

2014-2019年中国体育服务 行业市场监测及投资前景研究报告

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

《2014-2019年中国体育服务行业市场监测及投资前景研究报告》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/tiyu1403/X516188TTJ.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-03-14

【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

报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国体育服务行业市场监测及投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了中国体育产业发展状况、中国体育服务行业运行环境等，接着分析了中国体育服务业运行的现状，然后介绍了中国体育彩票市场运行、国体育保险市场运行态势等。随后，报告对中国体育产业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国体育服务行业前景与投资预测。您若想对体育服务产业有个系统的了解或者想投资体育服务行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

从体育大国向体育强国迈进，是公共体育服务彰显体育事业公共性的历史性背景，体育事业的全面协调可持续发展，是构建公共体育服务体系的基本前提，广大群众基本体育权益的制度性保障和资源配置的市场化机制，则是建构公共体育服务体系的两个根本着力点；未来我国公共体育服务的发展必须以强化政府的公共体育服务职能为保障，形成以政府为主导，由市场、社会组织等多元主体共同参与的公共体育服务发展格局，不断加快基本公共体育服务均等化建设步伐，优先发展弱势群体、农村、老少边穷地区的公共体育服务，建立健全公共体育服务的供给机制和配套政策，形成由设施体系、组织体系、运行体系、政策法规体系、监管评价体系共同构成的完善体系。

长期以来，我国把体育作为一种振奋民族精神的政治武器，忽视了它创造经济的属性，随着人们生活水平的提高，对体育的需求也不断增长，我国的体育产业不断发展壮大，形成既有横向联系，又具有纵向关联的系统行业结构，从单一的体育产品、体育服务的生产经营发展成跨行业的产业部门，中国加入世贸组织，体育产业面对发达国家的竞争，了解中外体育产业的差距，采取有效措施，提高自身的竞争力，无疑是非常重要的。

随着国家经济的发展,体育服务在现代社会中的地位越来越重要,随着人们收入的提高,群众参加丰富多彩的体育活动的次数也越来越多,体育服务在人们的日常生活中起着十分重要的作用。体育服务不像商品,在购买之前购买者是无法感受到服务诸如视、听、闻、尝、触等方面的物理特征。

第一章 2013年中国体育产业发展状况分析 1

第一节 2013年世界体育产业发展概况 1

一、全球体育产业发展史概述 1

二、世界六大主要体育产业分析 2

世界六大主要体育产业	分类	简介	健身娱乐业	随着健身
体育的普及，这一行业（健身、健美、狩猎、钓鱼等活动）已成为了体育产业的支柱性行业				

。20世纪80年代以来，日本、法国、英国、德国及北欧国家的有偿健身活动迅速发展

体育用品业 包括体育器材、服装等用品的生产和销售行业。大众体育的兴起，刺激了人们对体育用品的需求不断增长。其中美国拥有世界上最大的体育用品市场，现在，美国已有1400多家体育用品生产厂家、4万多家体育用品商 体育竞赛转播权的销售 体育竞赛所具备的吸引力加上电视传播对大众的辐射力，使利用转播体育竞赛插播商品广告成为各大厂商竞相争夺的广告媒体。体育转播权的销售，使体育部门获得经费支持，电视公司利用转播体育竞赛插播广告收取巨额收入 体育博彩业 利用体育比赛活动的竞争性以及比赛结果的不确定性开展体育博彩，成本低、风险小、收益高。体育博彩业的主体行业是体育彩票业。彩票发行在世界上已有200多年的历史，目前发行体育彩票的国家和地区有100多个。许多西方国家已把发行体育彩票作为扶持体育事业的有力支柱 体育广告业 利用体育比赛来宣传产品，利用优秀运动员的“明星效应”来提高产品知名度，以体促销，以销助体，已成为发达国家厂商的普遍做法，使体育广告成为对双方有利的新兴行业 体育会展业 体育本体产业的迅速发展带动了一项新兴行业——体育会展业的兴旺。目前，全球最大也最具影响力的是德国慕尼黑的ISPO和美国拉斯维加斯（原在亚特兰大）的SUPERSHOW。这两个体育用品展会规模都超过1万个展位，面积超过10万平方米。在北京举行的中国国际体育用品博览会在亚太地区是规模最大的。它在世界体育用品联合会的展览序列中已经位列三甲，每次举办都给体育厂商和举办地带来了巨大的效益 资料来源：博思数据研究中心整理

三、西方国家体育产业发展分析 3

四、美国体育产业分析 5

第二节 2013年中国体育产业现状分析 9

一、中国体育产业概述 9

二、国内体育产业状况分析 11

三、中国成为全球最大的体育市场 12

四、体育产业成为中国朝阳产业 14

五、国内体育产业化发展的要素分析 14

第三节 2013年中国体育产业市场化融资渠道研究 18

一、中国体育产业融资渠道的发展史与现状 18

二、加强中国体育产业市场化融资渠道的条件分析 20

三、拓展中国体育产业市场化融资渠道的策略 22

第四节 2013年体育产业发展存在的问题分析 24

- 一、中外体育产业的差距描述 24
- 二、中国体育产业存在的问题分析 26
- 三、国内体育产业发展的困扰 27
- 第五节 2013年促进体育产业发展的对策分析 29
- 一、以科学的政策扶持中国体育产业的发展 29
- 二、加快中国体育产业发展的政策建议 33
- 三、中国体育产业实现双赢的对策 36

第二章 2013年中国体育服务行业运行环境分析 41

第一节 国内宏观经济环境分析 41

- 一、GDP历史变动轨迹分析 41
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 48
- 三、2013年中国宏观经济发展预测分析 51

第二节 2013年中国体育服务行业发展政策环境分析 58

- 一、中华人民共和国体育法 58
- 二、中国体育产业发展纲要 63
- 三、《全民健身计划纲要》 69
- 四、体育器材设备审定办法 71
- 五、体育场所开放条件与技术要求 73
- 六、体育服务认证管理办法 116

第三节 2013年中国体育服务行业发展社会环境分析 122

- 一、人口环境分析 122
- 二、教育环境分析 123
- 三、文化环境分析 127
- 四、生态环境分析 128
- 五、中国城镇化率 130
- 六、居民的各种消费观念和习惯 130

第三章 2013年中国体育服务业运行局势分析 135

第一节 2013年中国体育服务业发展概况分析 135

- 一、体育服务业概述 135
- 二、体育服务运营管理 137

三、中国社区体育服务发展的现状与对策 137

第二节 2013年中国体育服务业区域市场运行分析 139

一、廊坊市健康体育服务产业现状及发展策略研究 139

二、上海体育服务业成经济亮点 143

三、浙江省体育服务从业人员的现状调查与分析 144

四、广州体育服务业市场推进模式分析 146

第三节 2013年中国公共休闲体育服务业运营现状分析 149

一、休闲体育与休闲体育产业的辨析 149

二、中国休闲体育产业发展的条件 149

三、中国体育休闲市场发展迅速 150

四、发展休闲体育产业的对策 151

第四章 2013年中国体育彩票市场运行透析 152

第一节 中国体育彩票概述 152

一、体育彩票的特征分析 152

二、中国体育彩票的组织管理体系 154

三、中国体育彩票的种类与发行额度 154

四、中国体育彩票资金的构成与分配 155

五、中国体育彩票资金用途 156

第二节 体育彩票在中国体育事业中的作用 159

一、体育彩票在体育经济中的地位和作用 159

二、体育彩票为体育事业筹集资金 159

三、体育彩票在体育产业中起到支柱型地位 160

四、体育彩票推动体育事业发展 161

第三节 2013年中国体育彩票发展状况分析 161

一、中国对体育彩票性质的认识现状 161

二、中国体育彩票的政府管制及立法 161

三、中国体育彩票与社会发展的关系 167

四、近几年中国体育彩票销量分析 168

第四节 2013年中国体育彩票行业发展对策建议 170

一、中国体育彩票业可持续发展的对策分析 170

二、中国体育彩票业健康发展的建议 171

三、促进中国体育彩票进一步发展对策 174

四、中国体彩事业发展四项建议 175

第五章 2013年中国体育保险市场运行态势分析 178

第一节 2013年中国体育保险市场运行格局透析 178

一、我国体育保险市场特点分析 178

二、国内体育保险市场年增长率 179

我国体育运动伤残风险呈现“两低一高”特征：低伤残率、低死亡率、高重伤率。我国体育保险（保费）市场规模约达到4.16亿元，近几年国内体育保险市场缓慢增长，体育保险（保费）市场规模达到了5.11亿元。近几年我国体育保险（保费）市场规模情况如下图所示：

三、体育保险市场化道路新探索 180

第二节 2013年中国体育保险重点市场地区结构 181

一、北京 181

二、上海 184

三、江苏 185

四、广东 187

五、浙江 188

第三节 2013年中国体育保险需求形势分析 189

一、体育保险的有效需求不足 189

二、运动员的保险观念比较淡薄 189

三、购买力薄弱，这是影响我国体育保险发展的重要经济因素 190

第四节 2013年中国体育旅游保险运行探析 190

一、体育旅游保险市场特点分析 190

二、体育旅游保险市场动态分析 193

三、奥运成功举办对中另体育旅游保险的影响 194

四、基建旅游体育保险受惠奥运带来四大商机 195

第六章 2013年中国体育服务其它运行模式分析 197

第一节 体育赞助业 197

- 一、体育赞助的组织形式及赞助对象 197
- 二、体育赞助的经济利益分析 202
- 三、中国本土体育赞助形势不容乐观 205
- 四、北京奥运赞助费创历史新高 207
- 五、中国企业体育赞助中存在的主要问题 207
- 六、企业进行体育赞助的对策分析 209
- 七、中国体育赞助业发展的对策与建议 210
- 第二节 体育赛事电视转播业 211
 - 一、体育赛事电视转播权销售方式 211
 - 二、奥运会电视转播权的历史变革 212
 - 三、中国体育赛事电视转播的历史回顾 215
 - 四、我国体育赛事电视转播市场的开发进程 217
 - 五、体育竞赛电视转播权转让的法律问题与对策 220
 - 六、我国体育赛事转播对策分析 226
- 第三节 体育旅游业 228
 - 一、中国体育旅游产业概述 228
 - 二、中国体育旅游业发展的主要因素 230
 - 三、体育旅游产品的发展分析 232
 - 四、体育旅游不同群体的需求状况 232
 - 五、中国发展健身体育旅游业的条件及策略 235
 - 六、中国体育旅游市场发展的对策与建议 238
- 第四节 体育广告业 240
 - 一、体育广告的定义和功能 240
 - 二、我国体育广告业发展解析 242
 - 三、中国体育广告业发展存在的问题 243
 - 四、体育广告的策略模型 244
 - 五、体育广告的卖点分析 244
 - 六、体育广告全方位策略解析 246

第七章 2013年中国体育产业重点企业竞争力与关键性数据分析 248

第一节 信隆实业（深圳）股份有限公司（002105） 248

- 一、企业概况 248

二、企业主要经济指标分析	249
三、企业盈利能力分析	251
四、企业偿债能力分析	252
五、企业运营能力分析	252
六、企业成长能力分析	253
第二节 中体产业集团股份有限公司（600158）	253
一、企业概况	253
二、企业主要经济指标分析	254
三、企业盈利能力分析	256
四、企业偿债能力分析	257
五、企业运营能力分析	257
六、企业成长能力分析	258
第三节 耐克（苏州）体育用品有限公司	258
一、企业概况	258
二、企业主要经济指标分析	259
三、企业盈利能力分析	260
四、企业偿债能力分析	260
五、企业运营能力分析	260
六、企业成长能力分析	261
第四节 安踏（中国）有限公司	261
一、企业概况	261
二、企业主要经济指标分析	263
三、企业盈利能力分析	264
四、企业偿债能力分析	264
五、企业运营能力分析	264
六、企业成长能力分析	264
第五节 阿迪达斯（苏州）有限公司	265
一、企业概况	265
二、企业主要经济指标分析	265
三、企业盈利能力分析	266
四、企业偿债能力分析	266
五、企业运营能力分析	267

六、企业成长能力分析 267

第六节 泉州鸿星尔克体育用品有限公司 267

一、企业概况 267

二、企业主要经济指标分析 268

三、企业盈利能力分析 269

四、企业偿债能力分析 269

五、企业运营能力分析 269

六、企业成长能力分析 270

第七节 福建乔丹体育用品有限公司 270

一、企业概况 270

二、企业主要经济指标分析 271

三、企业盈利能力分析 272

四、企业偿债能力分析 272

五、企业运营能力分析 273

六、企业成长能力分析 273

第八章 2013年中国体育用品行业运行形势分析 274

第一节 2013年国内体育用品行业分析 274

一、中国体育用品业发展概况 274

二、中国体育用品行业发展的因素分析 281

三、中国体育用品行业进入转型时期 283

四、体育用品促使高科技材料发展 285

第二节 2013年中国体育用品发展的问题研究 286

一、影响体育用品成为消费热点的因素分析 286

二、体育用品产业存在五大“软肋” 287

三、体育用品市场存在的主要问题 288

第三节 2013年促进中国体育用品产业发展的对策 290

一、中国体育用品市场发展的对策建议 290

二、中国体育用品市场发展的对策 291

三、体育用品要主动出击国际市场 294

四、促进国内体育用品产业的转移 295

第九章 2013年中国体育产业基地建设状况透析 297

第一节 深圳国家体育产业基地 297

- 一、深圳体育产业发展的总体思路 297
- 二、深圳国家体育产业基地规划建设情况 308
- 三、深圳体育产业前景广阔 313

第二节 成都市国家体育产业基地 314

- 一、成都国家体育产业基地建设情况 314
- 二、成都市体育产业发展状况及存在的问题 317
- 三、成都市体育产业发展规划 319

第三节 晋江国家体育产业基地 332

- 一、晋江体育产业战略全面布局 332
- 二、晋江体育产业发展简析 333
- 三、晋江体育产业基地发展的建议 335

第十章 2014-2019年中国体育服务行业前景及趋势分析 337

第一节 2014-2019年中国体育产业发展趋势分析 337

- 一、中国体育产业发展与产业政策的选择分析 337
- 二、中国体育产业发展的趋势展望 343
- 三、奥运后中国体育产业的发展走向 344
- 四、北京体育产业产值预测 344

第二节 2014-2019年中国体育服务发展趋势分析 345

- 一、体育服务社会化改革趋势 345
- 二、体育服务运行模式走向 347
- 三、体育服务市场盈利预测分析 347

第十一章 2014-2019年中国体育服务行业投资价值与风险分析 349

第一节 2014-2019年中国体育服务行业投资环境分析 349

第二节 2014-2019年中国体育服务行业投资机会分析 350

第三节 2014-2019年中国体育服务行业投资风险分析 351

- 一、市场竞争风险 351
- 二、经营管理风险 351
- 三、金融信贷风险 351

四、其他风险分析 351

第四节 博思数据投资建议 352

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家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/tiyu1403/X516188TTJ.html>