

# 2024-2030年中国体育赛事 市场深度分析与未来发展趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2024-2030年中国体育赛事市场深度分析与未来发展趋势报告》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/202310/412725.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

体育赛事是随着社会生产力的发展而形成并发展起来的。在漫长的发展过程中，由于受社会、政治和经济发展的影响，体育赛事的内容、形式、功能以及赛事运作方式等方面都在不断地发生变化。

现代经济社会中，举办体育赛事已成为发展体育产业的重要形式与手段，体育赛事对举办城市地区的经济发展有着极其显著的推波助澜的作用。从经济层面出发来讲，体育赛事可以拉动城市地区的建筑、旅游、商业、金融、保险、信息技术、交通、通信等相关产业的发展，进而带动整个地区经济发展。在推动城市基础设施建设的同时，也提供了大量的就业岗位。体育产业的发展水平已经成为现代经济的一个重要特征，对于社会财富的创造，促进经济社会的快速发展具有十分重要意义和作用，其经济地位显著。

2020年，全国体育产业总规模（总产出）为27372亿元，增加值为10735亿元。与2019年相比，总产出下降7.2%，增加值下降4.6%。其中，体育竞赛表演活动增加值为103亿元，占体育产业的比重为1.0%；总产出达273亿元，占体育产业的比重为1.0%。2021年全国体育产业总规模（总产出）为31175亿元，增加值为12245亿元。与2020年相比，体育产业总产出增长13.9%，增加值增长14.1%。其中，体育竞赛表演活动总产出总量为343亿元，占体育产业的比重为1.1%；增加值总量为129亿元，占体育产业的比重为1.1%。

截至2021年12月，我国体育直播的用户规模为2.84亿，较2020年12月增长9381万，占网民整体的27.5%。随着全球各地体育赛事的陆续恢复，相关企业也重新展开对版权资源的竞争，重要体育赛事的直播版权交易频繁发生。东京奥运会、北京冬奥会、中超联赛、英超联赛、美洲杯等赛事的网络直播渠道均在2021年陆续确定。

2021年6月25日，体育总局等11部门联合印发《关于进一步加强体育赛事活动安全监管服务的意见》，进一步明确各部门职责，强化监管举措，统筹发展和安全，牢牢守住体育赛事活动安全风险的底线，切实维护人民群众的身体健康和生命安全，加快推进体育强国建设。2021年10月，国家体育总局发布了《“十四五”体育发展规划》，由15个部分组成，分三大板块，对“十四五”体育改革发展进行了全面部署，围绕体育强国建设，力求推动“十四五”体育重点领域实现高质量发展。2023年1月3日，国家体育总局官方网站发布了新修订的《体育赛事活动管理办法》，自2023年1月1日起施行。本次《办法》的修订是贯彻实施新修订的《中华人民共和国体育法》的重要举措，对持续深入推进体育赛事活动“放管服”改革、防范化解体育赛事活动安全风险隐患、完善体育赛事活动监管机制、加快推进体育强国建设具有重要意义。2023年1月4日，国家体育总局发布的《关于做好高危险性体育赛事活动管理工作的通知》指出，只要举办高危险性体育赛事活动，不论

是否以营利为目的，都应当依法依规向地方体育行政部门申请许可。

近年来，随着中国市场在国际体育产业中的地位愈加显著，早已入局的NBA、英超联赛等国际顶级商业联盟已经建立起了庞大的粉丝群体，版权价值水涨船高。此外，随着我国大众逐渐提高对健康生活的重视程度以及国家对“全民健身”的大力提倡，马拉松、乒羽赛事、棋牌等参与门槛较低、大众普及度较高的赛事已经在我国国内如火如荼的展开，32%左右的赛事公司将目光放在国内区域性职业赛事或大众参与度较高的业余赛事。整体来看，我国国家级赛事IP价值仍待释放。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国体育赛事市场深度分析与未来发展趋势报告》共十一章。首先介绍了体育赛事产业的相关概述及发展环境，接着分析了我国体育赛事产业发展、市场运作，然后对中国体育赛事版权市场进行了详实的分析，并具体解析了体育赛事产业市场营销特点。随后，报告对体育场馆、主流体育赛事以及重点企业经营状况进行了分析。最后重点解析了体育赛事产业的投资潜力，并对其未来发展前景进行了科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、国家体育总局、商务部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对体育赛事产业有个系统深入的了解、或者想投资体育赛事相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

## 第一章 中国体育赛事产业相关概述

### 1.1 体育赛事的概念

#### 1.1.1 体育赛事的起源与发展

#### 1.1.2 体育赛事的定义

### 1.2 体育赛事的分类与特征

#### 1.2.1 体育赛事的分类

#### 1.2.2 体育赛事特征分析

#### 1.2.3 体育赛事收入结构

## 第二章 2021-2023年中国体育赛事产业发展环境分析

### 2.1 经济环境

#### 2.1.1 全球经济发展形势

#### 2.1.2 国内宏观经济概况

#### 2.1.3 国内固定资产投资

- 2.1.4 国内宏观经济展望
- 2.2 政策环境
  - 2.2.1 政策与体育产业政策
  - 2.2.2 体育产业重点政策汇总
  - 2.2.3 体育赛事产业政策动态
  - 2.2.4 地方体育赛事产业政策
- 2.3 消费环境
  - 2.3.1 居民收入水平
  - 2.3.2 居民消费结构
  - 2.3.3 文化消费水平
  - 2.3.4 体育消费状况
- 2.4 社会环境
  - 2.4.1 人口结构状况
  - 2.4.2 体育与亚健康
  - 2.4.3 城镇化发展进程

### 第三章 2021-2023年中国体育赛事产业发展综述

- 3.1 体育赛事对社会发展效益的影响探析
  - 3.1.1 体育赛事活动概念界定
  - 3.1.2 对区域经济发展的影响
  - 3.1.3 对城市形象的影响作用
  - 3.1.4 体育赛事发展动力分析
- 3.2 2021-2023年中国体育赛事整体发展状况
  - 3.2.1 中外体育赛事组织形式
  - 3.2.2 体育赛事市场规模分析
  - 3.2.3 精英体育赛事发展现状
  - 3.2.4 规模体育赛事举办情况
  - 3.2.5 WA金银铜标赛事数量
  - 3.2.6 体育赛事典型案例分析
  - 3.2.7 企业布局体育赛事产业
- 3.3 中国体育赛事产业发展模式分析
  - 3.3.1 运营模式

- 3.3.2 经营模式
- 3.3.3 管理模式
- 3.4 中国体育赛事产业发展存在问题
  - 3.4.1 赛事的经营权问题
  - 3.4.2 赛事转播权问题
  - 3.4.3 体育竞赛业问题
  - 3.4.4 赛事市场化运作问题
- 3.5 中国体育赛事产业发展促进策略
  - 3.5.1 制度层面策略
  - 3.5.2 组织层面策略
  - 3.5.3 产业层面策略

#### 第四章 2021-2023年中国体育赛事市场运作分析

- 4.1 2021-2023年国内外重透露
  - 4.1.1 2020年重要体育赛事
  - 4.1.2 2021年体育赛事动态
  - 4.1.3 2022年重要体育赛事
- 4.2 中国大型体育赛事市场运作分析
  - 4.2.1 大型体育赛事市场运作状况
  - 4.2.2 赛事媒介传播相关利益主体
  - 4.2.3 大型体育赛事风险管理剖析
  - 4.2.4 赛事市场运营中存在的问题
  - 4.2.5 赛事市场化运营的对策分析
- 4.3 中国职业体育赛事运作分析
  - 4.3.1 赛事产品基本介绍
  - 4.3.2 赛事服务传递要求
  - 4.3.3 赛事服务制造要素
  - 4.3.4 赛事服务传递渠道
  - 4.3.5 赛事服务存在问题
  - 4.3.6 赛事服务创新对策
- 4.4 中国体育竞赛业SWOT分析
  - 4.4.1 行业发展优势 (Strengths)

- 4.4.2 行业发展劣势 (Weaknesses)
- 4.4.3 行业发展机遇 (Opportunities)
- 4.4.4 行业面临挑战 (Threats)
- 1.1 中国体育赛事风险管理与运作效益评估
- 4.4.5 体育赛事风险管理基本概述
- 4.4.6 体育赛事风险管理现状分析
- 4.4.7 体育赛事运作经济效益分析
- 4.4.8 体育赛事风险管理滞后成因
- 4.4.9 体育赛事风险管理提升策略

## 第五章 2021-2023年中国体育赛事版权市场发展分析

- 5.1 体育赛事版权的相关概念
  - 5.1.1 体育赛事版权的定义
  - 5.1.2 体育赛事版权的分类
  - 5.1.3 体育赛事版权的特点
- 5.2 2021-2023年中国体育赛事版权市场发展综述
  - 5.2.1 我国体育赛事版权市场历程
  - 5.2.2 中国体育赛事版权行业现状
  - 5.2.3 商业赛事与非商业赛事版权
  - 5.2.4 体育赛事版权资源区别配置
- 5.3 中国体育赛事版权市场盈利分析
  - 5.3.1 体育赛事版权市场盈利模式
  - 5.3.2 体育赛事版权盈利模式增长点
  - 5.3.3 体育赛事版权市场变现存在问题
  - 5.3.4 体育赛事版权盈利发展建议
- 5.4 2021-2023年中国体育赛事转播知识产权保护分析
  - 5.4.1 体育赛事转播画面的概念
  - 5.4.2 体育赛事转播产业发展现状
  - 5.4.3 国际体育赛事转播的保护模式
  - 5.4.4 我国体育赛事转播保护现状及困境
  - 5.4.5 我国体育赛事转播保护的思路
  - 5.4.6 我国体育赛事转播保护的建议

- 5.4.7 我国体育赛事转播发展的趋势
- 5.5 2021-2023年中国体育赛事版权市场热点事件
  - 5.5.1 2020年热点事件动态
  - 5.5.2 2021年热点事件动态
  - 5.5.3 2022年热点事件动态
- 5.6 国内外典型企业体育赛事版权市场发展分析
  - 5.6.1 万达体育
  - 5.6.2 腾讯体育
  - 5.6.3 阿里体育
  - 5.6.4 ESPN
- 5.7 中国体育赛事版权产业发展趋势
  - 5.7.1 内容趋势
  - 5.7.2 竞争趋势
  - 5.7.3 价值趋势

## 第六章 2021-2023年中国体育赛事市场营销分析及典型案例

- 6.1 体育赛事营销相关概述
  - 6.1.1 体育赛事营销的含义
  - 6.1.2 体育赛事营销的特征
  - 6.1.3 体育赛事营销的内容
  - 6.1.4 体育赛事营销的类别
  - 6.1.5 国外体育赛事营销特点
- 6.2 中国体育赛事营销分析
  - 6.2.1 埋伏营销分析
  - 6.2.2 微博营销分析
  - 6.2.3 营销推广思路
  - 6.2.4 门票定价策略
- 6.3 中国体育赛事营销的5P原则分析
  - 6.3.1 产品 ( Product )
  - 6.3.2 价格 ( Price )
  - 6.3.3 促销 ( Promoting )
  - 6.3.4 地点 ( Place )



- 6.3.5 人们 ( People )
- 6.4 中国体育赛事产品营销存在的问题
  - 6.4.1 专业化营销问题
  - 6.4.2 赛事质量问题
  - 6.4.3 国内联赛与球迷互动问题
- 6.5 中国体育赛事品牌营销改革思路
  - 6.5.1 转变营销观念
  - 6.5.2 提供优质服务
  - 6.5.3 提供全方位品牌支持
- 6.6 中国典型体育赛事营销推广案例分析
  - 6.6.1 北京奥运会营销推广案例
  - 6.6.2 21届意大利超级杯营销案例分析
  - 6.6.3 CBA职业联赛推广案例分析
  - 6.6.4 中国杯世界花样滑冰大奖赛推广案例

## 第七章 2021-2023年中国体育场馆运营现状分析

- 7.1 中国体育场馆政策分析
  - 7.1.1 政策发展及特点
  - 7.1.2 政策数量分析
  - 7.1.3 政策发展思考
- 7.2 中国体育场馆盈利模式分析
  - 7.2.1 体育场馆的经营管理现状
  - 7.2.2 各种经营模式下的盈利模式
  - 7.2.3 体育场馆的盈利需理清各种关系
  - 7.2.4 改进体育场馆盈利模式的建议
- 7.3 中国大型体育场馆运营分析
  - 7.3.1 对城市的影响
  - 7.3.2 融资模式
  - 7.3.3 存在问题
  - 7.3.4 经营困境
  - 7.3.5 建设思路
  - 7.3.6 管理策略

- 7.3.7 运营案例
- 7.4 中国公共体育场馆运营管理状况
  - 7.4.1 运营管理模式
  - 7.4.2 管理体制变革
  - 7.4.3 经营内容介绍
  - 7.4.4 运营绩效评价
  - 7.4.5 主要问题分析
- 7.5 中国体育场馆赛后利用分析
  - 7.5.1 体育场馆资源利用状况
  - 7.5.2 场馆赛后利用的制约因素
  - 7.5.3 体育场馆运营管理分析
- 7.6 中国体育场馆运营存在的问题及策略分析
  - 7.6.1 体育场馆经营问题成因
  - 7.6.2 体育场馆管理经验借鉴
  - 7.6.3 重点盘活体育场馆资源
  - 7.6.4 体育场馆经营策略分析
- 7.7 地方体育场馆经营改革的举措
  - 7.7.1 进行合理的规划建设
  - 7.7.2 改变单一的投资结构
  - 7.7.3 采取专业化管理模式

## 第八章 2021-2023年中国主流体育赛事市场发展分析

- 8.1 中国足球超级联赛
  - 8.1.1 赛事管理体制
  - 8.1.2 赛事经营模式
  - 8.1.3 赛事经营效益
- 8.2 中国乒乓球俱乐部超级联赛
  - 8.2.1 赛事管理体制
  - 8.2.2 赛事经营模式
  - 8.2.3 赛事经营效益
- 8.3 中国全国运动会
  - 8.3.1 赛事管理体制

8.3.2 赛事经营模式

8.3.3 赛事经营效益

## 第九章 2020-2023年中国体育赛事产业重点企业经营状况分析

9.1 智美体育

9.1.1 企业发展概况

9.1.2 2021年企业经营状况分析

9.1.3 2022年企业经营状况分析

9.1.4 2023年企业经营状况分析

9.2 万达体育

9.2.1 企业发展概况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/412725.html>