中国体育行业市场现状研究与未来前景趋势报告(2024年)

产业调研网 www.cir.cn

一、基本信息

报告名称: 中国体育行业市场现状研究与未来前景趋势报告(2024年)

报告编号: 1A23709 ← 咨询订购时,请说明该编号

报告价格: 电子版: 11000元 纸质+电子版: 11200元

优惠价格: 电子版: 9900元 纸质+电子版: 10200元 可提供增值税专用发票

咨询热线: 400 612 8668、010-66181099、66182099、010-66183099

电子邮箱: kf@Cir.cn

详细内容: https://www.cir.cn/9/70/TiYuDiaoChaYanJiuBaoGao.html

提示信息: 如需订阅英文、日文等其它语言版本,请向客服咨询。

二、内容介绍

体育行业作为促进身心健康和文化交流的重要领域,近年来随着全民健身意识的提升和体育赛事的 商业化运作,市场需求持续增长。职业体育联赛、电子竞技、户外运动等细分市场的发展,反映了体育 行业向多元化、专业化方向的转变。然而,体育行业也面临着运动员培养、赛事组织和市场规范化的挑 战。

未来,体育行业的发展趋势将主要体现在以下几个方面:一是科技赋能,利用虚拟现实、可穿戴设备提升训练效果和比赛观赏性;二是市场细分,开发针对不同年龄段和兴趣群体的体育产品和服务;三是国际化,加强与其他国家和地区的体育交流,提升国际赛事的参与度;四是社区参与,鼓励社区体育活动的开展,提升全民体育参与度。

我国体育产业虽然起步较晚,但发展速度惊人,产业领域不断拓展,发展规模也不断扩大,产业的质量也有所改善,产业的效益也明显增高,已经构成了一个独具特色的产业门类。近几年,在国家经济社会以及体育事业快速发展的大背景下,我国体育产业乘势而上,规模不断扩大,呈现出较快的发展态势。2008年全国体育产业从业人员达到317万人,实现增加值1555亿元,明显快于国内生产总值的增长速度。体育市场体系逐步完善,产业结构进一步优化,体育市场主体日趋成熟,呈现投资主体多元化的发展趋势。2012年,全国体育及相关产业实现增加值3135.95亿元,占当年GDP的0.6%,按可比价比上年增长14.44%。2013年,全国体育及相关产业实现增加值约3400亿元。

随着政府推动新一轮改革的深入,以及拉动内需、刺激消费等相关政策细节的推出和人均GDP的增加,中国体育产业会进一步发展。预计到"十二五"末期,体育产业增加值将超过4000亿,占国内生产总值的比重超过0.7%,从业人员超过400万,体育产业成为国民经济的重要增长点之一。

《中国体育行业市场现状研究与未来前景趋势报告(2024年)》由的资深专家和研究人员通过周密的市场调研,参考国家统计局、商务部、财务部、国家体育总局、体育产业行业协会等机构发布的最新权威数据,并对多位业内资深专家进行深入访谈的基础上,通过相关市场研究的工具、理论和模型撰写

-2- 体育行业分析报告

而成。报告主要分析了我国体育产业整体发展现状,近年来体育产业细分市场如体育场馆的建设运营管理、国内重大体育赛事投资运行收益、体育用品及体育休闲健身与体育中介服务业等细分市场发展现状,国内重点体育产业基地建设状况,体育产业领先企业发展状况、体育产业营销策略及案例分析、体育产业投融资状况及发展前景等。

第一章 中国体育产业发展综述

第一节 体育产业概述

- 一、体育产业的定义及分类
- 二、体育产业的形成与发展
- 三、体育产业的内涵与性质
- 四、体育产业发展阶段分析
- 五、体育产业的产业链分析
- 六、体育产业国民经济地位

第二节 体育产业政策发展环境分析

- 一、体育产业监管体制
- 二、体育产业行政法规文件
- 三、体育产业相关政策解读
 - (一) 全民健身相关条例
 - (二) 全民健身相关计划
 - (三) 中国奥运争光计划
 - (四) 体育设施建设规划
 - (五) 体育人才发展规划

第三节 体育产业社会发展环境分析

- 一、城乡居民的体育消费需求
- 二、第三次国民体质监测分析
- 三、中国学生体质与健康调研
- 四、中国国民的健康状况分析

第四节 体育产业发展状况分析

- 一、中国体育产业发展成就
- 二、中国体育产业发展现状
- 三、中国体育产业发展规模
 - (一) 体育机构的数量规模
 - (二) 体育产业增加值规模
- 四、中国体育产业逐渐回暖
- 五、体育产业发展制约因素

第五节 体育消费者需求分析

一、体育消费者需求特征分析

体育调查研究报告 -3-

- (一) 体育消费者购买形态
- (二) 体育消费者需求动机
- (三) 体育消费者消费种类
- 二、体育消费者需求行为分析
 - (一) 居民的体育消费需求
 - (二) "观赏型"市场供需
 - (三) 女性成为消费生力军

第六节 体育产业发展策略分析

- 一、中国体育产业发展swot分析
- 二、中国体育产业品牌运作策略
- 三、中国社区体育产业建设对策
- 四、体育产业消费的建议与对策
- 五、中国体育产业的标准化发展

第二章 中国竞赛体育业发展状况分析

第一节 中国体育竞赛业概况

- 一、中国体育竞赛业地位
- 二、竞技体育业发展阶段
- 三、竞技体育业发展成就
- 四、竞技体育产业化经营

第二节 中国体育赛事运营模式分析

- 一、政府主导型
 - (一) 赛事运营
 - (二) 赛事管理
 - (三)资源--效益
- 二、商业组织型
 - (一) 赛事运营
 - (二) 赛事管理
 - (三) 资源--效益
- 三、生产企业型
 - (一) 赛事运营
 - (二) 赛事管理
 - (三)资源--效益
- 四、混合型
 - (一) 赛事运营
 - (二) 赛事管理
 - (三)资源--效益

-4- 体育行业分析报告

第三节 体育产业社会发展环境分析

- 一、职业体育赛事的受众群体
- 二、职业体育俱乐部发展特性
- 三、职业体育俱乐部现状分析
- 四、职业体育产业激励制度分析
- 五、职业体育产业发展制约因素
- 六、职业体育产业发展对策建议

第四节 中国职业体育俱乐部运营情况分析

- 一、职业体育俱乐部经费来源
- 二、职业体育俱乐部商业模式
 - (一) 门票销售收入
 - (二) 电视转播收入
 - (三) 商业赞助收入
 - (四) 租赁场地收入
 - (五) 市场开发收入
 - (六) 自营或加盟专卖店
- 三、职业体育俱乐部融资现状
 - (一) 内源性融资
 - (二) 外源性融资

第五节 中国竞技体育发展策略分析

- 一、竞技体育发展swot分析
- 二、竞技体育发展目标与任务
- 三、竞技体育发展对策与措施

第三章 国内外重大体育赛事运作分析

第一节 足球赛事市场需求及运作策略

- 一、足球赛事需求与市场运作
 - (一) 足球赛事的组织形式
 - (二)足球赛事观众人数分析
 - (三) 足球赛事票务推广分析
 - (四) 足球赛事商业赞助价值
 - (五)足球赛事电视转播分析
- 二、中国足球超级联赛运作分析
 - (一) 中超联赛的发展现状
 - (二) 中超联赛的组织形式
 - (三) 中超联赛上座率分析
 - (四) 中超联赛主要赞助商

体育调查研究报告 -5-

- (五) 中超联赛电视转播分析
- (六) 中超联赛运作推广策略

第二节 篮球赛事市场需求及运作策略

- 一、篮球赛事需求与市场运作
 - (一) 篮球赛事的组织形式
 - (二) 篮球赛事观众人数分析
 - (三) 篮球赛事票务推广分析
 - (四) 篮球赛事电视转播分析
- 二、中国篮球职业联赛运作分析
 - (一) 篮球联赛的发展现状
 - (二) 篮球联赛的组织形式
 - (三) 篮球联赛上座率分析
 - (四) 篮球联赛主要赞助商
 - (五) 篮球联赛电视转播分析
 - (六) 篮球联赛运作推广策略

第三节 中国乒乓球赛事运作情况分析

- 一、乒超联赛的发展现状
- 二、乒超联赛的组织形式
- 三、乒超联赛上座率分析
- 四、乒超联赛主要赞助商
- 五、乒超联赛电视转播分析
- 六、乒超联赛运作推广策略

第四节 中国羽毛球赛事运作分析

- 一、羽毛球赛事需求与市场运作
 - (一) 羽毛球赛事组织形式
 - (二) 羽毛球赛事观众人数
 - (三) 羽毛球赛事票务推广
 - (四) 羽毛球赛事商业赞助
- 二、羽毛球主要赛事市场运作分析
 - (一) 中国羽毛球超级联赛
 - (二) 世界羽毛球锦标赛

第五节 中国网球赛事运作分析

- 一、网球赛事需求与市场运作
 - (一) 网球赛事的组织形式
 - (二) 网球赛事观众人数分析
 - (三) 网球赛事票务推广分析

-6- 体育行业分析报告

- (四) 网球赛事商业赞助价值
- (五) 网球赛事电视转播分析
- 二、网球主要赛事市场运作分析
 - (一) 澳大利亚网球公开赛
 - (二) 温布尔登网球公开赛
 - (三) 法国网球公开赛
 - (四) 美国网球公开赛

第六节 中国fi赛事运作情况分析

- 一、fi赛事的组织形式
- 二、fi赛事观众人数分析
- 三、fi赛事票务推广分析
- 四、fi赛事商业赞助价值
- 五、fi赛事电视转播分析

第七节 重大体育赛事发展分析

- 一、奥运会
 - (一) 受众群体分析
 - (二) 商业价值分析
 - (三) 赛事票务推广
 - (四) 投资渠道分析

二、世界杯

- (一) 受众群体分析
- (二) 商业价值分析
- (三) 赛事票务推广
- (四) 投资渠道分析

第四章 中国体育场馆运营情况分析

- 第一节 中国体育场馆概况介绍
 - 一、体育场馆的定义分类
 - 二、体育场馆行业的界定
 - 三、体育场馆的基本属性
 - 四、体育场馆建设标准
 - (一) 体育馆建设标准
 - (二) 体育馆用地标准

第二节 中国体育场馆行业发展状况分析

- 一、中国体育场馆行业发展现状分析
 - (一) 中国体育场馆消费群体
 - (二) 中国体育场馆地理位置

体育调查研究报告 -7-

- (三) 中国体育场馆行业规模
- (四) 中国体育场馆属性分析
- (五) 中国体育场馆资产利用
- 二、体育场馆业经营情况分析
 - (一) 体育场馆营业范围
 - (二) 体育场馆收入来源
 - (三) 体育场馆支出种类
 - (四) 体育场馆经营战略
- 三、体育场馆经营模式
 - (一) 托管经营模式
 - (二) 承包经营责任制
- 四、赛后体育场馆管理模式
 - (一) 申请税费减免
 - (二) 提供体育服务
 - (三) 拓展服务内容
 - (四) 分散运营风险
 - (五) 节约运营成本
 - (六) 打造团队文化
 - (七) 塑造城市文化
 - (八) 面向国际市场
- 五、体育场馆业发展障碍分析
 - (一) 供给障碍
 - (二) 结构障碍
 - (三) 产权障碍
 - (四) 体制障碍
 - (五) 经营障碍

第三节 中国典型体育场馆发展现状分析

- 一、国内外奥运会馆发展情况
 - (一) 奥运场馆发展变迁
 - (二) 奥运场馆发展特点
 - (三) 赛后场馆运营模式
- 二、中国主要体育场馆发展情况
 - (一) 国家体育馆
 - (二) 上海八万人体育馆
 - (三) 广东奥林匹克体育场
 - (四) 北京工人体育场

-8- 体育行业分析报告

- (五) 天津奥林匹克中心体育场
- (六) 杭州黄龙体育中心
- (七) 武汉体育中心

第四节 中国体育场馆行业发展趋势分析

- 一、中国体育场馆行业运营升级模式
 - (一) 独立市场化运营
 - (二) 集团化托管运营
 - (三) bot/ppp/csd模式
- 二、中国体育场馆发展前景
 - (一) 多元化发展方向
 - (二) 体育场馆发展前景
- 三、大型体育场馆设计趋势
 - (一) 复合化
 - (二) 生态化
 - (三) 技术先进
 - (四) 形象新颖

第五章 中国体育健身休闲市场发展分析

第一节 体育健身业发展现状论述

- 一、体育健身业特征构成
- 二、体育健身业经济地位
- 三、体育健身业发展现状
- 四、体育健身业市场规模
- 五、体育健身从业人员分析
- 六、体育消费群体需求特征
 - (一) 娱乐性需求
 - (二) 减压需求
 - (三) 教育性需求
 - (四) 体验需求
- 七、体育健身市场存在的问题
- 八、体育健身业品牌经营体系

第二节 体育健身俱乐部发展现状

- 一、体育健身俱乐部概述
- 二、体育健身俱乐部性质
- 三、不同规模健身俱乐部特征
- 四、大型高档俱乐部体系构建

(一) 硬件要素

体育调查研究报告 -9-

(二) 软件要素

- 五、体育健身俱乐部盈利情况分析
 - (一) 价值来源分析
 - (二) 盈利模式分析
 - (三) 盈利模式存在问题
 - (四) 盈利模式优化建议

第三节 连锁体育健身俱乐部运行分析

- 一、体育健身俱乐部连锁经营形式
- 二、连锁体育健身俱乐部地域分布
- 三、体育健身俱乐部连锁经营情况
 - (一) 健身俱乐部发展规模
 - (二) 营业面积与会员人数
 - (三) 课程设置与服务项目
 - (四) 会籍与私教收入比重
 - (五) 会员资格及定价情况
 - (六) 俱乐部的会员保有率
 - (七)设备器材满意程度评价
- 四、连锁健身俱乐部竞争力分析
- 五、连锁健身俱乐部经营优劣势
- 六、提升连锁健身俱乐部经营策略

第四节 体育健身业发展策略建议

- 一、中国体育健身业swot分析
- 二、体育健身休闲业未来发展趋势
- 三、加快体育健身休闲业发展建议

第六章 中国体育用品业发展形势分析

- 第一节 体育用品行业发展状况分析
 - 一、体育用品业发展概况
 - 二、体育用品业资产规模分析
 - 三、体育用品业销售收入分析
 - 四、体育用品业利润总额分析
 - 五、体育用品业盈利能力分析
 - 六、体育用品业成本费用分析
 - 七、体育用品业竞争格局分析
 - 八、体育用品市场集中度分析

第二节 户外体育用品市场分析

一、户外用品行业分类

-10- 体育行业分析报告

- 二、户外用品受众群体
- 三、户外用品市场现状
- 四、户外用品市场容量
- 五、户外用品优劣因素
- 六、户外用品竞争格局
- 七、品牌认知与购买力
- 八、户外行业发展趋势

第三节 主要体育用品市场分析

- 一、体育器械及配件市场分析
 - (一) 竞技比赛器材市场分析
 - (二) 运动服饰市场分析
 - (三) 残疾人体育用品市场分析
- 二、体育训练健身器材市场分析
 - (一) 训练健身器材市场规模分析
 - (二) 训练健身器材市场生产情况
 - (三) 训练健身器材市场需求情况
 - (四) 个人体育健身器材市场分析
- 三、体育运动防护用具产品市场分析
 - (一) 运动防护用具市场规模分析
 - (二) 运动防护用具市场生产情况
 - (三)运动防护用具市场需求情况
 - (四) 主要运动防护产品市场分析

第四节 体育用品业发展策略建议

- 一、体育用品业swot分析
- 二、体育用品业未来发展趋势
- 三、体育用品行业国际化发展
- 四、体育用品企业的竞争策略
- 五、加快体育用品业发展建议

第七章 中国体育中介服务业发展状况分析

第一节 体育保险

- 一、发达国家体育保险业发展
- 二、体育保险业发展概况分析
- 三、体育保险业供需形势分析
- 四、国家政策助推体育保险发展
- 五、体育保险业品牌与风险共存
- 六、加快体育彩票业的发展策略

体育调查研究报告 -11-

第二节 体育彩票

- 一、国外体育彩票发展综述
- 二、体育彩票发展成就分析
- 三、体育彩票销售规模分析
- 四、体育彩票法制建设历程
- 五、体育彩票发展制约因素
- 六、完善体育彩票发展建议

第三节 体育传媒

- 一、体育传媒业发展特征
- 二、体育传媒的商业作用
- 三、体育传媒转播权介绍
- 四、cspn传播模式分析
- 五、体育赛事转播营销模式
 - (一) 指令公益模式
 - (二) 自产自销模式
 - (三) 准市场性模式
- 六、现代传媒对体育消费观的影响
- 七、后奥运时代体育传媒发展路径

第四节 体育广告业

- 一、体育广告定义和功能
- 二、体育广告业发展现状
- 三、体育广告业卖点分析
 - (一) 健康诉求
 - (二) 情感诉求
 - (三) 性诉求
 - (四) 娱乐诉求
- 四、体育广告策略模型分析
 - (一) 直接表现型
 - (二) 暗示表现型
 - (三) 内涵延伸型
 - (四) 借机生蛋型
- 五、体育广告发展策略解析

第五节 体育旅游业

- 一、体育旅游产业概述
- 二、体育旅游发展特征
- 三、体育旅游消费需求分析

-12- 体育行业分析报告

- (一) 不同性别群体
- (二) 不同年龄群体
- (三) 不同文化程度
- (四) 不同职业群体
- (五) 不同收入群体
- (六)不同居住地群体
- 四、体育旅游产品的发展状况
- 五、发展体育旅游业优势分析
- 六、完善体育旅游业发展策略

第八章 中国体育产业基地建设情况分析

- 第一节 深圳国家体育产业基地
- 第二节 成都温江国家体育产业基地
- 第三节 福建晋江国家体育产业基地
- 第四节 北京龙潭湖国家体育产业基地
- 第五节 浙江富阳国家体育产业基地
- 第六节 山东乐陵国家体育产业基地

第九章 中国体育产业领先企业经营分析

第一节 中国体育场馆领先企业经营分析

- 一、中体产业集团股份有限公司
 - (一) 企业基本情况分析
 - (二) 企业经营情况分析
 - (三) 企业经济指标分析
 - (四) 企业盈利能力分析
 - (五)企业偿债能力分析
 - (六) 企业运营能力分析
 - (七) 企业成本费用分析
- 二、国家体育场有限责任公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 体育场馆资源分析
 - (三) 企业服务项目介绍
 - (四) 企业经营优势分析
 - (五) 成功运行案例分析
- 三、上海东亚体育文化中心有限公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 体育场馆资源分析

体育调查研究报告 -13-

- (三) 企业服务项目介绍
- (四) 企业经营优势分析
- (五) 成功运行案例分析
- 四、北京体育之窗文化传播有限公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 企业服务项目介绍
 - (三) 企业服务优势分析
 - (四) 企业经营模式分析
 - (五) 成功运行案例分析
- 五、成都体育产业有限责任公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 体育场馆资源分析
 - (三) 企业服务项目介绍
 - (四) 企业经营优势分析
 - (五) 成功运行案例分析
- 六、北京五棵松体育场馆运营管理有限公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 体育场馆资源分析
 - (三) 企业服务项目介绍
 - (四) 企业经营优势分析
 - (五) 成功运行案例分析
- 七、深圳市大运中心运营管理有限公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 体育场馆资源分析
 - (三) 大运中心接管分析
 - (四) 大运中心发展规划
- 八、北京华体世纪体育场馆经营管理有限公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 体育场馆资源分析
 - (三) 企业服务项目介绍
 - (四) 企业经营优势分析
 - (五) 成功运行案例分析
- 九、北京奥林匹克实业开发公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 体育场馆资源分析
 - (三) 企业服务项目介绍

-14- 体育行业分析报告

- (四) 企业经营优势分析
- (五) 成功运行案例分析
- 十、北京新赛点体育投资有限公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 企业业务构成
 - (三) 企业经营优势
 - (四) 企业成功运营案例

第二节 中国体育健身业领先企业经营分析

- 一、上海一兆韦德健身管理有限公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 企业经营项目
 - (三) 企业网点建设
 - (四) 企业经营模式
- 二、上海美格菲健身中心有限公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 企业经营项目
 - (三) 企业网点建设
 - (四) 企业配套设施
- 三、威康健身管理咨询(上海)有限公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 企业经营项目
 - (三) 企业网点建设
 - (四) 企业经营模式
- 四、英派斯健康科技有限公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 企业经营项目
 - (三) 企业网点建设
 - (四) 企业经营模式
- 五、中体倍力健身俱乐部有限公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 企业经营项目
 - (三) 企业网点建设
 - (四) 企业经营模式
- 六、北京青鸟健身有限公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 企业经营项目

体育调查研究报告 -15-

- (三) 企业网点建设
- (四) 企业经营模式
- 七、北京宝迪沃健康管理集团
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 企业经营项目
 - (三) 企业网点建设
 - (四) 企业经营模式
- 八、上海金仕堡体育发展有限公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 企业经营项目
 - (三) 企业网点建设
 - (四) 企业经营模式
- 九、浩沙实业(福建)有限
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 企业经营项目
 - (三) 企业网点建设
 - (四) 企业经营模式
- 十、上海斯巴顿体育俱乐部有限公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 企业经营项目
 - (三) 企业网点建设
 - (四) 企业经营模式
- 十一、深圳市中航健身时尚股份有限公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 企业经营项目
 - (三) 企业网点建设
 - (四) 企业经营模式
- 十二、上海星之健身俱乐部有限公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 企业经营项目
 - (三) 企业网点建设
 - (四) 企业经营模式
- 第三节 中国体育中介业领先企业经营分析
 - 一、中奥体育产业有限公司
 - (一) 企业概况
 - (二) 企业业务构成

-16- 体育行业分析报告

- (三) 企业运营模式
- (四) 企业经营优劣势
- (五) 企业成功运营案例
- 二、tido太度体育
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 企业业务构成
 - (三) 企业运营模式
 - (四) 企业经营优劣势
 - (五) 企业成功运营案例
- 三、央视-img(北京)体育赛事管理有限责任公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 企业业务构成
 - (三) 企业运营模式
 - (四) 企业经营优劣势
 - (五) 企业成功运营案例
- 四、北京时博国际体育赛事有限公司
 - (一) 企业概况
 - (二) 企业业务构成
 - (三) 企业运营模式
 - (四) 企业经营优劣势
 - (五) 企业成功运营案例
- 五、上海久事国际赛事管理有限公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 企业业务构成
 - (三) 企业运营模式
 - (四) 企业经营优劣势
 - (五) 企业成功运营案例
- 六、中视体育娱乐有限公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 企业业务构成
 - (三) 企业运营模式
 - (四) 企业经营优劣势
 - (五) 企业成功运营案例
- 七、北京众辉国际体育管理公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 企业业务构成

体育调查研究报告 -17-

- (三) 企业运营模式
- (四) 企业经营优劣势
- (五) 企业成功运营案例
- 八、楼云绿城文体发展有限公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 企业业务构成
 - (三) 企业运营模式
 - (四) 企业经营优劣势
 - (五) 企业成功运营案例
- 九、纳尔卡国际赛车运动(北京)有限公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 企业业务构成
 - (三) 企业运营模式
 - (四) 企业经营优劣势
 - (五) 企业成功运营案例
- 十、朝向管理集团
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 企业业务构成
 - (三) 企业运营模式
 - (四) 企业经营优劣势
 - (五) 企业成功运营案例
- 十一、盛开国际体育公司
 - (一) 企业发展概况
 - (二) 企业业务构成
 - (三) 企业经营优劣势
 - (四) 企业成功运营案例

第十章 中国体育产业营销模式与战略分析

- 第一节 体育产业营销概述
 - 一、体育产业营销概念介绍
 - 二、体育产业营销角色分析
 - 三、体育产业营销渠道管理
 - 四、体育产业营销促销方式
 - 五、与互联网融合营销进展
- 第二节 大型体育场馆赛后营销组合模式
 - 一、价格+成本
 - 二、促销+沟通

-18- 体育行业分析报告

- 三、产品+消费者
- 四、渠道+便利性

第三节 体育用品主要营销模式

- 一、服务营销模式
- 二、体验营销模式
- 三、顾问式营销模式
- 四、体育赞助营销模式

第四节 体育产业营销策略分析

- 一、体育产业营销策略目标定位
 - (一) 提高产品服务知名度
 - (二) 提高企业产品销售量
 - (三) 提高产品国际知名度
- 二、体育产业本土化营销策略
 - (一) 体育产业市场化
 - (二) 赛事运作本土化
 - (三) 宣传力度需强化
 - (四) 发展趋向大众化
 - (五) 国内品牌国际化
- 三、体育企业立体式营销策略
 - (一) 注意力营销
 - (二) 情感营销
 - (三) 整合营销
- 四、"安踏模式"营销启示
- 五、伦敦奥运企业营销策略

第五节 体育产业营销案例分析

- 一、李宁网易梦幻西游合作
 - (一) 案例实施背景
 - (二) 案例实施面临问题
 - (三) 案例实施市场机会
 - (四) 案例实施市场挑战
 - (五) 案例实施方案
 - (六)案例实施效果
 - (七) 案例经验总结
- 二、匹克品牌推广--nba球星中国行
 - (一) 案例实施背景
 - (二) 案例实施面临问题

体育调查研究报告 -19-

- (三) 案例实施市场机会
- (四) 案例实施市场挑战
- (五) 案例实施方案
- (六) 案例实施效果
- (七) 案例经验总结
- 三、kappa世界杯互联网推广
 - (一) 案例实施背景
 - (二) 案例实施面临问题
 - (三) 案例实施市场机会
 - (四) 案例实施市场挑战
 - (五) 案例实施方案
 - (六) 案例实施效果
 - (七) 案例经验总结
- 四、安踏温哥华冬奥会系列推广
 - (一) 案例实施背景
 - (二) 案例实施面临问题
 - (三) 案例实施市场机会
 - (四) 案例实施市场挑战
 - (五) 案例实施方案
 - (六) 案例实施效果
 - (七) 案例经验总结

第十一章 2024-2030年中国体育产业投资前景及趋势分析

- 第一节 "十三五"中国体育产业投资环境分析
 - 一、"十三五"中国宏观经济发展预测
 - 二、"十三五"中国体育产业发展规划
 - 三、"十三五"加快体育产业指导意见
- 第二节 体育产业投融资模式的国际经验借鉴
 - 一、发达国家体育产业投融资模式
 - (一) 欧美体育产业投融资模式
 - (二) 日本体育产业投融资模式
 - (三) 美国体育产业投融资模式
 - 二、国外体育产业投融资的实践运用
 - (一) 银团贷款
 - (二) 资产证券化融资
 - (三) 商业信用融资
 - (四) 球员抵押贷款

-20- 体育行业分析报告

第三节 2024-2030年中国体育产业投资前景分析

- 一、体育产业投资壁垒分析
- 二、体育产业投资机会分析
 - (一) 体育竞技业投资机会
 - (二) 体育用品业投资机会
 - (三) 体育业区域投资机会
- 三、体育产业发展预测分析
 - (一) 体育产业市场规模预测
 - (二) 体育用品业市场规模预测
 - (三) 体育竞技表演业发展前景
 - (四) 体育健身休闲业发展前景
 - (五) 体育中介服务业发展前景

第四节 体育产业投资策略分析

- 一、中国体育产业多元化投资策略
 - (一) 培育体育产业投融资主体
 - (二) 完善体育产业投融资机制
 - (三) 建立体育产业投融资运行机制
- 二、中国体育产业投资基金运行策略
 - (一) 发展中国体育产业投资基金意义
 - (二) 体育产业投资基金的运作模式
 - (三) 体育产业投资基金的募集方式
 - (四) 体育产业投资基金的组织形式
 - (五) 政府对体育产业投资基金支持
 - (六) 体育产业投资基金的投资对象

第十二章 中国体育产业企业投融资及ipo上市策略指导

- 第一节 体育产业企业融资渠道与选择分析
 - 一、体育产业企业融资方法与渠道简析
 - 二、利用股权融资谋划企业发展机遇
 - 三、利用政府杠杆拓展企业融资渠道
 - 四、适度债权融资配置自身资本结构
 - 五、关注民间资本和外资的投资动向

第二节 体育产业企业境内ipo上市目的及条件

- 一、体育产业企业境内上市主要目的
- 二、体育产业企业上市需满足的条件
- 三、企业改制上市中的关键问题
- 第三节 体育产业企业ipo上市的相关准备

体育调查研究报告 -21-

- 一、企业该不该上市
- 二、企业应何时上市
- 三、企业应何地上市
- 四、企业上市前准备

第四节 体育产业企业ipo上市的规划实施

- 一、上市费用规划和团队组建
- 二、尽职调查及问题解决方案
- 三、改制重组需关注重点问题
- 四、企业上市辅导及注意事项
- 五、上市申报材料制作及要求
- 六、网上路演推介及询价发行

第五节 中.智.林.-济研:企业ipo上市审核工作流程

- 一、企业ipo上市基本审核流程
- 二、企业ipo上市具体审核环节
- 三、与发行审核流程相关的事项

图表目录

图表 中国各省区国民体质综合指数

图表 2024年中国体育系统机构数量情况

图表 2019-2024年中国体育产业增加值增长趋势图

图表 职业体育俱乐部的商业模式

图表 中国足球联赛管理体制图

图表 2019-2024年中国足球超级联赛上座率统计

图表 2019-2024年中超联赛冠名企业表

图表 2019-2024年中国体育健身休闲规模增长趋势图

图表 2024-2030年中国体育用品制造业发展概况

图表 2019-2024年中国体育用品制造业资产增长趋势图

图表 2019-2024年中国体育用品制造业销售收入增长趋势图

图表 2019-2024年中国体育用品制造业利润总额变化趋势图

图表 2019-2024年中国体育用品制造业毛利率趋势图

图表 2019-2024年中国体育用品制造行业成本费用统计

图表 户外用品分类

图表 户外用品、体育用品行业市场容量国内外比较

图表 户外和体育用品行业国外品牌情况

图表 户外品牌认知

图表 户外品牌购买率情况

图表 2024-2030年中国体育器材及配件制造行业发展概况

-22- 体育行业分析报告

图表 运动队训练用器材产地情况

图表 知名运动服饰品牌认知情况

图表 2024-2030年中国训练健身器材制造行业发展概况

图表 2024-2030年中国运动防护用具制造行业发展概况

图表 美国大型体育场馆主要融资模式

图表 2024-2030年中国体育产业增加值预测趋势图

图表 2024-2030年中国体育用品行业销售收入预测趋势图

图表 体育产业企业融资方式与渠道分类

图表 体育产业企业ipo上市网上路演的主要事项

图表 体育产业企业ipo上市基本审核流程图

略……

订阅"中国体育行业市场现状研究与未来前景趋势报告(2024年)",编号: 1A23709,

请致电: 400 612 8668、010-6618 1099、010-66182099、010-66183099

Email邮箱: kf@Cir.cn

详细内容: https://www.cir.cn/9/70/TiYuDiaoChaYanJiuBaoGao.html

了解更多,请访问上述链接,以下无内容!!

体育调查研究报告 -23-