

# 2017-2022年中国体育市场 深度调查与战略咨询报告

## 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

《2017-2022年中国体育市场深度调查与战略咨询报告》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/wenhuatiyu/O11651748A.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

中国体育产业尚处于启动期，未来成长可期。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。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，我国今年人均 GDP 将超过 8000 美元。从空间来看，我国体育产业总产值占 GDP 的比重与全球平均水平差距较大。2013 年全球平均体育产业年增加值占 GDP 的比例为 2.1%，我国仅 0.7%。根据政策预期，2025 年中国体育产业总规模将达到 5 万亿元，未来年复合增速在两位数。

### 我国体育产业增加值

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国体育市场深度调查与战略咨询报告》共十三章。首先介绍了中国体育产业行业市场发展环境、中国体育产业整体运行态势等，接着分析了中国体育产业行业市场运行的现状，然后介绍了中国体育产业市场竞争格局。随后，报告对中国体育产业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国体育产业行业发展趋势与投资预测。您若想对体育产业有个系统的了解或者想投资体育产业行业，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：

#### 第一部分 行业发展分析

#### 第一章 体育产业相关概述

##### 第一节 体育产业简介

###### 一、体育产业的概念

###### 二、体育产业的分类

##### 第二节 体育产业与体育事业

###### 一、体育事业的概念

###### 二、体育产业与体育事业的关系

###### 三、体育产业与体育事业的区别

### 第三节 体育产业与国民经济

- 一、体育产业与国民经济的关系
- 二、体育产业在国民经济中的地位的变迁
- 三、体育产业对国民经济发展的影响

## 第二章 中国体育产业的发展环境分析

### 第一节 宏观经济与体育产业

- 一、体育产业对现代经济发展的影响
- 二、金融危机对体育产业的影响分析
- 三、中国体育经济政策的解析

### 第二节 体育产业的政策体系

- 一、体育产业一般经济政策分析
- 二、体育主体产业政策
- 三、体育相关产业政策
- 四、体育内部产业政策

### 第三节 2010年体育产业发展的政策动态

- 一、体育产业迎来首个国家政策性文件
- 二、《关于加快发展体育产业的指导意见》解析
- 三、体育产业税费优惠政策将完善

## 第三章 体育产业发展概况

### 第一节 国际体育产业综述

- 一、国际体育产业发展历史
- 二、全球体育产业发展现状
- 三、西方体育产业组织概况
- 四、美国体育产业对公众体育的支持
- 五、英国体育休闲产业异常发达

### 第二节 中国体育产业发展分析

- 一、中国体育产业发展阶段
- 二、中国体育产业调查数据分析
- 三、中国体育产业进入“金矿”开掘期
- 四、体育产业面临市场化改革热潮

五、中国体育产业商机无限受外资青睐

六、中国体育产业品牌运作分析

第三节 中国体育产业消费需求分析

一、体育消费者的需要与动机分析

二、中国体育消费现状分析

三、中国居民体育消费需求分析

四、&ldquo;观赏型&rdquo;体育消费市场供需分析

五、大学生体育消费现状及对策分析

六、中国女性成为体育消费的生力军

第四节 高校体育产业的发展

一、我国高校发展体育产业的可行性分析

二、制约高校体育产业发展的因素

三、我国高校体育产业发展的缺陷

四、发展高校体育产业的对策和建议

五、高校体育产业前景可观

第五节 中国体育产业存在的问题

一、五大问题制约体育产业发展

二、体育产业发展三大问题亟待突破

三、中国体育市场发展存在的不足

四、社区体育产业发展存在的困扰

第六节 中国体育产业发展的对策与规划

一、推进我国体育产业化进程的措施

二、社区体育产业建设对策

三、体育产业信息化发展对策

四、体育消费的建议与对策

五、现代体育产业培育的思路和途径

第二部分 细分行业分析

第四章 体育主体产业分析

第一节 竞技体育业

一、世界竞技体育发展的五大态势

二、竞技体育产业化经营分析

三、中美两国竞技体育与教育结合的比较分析

四、中国竞技体育管理体制与运行机制探讨

五、2009年中国竞技体育成就

## 第二节 体育健身娱乐业

一、体育健身娱乐业发展的背景

二、体育健身娱乐的动机与消费分析

三、中国体育健身娱乐市场存在问题

四、中国体育健身娱乐业发展的趋势

五、中国健身产业彰显无限商机

六、中国体育健身娱乐业发展对策

## 第三节 体育资产经营业

一、体育产业固定资产的经营管理

二、体育无形资产管理与开发分析

三、中国体育赞助无形资产效应研究

四、中国体育基金积累减缓的原因及策略探讨

## 第五章 体育用品业分析

### 第一节 中国体育用品业概述

一、中国体育用品市场规模分析

二、中国体育用品行业发展的积极因素

三、中国体育用品行业呈现三大发展趋向

四、我国体育用品零售渠道变革在即

五、中国体育用品市场依然广阔

六、中国体育用品成国际第二大消费市场

### 第二节 体育用品业竞争分析

一、中国体育用品产业的竞争分析

二、中国体育用品业国际竞争力分析

三、体育品牌的渠道竞争分析

四、体育用品企业的核心竞争力分析

五、中国体育服饰市场竞争形势分析

六、体育用品产业的未来竞争战略选择

### 第三节 体育用品业存在的问题及发展策略

- 一、中国体育用品自主创新能力的缺失
- 二、中国体育用品业面临的问题及发展策略
- 三、我国体育用品企业营销存在的问题及战略
- 四、中国体育用品业国际竞争力提升对策
- 五、我国发展体育用品市场发展的对策

## 第六章 2009-2010年中国体育用品制造业经济运行数据分析

### 第一节 2009-2010年全国体育用品制造业主要经济指标

- 一、2009年全国体育用品制造业主要经济指标
- 二、2010年全国体育用品制造业主要经济指标

### 第二节 2009-2010年全国及各省市体育用品制造业产销数据分析

- 一、2009年全国及各省市体育用品制造业产销数据分析
- 二、2010年全国及各省市体育用品制造业产销数据分析

### 第三节 2009-2010年全国及各省市体育用品制造业资产负债分析

- 一、2009年全国及各省市体育用品制造业资产负债分析
- 二、2010年全国及各省市体育用品制造业资产负债分析

### 第四节 2009-2010年全国及中国各省市体育用品制造业行业规模分析

- 一、2009年全国及各省市体育用品制造业行业规模分析
- 二、2010年全国及各省市体育用品制造业行业规模分析

### 第五节 2009-2010年全国及各省市体育用品制造业盈利能力分析

- 一、2009年全国及各省市体育用品制造业盈利能力分析
- 二、2010年全国及各省市体育用品制造业盈利能力分析

## 第七章 中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备进出口数据分析

### 第一节 2009-2010年中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备进出口总体数据

- 一、2009年中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备进出口总体数据
- 一、2010年中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备进出口总体数据

### 第二节 2009-2010年中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备主要省市进出口数据

- 一、2009年中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备主要省市进出口数据
- 二、2010年中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备主要省市进出口数据

### 第三节 2009-2010年中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备主要国家进出口数据

- 一、2009年中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备主要国家进出口数据

## 二、2010年中国体育运动或户外游戏用未列名的用品及设备主要国家进出口数据

### 第八章 体育服务业分析

#### 第一节 体育赞助业

- 一、体育赞助的组织形式及赞助对象
- 二、体育赞助的经济利益分析
- 三、2008年北京奥运赞助费创历史新高
- 四、中国企业体育赞助中存在的主要问题
- 五、企业进行体育赞助的对策分析
- 六、中国体育赞助业发展的对策与建议

#### 第二节 体育赛事电视转播业

- 一、体育赛事电视转播权营销分析
- 二、奥运会电视转播权的历史变革
- 三、中国体育赛事电视转播的历史回顾
- 四、我国体育赛事电视转播市场的开发进程
- 五、体育竞赛电视转播权转让的法律问题与对策
- 六、我国体育赛事转播对策分析

#### 第三节 体育彩票业

- 一、国外体育彩票发展综述
- 二、中国体育彩票发展概况
- 三、体育彩票业可持续发展的七个要素
- 四、中国体育彩票业发展存在的问题
- 五、促进中国体育彩票发展的对策
- 六、未来体育彩票发展面临的机遇

#### 第四节 休闲体育业

- 一、我国体育休闲产业发展现状分析
- 二、休闲体育与休闲体育产业的辨析
- 三、中国休闲体育产业发展的条件
- 四、中国体育休闲市场发展迅速
- 五、我国体育休闲产业发展问题分析
- 六、我国体育休闲产业发展策略分析

#### 第五节 体育保险业



一、中国与发达国家体育保险比较研究

二、中国体育保险的发展现状分析

三、中国体育保险供需形势分析

四、体育保险业品牌与风险共存

五、发展我国体育保险的对策

#### 第六节 体育旅游业

一、中国体育旅游产业发展现状

二、中国体育旅游产品的发展现状

三、传统体育旅游市场的开发

四、中国发展健身体育旅游业的条件及策略

五、后奥运时期体育旅游市场的发展策略

#### 第七节 体育广告业

一、体育广告的定义和功能

二、我国体育广告业发展解析

三、体育广告的卖点分析

四、市场经济中体育的广告策略

### 第三部分 主要省市及基地分析

#### 第九章 主要省市体育产业分析

##### 第一节 广东省

一、广东体育产业发展特征

二、广东省体育产业发展存在的问题

三、广东省体育产业发展的对策措施

四、2010年亚运会为广东体育产业带来契机

五、广东省体育产业2010年发展目标

##### 第二节 福建省

一、福建省体育产业的发展概况

二、福建省发展体育旅游业得天独厚

三、福建省体育产业发展中存在的问题

四、发展福建省体育产业的对策

##### 第三节 海南省

一、海南体育产业发展状况

二、海南竞技体育发展全面解析

三、三亚体育产业发展分析

四、海南体育产业发展中存在的问题

五、发展海南体育产业的对策与建议

#### 第四节 湖南省

一、湖南体育产业发展的优势与不足

二、湖南体育产业加快发展建议

三、湖南体育产业可持续发展的策略

四、湖南体育产业发展走向分析

#### 第五节 江西省

一、江西省体育产业现状

二、江西省体育产业发展存在的问题

三、江西省体育旅游发展形势解析

四、江西省体育产业的发展对策

#### 第六节 河南省

一、河南省体育产业发展现状

二、河南省体育产业发展中存在的问题

三、奥运促进河南体育产业发展

四、河南省体育产业可持续发展的建议

#### 第七节 陕西省

一、陕西省体育产业的发展现状

二、陕西省体育产业制约因素分析

三、陕西省城市居民体育消费水平及其制约因素

四、陕西省体育产业发展战略

#### 第八节 北京市

一、北京体育产业已成为新经济增长点

二、北京体育产业的发展方向和目标

三、北京重点开发多项大型体育产业市场

四、北京多项政策推动体育产业的发展

#### 第九节 上海市

一、上海体育产业发展的现状

二、上海体育产业发展存在的问题分析

三、上海体育产业发展的对策分析

四、2010年上海体育产业发展目标

第十节 杭州市

一、杭州市体育产业发展综述

二、杭州发展体育产业和促进体育消费的可行性

三、杭州市体育产业存在的问题

四、杭州市体育产业发展的对策与措施

第十章 中国体育产业基地建设状况

第一节 深圳国家体育产业基地

一、深圳体育产业发展的总体思路

二、深圳国家体育产业基地规划建设情况

三、深圳体育产业发展迅速

第二节 成都市国家体育产业基地

一、成都国家体育产业基地建设情况

二、成都体育产业发展格局分析

三、成都体育产业发展的总体走势

四、成都体育产业发展的战略方向

五、成都体育产业发展策略与建议

第三节 晋江国家体育产业基地

一、晋江体育产业战略全面布局

二、晋江体育产业升级的前景与困惑

三、晋江创新加快体育产业基地建设步伐

第四部分 产业营销及企业分析

第十一章 体育产业营销分析

第一节 体育市场营销的基本理论

一、体育市场营销含义

二、体育市场营销中的4P理论

三、体育市场营销战略及其特点

四、体育市场营销战略构成及其的选择

第二节 体育细分市场营销策略分析

- 一、体育赛事的整合营销传播模式研究
- 二、体育赞助的整合营销传播策略
- 三、体育健身俱乐部的市场体系和营销模式
- 四、奥运会电视转播权的营销策略分析
- 五、青少年体育用品市场营销策略探讨
- 第三节 体育产业的营销案例分析
  - 一、德国彪马运动服饰的游击营销解析
  - 二、利物浦足球俱乐部营销策略分析
  - 三、李宁的体育营销方案
  - 四、361°开辟体育营销新天地

## 第十二章 体育产业重点企业

### 第一节 阿迪达斯集团

- 一、公司简介
- 二、2009年阿迪达斯经营状况分析
- 三、2010年阿迪达斯经营状况分析

### 第二节 耐克公司

- 一、公司简介
- 二、2010财年耐克经营状况分析
- 三、未来五年耐克公司计划新开上百家专卖店
- 四、耐克公司的虚拟经营战略

### 第三节 中体产业集团股份有限公司

- 一、公司简介
- 二、2010年企业经营情况分析
- 三、2009-2010年企业财务数据分析
- 四、2010年企业发展动态及策略
- 五、企业未来发展展望与战略

### 第四节 安踏（中国）有限公司

- 一、公司简介
- 二、2008年安踏经营状况分析
- 三、2009年安踏经营状况分析
- 四、2010年安踏经营状况分析

## 第五节 李宁体育用品有限公司

### 一、公司简介

### 二、2008年李宁经营状况分析

### 三、2009年李宁经营状况分析

### 四、2010年李宁经营状况分析

## 第六节 鸿星尔克集团

### 一、公司简介

### 二、2008-2010年鸿星尔克经营状况

### 三、鸿星尔克集团的战略与品牌定位

## 第七节 中国动向（集团）有限公司

### 一、公司简介

### 二、2009年动向集团经营状况分析

### 三、2010年动向集团经营状况分析

## 第八节 信隆实业（深圳）股份有限公司

### 一、企业概况

### 二、2010年企业经营情况分析

### 三、2009-2010年企业财务数据分析

### 四、2010年企业发展动态及策略

## 第五部分 产业投资及前景预测（ZYYF）

### 第十三章 2011-2015年体育产业投资及前景预测

#### 第一节 投资机会分析

##### 一、世界杯给中国体育商品行业带来的商机

##### 二、中国体育产业发展投融资力度加大

##### 三、中国体育保险业商机分析

#### 第二节 投资风险分析

##### 一、体育产业的经营风险

##### 二、体育健身娱乐产业的投资风险

##### 三、体育赛事投资过程中的风险

#### 第三节 投资策略分析

##### 一、新兴体育市场投资策略分析

##### 二、我国体育产业风险投资的发展策略

### 三、投资中国体育产业资本市场的有效途径

#### 第四节体育产业发展前景与趋势分析

##### 一、奥运后中国体育产业面临的机遇与挑战

##### 二、我国体育产业面临发展的机遇

##### 三、我国体育用品市场前景良好

#### 附录

附录一：中华人民共和国体育法

附录二：关于加快发展体育产业指导意见

附录三：体育彩票公益金管理暂行办法

#### 图表目录：

图表 体育健身娱乐消费者的普通动机调查统计

图表 体育健身娱乐消费者的年龄与职业分布调查

图表 体育健身娱乐消费者平均消费水平调查表（月消费）

图表 体育赞助广告效果形成过程

图表 体育赞助效应产生过程

图表 2003-2016年中国体育用品市场

图表 2007年按收益计算中国体育用品市场分析

图表 2003-2016年中国运动服饰品牌上市公司经营数据

图表 2003-2016年中国的时尚体育用品市场

图表 2007年时尚体育用品市场前五大品牌的市场份额

图表 体育用品巨头渠道与上市时间表

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/O11651748A.html>