# 2016-2022年中国体育行业
# 发展分析及前景策略研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制
www.abaogao.com

# 一、报告报价

《2016-2022年中国体育行业发展分析及前景策略研究报告》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/K77161DMCV.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

体育，是一种复杂的社会文化现象，它以身体与智力活动为基本手段，根据人体生长发育、技能形成和机能提高等规律，达到促进全面发育、提高身体素质与全面教育水平、增强体质与提高运动能力、改善生活方式与提高生活质量的一种有意识、有目的、有组织的社会活动。随着国际交往的扩大，体育事业发展的规模和水平已是衡量一个国家、社会发展进步的一项重要标志，也成为国家间外交及文化交流的重要手段。体育可分为大众体育、专业体育、学校体育等种类。包括体育文化、体育教育、体育活动、体育竞赛、体育设施、体育组织、体育科学技术等诸多要素。

我国总人口超过13亿，目前体育产业规模大约500亿美元，相比于美国3亿人口，体育产业市场规模约5000亿美元仍有较大成长潜力。

国家体育总局预测2015年我国体育产业增加值占GDP比例可达0.7%，尽管有逐年增加的趋势，但仍远低发达国家平均1%-3%的水平（全球平均约2%），因此至少还有2-3倍的增长空间，预计到2020年将达1%。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国体育行业发展分析及前景策略研究报告》共七章。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。

v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：体育产业总体发展现状、趋势与前景
1.1 体育产业发展状况与趋势分析
1.1.1 中国体育产业发展概况
1.1.2 中国体育产业总体规模
1.1.3 中国体育产业市场结构
1.1.4 中国体育产业发展趋势
1.2 体育产业基地建设进展与前景分析

1.2.1 国家体育产业基地发展概况
1.2.2 深圳国家体育产业基地发展分析
（1）深圳国家体育产业基地概况
（2）深圳国家体育产业基地的发展思路和空间布局
（3）深圳国家体育产业基地建设进展
（4）深圳体育产业发展规划
1.2.3 成都国家体育产业基地发展分析
（1）成都国家体育产业基地概况
（2）成都国家体育产业基地建设进展
（3）成都国家体育产业基地工作思路
（4）成都市体育产业发展规划
1.2.4 晋江国家体育产业基地发展分析
（1）晋江国家体育产业基地概况
（2）晋江国家体育产业基地建设进展
（3）晋江国家体育产业基地工作思路
1.2.5 北京龙潭湖国家体育产业基地发展分析
（1）北京龙潭湖国家体育产业基地概况
（2）北京龙潭湖国家体育产业基地特色优势
（3）北京龙潭湖国家体育产业基地功能定位与建设规划
（4）北京龙潭湖国家体育产业基地规划建设进展
（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
（6）北京龙潭湖国家体育产业基地建设思路
1.2.6 杭州富阳国家体育产业基地发展分析
（1）杭州富阳国家体育产业基地揭牌
（2）杭州富阳体育产业发展分析
（3）杭州富阳发展规划

第2章：体育用品行业发展现状、趋势与前景
2.1 体育用品行业整体发展状况
2.1.1 体育用品行业定义及范围
2.1.2 体育用品行业发展总体概况
2.1.3 体育用品行业进出口状况

（1）体育用品行业进出口总体情况
（2）行业出口市场分析
（3）行业进口情况分析
2.2 运动服装市场发展前景分析
2.2.1 运动服装行业经营规模
2.2.2 运动服装行业竞争格局
2.2.3 大众运动服装消费群体特征
（1）大众运动服装消费群体范围
（2）大众运动服消费群体性别特征
（3）大众运动服消费群体年龄特征
2.2.4 行业标杆企业经营情况分析
（1）行业标杆企业分区域市场分析
（2）行业标杆企业市场数据对比
2.2.5 运动服行业发展前景与趋势
（1）行业发展前景
（2）行业发展趋势
2.3 运动鞋市场发展前景分析
2.3.1 运动鞋行业经营规模
2.3.2 运动鞋行业竞争格局
（1）行业整体竞争格局
（2）篮球鞋市场品牌格局
（3）足球鞋市场品牌格局
（4）慢跑鞋市场品牌格局
（5）旱冰鞋市场品牌格局
（6）帆布鞋市场品牌格局
（7）休闲运动鞋市场品牌格局
2.3.3 运动鞋行业标杆企业经营情况分析
（1）李宁
（2）安踏
（3）中国动向
（4）特步国际
（5）匹克体育

（6）361度
（7）美克国际
（8）贵人鸟
2.3.4 运动鞋行业发展前景与趋势
（1）街头运动群体成为重点市场
（2）户外运动鞋市场更加细分
（3）老年人运动鞋市场潜力依然大
2.4 运动器材市场发展前景分析
2.4.1 球类制造市场总体发展概况
（1）球类制造行业概述
（2）球类制造行业经营情况
（3）球类制造行业重点产品品牌格局
（4）球类制造行业发展前景预测
2.4.2 训练健身器材市场发展分析
（1）训练健身器材行业概述
（2）训练健身器材行业经营情况
2.4.3 训练健身器材行业品牌格局分析
2.4.4 训练健身器材行业发展前景与趋势
2.5 个人运动防护用品市场发展前景分析
2.5.1 个人运动防护用品行业总体发展情况
（1）个人运动防护用品行业概述
（2）个人运动防护用品经营情况分析
2.5.2 个人运动防护用品行业重点产品品牌格局
（1）个人眼睛防护用品市场品牌格局
（2）个人头部（除眼睛）防护用品市场品牌格局
（3）其他个人防护用品市场品牌格局
2.5.3 个人运动防护用品行业发展前景预测
2.6 户外用品市场发展前景分析
2.6.1 户外用品行业经营情况
（1）行业发展概况
（2）户外用品结构
（3）户外用品品牌格局

（4）户外用品销售渠道
2.6.2 户外用品行业重点产品品牌格局分析
（1）帐篷市场品牌格局
（2）睡袋市场品牌格局
（3）户外登山鞋市场品牌格局
（4）户外防护用品市场品牌格局
2.6.3 户外用品行业标杆企业经营情况
（1）企业营销渠道分析
（2）企业产品销售分析
（3）企业经营效益分析
2.6.4 户外用品行业发展前景与趋势
（1）户外用品行业发展将日趋成熟
（2）本土户外品牌加快二三线市场布局
（3）户外用品电商业务向全渠道模式发展

第3章：体育场馆行业发展现状、趋势与前景
3.1 中国体育场馆行业发展状况分析
3.1.1 中国体育场馆行业规模
3.1.2 中国体育场馆系统分布
3.1.3 中国体育场馆类型分布
3.1.4 中国体育场馆城乡分布
3.1.5 中国体育场馆地区分布
3.1.6 中国体育场馆企业性质分布
3.1.7 中国体育场馆行业现存问题
3.2 中国体育场馆行业发展趋势分析
3.2.1 中国体育场馆行业运营升级
（1）运营逐步国际化
（2）运营逐步市场化
（3）运营逐步专业化
3.2.2 中国体育场馆行业结构调整
（1）企业从业机构比例上升
（2）委托经营比例上升

3.2.3 中国体育场馆发展方向不一
（1）分类发展
（2）多元化发展
3.3 中国体育场馆行业发展前景预测
3.3.1 体育场馆行业发展的驱动因素分析
（1）国家政策支持
（2）大型体育赛事举办
（3）居民体育消费需求增长
3.3.2 体育场馆行业发展的障碍因素分析
（1）体制障碍
（2）管理理念滞后
3.3.3 中国体育场馆行业发展前景分析

第4章：体育彩票行业发展现状、趋势与前景
4.1 中国彩票行业市场规模与结构
4.1.1 中国彩票业市场规模
4.1.2 中国彩票业市场结构
4.2 中国体育彩票业市场规模与区域分布
4.2.1 中国体育彩票业市场规模分析
4.2.2 中国体育彩票业区域分布分析
4.3 中国体育彩票业竞争格局分析
4.3.1 替代品的竞争
4.3.2 区域竞争情况
4.3.3 省市竞争情况
4.4 中国体育彩票业细分市场潜力分析
4.4.1 中国体育彩票业细分产品市场规模
（1）体育彩票细分产品市场规模
（2）体育彩票细分产品市场结构
4.4.2 乐透数字型体育彩票市场潜力分析
（1）市场规模现状分析
（2）市场需求潜力分析
4.4.3 即开型体育彩票市场潜力分析

（1）市场规模现状分析
（2）市场需求潜力分析
4.4.4 竞猜型体育彩票市场潜力分析
（1）市场规模现状分析
（2）市场需求潜力分析
4.5 体育彩票业发展前景及预测分析
4.5.1 体育彩票业发展前景及市场规模预测
（1）前景分析
（2）市场规模预测
4.5.2 各细分彩种发展前景及市场规模预测
（1）前景分析
（2）市场规模预测
4.5.3 各地区体育彩票业发展前景及预测分析
（1）全国部分省市体育彩票政策规划
（2）2016-2022年各区域市场份额预测

第5章：体育服务行业发展现状、趋势与前景
5.1 体育竞赛业发展分析
5.1.1 体育竞赛业发展概况
5.1.2 职业体育俱乐部竞赛业发展分析
（1）职业体育赛事发展概况
（2）中国职业体育俱乐部发展概况
（3）职业体育俱乐部赛事发展分析
5.1.3 其他组织模式的体育竞赛业发展分析
（1）非俱乐部职业赛事发展分析
（2）非职业俱乐部赛事发展分析
（3）非职业非俱乐部体育赛事发展分析
5.1.4 体育竞赛业发展趋势预测
5.1.5 体育竞赛业发展前景评估
5.2 体育健身业发展分析
5.2.1 体育健身业发展概况
5.2.2 健身俱乐部经营模式发展分析

（1）健身俱乐部发展现状及经营特点
（2）健身俱乐部经营模式分析
5.2.3 非俱乐部经营模式发展分析
（1）非俱乐部健身业发展现状及经营特点
（2）非俱乐部健身业经营模式分析
（3）非俱乐部健身业市场经营成本与收益
5.2.4 体育健身业发展趋势预测
5.2.5 体育建设业发展前景评估
5.3 体育中介业发展分析
5.3.1 体育中介的内涵及分类
（1）体育中介业的内涵
（2）体育中介的分类
5.3.2 体育中介业发展情况
5.3.3 体育中介业经营效益
5.3.4 国内外体育中介业比较分析
（1）体育中介业的市场资源开放程度的比较
（2）体育中介市场产品差别化程度的比较
5.3.5 体育中介业发展趋势预测
5.3.6 体育中介业发展前景评估
5.4 体育传媒业发展分析
5.4.1 体育传媒业总体发展概况
5.4.2 体育媒体运营个案分析
（1）CCTV-5个案分析
（2）新浪网体育频道个案分析
5.4.3 体育传媒业发展趋势预测
5.4.4 体育传媒业发展前景评估

第6章：体育产业领先企业经营情况分析
6.1 领先体育用品企业经营情况分析
6.1.1 李宁有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）主要经济指标分析

（3）企业盈利能力分析

（4）企业运营能力分析

（5）企业偿债能力分析

（6）企业发展能力分析

（7）企业产品结构及新产品动向

（8）企业销售渠道与网络

（9）企业经营状况优劣势分析

（10）企业投资兼并与重组分析

6.1.2 安踏体育用品有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析

（2）主要经济指标分析

（3）企业盈利能力分析

（4）企业运营能力分析

（5）企业偿债能力分析

（6）企业发展能力分析

（7）企业产品结构及新产品动向

（8）企业销售渠道与网络

（9）企业经营状况优劣势分析

6.1.3 中国动向（集团）有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析

（2）主要经济指标分析

（3）企业盈利能力分析

（4）企业运营能力分析

（5）企业偿债能力分析

（6）企业发展能力分析

（7）企业组织架构分析

（8）企业产品结构及品牌定位

（9）企业营销策略和新产品研发

（10）企业销售渠道与网络

（11）企业经营状况优劣势分析

6.1.4 特步国际控股有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析

（2）主要经济指标分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业偿债能力分析
（6）企业发展能力分析
（7）企业产品结构及新产品动向
（8）企业营销策略及供应链管理
（9）企业销售渠道与网络
（10）企业经营状况优劣势分析
6.1.5 匹克体育用品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）主要经济指标分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业偿债能力分析
（6）企业发展能力分析
（7）企业产品结构及营销模式
（8）企业销售渠道与网络
（9）企业经营状况优劣势分析
6.1.6 三六一度国际有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）主要经济指标分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业偿债能力分析
（6）企业发展能力分析
（7）企业组织架构分析
（8）企业产品结构及新产品动向
（9）企业销售渠道与网络
（10）企业经营状况优劣势分析
6.1.7 贵人鸟股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析

（2）主要经济指标分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业偿债能力分析
（6）企业发展能力分析
（7）企业产品结构及新产品动向
（8）企业销售渠道与网络
（9）企业经营状况优劣势分析
6.1.8 美克国际控股有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）主要经济指标分析
（3）企业盈利能力分析
（4）企业运营能力分析
（5）企业偿债能力分析
（6）企业发展能力分析
（7）企业产品结构及新产品动向
（8）企业销售渠道与网络
（9）企业经营状况优劣势分析
6.2 领先体育健身企业经营情况分析
6.2.1 一兆韦德健身管理有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业健身会所建设及分布情况
（4）企业健身项目分析
（5）企业健身教练情况分析
（6）企业渠道资源与经营模式分析
（7）企业经营状况优劣势分析
6.2.2 上海美格菲健身中心有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业健身会所建设及分布情况
（4）企业健身项目分析

（5）企业渠道资源与经营模式分析
（6）企业经营状况优劣势分析
6.2.3 威康健身管理咨询（上海）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业健身会所建设及分布情况
（4）企业健身项目分析
（5）企业健身教练情况分析
（6）企业渠道资源与经营模式分析
（7）企业经营状况优劣势分析
6.2.4 青岛英派斯健康管理有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业健身会所建设及分布情况
（4）企业健身项目分析
（5）企业健身教练情况分析
（6）企业渠道资源和经营模式分析
（7）企业经营状况优劣势分析
6.2.5 上海金仕堡体育发展有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业健身会所建设及分布情况
（4）企业健身项目分析
（5）企业健身教练情况分析
（6）企业渠道资源和经营模式分析
（7）企业经营状况优劣势分析
6.3 领先体育中介企业经营情况分析
6.3.1 中视体育娱乐有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业成功体育运营案例分析
（4）企业经营状况优劣势分析

（5）企业最新发展动向分析
6.3.2 北京众辉国际体育管理公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业成功体育运营案例分析
（4）企业经营状况优劣势分析
（5）企业最新发展动向分析
6.3.3 中体保险经纪有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业体育项目保险产品及保险条款分析
（4）企业经营状况优劣势分析
（5）企业最新发展动向分析
6.3.4 中体经纪管理有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业主营业务分析
（3）企业成功体育运营案例分析
（4）企业经营状况优劣势分析
（5）企业最新发展动向分析
6.4 领先体育场馆及运营企业经营情况分析
6.4.1 国家奥林匹克体育中心体育场
（1）场馆简介
（2）场馆规模
（3）场馆设施
（4）场馆服务项目
（5）场馆运营管理
6.4.2 广东奥林匹克体育中心体育场
（1）场馆简介
（2）场馆规模
（3）场馆设施
（4）场馆服务项目
（5）场馆运营管理

6.4.3 南京奥林匹克体育中心

（1）场馆简介

（2）场馆规模

（3）场馆设施

（4）场馆服务项目

（5）场馆运营管理

（6）场馆特色

6.4.4 沈阳奥林匹克体育中心体育场

（1）场馆简介

（2）场馆规模

（3）场馆设施

（4）场馆服务项目

（5）场馆运营管理

6.4.5 天津奥林匹克中心体育场

（1）场馆简介

（2）场馆规模

（3）场馆设施

（4）场馆服务项目

（5）场馆运营管理

（6）场馆特色

6.4.6 中体产业集团股份有限公司

（1）企业简介

（2）企业主要经济指标分析

（3）企业盈利能力分析

（4）企业运营能力分析

（5）企业偿债能力分析

（6）企业发展能力分析

（7）企业体育场馆运营战略分析

（8）企业体育场馆运营业务分析

（9）企业经营状况优劣势分析

（10）企业最新动态

6.5 领先体育彩票管理中心经营情况分析

6.5.1 深圳市体育彩票管理中心

（1）中心发展简况分析

（2）中心经营情况分析

（3）中心体育彩票相关彩种分析

（4）中心经营优劣势分析

（5）中心最新发展动向分析

6.5.2 南京市体育彩票管理中心

（1）中心发展简况分析

（2）中心经营情况分析

（3）中心体育彩票相关彩种分析

（4）中心经营优劣势分析

（5）中心最新发展动向分析

6.5.3 广州市体育彩票管理中心

（1）中心发展简况分析

（2）中心经营情况分析

（3）中心体育彩票相关彩种分析

（4）中心经营优劣势分析

（5）中心最新发展动向分析

6.5.4 成都市体育彩票管理中心

（1）中心发展简况分析

（2）中心经营情况分析

（3）中心体育彩票相关彩种分析

（4）中心经营优劣势分析

（5）中心最新发展动向分析

6.5.5 大连市体育彩票管理中心

（1）中心发展简况分析

（2）中心经营情况分析

（3）中心体育彩票相关彩种分析

（4）中心经营优劣势分析

（5）中心最新发展动向分析

第7章：体育产业发展前景与投资规划分析 （ZY CW）

7.1 中国体育产业发展前景预测
7.1.1 各级政府全面支持体育产业
7.1.2 体育产业投资热度不断升温
7.1.3 体育产业总体市场规模预测
7.1.4 互联网+体育发展前景预测
7.2 中国体育产业兼并重组分析
7.2.1 体育产业投资兼并与重组动向
7.2.2 体育产业投资兼并与重组方式
7.2.3 体育产业投资兼并与重组动机
7.2.4 体育产业投资兼并与重组趋势
7.3 中国体育产业十三五投资策略与建议
7.3.1 体育产业十三五投资价值分析
7.3.2 体育产业十三五投资机会分析
7.3.3 体育产业十三五投资策略与建议

图表目录：

图表1：2006年以来中国体育及相关产业规模及增长率趋势图（单位：亿元，%）
图表2：中美体育产业结构分析图（单位：%）
图表3：中国体育产业各领域发展趋势
图表4：国家体育产业基地列表
图表5：北京龙潭湖国家体育产业基地建设下一步思路
图表6：2006-2015年中国体育用品行业增加值及其增长率（单位：亿元，%）
图表7：2012-2015年中国体育用品行业细分市场销售收入情况（单位：亿元，%）
图表8：2006-2015年中国体育用品行业增加值占GDP比重（单位：%）
图表9：2011-2015年中国体育用品行业进出口状况表（单位：万美元）
图表10：2009-2015年中国体育用品行业出口状况表（单位：万美元，%）
图表11：2013-2015年中国体育用品行业出口产品类型结构比较（单位：%）
图表12：2009-2015年中国体育用品行业进口状况表（单位：万美元，%）
图表13：2013-2015年中国体育用品行业进口产品类型结构比较（单位：%）
图表14：2010-2015年中国运动服行业主要上市公司运动服销售收入统计（单位：亿元）
图表15：2016年中国运动服市场十大品牌统计（单位：个）
图表16：大众运动服装消费群体范围

图表17：运动服市场不同年龄结构需求特点及影响因素
图表18：2013-2015年李宁公司全国经销和零售网络分布（单位：家）
图表19：2013-2015年李宁品牌按地区划分的收入明细（单位：万元，%）
图表20：2012-2015年安踏公司分销网络变化情况（单位：家）
图表21：2013-2015年中国动向销售收入按地区分布（单位：%）
图表22：2009-2015年特步国际控股有限公司零售店数目（单位：家）
图表23：2011-2015年匹克体育授权零售经营网点数量（按区域划分）（单位：个）
图表24：2011-2015年匹克体育授权零售经营网点数量（按店铺类别划分）（单位：个）
图表25：2013-2015年361度在中国的授权零售门店数目（单位：家，%）
图表26：2013-2015年美克国际控股有限公司经销与零售网络分布（单位：个，家）
图表27：2010-2015年李宁公司运动服业务经营情况（单位：万元，%）
图表28：2011-2015年各销售渠道占李宁牌收入百分比情况（单位：%）
图表29：2011-2015年安踏公司运动服收入情况（单位：万元，%）
图表30：2011-2015年中国动向Kappa品牌运动服收入情况（单位：亿元，%）
图表31：2011-2015年特步国际运动服业务经营情况（单位：万元，%）
图表32：2011-2015年匹克体育运动服业务经营情况（单位：万元，%）
图表33：2011-2015年361度运动服业务经营情况（单位：万元，%）
图表34：2011-2015年美克国际运动服业务经营情况（单位：万元，%）
图表35：2015年贵人鸟股份有限公司分产品销售收入（单位：万元，%）
图表36：2010-2015年中国运动鞋行业主要上市公司运动鞋销售收入统计（单位：亿元）
图表37：2016年中国运动鞋市场十大品牌统计（单位：个）
图表38：2016年中国篮球鞋市场十大品牌统计（单位：个）
图表39：2016年中国足球鞋市场十大品牌统计（单位：个）
图表40：2016年中国跑鞋市场十大品牌统计（单位：个）
图表41：2016年中国旱冰鞋市场十大品牌统计（单位：个）
图表42：2016年中国帆布鞋市场十大品牌统计（单位：个）
图表43：2016年中国休闲运动鞋市场十大品牌统计（单位：个）
图表44：2010-2015年李宁公司运动鞋业务经营情况（单位：万元，%）
图表45：2011-2015年安踏公司运动鞋收入情况（单位：万元，%）
图表46：2011-2015年中国动向运动鞋收入情况（单位：亿元，%）
图表47：2011-2015年特步国际运动鞋业务经营情况（单位：万元，%）
图表48：2011-2015年匹克体育运动鞋业务经营情况（单位：万元，%）

图表49：2011-2015年361度运动鞋业务经营情况（单位：万元，%）
图表50：2011-2015年美克国际运动鞋业务经营情况（单位：万元，%）
图表51：2012-2015年贵人鸟运动鞋业务经营情况（单位：万元，%）
图表52：2011-2015年球类制造行业经营效益分析（单位：家，万元）
图表53：2011-2015年中国球类产品制造行业盈利能力分析（单位：%）
图表54：2011-2015年中国球类产品制造行业运营能力分析（单位：%）
图表55：2011-2015年中国球类产品制造行业偿债能力分析（单位：%，倍）
图表56：2011-2015年中国球类产品制造行业发展能力分析（单位：%）
图表57：2016年中国篮球市场十大品牌统计（单位：个）
图表58：2016年中国足球市场十大品牌统计（单位：个）
图表59：2016年中国羽毛球市场十大品牌统计（单位：个）
图表60：2016年中国网球市场十大品牌统计（单位：个）
图表61：2016年中国乒乓球市场十大品牌统计（单位：个）
图表62：2016年中国高尔夫球市场十大品牌统计（单位：个）
图表63：2011-2021年中国球类制造行业市场规模及预测变化趋势图（单位：亿元，%）
图表64：训练健身器材按阻力器件分类
图表65：训练健身器材按训练功能和消费档次分类
图表66：2011-2015年训练健身器材制造行业经营效益分析（单位：家，万元）
图表67：2011-2015年训练健身器材制造行业盈利能力分析（单位：%）
图表68：2011-2015年训练健身器材制造行业运营能力分析（单位：%）
图表69：2011-2015年训练健身器材制造行业偿债能力分析（单位：%，倍）
图表70：2011-2015年训练健身器材制造行业发展能力分析（单位：%）
图表71：2016年中国训练健身器材市场十大品牌统计（单位：个）
图表72：2011-2021年中国训练健身器材制造行业市场规模及预测变化趋势图（单位：亿元，%）
图表73：2011-2015年运动防护用具制造行业经营效益分析（单位：家，万元）
图表74：2011-2015年中国运动防护用具制造行业盈利能力分析（单位：%）
图表75：2011-2015年中国运动防护用具制造行业运营能力分析（单位：%）
图表76：2011-2015年中国运动防护用具制造行业偿债能力分析（单位：%，倍）
图表77：2011-2015年中国运动防护用具制造行业发展能力分析（单位：%）
图表78：2016年中国游泳镜市场十大品牌统计（单位：个）
图表79：2016年中国头盔市场十大品牌统计（单位：个）

图表80：2016年中国运动护具市场十大品牌统计（单位：个）
图表81：2011-2021年中国运动防护用具制造行业市场规模及预测变化趋势图（单位：亿元，%）
图表82：2009-2015年中国户外用品零售总额变化趋势（单位：亿元，%）
图表83：2009-2015年中国户外用品品牌出货总额变化趋势（单位：亿元，%）
图表84：最值得投入的户外用品调查统计（单位：票）
图表85：2015年我国户外用品品牌数地域分布（单位：%）
图表86：2016年中国帐篷市场十大品牌统计（单位：个）
图表87：2016年中国睡袋市场十大品牌统计（单位：个）
图表88：2016年中国户外登山鞋市场十大品牌统计（单位：个）
图表89：2016年中国户外防护用品市场十大品牌统计（单位：个）
图表90：截至2015年底探路者连锁经营店铺数量（单位：家）
图表91：2012-2015年探路者户外用品销售量与库存量情况（单位：元，%）
图表92：2012-2015年探路者主要经济指标分析（单位：万元）
图表93：2015年探路者户外用品分地区经营情况（单位：万元，%）
图表94：2015年探路者户外用品分产品经营情况（单位：万元，%）
图表95：第五次和第六次体育场地普查对比（单位：万个，亿平方米，%）
图表96：第六次全国体育场地普查全国各系统体育场地数量及面积情况（单位：万个，亿平方米，%）
图表97：第六次全国体育场地普查各类型体育场地数量及面积情况（单位：万个，亿平方米，%）
图表98：第六次全国体育场地普查场地数量排名靠前的场地类型情况（单位：万个，%）
图表99：第六次全国体育场地普查场地面积排名靠前的场地类型情况（单位：亿平方米，%）
图表100：第六次全国体育场地普查室内外体育场地城乡分布情况（单位：万个，亿平方米）
图表101：第六次全国体育场地普查地区分布情况（单位：个，万个，亿平方米）
图表102：第六次全国体育场地普查各单位体育场地数量及面积情况（单位：万个，亿平方米，%）
图表103：中国体育场馆行业现存问题简析
图表104：2009-2015年中国彩票业市场规模及增长率走势图（单位：亿元，%）
图表105：2013-2015年中国彩票业产品结构图（按管理机构分）（单位：%）
图表106：2008-2015年中国体育彩票业销售额走势图（单位：亿元，%）

图表107：2013-2015年中国体育彩票业区域结构表（单位：亿元，%）
图表108：2015年中国体育彩票销售额前十名省市（单位：亿元，%）
图表109：2008-2015年我国体育彩票与福利彩票市场份额（单位：%）
图表110：2013-2015年我国体育彩票区域比重变化趋势图（单位：亿元，%）
图表111：2013-2015年我国体育彩票各市场区域分布情况（单位：%）
图表112：2014-2015年中国体育彩票集中度分析（单位：亿元，%）
图表113：2008-2015年中国体育彩票业细分产品市场规模（单位：亿元）
图表114：2008-2015年中国体育彩票业细分产品结构（单位：%）
图表115：2008-2015年乐透数字型体育彩票销售额走势图（单位：亿元）
图表116：2016-2022年乐透数字型体育彩票市场规模预测（单位：亿元）
图表117：2008-2015年即开型体育彩票销售额走势图（单位：亿元，%）
图表118：2016-2022年即开型体育彩票市场规模预测（单位：亿元）
图表119：2008-2015年竞猜型体育彩票销售额走势图（单位：亿元）
图表120：2016-2022年竞猜型体育彩票市场规模预测（单位：亿元）
图表121：2016-2022年中国体育彩票市场规模预测（单位：亿元）
图表122：2021年中国体育彩票各细分彩种市场份额（单位：%）
图表123：2016-2022年乐透数字型、即开型和竞猜型体育彩票市场规模预测（单位：亿元）
图表124：全国部分省市体育彩票“十二五”规划
图表125：2011-2015年全国各地区体育彩票市场份额（单位：%）
图表126：2016-2022年全国各地区体育彩票市场份额预测（单位：%）
图表127：2015-2016赛季CBA联赛参赛俱乐部
图表128：中超、CBA、乒超联赛的管理模式
图表129：职业体育俱乐部收入来源具体情况
图表130：我国职业体育俱乐部收入来源与国外对比（单位：%）
图表131：职业体育俱乐部收入来源具体情况
图表132：2014-2015年国内各项目非俱乐部职业赛事数量（单位：项）
图表133：非俱乐部职业赛事运作模式
图表134：非俱乐部职业赛事收入来源
图表135：2014-2015年国内各项目非职业俱乐部赛事数量（单位：项）
图表136：非职业俱乐部赛事运作模式
图表137：非职业俱乐部赛事收入来源
图表138：中国全运会管理体制的运作模式

图表139：非职业非俱乐部体育赛事收入来源
图表140：体育健身业发展现状
图表141：中国健身俱乐部快速发展表现
图表142：经营性健身俱乐部四个特征
图表143：中国体育健身俱乐部经营模式
图表144：直营连锁和特许连锁
图表145：综合型健身俱乐部和单项型健身俱乐部
图表146：非俱乐部健身业发展特点
图表147：非俱乐部健身业经营优势
图表148：非俱乐部健身业经营劣势
图表149：非俱乐部健身业四种经营模式——定义及典型代表
图表150：非俱乐部健身业四种经营模式——优劣势
图表151：非俱乐部健身业市场经营成本
图表152：体育中介的分类
图表153：体育中介业经营效益
图表154：国外体育中介企业
图表155：国内体育中介企业
图表156：体育传媒业总体发展概况
图表157：CCTV-5案例
图表158：新浪网体育频道案例
图表159：李宁有限公司基本信息表
图表160：2011-2015年李宁有限公司主要经济指标分析（单位：亿元）
图表161：2011-2015年李宁有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表162：2011-2015年李宁有限公司运营能力分析（单位：次）
图表163：2011-2015年李宁有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表164：2011-2015年李宁有限公司发展能力分析（单位：%）
图表165：李宁有限公司产品品牌及营销策略
图表166：2015年李宁有限公司产品销售收入分布（单位：%）
图表167：2012-2015年李宁有限公司李宁牌经销与零售网络分布（单位：家）
图表168：2012-2015年李宁有限公司李宁牌区域市场销售规模（单位：万元，%）
图表169：李宁有限公司优劣势分析
图表170：安踏体育用品有限公司基本信息表

图表171：2011-2015年安踏体育用品有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表172：2011-2015年安踏体育用品有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表173：2011-2015年安踏体育用品有限公司运营能力分析（单位：次）
图表174：2011-2015年安踏体育用品有限公司偿债能力分析（单位：%）
图表175：2011-2015年安踏体育用品有限公司发展能力分析（单位：%）
图表176：安踏体育用品有限公司在售产品类别
图表177：2013-2015年安踏体育用品有限公司产品结构（单位：万元，%）
图表178：2013-2015年安踏体育用品有限公司产品结构比重变化图（单位：%）
图表179：安踏体育用品有限公司优劣势分析
图表180：中国动向（集团）有限公司基本信息表
图表181：2011-2015年中国动向（集团）有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表182：2011-2015年中国动向（集团）有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表183：2011-2015年中国动向（集团）有限公司运营能力分析（单位：次）
图表184：2011-2015年中国动向（集团）有限公司偿债能力分析（单位：%）
图表185：2011-2015年中国动向（集团）有限公司发展能力分析（单位：%）
图表186：中国动向（集团）有限公司组织架构
图表187：2014-2015年中国动向（集团）有限公司分产品和地区经营情况（单位：百万元，%）
图表188：中国动向（集团）有限公司产品营销策略
图表189：中国动向（集团）有限公司产品设计与研发策略
图表190：中国动向（集团）有限公司优劣势分析
图表191：特步国际控股有限公司基本信息表
图表192：特步国际控股有限公司与实际控制人之间产权及控制关系方框图
图表193：2011-2015年特步国际控股有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表194：2011-2015年特步国际控股有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表195：2011-2015年特步国际控股有限公司运营能力分析（单位：次）
图表196：2011-2015年特步国际控股有限公司偿债能力分析（单位：%）
图表197：2011-2015年特步国际控股有限公司发展能力分析（单位：%）
图表198：2014-2015年特步国际控股有限公司产品结构图（单位：千元人民币）
图表199：特步国际控股有限公司营销模式分析
图表200：2009-2015年特步国际控股有限公司零售店数目（单位：家）
图表201：特步国际控股有限公司优劣势分析

图表202：匹克体育用品有限公司基本信息表
图表203：2011-2015年匹克体育用品有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表204：2011-2015年匹克体育用品有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表205：2011-2015年匹克体育用品有限公司运营能力分析（单位：次）
图表206：2011-2015年匹克体育用品有限公司偿债能力分析（单位：%）
图表207：2011-2015年匹克体育用品有限公司发展能力分析（单位：%）
图表208：2014-2015年匹克体育用品有限公司主营业务分产品经营情况（单位：百万元，%）
图表209：匹克体育用品有限公司推广合伙伙伴
图表210：匹克体育用品有限公司产能介绍
图表211：2013-2015年匹克体育用品有限公司中国零售网点（单位：个）
图表212：2013-2015年匹克体育用品有限公司销售网络（单位：百万元，%）
图表213：2013-2015年匹克体育用品有限公司销售网点城市分布（单位：个）
图表214：匹克体育用品有限公司优劣势分析
图表215：三六一度国际有限公司基本信息表
图表216：2011-2015年三六一度国际有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表217：2011-2015年三六一度国际有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表218：2011-2015年三六一度国际有限公司运营能力分析（单位：次）
图表219：2011-2015年三六一度国际有限公司偿债能力分析（单位：%）
图表220：2011-2015年三六一度国际有限公司发展能力分析（单位：%）
图表221：三六一度国际有限公司组织结构图
图表222：三六一度国际有限公司产品系列
图表223：2013-2015年三六一度国际有限公司主营业务分产品经营情况（单位：千元，%）
图表224：2013-2015年三六一度国际有限公司销售网络（单位：家，%）
图表225：2013-2015年三六一度国际有限公司销售网络（单位：家，%）
图表226：三六一度国际有限公司优劣势分析
图表227：贵人鸟股份有限公司基本信息表
图表228：贵人鸟股份有限公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图
图表229：2011-2015年贵人鸟股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表230：2011-2015年贵人鸟股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表231：2011-2015年贵人鸟股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表232：2011-2015年贵人鸟股份有限公司偿债能力分析（单位：%）
图表233：2011-2015年贵人鸟股份有限公司发展能力分析（单位：%）

图表234：2015年贵人鸟股份有限公司分产品销售收入（单位：万元，%）
图表235：2015年贵人鸟股份有限公司分产品地区销售收入（单位：万元，%）
图表236：贵人鸟股份有限公司优劣势分析
图表237：美克国际控股有限公司基本信息表
图表238：2011-2015年美克国际控股有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表239：2011-2015年美克国际控股有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表240：2011-2015年美克国际控股有限公司运营能力分析（单位：次）
图表241：2011-2015年美克国际控股有限公司偿债能力分析（单位：%）
图表242：2011-2015年美克国际控股有限公司发展能力分析（单位：%）
图表243：2013-2015年美克国际控股有限公司产品销售收入（单位：人民币千元，%）
图表244：2013-2015年美克国际控股有限公司经销与零售网络分布（单位：个，家）
图表245：美克国际控股有限公司优劣势分析
图表246：一兆韦德健身管理有限公司基本信息表
图表247：一兆韦德健身管理有限公司合作企业
图表248：一兆韦德健身管理有限公司优劣势分析
图表249：上海美格菲健身中心有限公司基本信息表
图表250：上海美格菲健身中心有限公司合作企业
图表251：上海美格菲健身中心有限公司优劣势分析
图表252：威康健身管理咨询（上海）有限公司基本信息表
图表253：威康健身管理咨询（上海）有限公司优劣势分析
图表254：青岛英派斯健康管理有限公司 基本信息表
图表255：青岛英派斯健康管理有限公司合作伙伴
图表256：青岛英派斯健康管理有限公司优劣势分析
图表257：上海金仕堡体育发展有限公司基本信息表
图表258：上海金仕堡体育发展有限公司合作伙伴
图表259：上海金仕堡体育发展有限公司优劣势分析
图表260：中视体育娱乐有限公司基本信息表
图表261：中视体育娱乐有限公司优劣势分析
图表262：北京众辉国际体育管理有限公司基本信息表
图表263：北京众辉国际体育管理公司优劣势分析
图表264：中体保险经纪有限公司基本信息表
图表265：中体保险经纪有限公司优劣势分析

图表266：中体经纪管理有限公司基本信息表
图表267：中体经纪管理有限公司优劣势分析
图表268：国家奥林匹克体育中心体育场基本信息表
图表269：广东奥林匹克体育中心体育场基本信息表
图表270：南京奥林匹克体育中心基本信息表
图表271：沈阳奥林匹克体育中心体育场基本信息表
图表272：天津奥林匹克中心体育场基本信息表
图表273：中体产业集团股份有限公司基本信息表
图表274：中体产业集团股份有限公司与实际控制人之间产权及控制关系方框图
图表275：2011-2015年中体产业集团股份有限公司主要经济指标分析（单位：万元）
图表276：2015年中体产业集团股份有限公司主营业务分行业情况表（单位：万元，%）
图表277：2011-2015年中体产业集团股份有限公司盈利能力分析（单位：%）
图表278：2011-2015年中体产业集团股份有限公司运营能力分析（单位：次）
图表279：2011-2015年中体产业集团股份有限公司偿债能力分析（单位：%，倍）
图表280：2011-2015年中体产业集团股份有限公司发展能力分析（单位：%）
图表281：中体产业集团股份有限公司优劣势分析
图表282：深圳市体育彩票管理中心基本信息表
图表283：2014-2015年深圳市体育彩票管理中心体育彩票构成情况（单位：%）
图表284：深圳市体育彩票管理中心优劣势分析
图表285：南京市体育彩票管理中心基本信息表
图表286：南京市体育彩票管理中心彩票种类
图表287：南京市体育彩票管理中心优劣势分析
图表288：广州市体育彩票管理中心基本信息表
图表289：2012-2015年广州市体育彩票销量（单位：亿元）
图表290：广州市体育彩票管理中心优劣势分析
图表291：成都市体育彩票管理中心基本信息表
图表292：成都市体育彩票管理中心优劣势分析
图表293：大连市体育彩票管理中心基本信息表
图表294：大连市体育彩票管理中心优劣势分析
图表295：2015-2025年中国体育产业市场规模预测（单位：亿元）

详细请访问：http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/K77161DMCV.html