

2020-2026年中国体育产业 发展现状与市场需求预测报告

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

《2020-2026年中国体育产业发展现状与市场需求预测报告》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/202005/163945.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

2016年，中国体育市场规模约为1.5万亿，其中观赏性体育近3,000亿元，参与性体育约1.2万亿元。我国体育产业结构与海外对比结构有较大区别，参与性体育（体育用品等）占比80%，观赏性体育（体育服务业等）占比不足20%。而在美国观赏性服务业占比达到近60%。

体育产业结构2015年-2020年体育赛事运营市场规模预测（单位：亿元）

中企顾问网发布的《2020-2026年中国体育产业发展现状与市场需求预测报告》共四章。首先介绍了中国体育行业市场发展环境、体育整体运行态势等，接着分析了中国体育行业市场运行的现状，然后介绍了体育市场竞争格局。随后，报告对体育做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国体育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中国体育行业，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1章：产业整体篇19

1.1体育产业发展综述19

1.1.1体育产业定义、分类及产业链简析19

（1）体育产业的定义19

（2）体育产业的分类19

（3）体育产业链简析20

1.1.2体育产业发展环境分析21

（1）体育产业政策环境分析21

（2）体育产业经济环境分析23

1) 国内经济环境现状23

2) 国内经济环境预测24

3) 经济环境对体育产业的影响24

（3）体育产业消费环境分析24

1) 社会消费结构分析24

2) 居民收入水平分析27

3) 消费环境对体育产业的影响28

(4) 体育产业社会环境分析28

1) 中国人口发展环境分析28

2) 居民生活方式的转变29

3) 低碳消费成为倡导的生活方式29

1.2体育产业总体发展状况与趋势分析30

1.2.1体育产业发展状况与趋势分析30

(1) 中国体育产业发展情况30

2016 年我国体育产业总产出达到 1.9 万 亿元，同比增长 11.1%，保持平稳增长。增速相比于 2015 年有所放缓， 主要是因为 2015 年由于“46 号文”推出不久，行业内存在一定的非理性投入和增长。如果能维持目前的行业增速，到 2025 年基本可以实现 5 万亿元规模的指标。从增长值来看， 2016 年体育产业实现 0.65 亿元，同比增长 17.8%。

从体育产业内部结构来看，体育用品及相关产品制作业的总产出占全部产业的 60%以上，但体育服务业增速较快，总产出占比由 2015 年的 33.4%增长到 35.9%。体育服务业中又以体育健身休闲活动增长较快，总产出和增加值名义增速均超过 30%，反映了群众体育的蓬勃发展。

2016 年国家体育产业总产出及增加量	总量：亿元	结构%	体育产业类别名称	总产出	增加值
国家体育产业	19011.3	6474.8	100	100	
体育管理活动	287.1	143.8	1.5	2.2	
体育竞赛表演活动	176.8	65.5	0.9	1	
体育健身休闲活动	368.6	172.9	1.9	2.7	
体育场馆服务	1072.1	567.6	5.6	8.8	
体育中介服务	63.2	17.8	0.3	0.3	
体育培训与教育	296.2	230.6	1.6	3.6	
体育传媒与信息服务	110.4	44.1	0.6	0.7	
其他与体育相关服务	433	179.7	2.3	2.8	
体育用品及相关产品制造	11962.1	2863.9	62.9	44.2	
体育用品及相关产品销售、贸易代理与出租	4019.6	2138.7	21.1	33	
体育场地设施建设	222.1	50.3	1.2	0.8	

1) 中国体育产业总体规模30

2) 体育产业细分行业发展情况32

(2) 中国体育产业发展趋势34

1) 总体发展趋势34

2) 体育产业各细分行业发展趋势35

1.2.2体育产业地建设进展与前局析37

(1) 国家体育产业地发展概况37

(2) 深圳国家体育产业地发展分析38

1) 深圳国家体育产业地概况38

- 2) 深圳国家体育产业地的发展思路和空间布局38
- 3) 深圳国家体育产业地建设进展39
- 4) 深圳体育产业发展规划40
 - (3) 成都国家体育产业地发展分析40
 - 1) 成都国家体育产业地概况40
 - 2) 成都国家体育产业地建设进展40
 - 3) 成都国家体育产业地工作思路42
 - 4) 成都市体育产业发展规划42
 - (4) 晋江国家体育产业地发展分析42
 - 1) 晋江国家体育产业地概况42
 - 2) 晋江国家体育产业地建设进展43
 - 3) 晋江国家体育产业地工作思路45
 - (5) 北京龙潭湖国家体育产业地发展分析45
 - 1) 北京龙潭湖国家体育产业地概况45
 - 2) 北京龙潭湖国家体育产业地特色优势46
 - 3) 北京龙潭湖国家体育产业地功能定位与建设规划46
 - 4) 北京龙潭湖国家体育产业地规划建设进展47
 - 5) 北京龙潭湖国家体育产业地发展过程中的瓶颈和亟待解决的问题47
 - 6) 北京龙潭湖国家体育产业地建设思路48
 - (6) 杭州富阳国家体育产业地发展分析48
 - 1) 杭州富阳国家体育产业地揭牌48
 - 2) 杭州富阳体育产业发展分析49
 - 3) 杭州富阳发展规划49
 - (7) 乐陵国家体育产业地发展分析50
 - 1) 乐陵国家体育产业地揭牌50
 - 2) 乐陵体育产业发展分析50
 - 3) 乐陵发展规划51
 - (8) 苏南（县域）国家体育产业地发展分析51
 - 1) 苏南（县域）国家体育产业地揭牌51
 - 2) 江阴市体育产业发展规划51

第2章：细分行业篇53

2.1中国体育用品业发展现状、趋势与前景53

2.1.1体育用品行业整体发展状况53

- (1) 体育用品行业定义级围53
- (2) 体育用品行业发展总体概况53
- (3) 体育用品行业进出口状况56
- 1) 体育用品行业进出口总体情况56
- 2) 行业出口市场分析56
- 3) 行业进口情况分析58

2.1.2运动服装市场发展前局析59

- (1) 运动服装行业经营情况59
 - 1) 行业销售规模59
 - 2) 行业竞争格局59
 - (2) 运动服装行业重点产品市场发展分析60
 - 1) 篮球服市场发展分析60
 - 2) 足球服市场发展分析60
 - 3) 田径服市场发展分析61
 - 4) 网球服市场发展分析61
 - 5) 游泳服市场发展分析62
 - (3) 大众运动服装消费群体特征63
 - 1) 大众运动服装消费群体范围63
 - 2) 大众运动服消费群体性别特征63
 - 3) 大众运动服消费群体年龄特征63
 - (4) 行业标杆企业经营情况分析64
 - 1) 行业标杆企业分区域市场分析64
 - 2) 行业标杆企业市场数据对比69
 - (5) 运动服行业发展前景与趋势72
 - 1) 行业发展前景72
 - 2) 行业发展趋势73
- ### 2.1.3运动鞋市场发展前局析73
- (1) 运动鞋行业经营情况73
 - 1) 行业规模73
 - 2) 行业竞争格局74

（2）运动鞋行业重点产品品牌格局分析75

- 1) 篮球鞋市场品牌格局75
- 2) 足球鞋市场品牌格局76
- 3) 慢跑鞋市场品牌格局76
- 4) 旱冰鞋市场品牌格局77
- 5) 帆布鞋市场品牌格局78
- 6) 休闲运动鞋市场品牌格局78

（3）运动鞋行业标杆企业经营情况分析79

- 1) 李宁79
- 2) 安踏80
- 3) 中国动向80
- 4) 特步国际81
- 5) 匹克体育81
- 6) 361度82
- 7) 美克国际82
- 8) 贵人鸟82

（4）运动鞋行业发展前景与趋势83

- 1) 街头运动群体成为重点市场83
- 2) 户外运动鞋市场更加细分83
- 3) 老年人运动鞋市场潜力依然大84

2.1.4运动器材市场发展前局析84

（1）球类制造市场总体发展概况84

- 1) 球类制造行业概述84
- 2) 球类制造行业经营情况85
- 3) 球类制造行业重点产品品牌格局分析87
- 4) 球类制造行业发展前景预测91

（2）训练健身器材市场发展分析92

- 1) 训练健身器材行业概述92
- 2) 训练健身器材行业经营情况93

（3）训练健身器材行业重点产品品牌格局分析96

（4）训练健身器材行业重点产品市场发展分析96

（5）训练健身器材行业发展前景与趋势100

2.1.5个人运动防护用品市场发展前局析102

(1) 个人运动防护用品行业总体发展情况102

1) 个人运动防护用品行业概述102

2) 个人运动防护用品经营情况分析102

(2) 个人运动防护用品行业重点产品品牌格局105

1) 个人眼睛防护用品市场品牌格局105

2) 个人头部（除眼睛）防护用品市场品牌格局106

3) 其他个人防护用品市场品牌格局106

(3) 个人运动防护用品行业发展前景预测107

2.1.6户外用品市场发展前局析108

(1) 户外用品行业经营情况108

1) 行业发展概况108

2) 户外用品结构109

3) 户外用品品牌格局110

4) 户外用品销售渠道111

5) 户外用品竞争格局111

6) 户外用品面临的挑战112

(2) 户外用品行业重点产品品牌格局分析112

1) 帐篷市场品牌格局112

2) 睡袋市场品牌格局113

3) 户外登山鞋市场品牌格局114

4) 户外防护用品市场品牌格局114

(3) 户外用品行业标杆企业经营情况115

1) 企业营销渠道分析115

2) 企业产品销售分析116

3) 企业经营效益分析117

(4) 户外用品行业发展前景与趋势118

1) 户外用品行业发展将日趋成熟118

2) 本土户外品牌加快二三线市场布局119

3) 户外用品电商业务向全渠道模式发展119

2.1.7体育用品行业发展前景与趋势119

(1) 体育用品行业前景预测119

1) 政舶景120

2) 需求前景120

3) 渠道前景120

(2) 体育用品行业发展趋势120

1) 行业竞争加剧, 面临二次洗牌120

2) 体育用品企业发力电子商务120

3) 体育用品实现智能化121

4) 户外市场争夺升级121

2.2 体育场馆业发展现状、趋势与前景123

2.2.1 中国体育场馆行业发展状况分析123

(1) 中国体育场馆行业发展现状分析123

1) 中国体育场馆行业规模123

2) 中国体育场馆企业性质124

3) 中国体育场馆建筑情况124

4) 中国体育场馆资产利用情况124

5) 山西体育场馆行业发展现状分析124

(2) 中国体育场馆行业经营情况分析125

1) 体育场馆营业范围125

2) 体育场馆经费来源126

3) 体育场馆经营方式126

4) 体育场馆税负情况126

5) 体育场馆就业情况分析127

(3) 中国体育场馆行业现存问题分析127

2.2.2 中国高校体育场馆发展状况分析128

(1) 中国高校体育场馆供给现状分析128

1) 供给规模128

2) 供给主体128

3) 资金来源128

4) 其他来源供给129

5) 供给与生产合一129

6) 质量与档次提升130

7) 在体育场馆供给中作用130

- (2) 中国高校体育场馆供给的特殊性130
 - 1) 功能设计的独特性130
 - 2) 供给主体的单一性131
 - 3) 服务对象与功能的多重性131
 - 4) 生产过程的公益性131
 - 5) 提供与生产的合一性132
- (3) 高校体育场馆向社会开放的可行性132
 - 1) 向社会开放的意义132
 - 2) 向社会开放的风险133
 - 3) 向社会开放的风险规避134
- (4) 中国高校体育馆建设存在问题134
- (5) 中国高校体育场馆建设的建议135
- (6) 中国高校体育场馆发展趋势分析136
- 2.2.3大型体育赛事对体育场馆影响案例分析138
 - (1) 北京奥运会138
 - 1) 北京奥运会场馆建设贾布情况138
 - 2) 北京奥运会场馆结构分析140
 - 3) 现有的奥运场馆赛后利用模式141
 - 4) 奥运场馆后继使用特殊情况分析142
 - 5) 北京奥运场馆赛后利用建议143
 - 6) 国家体育场——鸟巢运营模式分析145
 - 7) 奥运后体育场馆运营前景146
 - (2) 广州亚运会147
 - 1) 广州亚运会场馆建设贾布情况147
 - 2) 现有的亚运场馆赛后利用模式148
 - 3) 广州亚运场馆赛后利用制约因素149
 - 4) 广州亚运场馆赛后利用建议150
 - (3) 深圳大运会153
 - 1) 深圳大运会场馆建设贾布情况153
 - 2) 深圳大运会场馆建设原则分析153
 - 3) 深圳大运会部分场馆的赛后利用153
 - 4) 深圳大运会场馆赛后利用建议155

- 5) 大运开幕式场馆——春茧运营模式分析156
- 6) 深圳大运场馆的集团化管理模式分析157
- 2.2.4大型体育场馆运营管理案例与建议分析159
 - (1) 美国四个大型体育场馆运营管理案例159
 - 1) 麦迪逊广场花园 (MadisonSquareGarden) 159
 - 2) 玫瑰碗球场 (RoseBowlStadium) 160
 - 3) 丰田体育中心 (ToyotaCenter) 161
 - 4) 万乔维亚中心球场 (WachoviaCenter) 162
 - (2) 美国大型体育场馆成功运营经验借鉴163
 - 1) 场馆经营活动以体为主, 多种经营并存163
 - 2) 积极先进的多元化市场营销策略163
 - 3) 引入专业体育经理公司进行人力资源管理和场馆维护164
 - 4) 成熟的集团化托管式运营管理模式165
 - 5) 融资方式多元化, 监管方式科学化166
 - 6) 积极吸引大型企业赞助, 重视场馆内广告市场开发167
 - (3) 中国大型体育场馆运营管理现存问题167
 - 1) 场馆功能单一, 使用率低167
 - 2) 经营管理观念落后, 营销手段缺乏168
 - (4) 中国大型体育场馆运营管理建议168
 - 1) 实现大型体育场馆设施所有权、经营权的分离168
 - 2) 场馆经营多元化发展170
 - 3) 加强以消费者需求为导向的市场营销171
 - 4) 积极开发无形资产172
 - 5) 体育场馆运营管理与职业体育赛事相结合172
- 2.2.5中国体育场馆行业发展前景预测173
 - (1) 体育场馆行业发展的驱动因素分析173
 - 1) 国家政策支持173
 - 2) 大型体育赛事举办173
 - 3) 居民体育消费需求增长174
 - (2) 体育场馆行业发展的障碍因素分析174
 - 1) 体制障碍174
 - 2) 管理理念滞后175

- (3) 中国体育场馆行业发展前局析175
 - 1) 体育场馆设施的设计理念更新、更先进、注重赛后综合利用效益175
 - 2) 体育场馆建设更加注重突出民族文化特色与高科技产品的应用175
 - 3) 体育场馆建设必须有利于城市的可持续发展176
 - 4) 体育场馆建设必须与城市的发展相匹配176
 - 5) 体育场馆建设必须走产业化发展的道路176
- 2.3 体育彩票业发展现状、趋势与前景177
 - 2.3.1 中国彩票业市场规模与结构177
 - (1) 中国彩票业市场规模177
 - (2) 中国彩票业市场结构分析178
 - 2.3.2 中国体育彩票业市场规模与区域分布179
 - (1) 中国体育彩票业市场规模分析179
 - (2) 中国体育彩票业区域分布分析179
 - 2.3.3 中国体育彩票业竞争格局分析181
 - (1) 替代品的竞争181
 - (2) 区域竞争情况182
 - (3) 省市竞争情况183
 - 2.3.4 中国体育彩票业细分产品市场潜力分析184
 - (1) 中国体育彩票业细分产品市场规模184
 - 1) 体育彩票细分产品市场现状分析184
 - 2) 体育彩票细分产品结构184
 - (2) 乐透数字型体育彩票市场潜力分析185
 - 1) 市场规模现状分析185
 - 2) 市场需求潜力分析185
 - (3) 即开型体育彩票市场潜力分析186
 - 1) 市场规模现状分析186
 - 2) 市场需求潜力分析187
 - (4) 竞猜型体育彩票市场潜力分析187
 - 1) 市场规模现状分析187
 - 2) 市场需求潜力分析188
- 2.3.5 体育彩票业发展前景及预测分析188
 - (1) 体育彩票业发展前景及市场规模预测188

- 1) 前局析188
- 2) 市场前景预测188
 - (2) 各细分彩种发展前景及市场规模预测189
- 1) 前局析189
- 2) 市场前景预测189
 - (3) 各地区体育彩票业发展前景及预测分析190
- 1) 2020-2026年各区域市场份额预测190
- 2) 全国部分省市体育彩票政策规划191
- 2.4其他体育产业细分行业发展分析193
- 2.4.1体育竞赛业发展分析193
 - (1) 体育竞赛业发展概况193
 - (2) 职业体育俱乐部竞赛业发展分析193
- 1) 职业体育赛事发展概况193
- 2) 中国职业体育俱乐部发展概况193
- 3) 职业体育俱乐部赛事发展分析195
 - (3) 其他组织模式的体育竞赛业发展分析200
- 1) 非俱乐部职业赛事发展分析200
- 2) 非职业俱乐部赛事发展分析203
- 3) 非职业非俱乐部体育赛事发展分析205
- 2.4.2体育健身业发展分析207
 - (1) 体育健身业发展概况207
 - (2) 健身俱乐部经营模式发展分析208
- 1) 健身俱乐部发展现状及经营特点209
- 2) 健身俱乐部经营模式分析210
 - (3) 非俱乐部经营模式发展分析212
- 1) 非俱乐部健身业发展现状及经营特点212
- 2) 非俱乐部健身业经营模式分析215
- 3) 非俱乐部健身业市场经营成本与收益217
- 2.4.3体育中介业发展分析218
 - (1) 体育中介的内涵类别218
- 1) 体育中介业的内涵218
- 2) 体育中介的分类218

- (2) 体育中介业发展情况219
- (3) 体育中介业经营效益219
- (4) 国内外体育中介业比较分析220
- 1) 体育中介业的市场资源开放程度的比较220
- 2) 体育中介市场产品差别化程度的比较220
- 2.4.4体育传媒业发展分析222
 - (1) 体育传媒业总体发展概况222
 - (2) 体育媒体运营个案分析222
- 1) CCTV-5个案分析222
- 2) 新浪网体育频道个案分析224

第3章：领先企业篇225

3.1体育用品业领先企业经营情况分析225

3.1.1李宁有限公司经营情况分析225

- (1) 企业发展简况分析225
- (2) 主要经济指标分析225
- (3) 企业盈利能力分析226
- (4) 企业运营能力分析226
- (5) 企业偿债能力分析227
- (6) 企业发展能力分析227
- (7) 企业产品结构及新产品动向228
- (8) 企业销售渠道与网络231
- (9) 企业经营状况优劣势分析232
- (10) 企业投资兼并与重组分析233
- (11) 企业最新发展动向分析233

3.1.2安踏体育用品有限公司经营情况分析233

- (1) 企业发展简况分析233
- (2) 主要经济指标分析234
- (3) 企业盈利能力分析234
- (4) 企业运营能力分析235
- (5) 企业偿债能力分析235
- (6) 企业发展能力分析236

- (7) 企业产品结构及新产品动向236
- (8) 企业销售渠道与网络238
- (9) 企业经营状况优劣势分析239
- (10) 企业最新发展动向分析239
- 3.1.3中国动向（集团）有限公司经营情况分析240
 - (1) 企业发展简况分析240
 - (2) 主要经济指标分析240
 - (3) 企业盈利能力分析241
 - (4) 企业运营能力分析241
 - (5) 企业偿债能力分析242
 - (6) 企业发展能力分析242
 - (7) 企业组织架构分析243
 - (8) 企业产品结构及品牌定位244
 - (9) 企业营销策略和新产品研发245
 - (10) 企业销售渠道与网络248
 - (11) 企业经营状况优劣势分析248
 - (12) 企业最新发展动向分析249
- 3.1.4特步国际控股有限公司经营情况分析249
 - (1) 企业发展简况分析249
 - (2) 主要经济指标分析250
 - (3) 企业盈利能力分析251
 - (4) 企业运营能力分析251
 - (5) 企业偿债能力分析252
 - (6) 企业发展能力分析252
 - (7) 企业产品结构及新产品动向253
 - (8) 企业营销策略及供应链管理254
 - (9) 企业销售渠道与网络255
 - (10) 企业经营状况优劣势分析256
 - (11) 企业最新发展动向分析256
- 3.1.5匹克体育用品有限公司经营情况分析256
 - (1) 企业发展简况分析256
 - (2) 主要经济指标分析257

- (3) 企业盈利能力分析257
- (4) 企业运营能力分析258
- (5) 企业偿债能力分析258
- (6) 企业发展能力分析259
- (7) 企业产品结构及营销模式259
- (8) 企业销售渠道与网络262
- (9) 企业经营状况优劣势分析265
- (10) 企业最新发展动向分析265

3.1.6三六一度国际有限公司经营情况分析266

- (1) 企业发展简况分析266
- (2) 主要经济指标分析267
- (3) 企业盈利能力分析268
- (4) 企业运营能力分析268
- (5) 企业偿债能力分析269
- (6) 企业发展能力分析269
- (7) 企业组织架构分析270
- (8) 企业产品结构及新产品动向271
- (9) 企业销售渠道与网络272
- (10) 企业经营状况优劣势分析274
- (11) 企业最新发展动向分析274

3.1.7贵人鸟股份有限公司经营情况分析275

- (1) 企业发展简况分析275
- (2) 主要经济指标分析277
- (3) 企业盈利能力分析277
- (4) 企业运营能力分析277
- (5) 企业偿债能力分析278
- (6) 企业发展能力分析279
- (7) 企业产品结构及新产品动向279
- (8) 企业销售渠道与网络280
- (9) 企业经营状况优劣势分析281
- (10) 企业最新发展动向分析281

3.1.8飞克国际控股有限公司经营情况分析281

- (1) 企业发展简况分析281
- (2) 主要经济指标分析282
- (3) 企业盈利能力分析282
- (4) 企业运营能力分析283
- (5) 企业偿债能力分析283
- (6) 企业发展能力分析284
- (7) 企业产品结构及新产品动向284
- (8) 企业销售渠道与网络285
- (9) 企业经营状况优劣势分析285
- (10) 企业最新发展动向分析285

3.1.9美克国际控股有限公司经营情况分析285

- (1) 企业发展简况分析286
- (2) 主要经济指标分析286
- (3) 企业盈利能力分析286
- (4) 企业运营能力分析287
- (5) 企业偿债能力分析287
- (6) 企业发展能力分析288
- (7) 企业产品结构及新产品动向288
- (8) 企业销售渠道与网络289
- (9) 企业经营状况优劣势分析290
- (10) 企业最新发展动向分析290

3.1.10德尔惠（中国）有限公司经营情况分析290

- (1) 企业发展简况分析290
- (2) 企业经营情况分析291
- (3) 企业产品结构及新产品动向292
- (4) 企业销售渠道与网络292
- (5) 企业经营状况优劣势分析292
- (6) 企业最新发展动向分析293

3.2体育健身业领先企业经营情况分析293

3.2.1一兆健身管理有限公司经营情况分析293

- (1) 企业发展简况分析293
- (2) 企业经营情况分析294

(3) 企业健身会所建设贾布情况	294
(4) 企业健身项目分析	294
(5) 企业健身教练情况分析	295
(6) 企业渠道资源与经营模式分析	295
(7) 企业经营状况优劣势分析	297
(8) 企业最新发展动向分析	297
3.2.2 上海美格菲健身中心有限公司经营情况分析	297
(1) 企业发展简况分析	297
(2) 企业经营情况分析	298
(3) 企业健身会所建设贾布情况	298
(4) 企业健身项目分析	298
(5) 企业渠道资源与经营模式分析	299
(6) 企业经营状况优劣势分析	299
(7) 企业最新发展动向分析	300
3.2.3 威康健身管理咨询（上海）有限公司经营情况分析	300
(1) 企业发展简况分析	300
(2) 企业经营情况分析	301
(3) 企业健身会所建设贾布情况	301
(4) 企业健身项目分析	301
(5) 企业健身教练情况分析	301
(6) 企业渠道资源与经营模式分析	301
(7) 企业经营状况优劣势分析	302
3.2.4 青岛英派斯健康管理有限公司经营情况分析	302
(1) 企业发展简况分析	302
(2) 企业经营情况分析	303
(3) 企业健身会所建设贾布情况	303
(4) 企业健身项目分析	303
(5) 企业健身教练情况分析	304
(6) 企业渠道资源和经营模式分析	304
(7) 企业经营状况优劣势分析	304
(8) 企业最新发展动向分析	304
3.2.5 上海金仕堡体育发展有限公司经营情况分析	305

- (1) 企业发展简况分析305
- (2) 企业经营情况分析306
- (3) 企业健身会所建设贾布情况306
- (4) 企业健身项目分析306
- (5) 企业健身教练情况分析306
- (6) 企业渠道资源和经营模式分析306
- (7) 企业经营状况优劣势分析307
- (8) 企业最新发展动向分析307

3.2.6上海宝迪沃体育休闲有限公司经营情况分析307

- (1) 企业发展简况分析307
- (2) 企业经营情况分析308
- (3) 企业健身会所建设贾布情况308
- (4) 企业健身项目分析309
- (5) 企业健身教练情况分析309
- (6) 企业渠道资源和经营模式分析309
- (7) 企业经营状况优劣势分析310

3.2.7星之健身俱乐部有限公司经营情况分析310

- (1) 企业发展简况分析310
- (2) 企业经营情况分析311
- (3) 企业健身会所建设贾布情况311
- (4) 企业健身项目分析311
- (5) 企业渠道资源与经营模式分析311
- (6) 企业经营状况优劣势分析312
- (7) 企业最新发展动向分析312

3.3领先体育场馆及运营企业经营情况分析313

3.3.1国家奥林匹克体育中心体育场313

- (1) 场馆简介313
- (2) 场馆规模313
- (3) 场馆设施313
- (4) 场馆服务项目313
- (5) 场馆运营管理314

3.3.2黄龙体育中心体育场314

(1) 场馆简介	314
(2) 场馆规模	314
(3) 场馆设施	314
(4) 场馆服务项目	314
(5) 场馆运营管理	315
3.3.3 广东奥林匹克体育中心体育场	315
(1) 场馆简介	315
(2) 场馆规模	315
(3) 场馆设施	315
(4) 场馆服务项目	316
(5) 场馆运营管理	316
3.3.4 南京奥林匹克体育中心	316
(1) 场馆简介	316
(2) 场馆规模	316
(3) 场馆设施	317
(4) 场馆服务项目	317
(5) 场馆运营管理	317
(6) 场馆特色	317
3.3.5 北京工人体育馆	317
(1) 场馆简介	317
(2) 场馆规模	318
(3) 场馆设施	318
(4) 场馆服务项目	318
(5) 场馆运营管理	319
(6) 场馆特色	319
3.3.6 沈阳奥林匹克体育中心体育场	319
(1) 场馆简介	319
(2) 场馆规模	319
(3) 场馆设施	319
(4) 场馆服务项目	320
(5) 场馆运营管理	320
3.3.7 天津奥林匹克中心体育场	320

- (1) 场馆简介320
- (2) 场馆规模320
- (3) 场馆设施321
- (4) 场馆服务项目321
- (5) 场馆运营管理321
- (6) 场馆特色321

3.3.8中体产业集团股份有限公司321

- (1) 企业简介321
- (2) 企业主要经济指标分析323
- (3) 企业盈利能力分析324
- (4) 企业运营能力分析324
- (5) 企业偿债能力分析325
- (6) 企业发展能力分析325
- (7) 企业体育场馆运营战略分析326
- (8) 企业体育场馆运营业务分析326
- (9) 企业经营状况优劣势分析327
- (10) 企业最新动态327

3.3.9成都体育产业有限责任公司328

- (1) 企业简介328
- (2) 企业体育场馆资源分析328
- (3) 企业服务项目329
- (4) 企业经营状况优劣势分析329
- (5) 企业最新发展动向分析329

3.3.10华熙国际（北京）五棵松体育场馆运营管理有限公司329

- (1) 企业简介329
- (2) 企业体育场馆资源分析330
- (3) 企业服务项目330
- (4) 企业经营模式分析331
- (5) 企业经营状况优劣势分析331

3.3.11深圳市大运中心运营管理有限公司331

- (1) 企业简介331
- (2) 企业体育场馆资源分析332

- (3) 企业服务项目332
- (4) 企业经营状况优劣势分析333
- 3.4体育彩票领先管理中心经营情况分析334
 - 3.4.1深圳市体育彩票管理中心334
 - (1) 中心发展简况分析334
 - (2) 中心经营情况分析334
 - (3) 中心体育彩票相关彩种分析335
 - (4) 中心经营优劣势分析335
 - (5) 中心最新发展动向分析335
 - 3.4.2南京市体育彩票管理中心336
 - (1) 中心发展简况分析336
 - (2) 中心经营情况分析336
 - (3) 中心体育彩票相关彩种分析336
 - (4) 中心经营优劣势分析337
 - (5) 中心最新发展动向分析337
 - 3.4.3广州市体育彩票管理中心337
 - (1) 中心发展简况分析337
 - (2) 中心经营情况分析337
 - (3) 中心体育彩票相关彩种分析338
 - (4) 中心经营优劣势分析338
 - (5) 中心最新发展动向分析339
 - 3.4.4温州市体育彩票管理中心339
 - (1) 中心发展简况分析339
 - (2) 中心经营情况分析339
 - (3) 中心体育彩票相关彩种分析339
 - (4) 中心经营优劣势分析340
 - (5) 中心最新发展动向分析340
 - 3.4.5青岛市体育彩票管理中心340
 - (1) 中心发展简况分析340
 - (2) 中心经营情况分析341
 - (3) 中心体育彩票相关彩种分析341
 - (4) 中心经营优劣势分析341

(5) 中心最新发展动向分析	341
3.4.6成都市体育彩票管理中心	342
(1) 中心发展简况分析	342
(2) 中心经营情况分析	342
(3) 中心体育彩票相关彩种分析	342
(4) 中心经营优劣势分析	342
(5) 中心最新发展动向分析	343
3.4.7大连市体育彩票管理中心	343
(1) 中心发展简况分析	343
(2) 中心经营情况分析	343
(3) 中心体育彩票相关彩种分析	343
(4) 中心经营优劣势分析	344
(5) 中心最新发展动向分析	344
3.5体育中介业领先企业经营情况分析	345
3.5.1中视体育娱乐有限公司经营情况分析	345
(1) 企业发展简况分析	345
(2) 企业经营情况分析	345
(3) 企业成功体育运营案例分析	346
(4) 企业经营状况优劣势分析	347
(5) 企业最新发展动向分析	347
3.5.2北京众辉国际体育管理公司经营情况分析	347
(1) 企业发展简况分析	347
(2) 企业经营情况分析	348
(3) 企业成功体育运营案例分析	348
(4) 企业经营状况优劣势分析	349
(5) 企业最新发展动向分析	349
3.5.3中体保险经纪有限公司经营情况分析	349
(1) 企业发展简况分析	349
(2) 企业经营情况分析	350
(3) 企业体育项目保险产品 & 保险条款分析	350
(4) 企业经营状况优劣势分析	351
(5) 企业经营状况优劣势分析	351

3.5.4中体经纪管理有限公司经营情况分析351

- (1) 企业发展简况分析352
- (2) 企业主营业务分析352
- (3) 企业成功体育运营案例分析352
- (4) 企业经营状况优劣势分析353
- (5) 企业最新发展动向分析353

第4章：附录355

4.1发达国家体育产业发展状况分析355

4.1.1发达国家体育产业发展概述355

4.1.2美国体育产业发展分析356

- (1) 美国体育产业产值356
- (2) 美国体育产业构成356

4.1.3日本体育产业发展分析356

- (1) 日本体育产业发展模式——政府参与型356
- (2) 日本体育产业构成357

4.2中国彩民购彩行为及调研分析357

4.2.1彩民本特征357

- (1) 彩民还是以男性为主357
- (2) 彩民群体年轻化358
- (3) 六成受访者为大学学历359
- (4) 职业构成呈多元化特点359
- (5) 中等收入者占五成360
- (6) 新彩民占比增加361

4.2.2彩民购彩渠道分析362

- (1) 购彩渠道多样化彩民接受程度各异362
- (2) 六成多彩民有互联网/电话购彩行为363
- (3) 选择互联网/电话购彩便捷是最重要的原因363
- (4) 为降低风险彩民最青睐知名网站364

4.2.3彩民购彩数量及种类分析365

- (1) 近六成彩民投注额增加365
- (2) 七成彩民量力购彩367

(3) 双色球最受彩民青睐	368
4.2.4彩民购买体育彩票心理分析	369
(1) 购买体育彩票的目的	369
(2) 对体育彩票外观感觉	370
(3) 购买体彩是否受外界影响	370
(4) 购买体彩是否与个人经济实力有关	371
4.3体育产业投融资模式的国际经验	371
4.3.1发达国家体育产业投融资模式	371
(1) 欧美体育产业投融资模式	371
(2) 日本体育产业投融资模式	373
(3) 美国体育产业投融资模式	374
4.3.2国外体育产业投融资的实践运用	375
(1) 银团贷款	375
(2) 资产证券化融资	375
(3) 商业信用融资	376
(4) 球员抵押贷款	376
4.4中国体育产业投融资体系构建策略分析	377
4.4.1中国体育产业财政投融资体系完善策略	377
4.4.2中国体育产业投融资资本市场完善策略	378
4.4.3中国体育产业风险投资市场完善策略	379
4.4.4体育产业资本运营渠道拓宽策略	379
4.4.5中国体育产业投资金运行策略	380
(1) 发展中国体育产业投资金的意义	380
(2) 体育产业投资金的运作模式	380
(3) 体育产业投资金的募集方式	381
(4) 体育产业投资金的资金来源	381
(5) 政府对体育产业投资金的支持	382
(6) 体育产业投资金的投资对象	382

图表目录：

图表1：体育及相关产业活动情况19

图表2：体育产业分类20

图表3：体育产业链结构	21
图表4：体育产业相关政策法律法规	21
图表5：2011-2019年中国国内生产总值及增长速度（单位：万亿元，%）	24
图表6：2011-2019年中国社会消费品零售总额及其增长情况（单位：万亿元，%）	25
图表7：2019年中国居民消费结构情况（单位：亿元，%）	25
图表8：2010-2019年体育、娱乐用品类商品零售额及增长率趋势图（单位：亿元，%）	27
图表9：2009-2019年我国城镇居民人均可支配收入增长趋势图（单位：元，%）	27
图表10：2009-2019年我国农村居民人均纯收入增长趋势图（单位：元，%）	28
图表11：中国体育及相关产业规模及增长率趋势图（单位：亿元，%）	31
图表12：中美体育产业结构分析图（单位：%）	31
图表13：国内体育产业部分行业公共财政支出（单位：亿元）	32
图表14：2014-2025年体育产业规模（单位：亿元）	35
图表15：中国体育产业各领域发展趋势	36
图表16：国家体育产业地列表	38
图表17：北京龙潭湖国家体育产业地建设下一步思路	48
图表18：中国体育用品行业增加值及其增长率（单位：亿元，%）	54
图表19：中国体育用品行业细分市场销售收入情况（单位：亿元，%）	54
图表20：中国体育用品行业增加值占GDP比重（单位：%）	55
图表21：2011-2019年中国体育用品行业进出口状况表（单位：万美元）	56
图表22：2009-2019年中国体育用品行业出口状况表（单位：万美元，%）	57
图表23：2013-2019年中国体育用品行业出口产品类型结构比较（单位：%）	57
图表24：2009-2019年中国体育用品行业进口状况表（单位：万美元，%）	58
图表25：2013-2019年中国体育用品行业进口产品类型结构比较（单位：%）	58
图表26：2010-2019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）	59
图表27：2019年中国运动服市场十大品牌统计（单位：个）	60
图表28：2019年中国泳装市场十大品牌统计（单位：个）	62
图表29：大众运动服装消费群体范围	63
图表30：运动服市场不同年龄结构需求特点及影响因素	64

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/163945.html>