

2011-2015年中国体育行业 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国体育行业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/jiaoyu1011/R818941TKT.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2010-11-03

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心网发布的《2011-2015年中国体育行业市场分析与投资前景研究报告》共十四章。首先介绍了中国体育行业的概念，接着分析了中国体育行业发展环境，然后对中国体育行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国体育行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国体育行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

目前我国体育产业与发达国家相比，有着近15倍的发展差距，这也被业内理解为15倍的发展空间。目前美国体育产业对美国经济的贡献达11%；澳大利亚体育产业对GDP的贡献率超过1%；英国体育产业年产值约为70亿英镑，超过汽车制造业和烟草业的年产值；而我国体育产业的贡献则只有0.7%。现实的差距也从另一个侧面说明，我国体育产业的发展空间巨大。

第一章 体育产业相关概述

第一节 体育产业简介

- 一、体育产业的概念
- 二、体育产业的特点
- 三、体育产业的分类

第二节 体育产业与体育事业

- 一、体育事业的概念
- 二、体育产业与体育事业的关系
- 三、体育产业与体育事业的区别

第三节 体育产业与国民经济

- 一、体育产业在国民经济中的地位的变迁
- 二、体育产业在国民经济发展中的作用
- 三、体育产业在国民经济中的地位分析

第二章 国际体育产业发展状况分析

第一节 国际体育产业发展综述

- 一、国际体育产业发展历史
- 二、全球体育产业结构分析
- 三、西方体育产业运行机制

第二节 世界主要国家体育产业发展情况分析

- 一、美国体育产业的结构和政策
- 二、英国体育休闲产业异常发达
- 三、加拿大体育市场潜力大

第三章 中国体育产业运行环境分析

第一节 中国宏观经济与体育产业

- 一、体育产业与经济相互作用的相互作用
- 二、金融危机对体育产业的影响分析
- 三、中国体育经济政策的解析

第二节 中国体育产业的政策体系

- 一、体育产业一般经济政策分析
- 二、体育主体产业政策
- 三、体育相关产业政策
- 四、体育内部产业政策
- 五、体育产业发展的政策选择

第三节 中国体育产业发展社会环境分析

第四章 中国体育产业发展形势解析

第一节 中国体育产业发展分析

- 一、中国体育产业发展的历史阶段
- 二、我国体育产业的发展近况
- 三、体育产业面临市场化改革热潮
- 四、中国体育产业商机无限受外资青睐
- 五、中国体育产业品牌运作分析

第二节 中国体育产业存在的问题

- 一、五大问题制约体育产业发展
- 二、中国体育市场发展存在的不足
- 三、社区体育产业发展存在的困扰
- 四、中国体育产业税收政策存在的问题解析

第三节 中国体育产业发展的对策与规划

- 一、中国体育产业发展的八大建议
- 二、推进我国体育产业化进程的措施
- 三、社区体育产业建设对策

四、体育产业信息化发展方案

五、体育消费的建议与对策

六、现代体育产业培育的思路和途径

第五章 中国高校体育产业发展及消费需求分析

第一节 中国高校体育产业发展综述

一、高校体育产业发展的优势

二、高校体育产业的特征和产业结构分析

三、制约高校体育产业发展的因素

四、促进高校体育产业发展的措施

五、高校体育产业前景可观

第二节 中国体育产业消费需求分析

一、体育消费者形态分析

二、体育消费者的需要与动机分析

三、中国体育消费状况

四、中国居民体育消费需求分析

五、“观赏型”体育消费市场供需分析

六、中国女性成为体育消费的生力军

第六章 中国体育主体产业市场动态透析

第一节 竞技体育业

一、世界竞技体育发展的五大态势

二、中国竞技体育产业发展的三个阶段

三、竞技体育产业化经营分析

四、中美两国竞技体育与教育结合的比较分析

五、中国竞技体育管理体制与运行机制探讨

六、奥运与中国未来竞技体育的发展

第二节 体育健身娱乐业

一、体育健身娱乐业的特征及构成

二、中国健身娱乐产业的发展总况

三、中国体育健身娱乐市场存在问题

四、中国健身产业彰显无限商机

五、促进体育健身娱乐市场发展的建议

第三节 体育资产经营业

- 一、体育产业固定资产的经营管理
- 二、体育无形资产管理与开发分析
- 三、中国竞技体育无形资产解析
- 四、中国体育基金积累减缓的原因及策略探讨

第七章 中国体育产业基地建设状况透析

第一节 深圳国家体育产业基地分析

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

第二节 成都市国家体育产业基地分析

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

第三节 晋江国家体育产业基地分析

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

第八章 中国体育产业市场营销策略浅析

第一节 中国体育市场营销的基本理论

- 一、体育产业和体育市场营销
- 二、体育市场营销的实施步骤
- 三、体育市场营销策略的理论探讨

第二节 中国体育细分市场营销策略分析

- 一、体育赞助的整合营销传播策略
- 二、体育赛事营销方案探讨
- 三、体育健身娱乐市场的关系营销策略
- 四、奥运会电视转播权的营销策略分析
- 五、体育旅游营销创新策略
- 六、青少年体育用品市场营销策略探讨

第三节 体育产业的营销案例分析

- 一、德国彪马运动服饰的游击营销解析
- 二、利物浦足球俱乐部营销策略分析

三、李宁的体育营销方案

四、361°开辟体育营销新天地

第九章 2008-2010年中国体育用品制造行业主要数据监测分析

第一节 2008-2010年中国体育行业总体数据分析

一、2008年中国体育行业全部企业数据分析

二、2009年中国体育行业全部企业数据分析

三、2010年中国体育行业全部企业数据分析

第二节 2008-2010年中国体育行业不同规模企业数据分析

一、2008年中国体育行业不同规模企业数据分析

二、2009年中国体育行业不同规模企业数据分析

三、2010年中国体育行业不同规模企业数据分析

第三节 2008-2010年中国体育行业不同所有制企业数据分析

一、2008年中国体育行业不同所有制企业数据分析

二、2009年中国体育行业不同所有制企业数据分析

三、2010年中国体育行业不同所有制企业数据分析

第十章 中国体育服务业运行局势分析

第一节 体育赞助业

一、体育赞助的组织形式及赞助对象

二、体育赞助的经济利益分析

三、中国本土体育赞助形势不容乐观

四、2010年北京奥运赞助费创历史新高

五、中国企业体育赞助中存在的主要问题

六、企业进行体育赞助的对策分析

七、中国体育赞助业发展的对策与建议

第二节 2010年中国体育赛事电视转播业

一、体育赛事电视转播权销售方式

二、中国体育赛事电视转播的历史回顾

三、我国体育赛事电视转播市场的开发进程

四、体育竞赛电视转播权转让的法律问题与对策

五、我国体育赛事转播对策分析

第三节 体育彩票业

一、国外体育彩票发展综述

二、中国体育彩票发展概况

三、体育彩票业可持续发展的七个要素

四、中国体育彩票业发展存在的问题

五、促进中国体育彩票发展的措施

六、未来体育彩票发展面临的机遇

第四节 休闲体育业

一、休闲体育与休闲体育产业的辨析

二、中国休闲体育产业发展的条件

三、中国体育休闲市场发展迅速

四、发展休闲体育产业的对策

第五节 体育保险业

一、发达国家体育保险的发展状况

二、中国体育保险的发展概况

三、中国体育保险供需形势分析

四、体育保险业品牌与风险共存

五、发展我国体育保险的对策

第六节 体育旅游业

一、中国体育旅游产业概述

二、中国体育旅游业发展的主要因素

三、体育旅游产品的发展分析

四、体育旅游不同群体的需求状况

五、中国发展健身体育旅游业的条件及策略

六、中国体育旅游市场发展的对策与建议

第七节 体育广告业

一、体育广告的定义和功能

二、我国体育广告业发展解析

三、中国体育广告业发展存在的问题

四、体育广告的策略模型

五、体育广告的卖点分析

六、体育广告全方位策略解析

第十一章 中国体育产业市场竞争格局分析

第一节 中国体育用品业竞争分析

一、中国体育用品行业的基本竞争准则

二、中国体育用品业的竞争力解析

三、体育品牌的渠道竞争分析

四、体育用品企业的核心竞争力分析

五、中国体育服饰市场竞争形势分析

第二节 2010年中国重点省体育产业格局分析

一、广东省

二、福建省

三、海南省

四、湖南省

五、江西省

六、河南省

七、陕西省

第三节 中国重点城市体育产业分析

一、北京市

二、上海市

三、武汉市

四、杭州市

五、呼和浩特市

第十二章 中国体育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

第十三章 2011-2015年中国体育产业发展趋势预测分析

第一节 2011-2015年中国体育产业发展趋势分析

一、未来我国体育产业发展的机遇

二、奥运后中国体育产业面临的机遇与挑战

三、北京奥运后中国体育产业的发展趋势

第二节 2011-2015年中国体育用品市场前景良好

一、体育用品供给预测分析

二、体育用品需求预测分析

三、体育用品主要价格走势分析

第十四章 2011-2015年中国体育产业投资机会与风险分析

第一节 2011-2015年中国体育产业投资机会分析

一、中国休闲体育产业商机无限

二、中国体育保险业商机分析

第二节 2011-2015年中国体育产业投资风险分析

一、体育产业的经营风险

二、体育健身娱乐产业的投资风险

三、体育赛事投资过程中的风险

第三节 2011-2015年中国体育产业投资策略分析

一、一般体育市场投资策略

二、新兴体育市场投资策略分析

三、网络经济时代的体育投资分析

四、投资中国体育产业的有效途径

【图表目录】

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2006-2010年8月中国体育用品制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年8月中国体育用品制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2006-2010年8月中国体育用品制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2006-2010年8月中国体育用品制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2010年中国体育用品制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2010年中国体育用品制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2010年中国体育用品制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2010年中国体育用品制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2006-2010年8月中国体育用品制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2006-2010年8月中国体育用品制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年8月中国体育用品制造出口交货值分析 单位：亿元

图表：2006-2010年8月中国体育用品制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2006-2010年8月中国体育用品制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2006-2010年8月中国体育用品制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2006-2010年8月中国体育用品制造行业主要盈利能力指标分析

图表：2003-2007年中国体育彩票年度销售额统计

图表：1994-2007年中国体育彩票历年公益金收入

图表：2005-2007年中国体育彩票与中国福利彩票的销售额对比

图表：福建省体育彩票销售情况

图表：福建省休闲健身娱乐活动情况

图表：福建省体育服务业发展情况

图表：武汉市按体育经营单位数及总收入

图表：武汉市体育产业增加值

图表：武汉市体育产业从业人员结构

图表：武汉市体育产业不同所有制类型活动单位总收入

图表：武汉市民对体育锻炼的态度

图表：武汉市体育消费水平

图表：武汉市民体育消费的方式

图表：武汉市居民体育消费的影响因素

图表：武汉市居民月收入与居民能接受的每月体育消费的最高消费额

图表：全国各省市体育产业规模统计

图表：关系营销与交易营销的区别

图表：信隆实业（深圳）股份有限公司主要经济指标走势图

图表：信隆实业（深圳）股份有限公司经营收入走势图

图表：信隆实业（深圳）股份有限公司盈利指标走势图

图表：信隆实业（深圳）股份有限公司负债情况图

图表：信隆实业（深圳）股份有限公司负债指标走势图

图表：信隆实业（深圳）股份有限公司运营能力指标走势图

图表：信隆实业（深圳）股份有限公司成长能力指标走势图

图表：中体产业集团股份有限公司主要经济指标走势图

图表：中体产业集团股份有限公司经营收入走势图

图表：中体产业集团股份有限公司盈利指标走势图

图表：中体产业集团股份有限公司负债情况图

图表：中体产业集团股份有限公司负债指标走势图

图表：中体产业集团股份有限公司运营能力指标走势图

图表：中体产业集团股份有限公司成长能力指标走势图

图表：耐克（苏州）体育用品有限公司主要经济指标走势图

图表：耐克（苏州）体育用品有限公司经营收入走势图

图表：耐克（苏州）体育用品有限公司盈利指标走势图

图表：耐克（苏州）体育用品有限公司负债情况图

图表：耐克（苏州）体育用品有限公司负债指标走势图

图表：耐克（苏州）体育用品有限公司运营能力指标走势图

图表：耐克（苏州）体育用品有限公司成长能力指标走势图

图表：安踏（中国）有限公司主要经济指标走势图

图表：安踏（中国）有限公司经营收入走势图

图表：安踏（中国）有限公司盈利指标走势图

图表：安踏（中国）有限公司负债情况图

图表：安踏（中国）有限公司负债指标走势图

图表：安踏（中国）有限公司运营能力指标走势图

图表：安踏（中国）有限公司成长能力指标走势图

图表：阿迪达斯（苏州）有限公司主要经济指标走势图
图表：阿迪达斯（苏州）有限公司经营收入走势图
图表：阿迪达斯（苏州）有限公司盈利指标走势图
图表：阿迪达斯（苏州）有限公司负债情况图
图表：阿迪达斯（苏州）有限公司负债指标走势图
图表：阿迪达斯（苏州）有限公司运营能力指标走势图
图表：阿迪达斯（苏州）有限公司成长能力指标走势图
图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司主要经济指标走势图
图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司经营收入走势图
图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司盈利指标走势图
图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司负债情况图
图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司负债指标走势图
图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司运营能力指标走势图
图表：泉州鸿星尔克体育用品有限公司成长能力指标走势图
图表：福建乔丹体育用品有限公司主要经济指标走势图
图表：福建乔丹体育用品有限公司经营收入走势图
图表：福建乔丹体育用品有限公司盈利指标走势图
图表：福建乔丹体育用品有限公司负债情况图
图表：福建乔丹体育用品有限公司负债指标走势图
图表：福建乔丹体育用品有限公司运营能力指标走势图
图表：福建乔丹体育用品有限公司成长能力指标走势图
图表：2011-2015年中国体育用品供给预测分析
图表：2011-2015年中国体育用品需求预测分析
图表：2011-2015年中国体育用品主要价格走势分析
图表：2011-2015年中国体育产业市场盈利预测分析
图表：略…………

本 研究报告数据主要采用国家统计数据，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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/jiaoyu1011/R818941TKT.html>