 市场经济价值
9.6.4 行业标准构建探析
9.6.5 市场低碳化发展分析
9.6.6 产业竞争力分析

9.6.7 产业竞争力提升策略
9.7 中国体育服务产业发展存在的问题
9.7.1 产业结构不合理
9.7.2 产业附加值低
9.7.3 产业总体消费水平低
9.7.4 与文化、旅游产业发展不平衡
9.7.5 产业组织化水平低
9.7.6 产业自身融合性低
9.8 中国体育服务产业发展对策
9.8.1 调整体育用品业和服务业扶持力度
9.8.2 适当刺激高档体育服务产业
9.8.3 与公共体育服务协调发展
9.8.4 加深与旅游和文化产业的融合
9.8.5 加强内部产业类型政策的融合
9.8.6 调整政府在产业经营中的角色
9.8.7 市场营销与开拓策略
9.8.8 完善价格管理机制的对策
第10章 2014-2016年中国体育场馆运营现状分析
10.1 中国体育场馆政策分析
10.1.1 体育场馆政策发展及特点
10.1.2 体育场馆政策数量分析
10.1.3 体育场馆政策发展思考
10.2 中国体育场馆盈利模式分析
10.2.1 体育场馆的经营管理现状
10.2.2 各种经营模式下的盈利模式
10.2.3 体育场馆的盈利需理清各种关系
10.2.4 改进体育场馆盈利模式的建议
10.3 中国大型体育场馆运营分析
10.3.1 大型体育场馆对城市的影响
10.3.2 大型体育场馆融资模式分析
10.3.3 北京工人体育馆运营案例
10.3.4 大型体育场馆发展存在的问题
10.3.5 大型体育场馆经营困境
10.3.6 大型体育场馆建设思路
10.3.7 大型体育场馆管理策略

10.4 中国公共体育场馆运营管理状况
10.4.1 公共体育场馆运营管理模式
10.4.2 公共体育场馆管理体制改革
10.4.3 公共体育场馆经营内容介绍
10.4.4 公共体育场馆运营绩效评价
10.4.5 运营管理中遇到的主要问题
10.5 中国高校体育场馆运营分析
10.5.1 国外高校体育场馆的经营管理综述
10.5.2 国内高校体育场馆经营管理现状
10.5.3 国内高校体育场馆经营管理模式
10.6 中国体育场馆运营存在的问题及策略分析
10.6.1 体育场馆经营问题成因
10.6.2 体育场馆管理经验借鉴
10.6.3 重点盘活体育场馆资源
10.6.4 体育场馆经营问题的建议
10.7 地方体育场馆经营改革的举措
10.7.1 进行合理的规划建设
10.7.2 改变单一的投资结构
10.7.3 采取专业化管理模式
第11章 2014-2016年中国国家体育产业基地发展分析
11.1 国家体育产业基地相关概述
11.1.1 产业集群相关概念
11.1.2 体育产业基地功能定位
11.1.3 国家体育产业基地分类
11.1.4 体育产业基地认定条件
11.1.5 体育产业基地评审程序
11.1.6 体育产业基地实施进程
11.2 国家体育产业基地发展模式
11.2.1 产业基地形成模式
11.2.2 产业基地发展模式
11.3 国家体育产业基地产业集群分析
11.3.1 我国体育产业基地基础条件
11.3.2 我国体育产业基地特点及定位
11.3.3 国家体育产业基地的形成动力
11.3.4 国家体育产业基地集群效应

11.4 主要国家体育产业基地发展分析
11.4.1 深训国家体育产业基地
11.4.2 成都国家体育产业基地
11.4.3 晋江国家体育产业基地
11.4.4 龙潭湖国家体育产业基地
11.4.5 富阳国家体育产业基地
11.4.6 乐陵国家体育产业基地
11.5 国家体育产业基地发展经验分析
11.5.1 地区政府应积极参与
11.5.2 制定高标准的建设规划
11.5.3 设定明确的目标及思路
11.5.4 保障国家政策扶持力度
11.5.5 保障资金和土地投入
11.5.6 建立完善的支撑体系
11.5.7 积极进行招商引资
11.6 国家体育产业基地发展存在的问题及策略
11.6.1 国家体育产业基地存在的主要问题
11.6.2 国家体育产业基地升级思路
11.6.3 国家体育产业基地发展策略
11.6.4 国家体育产业基地推进策略
第12章 2014-2016年中国体育产业区域市场发展潜力分析
12.1 华北地区
12.1.1 北京市
12.1.2 天津市
12.1.3 河北省
12.1.4 山西省
12.1.5 内蒙古
12.2 东北地区
12.2.1 辽宁省
12.2.2 吉林省
12.2.3 黑龙江省
12.3 华东地区
12.3.1 上海市
12.3.2 江苏省
12.3.3 浙江省

12.3.4 安徽省
12.3.5 福建省
12.3.6 江西省
12.3.7 山东省
12.4 华中地区
12.4.1 河南省
12.4.2 湖北省
12.4.3 湖南省
12.5 华南地区
12.5.1 广东省
12.5.2 广西省
12.5.3 海南省
12.6 西南地区
12.6.1 重庆市
12.6.2 四川省
12.6.3 贵州省
12.6.4 云南省
12.6.5 西藏自治区
12.7 西北地区
12.7.1 陕西省
12.7.2 甘肃省
12.7.3 青海省
12.7.4 新疆维吾尔自治区
第13章 2012-2016年中国体育产业标杆企业经营状况分析
13.1 中体产业
13.1.1 企业发展概况
13.1.2 经营效益分析
13.1.3 业务经营分析
13.1.4 财务状况分析
13.1.5 未来前景展望
13.2 信隆实业
13.2.1 企业发展概况
13.2.2 经营效益分析
13.2.3 业务经营分析
13.2.4 财务状况分析

13.2.5 未来前景展望
13.3 探路者
13.3.1 企业发展概况
13.3.2 经营效益分析
13.3.3 业务经营分析
13.3.4 财务状况分析
13.3.5 未来前景展望
13.4 雷曼光电
13.4.1 企业发展概况
13.4.2 经营效益分析
13.4.3 业务经营分析
13.4.4 财务状况分析
13.4.5 未来前景展望
13.5 奥拓电子
13.5.1 企业发展概况
13.5.2 经营效益分析
13.5.3 业务经营分析
13.5.4 财务状况分析
13.5.5 未来前景展望
13.6 兰生股份
13.6.1 企业发展概况
13.6.2 经营效益分析
13.6.3 业务经营分析
13.6.4 财务状况分析
13.6.5 未来前景展望
13.7 亚泰集团
13.7.1 企业发展概况
13.7.2 经营效益分析
13.7.3 业务经营分析
13.7.4 财务状况分析
13.8 鸿博股份
13.8.1 企业发展概况
13.8.2 经营效益分析
13.8.3 业务经营分析
13.8.4 财务状况分析

13.8.5 未来前景展望
第14章 中国体育产业投融资分析
14.1 中国体育产业投融资环境分析
14.1.1 政治法律环境
14.1.2 社会文化环境
14.1.3 技术环境
14.2 中国体育产业投融资发展状况
14.2.1 体育产业投融资现状
14.2.2 体育产业投融资机遇
14.2.3 体育产业投融资渠道
14.2.4 体育产业投融资困境
14.2.5 体育产业投融资对策
14.3 中国体育产业资本市场融资发展战略分析
14.3.1 体育产业资本市场融资的重要作用
14.3.2 体育产业资本市场融资的发展战略实现的基础
14.3.3 体育产业资本市场融资的发展战略
14.4 中国体育产业引进民营资本分析
14.4.1 体育产业引进民营资本的必要性
14.4.2 体育产业引进民营资本的可行性
14.4.3 政府在体育产业引进民营资本方面的作用
14.5 中国体育产业投融资项目主要风险分析
14.5.1 政治法律风险
14.5.2 经济风险
14.5.3 社会文化风险
14.5.4 技术风险
14.5.5 非系统风险
14.6 中国体育产业投融资项目风险应对措施
14.6.1 预防风险
14.6.2 减轻风险
14.6.3 回避风险
14.6.4 转移风险
14.6.5 接受风险
14.6.6 储备风险
第15章 中国体育产业发展前景展望(ZY LT)
15.1 中国体育产业发展规划剖析

15.1.1 总体要求
15.1.2 主要任务
15.1.3 政策措施
15.2 中国体育产业发展前景及趋势
15.2.1 体育产业前景可期
15.2.2 体育产业的发展趋势
15.2.3 体育产业未来发展主题
15.3 2017-2022年中国体育产业发展预测分析
15.3.1 影响中国体育产业发展的因素分析
15.3.2 2017-2022年中国体育产业规模预测
15.3.3 2017-2022年体育用品制造业预测
附录：
附录一：中华人民共和国体育法
附录二：国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见
附录三：体育总局关于推进体育赛事审批制度改革的若干意见
附录四：体育场馆运营管理办法
附录五：国务院办公厅关于印发中国足球改革发展总体方案的通知
部分图表目录：
图表1 澳大利亚体育休闲活动相关数据
图表2 澳大利亚体育休闲服务业的相关数据
图表3 日本体育产业总体规模
图表4 日本体育产业结构
图表5 日本年人均可支配收入与人均消费额的变迁
图表6 日本年人均体育消费额与体育消费系数的变迁
图表7 中韩体育经济规模比较
图表8 中韩体育产业增加值的比较
图表9 中韩两国体育产业增加值对比
图表10 中国体育产业就业人口情况
图表11 各国际组织下调世界及主要经济体经济增长率预测值
图表12 世界工业生产同比增长率
图表13 三大经济体GDP环比增长率（%）
图表14 世界及主要经济体GDP同比增长率
图表15 三大经济体零售额同比增长率
图表16 世界贸易量同比增长率
图表17 波罗的海干散货运指数

图表18 世界、发达国家和发展中国家消费价格同比上涨率
图表19 美国、日本和欧元区失业率
图表20 2016年全球需求仍处于较低水平
图表21 2016年降息经济体
图表22 2016年升息经济体
图表23 美元指数及美元兑欧元和日元走势
图表24 国际市场初级产品价格名义指数走势（2012＝100）
图表25 欧元区CPI上涨率
图表26 四大机构对世界及主要经济体GDP增长率的预测
图表27 2016年年末全国人口数及其构成
图表28 2012-2016年国内生产总值及其增长速度
图表29 2012-2016年城镇新增就业人数
图表30 2012-2016年国家全员劳动生产率
更多图表见正文……

详细请访问：https://www.chyxx.com/research/201705/526639.html