

2016-2022年中国体育产业 市场深度调研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

《2016-2022年中国体育产业市场深度调研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/tiyu1511/A250432DRT.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-11-12

【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《2016-2022年中国体育产业市场深度调研与投资前景研究报告》共十五章。报告介绍了体育行业相关概述、中国体育产业运行环境、分析了中国体育行业的现状、中国体育行业竞争格局、对中国体育行业做了重点企业经营状况分析及中国体育产业发展前景与投资预测。您若想对体育产业有个系统的了解或者想投资体育行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

体育产业的发展尤其是大众体育的推广对于全社会的良性影响都是巨大的，随着社会生产力的提高和科学技术的发展，未来体育行业在国民经济中将占据越来越重要的地位。

2014年10月，国务院印发了《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》，这是国家第一次从产业角度确认体育产业发展规划。《意见》将“发展体育产业，增加体育产品和服务供给”作为未来中国体育事业发展的目标，提出到2025年体育产业总规模超过5万亿元，并且把全民健身上升为国家战略，提出要抓好潜力产业，以足球、篮球、排球三大球为切入点，推动产业向纵深发展。

报告目录：

第一部分 产业整体篇

第一章 体育产业发展综述

第一节 体育产业定义、分类及产业链简析

一、体育产业的定义

二、体育产业的分类

三、体育产业链简析

第二节 体育产业发展环境分析

一、体育产业政策环境分析

二、体育产业经济环境分析

(1) 国内经济环境现状

(2) 国内经济环境预测

三、体育产业消费环境分析

(1) 社会消费结构分析

(2) 居民收入水平分析

四、体育产业社会环境分析

- (1) 中国人口发展环境分析
- (2) 居民生活方式的转变
- (3) 低碳消费成为倡导的生活方式

第二章 体育产业总体发展状况与趋势分析

第一节 体育产业发展状况与趋势分析

一、中国体育产业发展情况

- (1) 中国体育产业总体规模
- (2) 体育产业细分行业发展情况

二、中国体育产业发展趋势

- (1) 总体发展趋势
- (2) 体育产业各细分行业发展趋势

第二节 体育产业基地建设进展与前景分析

一、国家体育产业基地发展概况

二、深圳国家体育产业基地发展分析

- (1) 深圳国家体育产业基地概况
- (2) 深圳国家体育产业基地的发展思路和空间布局
- (3) 深圳国家体育产业基地建设进展

三、成都国家体育产业基地发展分析

- (1) 成都国家体育产业基地概况
- (2) 成都国家体育产业基地建设进展
- (3) 成都国家体育产业基地工作思路

四、晋江国家体育产业基地发展分析

- (1) 晋江国家体育产业基地概况
- (2) 晋江国家体育产业基地建设进展
- (3) 晋江国家体育产业基地工作思路

五、北京龙潭湖国家体育产业基地发展分析

- (1) 北京龙潭湖国家体育产业基地概况
- (2) 北京龙潭湖国家体育产业基地特色优势
- (3) 北京龙潭湖国家体育产业基地功能定位与建设规划
- (4) 北京龙潭湖国家体育产业基地规划建设进展
- (5) 北京龙潭湖国家体育产业基地发展过程中的瓶颈和亟待解决的问题

(6) 北京龙潭湖国家体育产业基地建设思路

六、杭州富阳国家体育产业基地发展分析

(1) 杭州富阳国家体育产业基地揭牌

(2) 杭州富阳体育产业发展分析

(3) 杭州富阳发展规划

七、乐陵国家体育产业基地发展分析

(1) 乐陵国家体育产业基地揭牌

(2) 乐陵体育产业发展分析

(3) 乐陵发展规划

八、苏南(县域)国家体育产业基地发展分析

(1) 苏南(县域)国家体育产业基地揭牌

(2) 江阴市体育产业发展规划

第二部分 细分行业篇

第三章 中国体育用品业发展现状、趋势与前景

第一节 体育用品行业整体发展状况

一、体育用品行业定义及范围

二、体育用品行业发展总体概况

三、体育用品行业进出口状况

第二节 运动服装市场发展前景分析

一、运动服装行业经营情况

(1) 行业销售规模

(2) 行业竞争格局

二、运动服装行业重点产品市场发展分析

三、大众运动服装消费群体特征

(1) 大众运动服装消费群体范围

(2) 大众运动服消费群体性别特征

(3) 大众运动服消费群体年龄特征

四、运动服行业发展前景与趋势

(1) 行业发展前景

(2) 行业发展趋势

第三节 运动鞋市场发展前景分析

一、运动鞋行业经营情况

(1) 行业规模

(2) 行业竞争格局

二、运动鞋行业重点产品品牌格局分析

三、运动鞋行业标杆企业经营情况分析

(1) 特步国际

(2) 美克国际

(3) 贵人鸟

四、运动鞋行业发展前景与趋势

(1) 街头运动群体成为重点市场

(2) 户外运动鞋市场更加细分

(3) 老年人运动鞋市场潜力依然大

第四节 运动器材市场发展前景分析

一、球类制造市场总体发展概况

(1) 球类制造行业概述

(2) 球类制造行业经营情况

(3) 球类制造行业重点产品品牌格局分析

二、训练健身器材市场发展分析

(1) 训练健身器材行业概述

(2) 训练健身器材行业经营情况

三、训练健身器材行业重点产品品牌格局分析

四、训练健身器材行业重点产品市场发展分析

五、训练健身器材行业发展前景与趋势

第五节 个人运动防护用品市场发展前景分析

一、个人运动防护用品行业总体发展情况

(1) 个人运动防护用品行业概述

(2) 个人运动防护用品经营情况分析

二、个人运动防护用品行业重点产品品牌格局

1、LP

2、迈克达威

3、慕乐

4、AQ

- 5、耐克
- 6、阿迪达斯
- 7、李宁
- 8、赞斯特
- 9、世达
- 10、祖迪斯

第六节 户外用品市场发展前景分析

一、户外用品行业经营情况

- (1) 行业发展概况
- (2) 户外用品结构
- (3) 户外用品品牌格局
- (4) 户外用品销售渠道
- (5) 户外用品竞争格局
- (6) 户外用品面临的挑战

二、户外用品行业发展前景与趋势

第七节 体育用品行业发展前景与趋势

一、体育用品行业前景预测

二、体育用品行业发展趋势

- (1) 行业竞争加剧，面临二次洗牌
- (2) 体育用品企业发力电子商务
- (3) 体育用品实现智能化
- (4) 户外市场争夺升级

第四章 体育场馆业发展现状、趋势与前景

第一节 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

二、中国体育场馆行业经营情况分析

- 1、政策推动体育场馆运营管理改革
- 2、体育设施增长迅速，场馆数量和规模不断扩大
- 3、体育场馆需求旺盛，依托内容彰显品牌价值

第二节 中国高校体育场馆发展状况分析

一、中国高校体育场馆供给现状分析

- (1) 供给规模
- (2) 供给主体
- (3) 资金来源
- (4) 其他来源供给
- (5) 供给与生产合一
- (6) 质量与档次提升
- (7) 在体育场馆供给中作用

二、中国高校体育场馆供给的特殊性

- (1) 功能设计的独特性
- (2) 供给主体的单一性
- (3) 服务对象与功能的多重性
- (4) 生产过程的公益性
- (5) 提供与生产的合一性

三、高校体育场馆向社会开放的可行性

四、中国高校体育馆建设存在问题

- (1) 高校体育场馆数量整体较少，不利于正常的体育教学
- (2) 部分场馆简陋老化，新建及维修场馆的经费较少
- (3) 场馆功能单一，难以满足高校体育的新需求
- (4) 体育场馆的服务、管理滞后

五、中国高校体育场馆建设的建议

- (1) 多方筹集资金，建设、改造高校体育场馆
- (2) 体育场馆的选址要利于运动的便捷
- (3) 体育场馆的设计要科学、实惠、有特色、多功能
- (4) 提升场馆管理人员素质，进行科学管理

六、中国高校体育场馆发展趋势分析

- 1、学校与政府部门逐步合作供给
- 2、高校体育场馆功能的多元化
- 3、供给所需资金逐步以高校自筹为主
- 4、高校体育场馆运营的逐步专业化
- 5、高校逐步成为体育场馆供给的重要主体

第三节 大型体育赛事对体育场馆影响案例分析

一、北京奥运会

- (1) 北京奥运会场馆建设及分布情况
- (2) 北京奥运会场馆结构分析
- (3) 现有的奥运场馆赛后利用模式
- (4) 奥运场馆后继使用特殊情况分析
- (5) 北京奥运场馆赛后利用建议
- (6) 国家体育场——鸟巢运营模式分析
- (7) 奥运后体育场馆运营前景

二、深圳大运会

- (1) 深圳大运会场馆建设及分布情况
- (2) 深圳大运会场馆建设原则分析
- (3) 深圳大运会部分场馆的赛后利用
- (4) 深圳大运会场馆赛后利用建议
- (5) 大运开幕式场馆——春茧运营模式分析
- (6) 深圳大运场馆的集团化管理模式分析

第四节 大型体育场馆运营管理案例与建议分析

一、美国四个大型体育场馆运营管理案例

- (1) 麦迪逊广场花园 (MadisonSquareGarden)
- (2) 玫瑰碗球场 (RoseBowlStadium)
- (3) 丰田体育中心 (ToyotaCenter)
- (4) 万乔维亚中心球场 (WachoviaCenter)

二、美国大型体育场馆成功运营经验借鉴

- (1) 场馆经营活动以体为主，多种经营并存
- (2) 积极先进的多元化市场营销策略
- (3) 引入专业体育经理公司进行人力资源管理和场馆维护
- (4) 成熟的集团化托管式运营管理模式
- (5) 融资方式多元化，监管方式科学化
- (6) 积极吸引大型企业赞助，重视场馆内广告市场开发

三、中国大型体育场馆运营管理现存问题

- (一)、场馆的规划、建设方面的问题
- (二)、场馆运营中的问题

四、中国大型体育场馆运营管理建议

- (1) 实现大型体育场馆设施所有权、经营权的分离

- (2) 场馆经营多元化发展
- (3) 加强以消费者需求为导向的市场营销
- (4) 积极开发无形资产
- (5) 体育场馆运营管理与职业体育赛事相结合

第五节 中国体育场馆行业发展前景预测

一、体育场馆行业发展的驱动因素分析

- (1) 国家政策支持
- (2) 大型体育赛事举办
- (3) 居民体育消费需求增长

二、体育场馆行业发展的障碍因素分析

- (1) 体制障碍
- (2) 管理理念滞后

第五章 体育彩票业发展现状、趋势与前景

第一节 中国彩票业市场规模与结构

- 一、中国彩票业市场规模
- 二、中国彩票业市场结构分析

第二节 中国体育彩票业市场规模与区域分布

- 一、中国体育彩票业市场规模分析
- 二、中国体育彩票业区域分布分析

第三节 中国体育彩票业竞争格局分析

第四节 中国体育彩票业细分产品市场潜力分析

- 一、中国体育彩票业细分产品市场规模
- 二、乐透数字型体育彩票市场潜力分析
- 三、即开型体育彩票市场潜力分析
- 四、竞猜型体育彩票市场潜力分析

第五节 体育彩票业发展前景及预测分析

- 一、体育彩票业发展前景及市场规模预测
 - (1) 前景分析
 - (2) 市场前景预测
- 二、各细分彩种发展前景及市场规模预测

第六章 其他体育产业细分行业发展分析

第一节 体育竞赛业发展分析

一、体育竞赛业发展概况

二、职业体育俱乐部竞赛业发展分析

第二节 体育健身业发展分析

一、体育健身业发展概况

二、健身俱乐部经营模式发展分析

1、盈利模式趋于多元化，跨业态的综合性健身休闲会所具有较强盈利能力

2、社区健身会所的发展加速

3、私教业务的发展日趋加快

三、非俱乐部经营模式发展分析

1、地区型健身会所与全国连锁健身会所的竞争

2、专业健身会所、综合性健身会所和课程馆的竞争

第三节 体育中介业发展分析

一、体育中介的内涵及分类

(1) 体育中介业的内涵

(2) 体育中介的分类

二、体育中介业发展情况

三、体育中介业经营效益

四、体育中介业发展趋势

第四节 体育传媒业发展分析

一、体育传媒业总体发展概况

二、体育媒体运营个案分析

(1) CCTV-5个案分析

(2) 新浪网体育频道个案分析

第三部分 领先企业篇

第七章 体育用品业领先企业经营情况分析

第一节 李宁有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第二节 安踏体育用品有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第三节 中国动向（集团）有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第四节 匹克体育用品有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第五节 三六一度国际有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业产品结构及新产品动向

四、企业销售渠道与网络

五、企业经营状况优劣势分析

六、企业最新发展动向分析

第八章 体育健身业领先企业经营情况分析

第一节 一兆韦德健身管理有限公司经营情况分析

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业健身会所建设及分布情况
- 四、企业健身项目分析
- 五、企业健身教练情况分析
- 六、企业渠道资源与经营模式分析
- 七、企业经营状况优劣势分析
- 八、企业最新发展动向分析

第二节 上海美格菲健身中心有限公司经营情况分析

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业健身会所建设及分布情况
- 四、企业健身教练情况分析
- 五、企业渠道分布
- 六、企业最新发展动向分析

第三节 威康健身管理咨询（上海）有限公司经营情况分析

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业健身会所建设及分布情况
- 三、企业健身项目分析
- 四、企业健身教练情况分析
- 五、企业渠道资源与经营模式分析
- 六、企业经营状况优劣势分析

第四节 青岛英派斯健康管理有限公司经营情况分析

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业健身会所建设及分布情况
- 三、企业健身项目及渠道分析
- 四、企业经营状况优劣势分析

第五节 上海金仕堡体育发展有限公司经营情况分析

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业健身设备及课程

三、企业健身会所建设及分布情况

四、企业健身项目分析

五、企业健身教练情况分析

六、企业经营状况优劣势分析

七、企业最新发展动向分析

第九章 领先体育场馆及运营企业经营情况分析

第一节 国家奥林匹克体育中心体育场

一、场馆简介

二、场馆规模

三、场馆设施

四、场馆服务项目

五、场馆运营管理

第二节 黄龙体育中心体育场

一、场馆简介

二、场馆规模

三、场馆设施

四、场馆服务项目

五、场馆运营管理

第三节 广东奥林匹克体育中心体育场

一、场馆简介

二、场馆规模

三、场馆设施

四、场馆服务项目

五、场馆运营管理

第四节 南京奥林匹克体育中心

一、场馆简介

二、场馆规模

三、场馆设施

四、场馆服务项目

五、场馆运营管理

六、场馆特色

第五节 北京工人体育馆

- 一、场馆简介
- 二、场馆规模
- 三、场馆设施
- 四、场馆服务项目
- 五、场馆运营管理
- 六、场馆特色

第六节 沈阳奥林匹克体育中心体育场

- 一、场馆简介
- 二、场馆规模
- 三、场馆设施
- 四、场馆服务项目
- 五、场馆运营管理

第十章 体育彩票领先管理中心经营情况分析

第一节 深圳市体育彩票管理中心

- 一、中心发展简况分析
- 二、中心经营情况分析
- 三、中心体育彩票相关彩种分析
- 四、中心经营优劣势分析
- 五、中心最新发展动向分析

第二节 南京市体育彩票管理中心

- 一、中心发展简况分析
- 二、中心经营情况分析
- 三、中心体育彩票相关彩种分析
- 四、中心经营优劣势分析
- 五、中心最新发展动向分析

第三节 温州市体育彩票管理中心

- 一、中心发展简况分析
- 二、中心经营情况分析
- 三、中心体育彩票相关彩种分析
- 四、中心经营优劣势分析

五、中心最新发展动向分析

第四节 青岛市体育彩票管理中心

一、中心发展简况分析

二、中心经营情况分析

三、中心体育彩票相关彩种分析

四、中心经营优劣势分析

五、中心最新发展动向分析

第十一章 体育中介业领先企业经营情况分析

第一节 中视体育娱乐有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业成功体育运营案例分析

三、企业经营状况优劣势分析

四、企业最新发展动向分析

第二节 北京众辉国际体育管理公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业成功体育运营案例分析

三、企业发展战略与规划

第三节 中体保险经纪有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业体育项目保险产品及保险条款分析

三、企业经营状况优劣势分析

四、企业发展战略与规划

第四节 中体经纪管理有限公司经营情况分析

一、企业发展简况分析

二、企业成功体育运营案例分析

三、企业经营状况优劣势分析

四、企业最新发展动向分析

第四部分 附录

第十二章 发达国家体育产业发展状况分析

第一节 发达国家体育产业发展概述

- 1、竞赛表演市场
- 2、健身娱乐市场
- 3、体育用品市场
- 4、体育彩票市场
- 5、体育广告业及无形资产开发
- 6、体育人口的增长

第二节 美国体育产业发展分析

- 一、美国体育产业产值
- 二、美国体育产业构成

第三节 日本体育产业发展分析

- 一、日本体育产业发展模式——政府参与型
- 二、日本体育产业构成

第十三章 中国彩民购彩行为及调研分析

第一节 彩民基本特征

- 一、彩民还是以男性为主
- 二、彩民群体年轻化
- 三、六成受访者为大学学历
- 四、职业构成呈多元化特点
- 五、中等收入者占五成
- 六、新彩民占比增加

第二节 彩民购彩渠道分析

- 一、购彩渠道多样化彩民接受程度各异
- 二、六成多彩民有互联网/电话购彩行为
- 三、选择互联网/电话购彩便捷是最重要的原因
- 四、为降低风险彩民最青睐知名网站

第三节 彩民购彩数量及种类分析

- 一、近六成彩民投注额增加
- 二、七成彩民量力购彩
- 三、双se球最受彩民青睐

第四节 彩民购买体育彩票心理分析

- 一、购买体育彩票的目的

- 二、对体育彩票外观感觉
- 三、购买体彩是否受外界影响
- 四、购买体彩是否与个人经济实力有关

第十四章 体育产业投融资模式的国际经验

第一节 发达国家体育产业投融资模式

- 一、欧洲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

- (一) 呈现多元化融资特点
- (二) 体育融资都有明确的法律约束
- (三) 体育产业融资自由竞争

第二节 国外体育产业投融资的实践运用

- 一、银行贷款
- 二、资产证券化融资
- 三、商业信用融资
- 四、体育博彩融资

第十五章 中国体育产业投融资体系构建策略分析

第一节 中国体育产业财政投融资体系完善策略

第二节 中国体育产业投融资资本市场完善策略

第三节 中国体育产业风险投资市场完善策略

- (一) 建立体育产业风险投资资本市场支持体系
- (二) 拓宽体育产业风险投资资金的渠道

第四节 体育产业资本运营渠道拓宽策略

第五节 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的意义
- 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资金来源
- 五、政府对体育产业投资基金的支持

图表目录：

图表 1 体育产业链

图表 2 2015年1-2季度GDP初步核算数据

图表 3 GDP环比和同比增长速度

图表 4 各月累计主营业务收入与利润总额同比增速%

图表 5 各月累计利润与每百元主营业务收入中的成本

图表 6 2015年分经济类型主营业务收入与利润总额同比增速

图表 7 2015年规模以上工业企业主要财务指标

图表 8 2015年规模以上工业企业经济效益指标

图表 9 全国房地产开发投资增速

图表 10 全国房地产开发企业土地购置面积增速

图表 11 全国商品房销售面积及销售额增速

图表 12 2015年全国房地产开发和销售情况

图表 13 民间固定资产投资和全国固定资产投资增速

图表 14 2015年民间固定资产投资主要数据

图表 15 固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 16 固定资产投资到位资金同比增速

图表 17 规模以上工业增加值同比增速

图表 18 社会消费品零售总额分月份同比增长速度

图表 19 2015年6月份社会消费品零售总额主要数据

图表 20 2014年年末人口数及其构成

图表 21 2013-2015年我国体育用品进口额统计

图表 22 2013-2015年我国体育用品出口额统计

图表 23 2011-2015年我国运动服装市场规模

图表 24 2015年我国运动服装市场规模产品结构

图表 25 2015年我国运动服装消费者群体结构

图表 26 2015年我国运动服装消费者性别结构

图表 27 2015年我国运动服装消费者年龄结构

图表 28 2011-2015年我国运动鞋市场规模

图表 29 2015年我国运动鞋市场规模品牌格局

图表 30 2011-2015年我国球类用品市场规模

图表 31 2011-2015年我国训练健身器材市场规模

图表 32 训练健身器材行业重点产品品牌

图表 33 2011-2015年我国个人运动防护用品市场规模

图表 34 2011-2015年我国户外用品市场规模

图表 35 2015年我国户外用品市场规模产品结构

图表 36 2011-2015年我国彩票行业市场规模统计

图表 37 2015年中国彩市体fu彩销量占比

图表 38 2011-2015年我国体育彩票市场规模统计

图表 39 2015年我国体育彩票区域市场规模结构

图表 40 2015年我国体育彩票市场规模销售结构

图表 41 2011-2015年我国乐透型体育彩票市场规模统计

图表 42 2011-2015年我国即开型体育彩票市场规模统计

图表 43 2011-2015年我国竞猜型体育彩票市场规模统计

图表 44 2016-2022年我国体育彩票市场规模预测

图表 45 2016-2022年我国乐透型体育彩票市场规模预测

图表 46 2016-2022年我国即开型国体育彩票市场规模预测

图表 47 2016-2022年我国竞猜型体育彩票市场规模预测

图表 48 健身俱乐部行业服务模式类型及具体情况

图表 49 李宁公司主要财务数据 单位：万元

图表 50 李宁公司盈利能力分析

图表 51 李宁公司偿债能力分析

图表 52 李宁公司运营能力分析

图表 53 李宁公司发展能力分析

图表 54 安踏体育用品有限公司主要财务数据 单位：万元

图表 55 安踏体育用品有限公司盈利能力分析

图表 56 安踏体育用品有限公司偿债能力分析

图表 57 安踏体育用品有限公司运营能力分析

图表 58 安踏体育用品有限公司发展能力分析

图表 59 中国动向（集团）有限公司主要财务数据 单位：万元

图表 60 中国动向（集团）有限公司盈利能力分析

图表 61 中国动向（集团）有限公司偿债能力分析

图表 62 中国动向（集团）有限公司运营能力分析

图表 63 中国动向（集团）有限公司发展能力分析

图表 64 匹克体育用品有限公司主要财务数据 单位：万元

图表 65 匹克体育用品有限公司盈利能力分析

图表 66 匹克体育用品有限公司偿债能力分析

图表 67 匹克体育用品有限公司运营能力分析

图表 68 匹克体育用品有限公司发展能力分析

图表 69 三六一度国际有限公司经主要财务数据 单位：万元

图表 70 三六一度国际有限公司经盈利能力分析

图表 71 三六一度国际有限公司经偿债能力分析

图表 72 三六一度国际有限公司经运营能力分析

图表 73 三六一度国际有限公司经发展能力分析

图表 74 一兆韦德会所全国分布

图表 75 一兆韦德部分健身项目

图表 76 美格菲渠道分布

图表 77 深圳市体育彩票管理中心彩种分析

图表 78 南京市体育彩票管理中心彩种分析

图表 79 温州市体育彩票管理中心彩种分析

图表 80 青岛市体育彩票管理中心彩种分析

图表 81 中体经纪管理有限公司部分案例

图表 82 2011-2015年美国体育产业产值统计

图表 83 我国彩民对体育彩票外观感觉

图表 84 我国彩民购买体彩是否受外界影响

图表 85 我国彩民购买体彩是否与个人经济实力有关

略…….

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tiyu1511/A250432DRT.html>