

# 2016-2022年互联网+体育 培训市场供需预测及投资可行性报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2016-2022年互联网+体育培训市场供需预测及投资可行性报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/338477W52J.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

目前，互联网+体育正在成为各路资金追逐的对象，2015年11月29日一个“互联网+体育”领域的行业合作组织——“互联网+体育中国会”在国家体育总局训练局排球馆召开创立大会。这是22家“互联网+体育”行业领导者，联合创建的新型行业自组织平台。“互联网+体育中国会”是由达晨创投与维宁体育2家机构首倡发起；由万达体育、阿里体育、腾讯体育、智美体育、乐视体育、中体产业、泰山体育、体坛传媒、体育之窗、探路者、恒大体育、新浪体育、华录百纳、PPTV体育、好家庭体育、英派斯体育、上海体育产业投资集团、京张冬奥研究中心、北京大学国家战略传播、北京体育大学冬奥会研究中心20家机构联合发起，几乎囊括“互联网+体育”产学研领域的行业巨头，致力于打造中国最有影响力的新型合作平台和行业高端。

互联网成为体育产业发展的助推剂，互联网+体育的体育产业发展模式成为一道亮丽的风景线。互联网+体育具有明显的竞争优势：减少中间环节、提高运转效率、缩短成交时间、简化交易环节、降低交易成本、去中心化、增加顾客体验、形成增值效应等。未来十年中国体育产业届时将迎来黄金时期，在体育产业链的各个环节，尤其是新赛事、新媒体、新智能硬件、新产业服务等领域，都有机会诞生市值百亿、甚至千亿的上市公司。在互联网+体育的背景下，全球体育产业的新的领军者可能是一家中国企业。

年龄段所对应的体育培训

智研数据研究中心发布的《2016-2022年互联网+体育培训市场供需预测及投资可行性报告》共八章。首先介绍了互联网+体育培训行业市场发展环境、互联网+体育培训整体运行态势等，接着分析了互联网+体育培训行业市场运行的现状，然后介绍了互联网+体育培训市场竞争格局。随后，报告对互联网+体育培训做了重点企业经营状况分析，最后分析了互联网+体育培训行业发展趋势与投资预测。您若想对互联网+体育培训产业有个系统的了解或者想投资互联网+体育培训行业，本报告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：

## 第一章 电子商务与“互联网+” 8

### 第一节 电子商务发展分析 8

#### 一、电子商务基本定义 8

#### 二、电子商务发展阶段 8

#### 三、电子商务基本特征 9

#### 四、电子商务支撑环境 10

#### 五、电子商务基本模式 13

##### （一）电子商务分类 13

##### （二）电子商务功能 14

##### （三）电子商务运营模式 16

#### 六、电子商务规模分析 19

### 第二节 “互联网+”的相关概述 19

#### 一、“互联网+”的提出 19

#### 二、“互联网+”的内涵 20

#### 三、“互联网+”的发展 21

#### 四、“互联网+”的评价 23

#### 五、“互联网+”的趋势 26

## 第二章 互联网环境下体育培训行业的机会与挑战 27

### 第一节 2015年中国互联网环境分析 27

#### 一、网民基本情况分析 27

##### （一）总体网民规模分析 27

##### （二）分省网民规模分析 28

##### （三）手机网民规模分析 29

##### （四）网民属性结构分析 30

#### 二、网民互联网应用状况 33

##### （一）信息获取情况分析 33

##### （二）商务交易发展情况 36

##### （三）交流沟通现状分析 40

##### （四）网络娱乐应用分析 41

#### 三、移动互联网发展状况 44

##### （一）移动互联网市场规模 44

(二) 移动互联网流量情况 44

(三) 移动互联网产业结构 45

(四) 移动互联网主要特点 47

## 第二节 互联网环境下体育培训行业的机会与挑战 47

一、互联网时代行业大环境的变化 47

二、互联网直击传统行业消费痛点 51

三、互联网助力企业开拓电商市场 52

四、电商成为传统企业发展突破口 54

## 第三节 互联网体育培训行业的改造与重构 55

一、互联网重构行业的供应链格局 55

二、互联网改变生产厂商营销模式 55

三、互联网导致行业利益重新分配 56

## 第四节 体育培训与互联网融合创新机会孕育 56

一、电商政策变化趋势分析 56

二、电子商务消费环境趋势分析 57

三、互联网技术对行业支撑作用 58

四、电商黄金发展期机遇分析 58

## 第三章 体育培训行业发展现状分析 59

### 第一节 体育培训行业发展现状分析 59

一、体育培训行业产业政策分析 59

(一) 全民健身相关条例 59

(二) 全民健身相关计划 60

(三) 中国奥运争光计划 64

(四) 体育设施建设规划 64

(五) 体育人才发展规划 65

(六) 认证培训机构管理办法 75

二、体育培训市场与产业的认识 76

三、体育培训行业发展现状分析 76

四、体育培训行业主要企业分析 77

五、体育培训行业市场规模分析 78

六、体育培训行业发展对策分析 79

## 第二节 体育培训行业市场前景分析 80

- 一、中国发展体育培训的有利条件 80
- 二、体育培训市场开发SWOT分析 81
- 三、体育培训行业市场规模预测 84
- 四、体育培训行业发展前景分析 85

## 第四章 体育培训行业市场规模与电商未来空间预测 86

### 第一节 体育培训电商市场规模与渗透率 86

- 一、体育培训电商总体开展情况 86
- 二、体育培训电商交易规模分析 87
- 三、体育培训电商渠道渗透率分析 87

### 第二节 体育培训电商行业盈利能力分析 88

- 一、体育培训电子商务发展有利因素 88
- 二、体育培训电子商务发展制约因素 89
- 三、体育培训电商行业经营成本分析 90
- 四、体育培训电商行业盈利模式分析 90
- 五、体育培训电商行业盈利水平分析 90

### 第三节 电商行业未来前景及趋势预测 91

- 一、体育培训电商行业市场空间测算 91
- 二、体育培训电商市场规模预测分析 91
- 三、体育培训电商行业发展机遇分析 91
- 四、体育培训电商发展趋势预测分析 92

### 第四节 体育培训信息化建设存在的问题与对策 92

- 一、体育培训中引入计算机虚拟技术的意义 92
- 二、体育培训中应用计算机虚拟技术的SWOT分析 94
- 三、体育培训中计算机虚拟技术的应用实践 95

## 第五章 体育培训企业互联网战略体系构建及平台选择 96

### 第一节 体育培训企业转型电商构建分析 96

- 一、体育培训电子商务关键环节分析 96
  - (一) 电商网站建设 96
  - (二) 网站品牌建设及营销 96

(三) 网站增值服务	96
二、体育培训企业电子商务网站构建	96
(一) 网站域名申请	96
(二) 网站运行模式	97
(三) 网站开发规划	98
(四) 网站需求规划	99
第二节 体育培训企业转型电商发展途径	100
一、电商B2B发展模式	100
二、电商B2C发展模式	100
三、电商C2C发展模式	101
四、电商O2O发展模式	102
第三节 体育培训企业转型电商平台选择分析	103
一、体育培训企业电商建设模式	103
二、自建商城网店平台	103
(一) 自建商城概况分析	103
(二) 自建商城优势分析	103
三、借助第三方网购平台	104
(一) 电商平台的优劣势	104
(二) 电商平台盈利模式	105
四、电商服务外包模式分析	107
(一) 电商服务外包的优势	107
(二) 电商服务外包可行性	107
(三) 电商服务外包前景	108
五、体育培训企业电商平台选择策略	109
第六章 体育培训行业电子商务运营模式分析	111
第一节 体育培训电子商务B2B模式分析	111
一、体育培训电子商务B2B盈利模式	111
二、体育培训电子商务B2B客户分析	112
三、体育培训电子商务B2B采购分析	112
四、体育培训电子商务B2B物流分析	113
第二节 体育培训电子商务B2C模式分析	113

- 一、体育培训电子商务B2C盈利模式 113
- 二、体育培训电子商务B2C物流模式 115
- 三、体育培训电商B2C物流模式选择 116
- 第三节 体育培训电子商务C2C模式分析 117
  - 一、体育培训电子商务C2C盈利模式 117
  - 二、体育培训电子商务C2C信用体系 118
  - 三、体育培训电子商务C2C物流特征 120
- 第四节 体育培训电子商务O2O模式分析 120
  - 一、体育培训电子商务O2O发展现状 120
  - 二、体育培训电子商务O2O优势分析 121
  - 三、体育培训电子商务O2O营销模式 121
  - 四、体育培训电子商务O2O潜在风险 122

## 第七章 体育培训主流网站平台比较及分析 124

### 第一节 初炼 124

- 一、网站发展基本概述 124
- 二、网站服务项目分析 124
- 三、网站服务网络分析 124
- 四、网站发展战略分析 125

### 第二节 叫练 125

- 一、网站发展基本概述 125
- 二、网站服务项目分析 125
- 三、网站经营理念分析 125
- 四、网站竞争优势分析 125

### 第三节 动宝网 126

- 一、网站发展基本概述 126
- 二、网站服务项目分析 126
- 三、网站经营理念分析 126
- 四、网站竞争优势分析 126

### 第四节 动吧体育 127

- 一、网站发展基本概述 127
- 二、网站服务项目分析 127



三、网站竞争优势分析 128

四、网站发展动态分析 128

第五节 羽球生活 129

一、网站发展基本概述 129

二、网站服务项目分析 130

三、网站相关功能分析 130

四、网站竞争优势分析 131

第六节 少年运动家 131

一、网站发展基本概述 131

二、网站建立初衷分析 131

三、网站服务项目分析 132

四、网站服务理念分析 132

第八章 体育培训企业进入互联网领域投资策略分析 133 (ZY LII)

第一节 体育培训企业电子商务市场投资要素 133

一、企业自身发展阶段的认知分析 133

二、企业开展电子商务目标的确定 134

三、企业电子商务发展的认知确定 135

四、企业转型电子商务的困境分析 137

第二节 体育培训企业电商市场策略分析 138

一、电商化总策略 138

二、O2O电商模式 139

三、专业B2B网站 140

图表目录：

图表 1 2010-2015年中国电子商务交易规模统计 19

图表 2 2011-2015年中国网民规模和互联网普及率 27

图表 3 2015年中国内地分省网民规模及互联网普及率 28

图表 4 2011-2015年中国手机网民规模及其占网民比例 29

图表 5 2014-2015年中国网民性别结构 30

图表 6 2014-2015年中国网民年龄结构 31

图表 7 2014-2015年中国网民学历结构 31

- 图表 8 2014-2015年中国网民职业结构 32
- 图表 9 2014-2015年中国网民个人月收入结构 33
- 图表 10 典型社交应用使用率 36
- 图表 11 2011-2015年中国移动互联网市场规模增长趋势图 44
- 图表 12 2011-2015年中国移动互联网流量增长趋势图 45
- 图表 13 2015年中国移动智能设备品牌占比情况 45
- 图表 14 2015年Android平台移动智能设备机型TOP10 46
- 图表 15 2015年iOS平台移动智能设备机型TOP10 46
- 图表 16 2015年移动网络上网方式频度分布 47
- 图表 17 国内体育培训行业主要企业一览表 77
- 图表 18 2011-2015年中国体育培训行业产值规模变化趋势图 79
- 图表 19 2016-2022年中国体育培训行业产值规模预测趋势图 84
- 图表 20 2011-2015年中国体育培训电商规模变化趋势图 87
- 图表 21 2016-2022年中国体育培训电商规模预测趋势图 91
- 图表 22 计算机虚拟技术实现路径示意图 93
- 图表 23 计算机虚拟技术在体育培训中的算法及功能 93
- 图表 24 电子商务B2C产业链示意图 101
- 图表 25 电子商务C2C产业链示意图 101

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/jiaoyupeixun/338477W52J.html>