

v2020-2026年中国体育市场深度分析与产业竞争格局报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《v2020-2026年中国体育市场深度分析与产业竞争格局报告》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/202005/163941.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

2016年我国体育产业总产出达到1.9万亿元，同比增长11.1%，保持平稳增长。增速相比于2015年有所放缓，主要是因为2015年由于“46号文”推出不久，行业内存在一定的非理性投入和增长。如果能维持目前的行业增速，到2025年基本可以实现5万亿元规模的指标。从增长值来看，2016年体育产业实现0.65亿元，同比增长17.8%。

从体育产业内部结构来看，体育用品及相关产品制作业的总产出占全部产业的60%以上，但体育服务业增速较快，总产出占比由2015年的33.4%增长到35.9%。体育服务业中又以体育健身休闲活动增长较快，总产出和增加值名义增速均超过30%，反映了群众体育的蓬勃发展。

2016年国家体育产业总产出及增加量

总量：亿元	结构%	体育产业类别名称	总产出	增加值				
19011.3	6474.8	100	100					
143.8	1.5	2.2	体育管理活动	287.1				
176.8	65.5	0.9	1	体育健身休闲活动	368.6	172.9	1.9	
1072.1	567.6	5.6	8.8	体育场馆服务	1072.1	567.6	5.6	8.8
63.2	17.8	0.3	0.3	体育中介服务	63.2	17.8	0.3	0.3
296.2	230.6	1.6	3.6	体育培训与教育	296.2	230.6	1.6	3.6
110.4	44.1	0.6	0.7	体育传媒与信息服务	110.4	44.1	0.6	0.7
433	179.7	2.3	2.8	其他与体育相关服务	433	179.7	2.3	2.8
11962.1	2863.9	62.9	44.2	体育用品及相关产品制造	11962.1	2863.9	62.9	44.2
4019.6	2138.7	21.1	33	体育用品及相关产品销售、贸易代理与出租	4019.6	2138.7	21.1	33
222.1	50.3	1.2	0.8	体育场地设施建设	222.1	50.3	1.2	0.8

中企顾问网发布的《2020-2026年中国体育市场深度分析与产业竞争格局报告》共十三章。首先介绍了中国体育行业市场发展环境、体育整体运行态势等，接着分析了中国体育行业市场运行的现状，然后介绍了体育市场竞争格局。随后，报告对体育做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国体育行业发展趋势与投资预测。您若想对体育产业有个系统的了解或者想投资中国体育行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一部分 产业环境透视

第一章 体育产业发展综述

第一节 体育产业的定义及分类

一、体育产业的定义

二、体育产业的分类

第二节 体育产业链分析

第三节 体育产业发展阶段

一、体制阶段

二、起步阶段

三、探索阶段

四、高速发展阶段

第四节 发展体育产业的重要意义

第二章 体育产业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 体育产业政治法律环境（P）

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、体育产业标准

四、行业相关发展规划

1、体育产业国家发展规划

2、体育产业地方发展规划

五、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

一、体育产业社会环境

1、人口环境分析

2、教育环境分析

3、文化环境分析

4、中国城镇化率

二、社会环境对行业的影响

三、体育产业发展对社会发展的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

一、体育产业技术分析

- 1、技术水平总体发展情况
- 2、我国体育产业新技术研究
- 二、体育产业技术发展水平
- 1、我国体育产业技术水平所处阶段
- 2、与国外体育产业的技术差距
- 三、2019年体育产业技术发展分析
- 四、行业主要技术发展趋势
- 五、技术环境对行业的影响

第二部分行业深度分析

第三章我国体育产业运行现状分析

第一节 我国体育产业发展状况分析

- 一、我国体育产业发展阶段
- 二、我国体育产业发展总体概况
- 三、我国体育产业发展特点分析
- 四、我国体育产业商业模式分析

第二节 2015-2019年体育产业发展现状

一、2015-2019年我国体育产业市场规模2016年，中国体育市场规模约为1.5万亿，其中观赏性体育近3,000亿元，参与性体育约1.2万亿元。我国体育产业结构与海外对比结构有较大区别，参与性体育（体育用品等）占比80%，观赏性体育（体育服务业等）占比不足20%。而在美国观赏性服务业占比达到近60%。体育产业结构

- 二、2015-2019年我国体育产业发展分析
- 三、2015-2019年中国体育产业企业发展分析

第三节 2015-2019年体育产业市场情况分析

- 一、2015-2019年中国体育产业市场总体概况
- 二、2015-2019年中国体育产业产品市场发展分析

第四节 我国体育产业市场价格走势分析

- 一、体育产业市场定价机制组成
- 二、体育产业市场价格影响因素

第四章2020-2026年我国体育产业市场供需形势分析

第一节 体育产业设备及用品生产分析

- 一、产品及原材料进口、自有比例
- 二、国内产品及原材料生产基地分布
- 三、产品及原材料产业集群发展分析
- 四、原材料产能情况分析

第二节 我国体育产业市场供需分析

- 一、我国体育产业供给情况
- 二、我国体育产业需求情况
- 三、我国体育产业供需平衡分析

第三节 体育产业产品市场应用及需求预测

- 一、体育产业产品应用市场总体需求分析
- 二、2020-2026年体育产业领域需求量预测
- 三、重点行业体育产业产品（服务）需求分析预测

第三部分 市场全景调研

第五章 中国体育产业细分市场发展分析

第一节 体育竞赛业发展分析

- 一、体育竞赛业概况
 - 1、体育竞赛业地位
 - 2、体育竞赛业分类
 - 3、体育竞赛业发展状况
- 二、职业体育俱乐部竞赛业发展分析
 - 1、职业体育赛事概况
 - 2、职业体育俱乐部赛事发展分析
- 三、其他组织模式的体育竞赛业发展分析
 - 1、非俱乐部职业赛事发展分析
 - 2、非职业俱乐部赛事发展分析
 - 3、非职业非俱乐部体育赛事发展分析

第二节 体育健身业发展分析

- 一、体育健身业概况
 - 1、体育健身业特点、服务形式及市场划分
 - 2、体育健身业发展环境
 - 3、体育健身业发展现状

4、体育健身业发展趋势

二、俱乐部经营模式分析

1、健身俱乐部发展现状及经营特点

2、健身俱乐部经营模式

3、健身俱乐部存在的主要问题与建议

三、非俱乐部经营模式分析

1、非俱乐部健身业发展现状及经营特点

2、非俱乐部健身业经营模式

3、非俱乐部健身业市场经营成本与收益

4、非俱乐部健身业存在的主要问题与建议

第三节 体育用品业发展分析

一、2015-2019年体育用品业发展状况分析

1、中国体育用品业发展状况分析

2、2015-2019年体育用品业经济指标分析

3、2015-2019年体育用品业供需平衡分析

4、2015-2019年体育用品业进出口市场分析

二、2015-2019年体育用品业发展状况分析

1、2015-2019年行业产业规模分析

2、2015-2019年行业资本/劳动密集度分析

3、2015-2019年行业产销分析

4、2015-2019年行业成本费用结构分析

5、2015-2019年行业盈亏分析

三、体育用品业竞争状况分析

1、国际体育用品业竞争状况分析

2、跨国公司在华市场投资布局

3、行业国内市场竞争状况分析

四、体育用品业发展趋势及前景预测

1、中国体育用品行业发展趋势

2、中国体育用品行业前景预测

第四节 体育场馆运营业发展分析

一、体育场馆概况

1、新时代的体育场馆

2、体育场馆业整体发展概况

二、体育场馆运营与效益分析

1、体育场馆的公益性服务

2、体育场馆的营利性开发

3、体育场馆效益透视

4、体育场馆业存在的主要问题与对策

三、体育场馆运营未来发展趋势及应对策略

第五节 体育中介业发展分析

一、中国体育中介业概况

1、体育中介的内涵及分类

2、体育中介业发展现状

3、体育中介业经营方式

4、体育中介业经营效益

二、国外体育中介业的发展现状与趋势

1、国外体育中介业需求分析

2、国外体育中介市场的运作方式

3、国外体育中介业发展趋势

4、国内外体育中介业比较分析

三、中国体育中介业存在的主要问题与对策措施

1、存在的主要问题

2、对策措施

第六节 体育传媒业发展分析

一、体育传媒业发展背景和发展概况

1、体育传媒业发展背景

2、体育传媒业总体发展概况

二、体育传媒业竞争状况分析

1、体育传媒业发展动因

2、体育传媒业竞争策略分析

三、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

四、体育传媒业发展趋势

第七节 体育彩票业发展分析

- 一、中国体育彩票的管理机制
- 二、中国体育彩票的发展历程及现状
- 三、中国体育彩票市场销量分析
- 四、中国体育彩票的种类
- 五、中国体育彩票市场发展趋势分析

第六章 体育用品营销分析

第一节 体育用品零售格局

- 一、单一品牌连锁店
- 二、专业连锁店
- 三、店中店
- 四、百货/超级市场/厂前店/灰色市场

第二节 体育用品消费现状

- 一、大众体育消费意识和能力提高
- 二、中国已成为世界体育用品重要消费市场
- 三、女性渐成体育用品消费主力军

第三节 体育用品营销发展概况

- 一、体育用品网络直销优劣势分析
- 二、我国体育用品体育营销发展分析
- 三、体育用品营销娱乐化新动向分析
- 四、体育用品农村消费市场营销分析

第四节 健身器材市场营销分析

- 一、中国健身器材行业四种营销模式解析
- 二、我国健身器材营销渠道的模式
- 三、国内健身器材营销渠道发展面临的难题
- 四、我国健身器材市场营销策略剖析

第五节 其他体育用品市场营销状况

- 一、中国户外用品销售渠道现状分析
- 二、户外用品网络营销状况分析
- 三、中国户外运动服装的营销渠道分析

第六节 地区体育用品营销动态

一、晋江体育用品企业营销的主要方式

二、晋江体育用品行业营销动态

三、江都市体育用品企业营销出新招

四、泉州体育用品品牌打响营销战

第七节 体育用品营销误区及策略分析

一、我国体育用品企业营销存在的不足

二、体育用品企业在体验营销认知上存在的问题

三、中国体育用品营销突围之路

四、体育用品营销需要创新

五、体育用品定位营销策略探析

六、体育用品企业网络广告投放策略探析

第四部分 竞争格局分析

第七章 2020-2026年体育产业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、体育产业竞争结构分析

二、体育产业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

三、体育产业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

4、各子行业集中度

5、集中度变化趋势

四、体育产业SWOT分析

第二节 中国体育产业竞争格局综述

一、体育产业竞争概况

1、中国体育产业品牌竞争格局

2、体育产业未来竞争格局和特点

3、体育产业市场进入及竞争对手分析

二、中国体育产业竞争力分析

- 1、我国体育产业竞争力剖析
 - 2、我国体育产业企业市场竞争的优势
 - 3、民企与外企比较分析
 - 4、国内体育产业企业竞争能力提升途径
- ## 三、中国体育产业产品（服务）竞争力优势分析

- 1、整体产品竞争力评价
- 2、产品竞争力评价结果分析
- 3、竞争优势评价及构建建议

四、体育产业主要企业竞争力分析

第三节 2015-2019年体育产业竞争格局分析

- 一、2015-2019年国内外体育产业竞争分析
- 二、2015-2019年我国体育产业市场竞争分析
- 三、2015-2019年我国体育产业市场集中度分析
- 四、2015-2019年国内主要体育产业企业动向
- 五、2015-2019年国内体育产业企业拟在建项目分析

第四节 体育产业并购重组分析

- 一、跨国公司在华投资兼并与重组分析
- 二、本土企业投资兼并与重组分析
- 三、行业投资兼并与重组趋势分析

第五节 体育产业市场竞争策略分析

第八章 2020-2026年体育产业领先企业经营形势分析

第一节 体育用品行业企业分析

- 1、企业发展简况分析
- 2、主要经济指标分析
- 3、企业盈利能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业偿债能力分析
- 6、企业发展能力分析

二、安踏体育用品集团有限公司

- 1、企业发展简况分析

- 2、主要经济指标分析
- 3、企业盈利能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业偿债能力分析
- 6、企业发展能力分析

三、三六一度（中国）有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、主要经济指标分析
- 3、企业盈利能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业偿债能力分析
- 6、企业发展能力分析

四、特步（中国）有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、主要经济指标分析
- 3、企业盈利能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业偿债能力分析
- 6、企业发展能力分析

五、厦门匹克体育用品有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、主要经济指标分析
- 3、企业盈利能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业偿债能力分析
- 6、企业发展能力分析

六、福建鸿星尔克体育用品有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、主要经济指标分析
- 3、企业盈利能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业偿债能力分析

6、企业发展能力分析

七、泰山体育产业集团有限公司

1、企业发展简况分析

2、主要经济指标分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业偿债能力分析

6、企业发展能力分析

八、上海红双喜股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、主要经济指标分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业偿债能力分析

6、企业发展能力分析

九、广州双鱼体育用品集团有限公司

1、企业发展简况分析

2、主要经济指标分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业偿债能力分析

6、企业发展能力分析

十、上海卡帕体育用品有限公司

1、企业发展简况分析

2、主要经济指标分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业偿债能力分析

6、企业发展能力分析

第二节 体育场馆企业分析

一、济南奥林匹克体育中心

1、企业发展简况分析

- 2、主要经济指标分析
- 3、企业盈利能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业偿债能力分析
- 6、企业发展能力分析

二、首都体育馆

- 1、企业发展简况分析
- 2、主要经济指标分析
- 3、企业盈利能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业偿债能力分析
- 6、企业发展能力分析

三、上海挪科体育场馆管理有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、主要经济指标分析
- 3、企业盈利能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业偿债能力分析
- 6、企业发展能力分析

四、中山市体育场馆管理中心

- 1、企业发展简况分析
- 2、主要经济指标分析
- 3、企业盈利能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业偿债能力分析
- 6、企业发展能力分析

五、上海体育场

- 1、企业发展简况分析
- 2、主要经济指标分析
- 3、企业盈利能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业偿债能力分析

6、企业发展能力分析

六、国家体育场（鸟巢）

1、企业发展简况分析

2、主要经济指标分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业偿债能力分析

6、企业发展能力分析

七、天河体育中心

1、企业发展简况分析

2、主要经济指标分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业偿债能力分析

6、企业发展能力分析

第三节 俱乐部及健身会所企业分析

一、深圳九木高尔夫球友俱乐部

1、企业发展简况分析

2、主要经济指标分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业偿债能力分析

6、企业发展能力分析

9、企业最新发展动向分析

二、黑骏马健身产业集团公司

1、企业发展简况分析

2、主要经济指标分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业偿债能力分析

6、企业发展能力分析

7、企业品牌分析

8、企业经营优劣势分析

9、企业最新发展动向分析

三、威康健身管理咨询（上海）有限公司

1、企业发展简况分析

2、主要经济指标分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业偿债能力分析

6、企业发展能力分析

7、企业业务种类分析

8、企业经营优劣势分析

9、企业最新发展动向分析

四、济南金芙蓉健身俱乐部有限公司

1、企业发展简况分析

2、主要经济指标分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业偿债能力分析

6、企业发展能力分析

五、上海美格菲健身中心有限公司

1、企业发展简况分析

2、主要经济指标分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业偿债能力分析

6、企业发展能力分析

六、一兆韦德健身管理有限公司

1、企业发展简况分析

2、主要经济指标分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业偿债能力分析

6、企业发展能力分析

第四节 其他体育企业运营分析

一、广州珠江体育文化发展股份有限公司

1、企业发展简况分析

2、主要经济指标分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业偿债能力分析

6、企业发展能力分析

二、北京华体联合国际体育顾问有限公司

1、企业发展简况分析

2、主要经济指标分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业偿债能力分析

6、企业发展能力分析

三、捷思通（北京）体育文化发展中心

1、企业发展简况分析

2、主要经济指标分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业偿债能力分析

6、企业发展能力分析

四、丽水市大众体育文化服务中心

1、企业发展简况分析

2、主要经济指标分析

3、企业盈利能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业偿债能力分析

6、企业发展能力分析

五、深圳市华侨城体育文化中心有限公司

1、企业发展简况分析

- 2、主要经济指标分析
- 3、企业盈利能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业偿债能力分析
- 6、企业发展能力分析

六、上海东亚体育文化中心有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、主要经济指标分析
- 3、企业盈利能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业偿债能力分析
- 6、企业发展能力分析

七、中体产业集团股份有限公司

- 1、企业发展简况分析
- 2、主要经济指标分析
- 3、企业盈利能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业偿债能力分析
- 6、企业发展能力分析

第五部分发展前景展望

第九章2020-2026年体育用品行业前景预测

第一节 体育产业前景趋势展望

- 一、未来我国体育产业发展的机遇
- 二、中国体育产业发展空间巨大
- 三、未来我国体育产业发展的目标及任务
- 四、未来中国体育产业政策的选择分析

第二节 体育用品发展前景分析

- 一、全球体育用品行业的发展趋势分析
- 二、我国体育用品行业孕育大好商机
- 三、未来我国体育用品市场的主要驱动力
- 四、中国体育用品行业将步入崭新阶段

五、体育用品业未来发展方向

第三节 2020-2026年体育用品制造业发展预测分析

一、2020-2026年体育用品制造业收入预测

二、2020-2026年体育用品制造业产值预测

三、2020-2026年体育用品制造业利润预测

第四节 体育健身器材行业的趋势

一、中国健身器材市场前景预测

二、健身器材的发展走向

三、健身器材的未来发展趋势

四、网络健身将给健身器材行业带来新商机

第五节 运动服装行业的发展前景分析

一、运动服装业未来发展态势分析

二、运动服装市场发展趋势分析

第十章 2020-2026中国体育产业投融资分析

第一节 体育产业投融资体制的历史与现状

一、中国体育产业投融资的历史沿革

二、中国体育产业投融资的现状和存在问题

1、体育产业资本市场投融资的现状

2、体育产业投融资存在的问题

第二节 体育产业投融资模式的国际经验

一、发达国家体育产业投融资模式

二、国外体育产业投融资的实践运用

1、银团贷款

2、资产证券化融资

3、商业信用融资

4、球员抵押贷款

第三节 中国体育产业投融资体系构建策略分析

一、中国体育产业财政投融资体系完善策略

1、政策性金融的概念以及在中国的适用性

2、中国体育产业财政投融资体制存在的不足

3、完善体育产业财政投融资出资人制度

- 4、通过立法规范体育产业财政投融资定位
- 5、建立包括财政投融资的体育产业财政预算
- 6、建立投资资本与信贷决策互为制衡的决策机制
- 7、大力发展体育产业财政信用
- 8、加快制定财政支持体育产业发展的投融资政策

二、中国体育产业投融资资本市场完善策略

- 1、中国体育产业资本市场投融资存在问题
- 2、发展中国体育产业股权融资市场
- 3、发展中国体育产业债券融资市场的对策

三、中国体育产业风险投资市场完善策略

- 1、体育投资项目通过风险投资进行融资的作用
- 2、体育产业风险投资的内涵及特征
- 3、中国体育产业风险投资现状与存在的问题
- 4、中国体育产业风险投资运作的循环模型
- 5、发展体育产业风险投资的政策措施

四、体育产业资本运营渠道拓宽策略

- 1、体育产业资产证券化理论
- 2、体育产业资产证券化的适用条件与运作程序
- 3、体育产业资产证券化对体育产业发展的作用
- 4、发展体育产业资产证券化的措施和政策建议
- 5、体育场馆设施的建设引入BOT投资方式

五、中国体育产业投资基金运行策略

- 1、发展中国体育产业投资基金的意义
- 2、体育产业投资基金的运作模式
- 3、体育产业投资基金的募集方式
- 4、体育产业投资基金的资金来源
- 5、政府对体育产业投资基金的支持
- 6、体育产业投资基金的投资对象

第六部分发展战略研究

第十一章2020-2026年体育产业面临的困境及对策

第一节 2019年体育产业面临的困境

第二节 体育产业企业面临的困境及对策

- 一、重点体育产业企业面临的困境及对策
- 二、中小体育产业企业发展困境及策略分析
- 三、国内体育产业企业的出路分析

第三节 中国体育产业存在的问题及对策

- 一、中国体育产业存在的问题
- 二、体育产业发展的建议对策
 - 1、把握国家投资的契机
 - 2、竞争性战略联盟的实施
 - 3、企业自身应对策略
- 三、市场的重点客户战略实施

第四节 中国体育产业市场发展面临的挑战与对策

第十二章 体育产业发展战略研究

第一节 体育产业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国体育产业品牌的战略思考

- 一、体育产业品牌的重要性
- 二、体育产业实施品牌战略的意义
- 三、体育产业企业品牌的现状分析
- 四、我国体育产业企业的品牌战略
- 五、体育产业品牌战略管理的策略

第三节 体育产业经营策略分析

- 一、体育产业市场细分策略
- 二、体育产业市场创新策略
- 三、品牌定位与品类规划

四、体育产业新产品差异化战略

第四节 体育产业投资战略研究

一、2019年体育产业投资战略

二、2020-2026年体育产业投资战略

三、2020-2026年细分行业投资战略

第十三章 研究结论及发展建议

第一节 体育产业研究结论及建议

第二节 体育产业子行业研究结论及建议

第三节 体育产业发展建议

一、行业发展策略建议

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

四、行业投资领域建议

图表目录：

图表：体育产业生命周期

图表：体育产业链结构

图表：2019年体育产业企业排名

图表：2015-2019年全球体育产业市场规模

图表：2015-2019年中国体育产业市场规模

图表：2015-2019年体育产业重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国体育产业市场占全球份额比较

图表：2015-2019年体育产业工业总产值

图表：2015-2019年体育产业销售收入

图表：2019年销售收入居前的10个地区比重图

图表：2015-2019年体育用品行业销售产值及增长率

图表：2015-2019年体育用品行业销售收入及增长率

图表：2015-2019年销售产值居前的10个地区统计表

图表：2015-2019年体育用品行业产品月度出口情况

图表：2015-2019年中国体育用品行业月度进口情况

图表：2015-2019年体育用品行业产业整体规模分析

图表：2015-2019年体育用品行业产业细分规模分析
图表：2015-2019年体育用品行业劳动密集度分析
图表：2015-2019年体育用品行业资本密集度分析
图表：2015-2019年体育用品行业产量分析
图表：2015-2019年体育用品行业销量分析
图表：2015-2019年体育用品行业成本分析
图表：2015-2019年体育用品行业成本费用结构情况
图表：2015-2019年体育用品行业费用分析
图表：2015-2019年体育用品行业盈亏分析
图表：2015-2019年体育用品行业广告费用分析
图表：2015-2019年体育产业利润总额
图表：2015-2019年体育产业资产总计
图表：2015-2019年体育产业负债总计
图表：2015-2019年体育产业竞争力分析
图表：2020-2026年体育产业市场价格走势预测
图表：2020-2026年体育产业主营业务收入预测
图表：2020-2026年体育产业主营业务成本预测
图表：2020-2026年体育产业销售费用预测
图表：2020-2026年体育产业管理费用预测
图表：2020-2026年体育产业财务费用预测
图表：2020-2026年体育产业销售毛利率预测
图表：2020-2026年体育产业销售利润率预测
图表：2020-2026年体育产业成本费用利润率预测
图表：2020-2026年体育产业总资产利润率预测
图表：2020-2026年体育产业产能预测
图表：2020-2026年体育产业产量预测

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/163941.html>