

2020-2026年中国体育健身 休闲市场研究与未来发展趋势报告

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

《2020-2026年中国体育健身休闲市场研究与未来发展趋势报告》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/201912/146526.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

报告目录：

第一章 2014-2019年中国体育健身休闲产业发展状况分析

第一节2014-2019年世界体育健身休闲产业发展概况

- 一、全球体育健身休闲产业发展史概述
- 二、世界六大主要体育健身休闲产业分析
- 三、西方国家体育健身休闲产业发展分析
- 四、美国体育健身休闲产业分析

第二节2014-2019年中国体育健身休闲产业现状分析

- 一、中国体育健身休闲产业概述
- 二、国内体育健身休闲产业状况分析
- 三、中国成为全球最大的体育健身休闲市场
- 四、体育健身休闲产业成为中国朝阳产业
- 五、国内体育健身休闲产业化发展的要素分析

第三节2014-2019年中国体育健身休闲产业市场化融资渠道研究

- 一、中国体育健身休闲产业融资渠道的发展史与现状
- 二、加强中国体育健身休闲产业市场化融资渠道的条件分析
- 三、拓展中国体育健身休闲产业市场化融资渠道的策略

第四节2014-2019年体育健身休闲产业发展存在的问题分析

- 一、中外体育健身休闲产业的差距描述
- 二、中国体育健身休闲产业存在的问题分析
- 三、国内体育健身休闲产业发展的困扰

第五节2014-2019年促进体育健身休闲产业发展的对策分析

- 一、以科学的政策扶持中国体育健身休闲产业的发展
- 二、加快中国体育健身休闲产业发展的政策建议
- 三、中国体育健身休闲产业实现双赢的对策

第二章 2014-2019年中国体育健身休闲服务行业运行环境分析

第一节 2014-2019年中国经济环境分析

- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、中国汇率调整（人民币升值）

八、对外贸易&进出口

第二节 2014-2019年中国体育健身休闲服务行业发展政策环境分析

一、中华人民共和国体育健身休闲法

二、中国体育健身休闲产业发展纲要

三、《全民健身计划纲要》

四、体育健身休闲器材设备审定办法

五、体育健身休闲场所开放条件与技术要求

六、体育健身休闲服务认证管理办法

第三节 2014-2019年中国体育健身休闲服务行业发展社会环境分析

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

第三章 2014-2019年中国体育健身休闲服务业运行局势分析

第一节 2014-2019年中国体育健身休闲服务业发展概况分析

一、体育健身休闲服务业概述

二、体育健身休闲服务运营管理

三、中国社区体育健身休闲服务发展的现状与对策

第二节 2014-2019年中国体育健身休闲服务业区域市场运行分析

一、廊坊市健康体育健身休闲服务产业现状及发展策略研究

二、上海体育健身休闲服务业成经济亮点

三、浙江省体育健身休闲服务从业人员的现状调查与分析

四、广州体育健身休闲服务业市场推进模式分析

第三节 2014-2019年中国公共休闲体育健身休闲服务业运营现状分析

一、休闲体育健身休闲与休闲体育健身休闲产业的辨析

- 二、中国休闲体育健身休闲产业发展的条件
- 三、中国体育健身休闲休闲市场发展迅速
- 四、发展休闲体育健身休闲产业的对策

第四章 2014-2019年中国体育健身休闲市场运行透析

第一节中国体育健身休闲概述

- 一、体育健身休闲的特征分析
- 二、中国体育健身休闲的组织管理体系
- 三、中国体育健身休闲的种类与发行额度
- 四、中国体育健身休闲资金的构成与分配
- 五、中国体育健身休闲资金用途

第三节 2014-2019年中国体育健身休闲彩票发展状况分析

- 一、中国对体育健身休闲性质的认识现状
- 二、中国体育健身休闲的政府管制及立法
- 三、中国体育健身休闲与社会发展的关系
- 四、近几年中国体育健身休闲销量分析

第四节2014-2019年中国体育健身休闲行业发展对策建议

- 一、中国体育健身休闲业可持续发展的对策分析
- 二、中国体育健身休闲业健康发展的建议
- 三、促进中国体育健身休闲进一步发展对策
- 四、中国体育健身事业发展四项建议

第五章2014-2019年中国体育健身休闲保险市场运行态势分析

第一节2014-2019年中国体育健身休闲保险市场运行格局透析

- 一、我国体育健身休闲保险市场特点分析
- 二、国内体育健身休闲保险市场年增长率
- 三、体育健身休闲保险市场化道路新探索

第二节2014-2019年中国体育健身休闲保险重点市场地区结构

- 一、北京
- 二、上海
- 三、江苏
- 四、广东

五、浙江

第三节 2014-2019年中国体育健身休闲保险需求形势分析

- 一、体育健身休闲保险的有效需求不足
- 二、运动员的保险观念比较淡薄
- 三、购买力薄弱，这是影响我国体育健身休闲保险发展的重要经济因素

第四节 2014-2019年中国体育健身休闲旅游保险运行探析

- 一、体育健身休闲旅游保险市场特点分析
- 二、体育健身休闲旅游保险市场动态分析
- 三、奥运成功举办对中另体育健身休闲旅游保险的影响
- 四、基建旅游体育健身休闲保险受惠奥运带来四大商机

第六章 2014-2019年中国体育健身休闲服务其它运行模式分析

第一节 体育健身休闲赞助业

- 一、体育健身休闲赞助的组织形式及赞助对象
- 二、体育健身休闲赞助的经济利益分析
- 三、中国本土体育健身休闲赞助形势不容乐观
- 四、北京奥运赞助费创历史新高
- 五、中国企业体育健身休闲赞助中存在的主要问题
- 六、企业进行体育健身休闲赞助的对策分析
- 七、中国体育健身休闲赞助业发展的对策与建议

第二节 体育健身休闲旅游业

- 一、中国体育健身休闲旅游产业概述
- 二、中国体育健身休闲旅游业发展的主要因素
- 三、体育健身休闲旅游产品的发展分析
- 四、体育健身休闲旅游不同群体的需求状况
- 五、中国发展健身体育健身休闲旅游业的条件及策略
- 六、中国体育健身休闲旅游市场发展的对策与建议

第三节 体育健身休闲广告业

- 一、体育健身休闲广告的定义和功能
- 二、我国体育健身休闲广告业发展解析
- 三、中国体育健身休闲广告业发展存在的问题
- 四、体育健身休闲广告的策略模型

五、体育健身休闲广告的卖点分析

六、体育健身休闲广告全方位策略解析

第七章 2019年中国体育健身休闲产业重点企业竞争力与关键性数据分析

第一节信隆实业（深圳）股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节中体产业集团股份有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节耐克（苏州）体育健身休闲用品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第四节安踏（中国）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第五节阿迪达斯（苏州）有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第六节泉州鸿星尔克体育健身休闲用品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第七节福建乔丹体育健身休闲用品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第八章2014-2019年中国体育健身休闲用品行业运行形势分析

第一节2014-2019年国内体育健身休闲用品行业分析

- 一、中国体育健身休闲用品业发展概况
- 二、中国体育健身休闲用品行业发展的因素分析
- 三、中国体育健身休闲用品行业进入转型时期
- 四、体育健身休闲用品促使高科技材料发展

第二节2014-2019年中国体育健身休闲用品发展的问题研究

- 一、影响体育健身休闲用品成为消费热点的因素分析
- 二、体育健身休闲用品产业存在五大“软肋”
- 三、体育健身休闲用品市场存在的主要问题

第三节2014-2019年促进中国体育健身休闲用品产业发展的对策

- 一、中国体育健身休闲用品市场发展的对策建议
- 二、中国体育健身休闲用品市场发展的对策
- 三、体育健身休闲用品要主动出击国际市场
- 四、促进国内体育健身休闲用品产业的转移

第九章 2014-2019年中国体育健身休闲产业基地建设状况透析

第一节深圳国家体育健身休闲产业基地

- 一、深圳体育健身休闲产业发展的总体思路
- 二、深圳国家体育健身休闲产业基地规划建设情况
- 三、深圳体育健身休闲产业前景广阔

第二节成都市国家体育健身休闲产业基地

- 一、成都国家体育健身休闲产业基地建设情况
- 二、成都市体育健身休闲产业发展状况及存在的问题
- 三、成都市体育健身休闲产业发展规划

第三节晋江国家体育健身休闲产业基地

- 一、晋江体育健身休闲产业战略全面布局
- 二、晋江体育健身休闲产业发展简析
- 三、晋江体育健身休闲产业基地发展的建议

第十章2020-2026年中国体育健身休闲服务行业投资价值与风险分析

第一节 2020-2026年中国体育健身休闲服务行业投资环境分析

第二节2020-2026年中国体育健身休闲服务行业投资机会分析

第三节2020-2026年中国体育健身休闲服务行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、经营管理风险
- 三、金融信贷风险
- 四、其他风险分析

第四节建议

第十一章 （一）2020-2026年中国体育健身休闲服务行业前景及趋势分析

第一节 2020-2026年中国体育健身休闲产业发展趋势分析

- 一、中国体育健身休闲产业发展与产业政策的选择分析
- 二、中国体育健身休闲产业发展的趋势展望
- 三、奥运后中国体育健身休闲产业的发展走向
- 四、北京体育健身休闲产业产值预测

第二节2020-2026年中国体育健身休闲服务发展趋势分析

- 一、体育健身休闲服务社会化改革趋势
- 二、体育健身休闲服务运行模式走向
- 三、体育健身休闲服务市场盈利预测分析

图表目录：

图表：恩格尔系数

图表：居民体育健身休闲消费需求的的目的

图表：居民体育健身休闲消费需求的功能作用

图表：居民体育健身休闲健康消费需求的意向

图表：居民体育健身休闲消费购买的意向

图表：制约我国居民体育健身休闲消费需求的因素

图表：我国居民体育健身休闲消费需求提升的前提条件

图表：高校体育健身休闲产业结构

图表：公共产品理论

图表：波特的产业竞争力钻石模型

图表：2003-2019年中国体育健身休闲彩票年度销售额统计

图表：1994-2019年中国体育健身休闲彩票历年公益金收入

图表：2005-2019年中国体育健身休闲彩票与中国福利彩票的销售额对比

图表：福建省体育健身休闲彩票销售情况

图表：福建省休闲健身娱乐活动情况

图表：福建省体育健身休闲服务业发展情况

图表：略.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201912/146526.html>