

2020-2026年中国体育市场 深度分析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年中国体育市场深度分析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/202005/163943.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造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
19011.3	6474.8	100	100	
143.8	1.5	2.2	体育管理活动	287.1
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	

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年中国体育市场深度分析与市场需求预测报告》共十章。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：

第一部分体育产业发展环境

第一章体育产业发展综述

第一节体育产业概念与分类

一、体育产业概念

二、体育产业分类及内容

第二节体育产业主要特性

一、产业关联度高与附加值大

二、产品使用价值的多元性与高层次性

三、产品生产的不可复制性与不可储存性

四、产品消费的时间性与知识性

第三节体育产业价值链及盈利模式分析

一、体育产业价值链分析

1、体育产业的价值链形成过程

2、以竞技赛事为核心的体育产业价值链构建

3、以健身锻炼为核心的体育产业价值链构建

二、体育产业盈利模式分析

1、体育赛事公司盈利模式分析

2、体育经纪人/经纪公司盈利模式分析

3、NBA的价值链和盈利模式分析

4、健身俱乐部盈利模式分析

5、户外运动盈利模式分析

第四节体育产业发展环境分析

一、体育产业相关政策环境分析

二、体育产业相关经济环境分析

三、体育产业相关消费环境分析

四、体育产业相关社会环境分析

第二部分体育产业发展现状

第二章中国体育产业发展现状分析

第一节体育产业发展概况分析

一、体育产业发展现状分析

1、体育产业发展历史

2、体育产业发展现状

3、体育产业发展规模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

4、体育产业发展问题

5、体育产业发展对策

二、体育产业结构现状分析

1、体育产业产值结构

2、体育产业就业结构

3、体育产业投资结构

4、体育产业需求结构

三、体育产业空间格局分析

1、体育产业发展的地理分布

2、体育产业发展的空间格局

3、体育产业发展的空间格局特征

4、经济规模对区域体育产业发展的影响

第二节体育产业发展回顾分析

一、政策红利覆盖全国

二、资本抢夺核心资源

三、全民健身热潮风起云涌

第三节体育产业发展元年分析

一、体产元年之体育黄金时代

二、体产元年之国民体质健康

三、体产元年之职业体育分析

四、体产元年之“互联网+体育”

第四节体育产业集群发展分析

一、体育产业集群相关概述

1、体育产业集群概念

2、体育产业集群分类

3、体育产业集群特征

4、体育产业集群识别与判定方法

二、体育产业集群形成机理与竞争优势

1、体育产业集群形成因素

2、体育产业集群各行为主体功能

3、体育产业集群竞争优势

三、体育用品产业集群分析

1、体育用品产业的空间基尼系数（G）分析

2、区域体育用品业的行业集中度（CR6）分析

3、体育用品产业集群发展现状分析

4、体育用品产业集群具体个案研究

四、体育服务业集群分析

1、我国体育服务业城市集聚分析

2、基于区域优势体育资源的体育服务业集群发展模式

3、基于体育产业基地的体育服务业集群发展模式

4、基于都市体育圈的体育服务业集群发展模式

五、体育产业集群发展思路分析

1、大力培育政府主导型的体育服务业集群

2、进一步完善企业自生型的体育用品业集群

3、提供条件催生企业自生型的体育服务业集群

六、体育产业集群发展建议分析

1、合理制定集群政策

2、正确定位政府职能与作用

3、企业应该加强协作意识

4、协会应该加强服务功能

5、相关机构应该提供智力支持

第五节互联网+体育产业发展分析

一、互联网+体育产业发展现状分析

1、互联网+体育产业发展现状分析

2、互联网+体育产业用户规模分析

3、互联网+体育产业驱动因素分析

4、互联网+体育产业发展前景分析

二、互联网+体育产业重点领域分析

1、互联网+体育竞赛业发展分析

2、互联网+体育场馆业发展分析

3、互联网+体育用品业发展分析

4、互联网+体育健身业发展分析

5、互联网+体育传媒业发展分析

三、“互联网+”对体育产业的影响分析

- 1、“互联网+”对体育产业的影响分析
- 2、“互联网+”催生体育产业增值服务体系
- 3、互联网增进体育产业增值服务发展建议

第六节体育旅游发展现状及开发策略分析

一、体育旅游发展现状分析

- 1、体育旅游项目分类情况
- 2、体育旅游发展现状分析
- 3、体育旅游存在问题分析
- 4、体育旅游发展趋势分析

二、体育旅游产业融合创新

- 1、管理创新——基于行业管理机制
- 2、开发创新——基于产业协作范式
- 3、内涵创新——基于产业融合模式

三、体育旅游开发模式分析

- 1、资源型开发模式分析
- 2、市场型开发模式分析
- 3、赛事型开发模式分析
- 4、创新型开发模式分析
- 5、产业化开发模式分析

四、体育旅游开发对策分析

- 1、合理开发资源
- 2、加强协同合作
- 3、培育专业人才
- 4、加大宣传力度
- 5、开发模式选择

第三部分体育产业领航调研

第三章中国体育竞赛业市场运作及营销推广分析

第一节体育竞赛业相关概述

一、体育竞赛业发展背景

1、体育竞赛业定义

2、体育竞赛业分类

3、体育竞赛业发展概况

二、体育赛事业收入结构

1、体育赞助收入

2、赛事票务收入

3、电视转播权收入

4、特许产品经营收入

三、体育竞赛业SWOT分析

1、体育竞赛业发展优势

2、体育竞赛业发展劣势

3、体育竞赛业发展机遇

4、体育竞赛业面临挑战

第二节体育赛事运营模式分析

一、政府主导型

1、赛事运营

2、赛事管理

3、资源—效益

二、商业组织型

1、赛事运营

2、赛事管理

3、资源—效益

三、生产企业型

1、赛事运营

2、赛事管理

3、资源—效益

四、混合型

1、赛事运营

2、赛事管理

3、资源—效益

五、不同模式体育赛事运营影响因素及建议

1、政府主导型影响因素及建议

2、商业组织型影响因素及建议

3、生产企业型影响因素及建议

4、混合型影响因素及建议

第三节体育赛事商业化运营分析

一、体育赛事商业化定位分析

1、准确定位体育赛事

2、进行赛事包装宣传

3、评估赛事商业价值

二、体育赛事商业化方案制定

1、电视转播权的出售

2、门票的销售与经营

3、商业赞助选择策略

4、赛事特许商品经营

三、体育赛事商业化运作案例

1、奥运会商业化运作分析

2、ATP大师杯系列赛事商业化运作分析

四、体育赛事商业化运作策略

第四节体育赛事深度市场开发分析

一、体育赛事市场深度开发概述

1、体育赛事市场结构分析

2、体育赛事市场开发手段

3、体育赛事市场开发障碍识别

4、体育赛事深度市场开发可行性分析

二、体育赛事价值链构成分析

1、赛事组织者

2、媒体

3、合作厂商

4、信息、技术合作者

5、相关服务厂商

三、体育赛事价值链构建分析

1、从传统服务价值链到赛事价值链

2、赛事深度市场开发政策性建议

3、消费市场环境层面

4、操作层面

第五节体育赛事营销策略分析

一、体育赛事营销组合策略分析

二、体育赛事整合营销策略分析

三、体育赛事消费者营销策略分析

四、体育赛事赞助营销策略分析

五、赛事电视转播权营销策略分析

六、体育赛事品牌营销推广策略分析

七、体育赛事票务营销推广策略分析

八、体育赛事网络营销推广策略分析

第六节体育竞赛业重点赛事分析

一、中国足球超级联赛

1、赛事管理体制

2、赛事经营模式

3、赛事经营内容

4、赛事经营效益

二、中国男子篮球职业联赛

1、赛事管理体制

2、赛事经营模式

3、赛事经营内容

4、赛事经营效益

三、中国乒乓球俱乐部超级联赛

1、赛事管理体制

2、赛事经营模式

3、赛事经营内容

4、赛事经营效益

四、上海ATP1000网球大师赛

1、赛事管理体制与运行机制

2、赛事经营效益

3、赛事社会效益

五、中国网球公开赛

1、赛事管理体制与运行机制

2、赛事经营模式

3、赛事经营效益

六、世界斯诺克中国公开赛

1、赛事概况

2、赛事组织管理体制

3、赛事经营模式与效益

第七节体育竞赛业发展走势预测

一、体育竞赛业发展前景分析

二、商业性国际体育赛事来华趋势

三、公益性体育赛事市场化趋势分析

四、职业体育联赛管理职业化趋势分析

五、国际大牌球员进入中国职业体育赛场趋势

六、高端赛事经营管理人才培养趋势分析

第四章中国体育场馆及体育基地建设运营分析

第一节体育场馆行业发展状况分析

一、体育场馆行业发展现状分析

1、体育场馆行业规模

2、体育场馆企业性质

3、体育场馆建筑情况

4、体育场馆资产利用情况

二、体育场馆行业经营情况分析

1、体育场馆营业范围

2、体育场馆经费来源

3、体育场馆经营方式

4、体育场馆税负情况

5、体育场馆就业情况分析

三、体育场馆行业发展趋势分析

1、体育场馆发展规模预测

2、体育场馆定位趋势分析

3、体育场馆结构调整趋势

4、体育场馆运营趋势分析

第二节体育场馆建设及运营策略分析

一、大型体育场馆建设经营现状

1、大型体育场馆建设现状

2、大型体育场馆经营现状

3、大型体育场馆建设经营问题

二、大型体育场馆建设经营策略建议

1、大型体育场馆建设的投资主体多元化原则

2、大型体育场馆建设应重视布局与规划

3、大型体育场馆建设应重视选址的论证

4、大型体育场馆建设的功能多元化原则

5、大型体育场馆赛后的多元化经营策略

6、大型体育场馆经营应加强人员的建设

7、大型体育场馆经营应加强创新和改革

三、我国体育场馆经营管理对策建议

1、创新体制机制，提高运营能力

2、丰富服务内容，提高使用效率

3、优化功能布局，科学规划建设

4、加大政策支持，创造发展条件

5、加强组织领导，形成工作合力

第三节大型体育场馆多元化经营策略分析

一、大型体育场馆经营模式分析

1、单位内部自主经营

2、承包租赁经营模式

3、事业单位自主经营模式

4、企业化经营模式

5、体育行政部门法人公司治理模式

6、委托经营管理模式

7、物业公司管理模式

二、大型体育场馆经营管理现状分析

1、经营理念及手段创新不够

2、场馆设施布局比例失调

- 3、经营管理体制严重滞后
- 4、高水平经营管理人才缺乏
- 5、场馆对外开放收费不合理
- 6、体育场馆经营项目单一
- 7、政策支持不够及规划不合理

三、大型体育场馆多元化经营路径分析

- 1、多元化经营
- 2、积极开拓市场
- 3、有效利用资源
- 4、特色发展策略

四、大型体育场馆多元化经营策略分析

- 1、制定正确的经营方向
- 2、实行企业化管理方式
- 3、实现多元化运营手段
- 4、提高附属空间的利用
- 5、优化场馆的规划布局
- 6、发展国内外各级职业联赛
- 7、提高场馆建设科学性

第四节国家体育产业基地发展现状及对策分析

一、国家体育产业基地概述

- 1、国家体育产业基地概念
- 2、体育产业基地相关概念
- 3、国家体育产业基地特点
- 4、国家体育产业基地功能
- 5、国家体育产业基地分类
- 6、国家体育产业基地认定条件
- 7、国家体育产业基地认定与评审程序

二、国家体育产业基地发展现状

- 1、深圳国家体育产业基地
- 2、成都国家体育产业基地
- 3、晋江国家体育产业基地
- 4、龙潭湖国家体育产业基地

5、富阳国家体育产业基地

6、乐陵国家体育产业基地

三、国家体育产业基地发展经验

1、地区政府对基地的积极参与支持

2、制定高起点的基地建设规划

3、基地有明确的发展目标

4、基地有明确的发展思路

5、基地有明确的发展重点和建设重点

6、制定国家体育产业基地发展相关政策

7、大量资金投入和土地保障

8、建立了较完善的支撑体系

9、积极进行招商引资

四、国家体育产业基地产业集群分析

1、国家体育产业基地形成归因分析

2、国家体育产业基地形成动力机制

3、国家体育产业基地集群效应分析

五、产业集群视角下国家体育产业基地发展问题

1、体育产业基地形式单一

2、缺乏国家层面的基地布局规划

3、体育产业基地配套政策不足

4、体育产业基地尚处于集聚阶段

5、基地体育服务业发展缓慢

6、体育产业基地正处于建设阶段

7、基地缺乏有代表性的总部型企业

8、缺少促进体育产业基地发展的优惠政策

9、基地缺乏投融资体制的创新

六、产业集群视角下国家体育产业基地发展对策

1、国家体育产业基地发展模式

(1) 国家体育产业基地形成模式

(2) 国家体育产业基地发展模式

2、国家体育产业基地升级思路

(1) 国家体育产业基地结构升级

- (2) 国家体育产业基地价值链升级
- (3) 国家体育产业基地集群品牌升级
- 3、国家体育产业基地发展具体策略
 - (1) 国家层面具体策略
 - (2) 基地层面具体策略

第五章中国体育健身业经营现状及发展模式分析

第一节体育健身业发展概况

一、体育健身业发展背景

1、国内经济形势

2、全民健身运动

二、体育健身业发展特点

1、健身导向性

2、需求多元性

3、项目互补性

三、体育健身业发展现状

1、体育健身业持续增长

2、体育健身业多元投资

3、体育健身业趋于平衡

4、大众健身形成产业集群带

第二节体育健身产业分析

一、经营性健身场所经营现状

二、健身经营类别分析

1、单项健身俱乐部

2、塑身及有氧健身俱乐部

3、项目、部门制健身俱乐部

4、场地租赁

5、专职培训和自由职业者

第三节体育健身业发展模式分析

一、健身俱乐部经营模式

1、连锁经营特许加盟模式

2、直营连锁经营

二、健身俱乐部营销模式

1、体验式营销

2、会员制

3、关系营销

第四节体育健身业发展问题分析

一、市场管理体系不健全

二、经营方式滞后

三、有效供给不足

四、配套产业缺失

第五节体育健身业发展对策建议

一、健全法规政策及合理引导

二、发挥行业协会监管机制

三、开发社会资源

第六节体育健身业发展趋势分析

一、面向国际化

二、市场开发细化

三、营销手段升级

四、品牌战

第六章中国体育用品业细分产品格局及趋势分析

第一节体育用品行业发展现状

一、体育用品行业发展概况

二、体育用品行业进出口状况

第二节运动服装市场发展分析

一、运动服装行业经营现状

二、运动服装行业竞争格局

三、运动服装行业重点产品发展分析

四、大众运动服装消费群体特征

五、运动服装行业发展前景与趋势

第三节运动鞋市场发展分析

一、运动鞋行业发展规模

二、运动鞋行业竞争格局

三、运动鞋行业重点产品品牌格局

四、运动鞋行业发展前景与趋势

第四节球类产品市场发展分析

一、篮球市场发展分析

二、足球市场发展分析

三、排球市场发展分析

四、台球市场发展分析

五、网球市场发展分析

六、乒乓球市场发展分析

七、羽毛球市场发展分析

八、保龄球市场发展分析

九、高尔夫球市场发展分析

第五节运动器材市场发展分析

一、体育器材市场发展分析

二、训练健身器材市场发展分析

第六节户外用品市场发展分析

一、户外用品行业发展概况

二、户外用品行业结构分析

三、户外用品行业品牌格局

四、户外用品行业重点产品品牌格局

五、户外用品行业发展前景与趋势

第七章中国体育产业其他子行业发展分析

第一节中国体育经纪行业发展分析

一、体育经纪行业特征分析

二、体育经纪活动内容分析

1、代理运动员

2、推广体育比赛

3、包装代理运动队

4、代理体育组织

5、代理企业介入体育事务

6、从事其他体育经纪活动

三、体育经纪行业发展情况

1、体育经纪行业发展现状

2、体育经纪行业发展问题

3、体育经纪行业发展对策

四、体育经纪公司与赛事推广

1、体育经纪公司赛事推广业务

2、赛事推广市场发展制约因素

五、体育经纪市场发展困境

1、体育经纪制度困境分析

2、体育经纪经营困境分析

3、体育经纪结构困境分析

4、体育经纪人才困境分析

六、体育经纪行业发展建议

1、市场经济体制变革分析

2、确立体育产业发展重点

3、体育经纪业市场化发展

第二节中国体育传媒行业发展分析

一、体育传媒市场发展特点

1、体育传媒的专业化及多元化

2、体育传媒市场化程度较高

3、多渠道传播的体育传媒业

4、体育传媒发展不均衡分析

二、体育新媒体发展分析

1、体育传播的视频化趋势

2、体育资讯关注的社交化与移动化

三、在线体育视频发展分析

1、网台联动的体育赛事观看方式

2、体育迷节目搜索愈加精明

3、观赛过程中的互动要求高

4、移动终端使得观看空间更加立体化

第三节中国体育彩票行业发展分析

一、体育彩票业发展概况分析

- 1、体育彩票业发展历程
- 2、体育彩票业市场规模
- 3、体育彩票业区域分布
- 4、体育彩票业运作模式

二、体育彩票业细分产品市场分析

- 1、乐透数字型体育彩票市场分析
- 2、即开型体育彩票市场分析
- 3、竞猜型体育彩票市场分析

三、体育彩票业发展前景分析

- 1、体育彩票业发展前景
- 2、各细分彩种发展前景

第四部分体育产业竞争格局

第八章中国体育产业重点企业经营分析

第一节综合类体育产业公司经营分析

一、中体产业集团股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业业务展望分析

二、陕西省体育产业集团有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业业务展望分析

三、湖南体育产业集团有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业业务展望分析

四、温州体育发展投资集团有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业业务展望分析

五、华体集团有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业业务展望分析

第二节体育竞赛企业经营分析

一、北京时博国际体育赛事有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业赛事合作分析
- 4、企业项目招商分析
- 5、企业商业伙伴分析
- 6、企业最新发展动向

二、上海久事国际赛事管理有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业组织结构分析
- 3、企业主营业务分析
- 4、企业项目运营分析
- 5、企业经营管理分析
- 6、企业最新发展动向

三、智美控股集团

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业经营情况分析
- 4、企业资产负债情况
- 5、企业综合损益情况
- 6、企业现金流量分析
- 7、企业经营前景分析

四、上海东亚（集团）有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业组织结构分析
- 3、企业主营业务分析
- 4、企业项目运营分析
- 5、企业资源规模分析

6、企业最新发展动向

五、天津国际体育发展有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业业务结构分析

3、企业项目招商分析

4、企业票务信息分析

5、企业合作伙伴分析

6、企业最新发展动向

第三节体育场馆及运营企业经营分析

一、国家奥林匹克体育中心

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、场馆特色分析

二、上海虹口足球场

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、场馆特色分析

三、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、场馆特色分析

四、华熙国际（北京）五棵松体育场馆运营管理有限公司

1、企业发展简况分析

- 2、企业体育场馆资源
- 3、企业服务项目分析
- 4、企业经营优势分析
- 5、企业最新发展动向

五、上海东亚体育文化中心有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业体育场馆资源
- 3、企业服务项目分析
- 4、企业经营优势分析
- 5、企业最新发展动向

第四节体育健身企业经营分析

一、一兆韦德健身管理有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业业务展望分析

二、新金仕堡体育发展（上海）有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业业务展望分析

三、星之健身俱乐部有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业业务展望分析

四、哈尔滨人和国际健身俱乐部有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业业务展望分析

五、浩沙健身俱乐部

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业经营情况分析
- 3、企业业务展望分析

第五节体育中介企业经营分析

一、中体经纪管理有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业项目合作分析
- 4、企业运营案例分析
- 5、企业最新发展动向

二、北京众辉国际体育管理有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业项目合作分析
- 4、企业运营案例分析
- 5、企业最新发展动向

三、广东鸿天体育经纪有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业项目合作分析
- 4、企业经营发展分析
- 5、企业最新发展动向

四、北京中体保险经纪有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业业务流程分析
- 4、企业运营案例分析
- 5、企业最新发展动向

五、中视体育娱乐有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、企业主营业务分析
- 3、企业主要项目分析
- 4、企业运营案例分析
- 5、企业最新发展动向

第六节体育用品企业经营分析

一、李宁（中国）体育用品有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业业务展望分析

二、安踏体育用品有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业业务展望分析

三、中国动向（集团）有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业业务展望分析

四、特步国际控股有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业业务展望分析

五、三六一度国际有限公司

1、企业发展简况分析

2、企业经营情况分析

3、企业业务展望分析

第五部分体育产业发展趋势

第九章中国体育产业发展趋势预测

第一节体育产业发展规划分析

一、体育产业发展形势

二、体育产业指导思想

三、体育产业发展目标

四、体育产业主要任务

五、体育产业主要措施

第二节体育产业发展前景分析

一、体育产业进入发展黄金期

二、体育产业政策支持机遇分析

三、体育职业联盟发展前景分析

第三节体育产业发展趋势分析

一、体育产业发展趋势分析

二、体育产业投资趋势分析

三、体育产业集群研究趋势分析

四、体育及相关产业增加值预测

第六部分体育产业投资战略规划

第十章中国体育产业投资战略规划

第一节体育产业投融资体制的历史与现状

一、中国体育产业投融资的历史沿革

二、中国体育产业投融资的现状和存在问题

1、体育产业资本市场投融资的现状

2、体育产业投融资存在的问题

第二节体育产业投融资模式的国际经验

一、发达国家体育产业投融资模式

二、国外体育产业投融资的实践运用

1、银团贷款

2、资产证券化融资

3、商业信用融资

4、球员抵押贷款

第三节中国体育产业投融资体系构建策略分析

一、中国体育产业财政投融资体系完善策略

1、政策性金融的概念以及在中国的适用性

2、中国体育产业财政投融资体制存在的不足

3、完善体育产业财政投融资出资人制度

4、通过立法规范体育产业财政投融资定位

5、建立包括财政投融资的体育产业财政预算

6、建立投资资本与信贷决策互为制衡的决策机制

7、大力发展体育产业财政信用

8、加快制定财政支持体育产业发展的投融资政策

二、中国体育产业投融资资本市场完善策略

1、中国体育产业资本市场投融资存在问题

2、发展中国体育产业股权融资市场

3、发展中国体育产业债券融资市场的对策

三、中国体育产业风险投资市场完善策略

1、体育投资项目通过风险投资进行融资的作用

2、体育产业风险投资的内涵及特征

3、中国体育产业风险投资现状与存在的问题

4、中国体育产业风险投资运作的循环模型

5、发展体育产业风险投资的政策措施

四、体育产业资本运营渠道拓宽策略

1、体育产业资产证券化理论

2、体育产业资产证券化的适用条件与运作程序

3、体育产业资产证券化对体育产业发展的作用

4、发展体育产业资产证券化的措施和政策建议

5、体育场馆设施的建设引入BOT投资方式

五、中国体育产业投资基金运行策略

1、发展中国体育产业投资基金的意义

2、体育产业投资基金的运作模式

3、体育产业投资基金的募集方式

4、体育产业投资基金的资金来源

5、政府对体育产业投资基金的支持

6、体育产业投资基金的投资对象

第四节体育企业资本扩张模式分析

一、体育企业资本扩张机理分析

1、体育企业资本扩张的阶段划分

2、体育企业资本扩张的要素分析

3、体育企业资本扩张的动因分析

二、体育企业资本扩张特征分析

1、体育企业资本扩张的发展评述

2、体育企业资本扩张的总体特征

3、体育企业资本扩张的主体特征

4、体育企业资本扩张的战略、制度与效益特征

5、体育企业资本扩张的风险特征

6、体育企业资本扩张的区域和行业分布

三、体育企业资本扩张模式构建

1、体育企业资本扩张的目标函数分析

2、体育企业资本扩张过程中的融资战略

3、初创期体育企业资本扩张模式

4、成长期体育企业资本扩张模式

5、成熟期体育企业资本扩张模式

四、体育企业资本扩张模式的路径选择

1、国外体育企业资本扩张的经验及启示

2、我国体育企业资本扩张模式的路径分析

3、我国体育企业资本扩张的策略分析

图表目录：

图表：体育及相关产业活动情况

图表：体育产业分类

图表：体育产业链结构

图表：体育产业发展阶段

图表：体育产业相关政策及法律法规

图表：世界银行和IMF对于世界主要经济体的预测

图表：2014-2019年我国GDP增长趋势

图表：2014-2019年我国城镇居民人均可支配收入

图表：2014-2019年我国农村居民纯收入及其变化趋势

图表：2014-2019年我国社会消费结构明细

图表：发达国家体育产业发展的特点

图表：美国体育产业构成图

图表：美国职业体育球迷规模

图表：美国健身体育规模

图表：美国休闲体育活动规模

图表：日本体育产业构成图

图表：日本体育产业各领域产值及所在比重

图表：中国体育及相关产业主要指标

图表：中国体育产业各领域发展趋势

图表：2014-2019年体育及相关产业增加值

图表：体育赛事收入结构

图表：体育赛事运营模式

图表：中国足球超级联赛赛事经营模式

图表：中国男子篮球职业联赛经营模式

图表：中国乒乓球俱乐部超级联赛经营模式

图表：上海ATP1000网球大师赛经营模式

图表：中国网球公开赛经营模式

图表：世界斯诺克中国公开赛经营模式

图表：体育场馆行业规模

图表：体育场馆建筑情况

图表：体育场馆资产利用情况

图表：国家体育产业基地列表

图表：我国国家体育产业基地发展目标

图表：我国国家体育产业基地发展功能定位

图表：我国国家体育产业基地发展空间布局

图表：我国国家体育产业基地发展建设重点

图表：体育产业集群的推动效应

图表：体育产业集群的知识扩散效应

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/163943.html>