

2015-2020年中国体育旅游 市场调研及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2015-2020年中国体育旅游市场调研及投资前景预测报告》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.cction.com/report/201508/124714.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

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。

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。

本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家发改委、国务院发展研究中心、中国体育旅游协会、中企顾问网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国体育旅游及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新成果与技术等进行了分析，并重点分析了我国体育旅游行业发展状况和特点，以及中国体育旅游行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的体育旅游行业发展态势作了详细分析，并对体育旅游行业进行了趋向研判，是体育旅游开发、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前体育旅游业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

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

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 2015-2020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

第九章 2015-2020年体育旅游行业前景及趋势预测

第一节 2015-2020年体育旅游市场发展前景

一、2015-2020年体育旅游市场发展潜力

二、2015-2020年体育旅游市场发展前景展望

三、2015-2020年体育旅游细分行业发展前景分析

第二节 2015-2020年体育旅游市场发展趋势预测

一、2015-2020年体育旅游行业发展趋势

二、2015-2020年体育旅游市场规模预测

三、2015-2020年体育旅游行业应用趋势预测

四、2015-2020年细分市场发展趋势预测

第三节 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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 2015-2020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

第十一章 2015-2020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、2015-2020年体育旅游行业投资战略

三、2015-2020年细分行业投资战略

第十三章 研究结论及投资建议

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 中研普华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：<http://www.cction.com/report/201508/124714.html>