

# 2020-2026年中国体育产业 发展现状与行业竞争对手分析报告

## 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

《2020-2026年中国体育产业发展现状与行业竞争对手分析报告》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/202005/163942.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。



## 第1章：中国体育产业发展综述 17

### 1.1 体育产业概述 17

#### 1.1.1 体育产业的定义及分类 17

(1) 体育产业的定义 17

(2) 体育产业的分类 18

#### 1.1.2 体育产业链分析 19

#### 1.1.3 体育产业发展阶段 19

(1) 体制阶段 20

(2) 起步阶段 20

(3) 探索阶段 21

#### 1.1.4 发展体育产业的重要意义 21

### 1.2 体育产业发展环境分析 22

#### 1.2.1 体育产业政策环境分析 22

#### 1.2.2 体育产业经济环境分析 26

#### 1.2.3 体育产业消费环境分析 28

#### 1.2.4 体育产业社会环境分析 29

## 第2章：体育产业总体发展状况分析 32

### 2.1 国际体育产业发展状况分析 32

#### 2.1.1 国际体育产业发展概述 32

#### 2.1.2 美国体育产业发展分析 34

#### 2.1.3 日本体育产业发展分析 35

#### 2.1.4 俄罗斯体育产业发展分析 36

#### 2.1.5 韩国体育产业发展分析 36

#### 2.1.6 欧盟体育产业发展分析 36

### 2.2 中国体育产业发展状况 37

#### 2.2.1 中国体育及相关产业统计情况 37

(1) 调查情况说明 37

(2) 中国体育及相关产业主要指标分析 37

(3) 中国体育及相关产业各领域发展情况 38

#### 2.2.2 中国体育产业运营状况分析 40

### 2.3 中国体育产业发展前景分析 40

2.3.1 中国体育产业总体发展态势 40

2.3.2 中国体育产业发展前景 42

### 第3章：中国体育产业细分市场发展分析 57

#### 3.1 体育竞赛业发展分析 57

##### 3.1.1 体育竞赛业概况 57

(1) 体育竞赛业地位 57

(2) 体育竞赛业分类 57

(3) 体育竞赛业发展状况 57

##### 3.1.2 职业体育俱乐部竞赛业发展分析 58

(1) 职业体育赛事概况 58 2015年-2020年体育赛事运营市场规模预测(单位：亿元)

(2) 职业体育俱乐部赛事发展分析 58

##### 3.1.3 其他组织模式的体育竞赛业发展分析 71

(1) 非俱乐部职业赛事发展分析 71

(2) 非职业俱乐部赛事发展分析 78

(3) 非职业非俱乐部体育赛事发展分析 84

#### 3.2 体育健身业发展分析 96

##### 3.2.1 体育健身业概况 96

(1) 体育健身业特点、服务形式及市场划分 96

(2) 体育健身业发展环境 98

(3) 体育健身业发展现状 100

(4) 体育健身业发展趋势 102

##### 3.2.2 俱乐部经营模式分析 104

(1) 健身俱乐部发展现状及经营特点 104

(2) 健身俱乐部经营模式 106

(3) 健身俱乐部存在的主要问题与建议 110

##### 3.2.3 非俱乐部经营模式分析 113

(1) 非俱乐部健身业发展现状及经营特点 113

(2) 非俱乐部健身业经营模式 115

(3) 非俱乐部健身业市场经营成本与收益 121

(4) 非俱乐部健身业存在的主要问题与建议 123

#### 3.3 体育用品业发展分析 126

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| 3.3.1 2016-2019年体育用品业发展状况分析  | 126 |
| (1) 中国体育用品业发展状况分析            | 126 |
| 1) 中国体育用品行业发展总体概况            | 126 |
| 2) 中国体育用品行业发展的主要特点           | 128 |
| 3) 2016-2019年体育用品行业经营情况分析    | 129 |
| (2) 2016-2019年体育用品业经济指标分析    | 131 |
| 1) 体育用品行业主要经济效益影响因素          | 132 |
| 2) 2016-2019年体育用品行业经济指标分析    | 133 |
| 3) 2016-2019年不同规模企业经济指标分析    | 134 |
| 4) 2016-2019年不同性质企业经济指标分析    | 139 |
| 5) 2016-2019年不同地区企业经济指标分析    | 148 |
| (3) 2016-2019年体育用品业供需平衡分析    | 160 |
| 1) 2016-2019年全国体育用品行业供给情况分析  | 160 |
| 2) 2016-2019年各地区体育用品行业供给情况分析 | 161 |
| 3) 2016-2019年全国体育用品行业需求情况分析  | 163 |
| 4) 2016-2019年各地区体育用品行业需求情况分析 | 164 |
| 5) 2016-2019年全国体育用品行业产销率分析   | 166 |
| (4) 2016-2019年体育用品业进出口市场分析   | 167 |
| 1) 2016-2019年体育用品行业出口情况      | 167 |
| 2) 2016-2019年体育用品行业进口情况分析    | 170 |
| 3.3.2 2019年体育用品业发展状况分析       | 173 |
| (1) 2019年行业产业规模分析            | 173 |
| (2) 2019年行业资本/劳动密集度分析        | 175 |
| (3) 2019年行业产销分析              | 177 |
| (4) 2019年行业成本费用结构分析          | 179 |
| (5) 2019年行业盈亏分析              | 181 |
| 3.3.3 体育用品业竞争状况分析            | 183 |
| (1) 国际体育用品业竞争状况分析            | 183 |
| 1) 国际体育用品行业发展概况              | 183 |
| 2) 国际体育用品行业竞争格局              | 190 |
| 3) 国际体育用品市场发展趋势              | 190 |
| (2) 跨国公司在华市场投资布局             | 192 |

- 1) 美国耐克 ( NIKE ) 公司 192
- 2) 德国阿迪达斯 ( ADIDAS ) 公司 193
- 3) 英国锐步 ( REEBOK ) 公司 194
- 4) 德国彪马 ( PUMA ) 集团 194
- 5) 意大利卡帕 ( KAPPA ) 公司 195
- 6) 日本美津浓 ( MIZUNO ) 株式会社 195
- 7) 美国哥伦比亚 ( Columbia ) 公司 196
- 8) 美国爱康 ( ICON ) 公司 196
- 9) 德国Jack Wolfskin公司 197
- ( 3 ) 行业国内市场竞争状况分析 197
- 3.3.4 体育用品业发展趋势及前景预测 207
- ( 1 ) 中国体育用品行业发展趋势 207
- ( 2 ) 中国体育用品行业前景预测 208
- 3.4 体育场馆运营发展分析 209
- 3.4.1 体育场馆概况 209
- ( 1 ) 新时代的体育场馆 209
- ( 2 ) 体育场馆业整体发展概况 210
- 3.4.2 体育场馆运营与效益分析 215
- ( 1 ) 体育场馆的公益性服务 215
- ( 2 ) 体育场馆的营利性开发 218
- ( 3 ) 体育场馆效益透视 220
- ( 4 ) 体育场馆业存在的主要问题与对策 223
- 3.4.3 体育场馆运营未来发展趋势及应对策略 227
- 3.5 体育中介业发展分析 231
- 3.5.1 中国体育中介业概况 231
- ( 1 ) 体育中介的内涵及分类 231
- ( 2 ) 体育中介业发展现状 231
- ( 3 ) 体育中介业经营方式 236
- ( 4 ) 体育中介业经营效益 241
- 3.5.2 国外体育中介业的发展现状与趋势 242
- ( 1 ) 国外体育中介业需求分析 243
- ( 2 ) 国外体育中介市场的运作方式 244

|                           |     |
|---------------------------|-----|
| (3) 国外体育中介业发展趋势           | 246 |
| (4) 国内外体育中介业比较分析          | 248 |
| 3.5.3 中国体育中介业存在的主要问题与对策措施 | 251 |
| (1) 存在的主要问题               | 251 |
| (2) 对策措施                  | 253 |
| 3.6 体育传媒业发展分析             | 254 |
| 3.6.1 体育传媒业发展背景和发展概况      | 254 |
| (1) 体育传媒业发展背景             | 255 |
| (2) 体育传媒业总体发展概况           | 258 |
| 3.6.2 体育传媒业竞争状况分析         | 261 |
| (1) 2013-2019年体育传媒业发展动因   | 261 |
| (2) 体育传媒业竞争策略分析           | 262 |
| 3.6.3 体育媒体运营个案分析          | 272 |
| (1) CCTV-5个案分析            | 272 |
| (2) 新浪网体育频道个案分析           | 277 |
| 3.6.4 体育传媒业发展趋势           | 286 |
| 3.7 体育彩票业发展分析             | 287 |
| 3.7.1 体育彩票现状分析            | 287 |
| 3.7.2 体育彩票公益金的运作模式        | 288 |
| 3.7.3 体育彩票公益金的使用分析        | 288 |
| 3.7.4 体育彩票的社会福利效益分析       | 289 |

#### 第4章：中国重点省市体育产业发展分析 291

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 4.1 天津市体育产业发展分析     | 291 |
| 4.1.1 天津市体育产业发展环境分析 | 291 |
| (1) 经济发展            | 291 |
| (2) 体育产业发展政策        | 291 |
| (3) 体育设施建设情况        | 292 |
| (4) 居民收入            | 292 |
| (5) 居民教育文化娱乐服务支出    | 292 |
| 4.1.2 天津市体育产业发展状况   | 292 |
| 4.1.3 天津市团泊体育新城建设情况 | 293 |

|                                        |     |
|----------------------------------------|-----|
| (1) 团泊体育新城地理位置                         | 293 |
| (2) 团泊体育新城建设规模                         | 294 |
| (3) 团泊体育新城三大开发主题区域                     | 294 |
| (4) 团泊体育新城“四个引爆点”                      | 294 |
| (5) 团泊体育新城建设意义                         | 295 |
| 4.1.4 天津市体育产业发展规划                      | 297 |
| 4.2 广州市体育产业发展分析                        | 297 |
| 4.2.1 广州市体育产业发展环境分析                    | 297 |
| (1) 经济发展                               | 297 |
| (2) 体育产业发展政策                           | 297 |
| (3) 体育设施建设情况                           | 298 |
| (4) 居民收入                               | 298 |
| (5) 居民教育文化娱乐服务支出                       | 298 |
| 4.2.2 广州市体育产业发展状况                      | 299 |
| 4.2.3 《中共广州市委、广州市人民政府关于进一步加快体育产业发展的意见》 | 299 |
| (1) 基本框架和主要内容                          | 299 |
| (2) 体育产业发展目标                           | 300 |
| (3) 评选体育骨干企业                           | 300 |
| (4) 规划建设体育产业功能区                        | 301 |
| (5) 设立体育产业发展专项资金                       | 301 |
| (6) 落实税收优惠政策                           | 302 |
| (7) 扶持体育服务业发展                          | 302 |
| 4.3 海口市体育产业发展分析                        | 303 |
| 4.3.1 海口市体育产业发展环境分析                    | 303 |
| (1) 经济发展                               | 303 |
| (2) 体育产业发展政策                           | 303 |
| (3) 体育设施建设情况                           | 304 |
| (4) 居民收入                               | 304 |
| (5) 居民教育文化娱乐服务支出                       | 304 |
| 4.3.2 海口市体育产业发展状况                      | 304 |
| 4.3.3 海口市举办的大型体育赛事分析                   | 305 |
| (1) 2016-2018规划拟开展的重要体育比赛              | 305 |

|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| (2) 已开展体育赛事分析                       | 306 |
| (3) 体育赛事影响分析                        | 307 |
| 4.3.4 海口市加快建设“中国高尔夫旅游之都”            | 307 |
| 4.3.5 《海口市文化体育发展（2014-2019年）五年规划纲要》 | 307 |
| (1) 总体目标                            | 307 |
| (2) 发展任务和主要措施                       | 308 |
| 4.4 江苏省体育产业发展分析                     | 310 |
| 4.4.1 江苏省体育产业发展环境分析                 | 310 |
| (1) 经济发展                            | 310 |
| (2) 体育产业发展政策                        | 310 |
| (3) 体育设施建设情况                        | 311 |
| (4) 居民收入                            | 311 |
| (5) 居民教育文化娱乐服务支出                    | 311 |
| 4.4.2 江苏省体育产业发展状况                   | 311 |
| 4.4.3 江苏省《省政府关于加快发展体育产业的实施意见》       | 312 |
| (1) 《实施意见》出台的背景                     | 312 |
| (2) 体育产业发展目标                        | 312 |
| (3) 体育产业发展六项重点任务                    | 312 |
| (4) 政策保障                            | 313 |
| 4.5 浙江省体育产业发展分析                     | 314 |
| 4.5.1 浙江省体育产业发展环境分析                 | 314 |
| (1) 经济发展                            | 314 |
| (2) 体育产业发展政策                        | 314 |
| (3) 体育设施建设情况                        | 315 |
| (4) 居民收入                            | 315 |
| (5) 居民教育文化娱乐服务支出                    | 316 |
| 4.5.2 浙江省体育产业发展状况                   | 316 |
| 4.5.3 浙江省“黄龙体育文化创意产业园”挂牌            | 316 |
| (1) 黄龙体育中心概况                        | 316 |
| (2) 黄龙体育中心发展优势                      | 317 |
| (3) 黄龙体育中心功能区域划分                    | 318 |
| (4) 中博展览集团与黄龙体育文化创意产业园签署战略合作        | 319 |

|                                 |         |
|---------------------------------|---------|
| 4.5.4 浙江省体育产业发展规划（2013-2019年）   | 319     |
| （1）发展目标                         | 320     |
| （2）工作任务                         | 321     |
| （3）保障措施                         | 326     |
| 4.6 陕西省体育产业发展分析                 | 328     |
| 4.6.1 陕西省体育产业发展环境分析             | 328     |
| （1）经济发展                         | 328     |
| （2）体育产业发展政策                     | 328     |
| （3）体育设施建设情况                     | 329     |
| （4）居民收入                         | 329     |
| （5）居民教育文化娱乐服务支出                 | 329     |
| 4.6.2 陕西省体育产业发展状况               | 330     |
| 4.6.3 陕西省体育产业集团组建方案             | 331     |
| 4.6.4 《陕西省人民政府办公厅关于加快发展体育产业的意见》 | 332     |
| （1）发展目标                         | 332     |
| （2）发展重点                         | 332     |
| （3）优惠政策                         | 334     |
| <br>第5章：中国体育产业基地建设分析            | <br>335 |
| 5.1 国家体育产业基地发展概况                | 335     |
| 5.2 深圳国家体育产业基地发展分析              | 335     |
| 5.2.1 深圳国家体育产业基地概况              | 335     |
| 5.2.2 深圳国家体育产业基地的发展思路和空间布局      | 336     |
| （1）发展思路                         | 336     |
| （2）空间布局                         | 336     |
| 5.2.3 深圳国家体育产业基地建设进展            | 336     |
| （1）加快建设深圳国家体育产业基地核心区            | 336     |
| （2）积极规划深圳体育产业科技创新加速器            | 337     |
| （3）大力构建深圳体育产业公共技术服务平台           | 337     |
| 5.2.4 深圳体育产业发展规划                | 337     |
| （1）体育发展量化目标                     | 337     |
| （2）体育产业“十二五”发展状况                | 338     |

|                                     |     |
|-------------------------------------|-----|
| (3) 体育产业“十三五”发展预测                   | 338 |
| 5.3 成都国家体育产业基地发展分析                  | 339 |
| 5.3.1 成都国家体育产业基地概况                  | 339 |
| 5.3.2 成都国家体育产业基地建设进展                | 339 |
| 5.3.3 成都国家体育产业基地下一步工作思路             | 341 |
| 5.3.4 《成都市体育产业发展规划（2013-2020）》      | 341 |
| (1) 发展现状                            | 342 |
| (2) 发展目标                            | 342 |
| (3) 发展重点和规划布局                       | 343 |
| (4) 规划重点项目                          | 345 |
| (5) 保障措施                            | 346 |
| 5.4 晋江国家体育产业基地发展分析                  | 347 |
| 5.4.1 晋江国家体育产业基地概况                  | 347 |
| 5.4.2 晋江国家体育产业基地下一步工作思路             | 353 |
| (1) 加大扶持力度，提升支柱性体育用品产业              | 353 |
| (2) 突出体育主题，打造海西“体育城市”               | 353 |
| (3) 挖掘资源潜力，拓宽体育产业发展渠道               | 353 |
| (4) 坚持协调发展，推进群众性体育工作                | 354 |
| 5.5 北京龙潭湖国家体育产业基地发展分析               | 354 |
| 5.5.1 北京龙潭湖国家体育产业基地概况               | 354 |
| 5.5.2 北京龙潭湖国家体育产业基地特色优势             | 354 |
| (1) 体育行政、总部中心                       | 355 |
| (2) 运动项目管理中心和体育人才中心                 | 355 |
| (3) 体育传媒和科研中心                       | 355 |
| (4) 体育训练中心                          | 355 |
| (5) 体育产品销售中心                        | 355 |
| 5.5.3 北京龙潭湖国家体育产业基地基本布局、功能定位、产业规模   | 355 |
| 5.5.4 北京龙潭湖国家体育产业基地规划建设进展           | 356 |
| 5.5.5 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 | 357 |
| 5.5.6 北京龙潭湖国家体育产业基地下一步建设思路          | 357 |
| 5.5.7 北京体育产业发展趋势                    | 358 |
| 5.6 乐陵国家体育产业基地发展分析                  | 358 |

- 5.6.1 乐陵国家体育产业基地揭牌 358
- 5.6.2 乐陵体育产业发展分析 358
  - (1) 体育产业政策 359
  - (2) 体育产业规模 359
- 5.6.3 乐陵发展规划 359
  - (1) “十三五”发展规划 359
  - (2) 2016-2019年发展计划 360

## 第6章：中国体育产业营销分析 361

- 6.1 体育产业营销概述 361
  - 6.1.1 体育产业营销的概念 361
  - 6.1.2 体育产业的营销者及其产品 361
    - (1) 体育产业的营销者 361
    - (2) 体育产业营销的产品及其特点 361
  - 6.1.3 体育产业的消费者 362
  - 6.1.4 体育产业营销的渠道管理和促销方式 362
    - (1) 体育产业价值链分析及营销渠道管理 362
    - (2) 体育产业营销中的促销方式 363
  - 6.1.5 体育产业营销的新趋势 363
  - 6.1.6 体育产业与互联网融合最新进展 365
- 6.2 体育产业营销策略分析 365
  - 6.2.1 体育产业营销策略的发展演变历程 365
    - (1) 营销活动的伊始期 366
    - (2) 营销活动的发展期 366
    - (3) 营销活动的调整期 366
  - 6.2.2 体育产业营销策略中存在的误区 367
    - (1) 体育营销目标上存在的误区 367
    - (2) 体育营销内涵上存在的误区 367
    - (3) 体育营销品牌宣传上存在误区 367
  - 6.2.3 当前体育产业发展的营销策略的目标定位 368
    - (1) 提高体育产品和体育服务知名度 368
    - (2) 提高企业产品的销售量 368

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| (3) 提高产品国际知名度              | 368 |
| 6.2.4 体育产业本土化营销策略          | 368 |
| (1) 促进体育产业专业化向市场化转变        | 369 |
| (2) 赛事运作本土化                | 369 |
| (3) 加大宣传力度, 扩大比赛影响         | 369 |
| (4) 向大众化发展                 | 370 |
| (5) 树立并做大做强国内品牌            | 370 |
| 6.2.5 体育企业立体式营销策略          | 370 |
| (1) 注意力营销                  | 370 |
| (2) 情感营销                   | 371 |
| (3) 整合营销                   | 371 |
| 6.3 体育产业营销案例分析             | 373 |
| 6.3.1 李宁网易梦幻西游西游合作案例分析     | 373 |
| (1) 案例背景                   | 373 |
| (2) 实施案例时面临的问题、市场机会和挑战     | 373 |
| (3) 案例实施方案                 | 373 |
| (4) 案例效果                   | 373 |
| (5) 案例经验总结                 | 373 |
| 6.3.2 “上班推迟一小时”活动案例分析      | 373 |
| (1) 案例背景                   | 373 |
| (2) 实施案例时面临的问题、市场机会和挑战     | 373 |
| (3) 案例实施方案                 | 373 |
| (4) 案例效果                   | 374 |
| (5) 案例经验总结                 | 374 |
| 6.3.3 匹克品牌推广——NBA球星中国行案例分析 | 375 |
| (1) 案例背景                   | 375 |
| (2) 实施案例时面临的问题、市场机会和挑战     | 375 |
| (3) 案例实施方案                 | 375 |
| (4) 案例效果                   | 375 |
| (5) 案例经验总结                 | 375 |
| 6.3.4 Kappa世界杯互联网推广        | 375 |
| (1) 案例背景                   | 376 |

- (2) 实施案例时面临的问题、市场机会和挑战 376
- (3) 案例实施方案 376
- (4) 案例效果 377
- (5) 案例经验总结 377

#### 6.3.5 安踏温哥华冬奥会系列推广 378

- (1) 案例背景 378
- (2) 实施案例时面临的问题、市场机会和挑战 378
- (3) 案例实施方案 378
- (4) 案例效果 378
- (5) 案例经验总结 379

#### 6.3.6 特步赞助英超伯明翰案例分析 379

- (1) 案例背景 379
- (2) 实施案例时面临的问题、市场机会和挑战 379
- (3) 案例实施方案 379
- (4) 案例效果 380
- (5) 案例经验总结 380

### 第7章：中国体育产业领先企业经营分析 381

#### 7.1 体育用品业领先企业经营分析 381

##### 7.1.1 李宁有限公司经营情况分析 381

- (1) 企业发展简况分析 381
- (2) 主要经济指标分析 381
- (3) 企业盈利能力分析 382
- (4) 企业运营能力分析 383
- (5) 企业偿债能力分析 383
- (6) 企业发展能力分析 384
- (7) 企业组织架构分析 385
- (8) 企业产品结构及新产品动向 385
- (9) 企业销售渠道与网络 386
- (10) 企业经营状况优劣势分析 386
- (11) 企业投资兼并与重组分析 386
- (12) 企业最新发展动向分析 386

#### 7.1.2 安踏体育用品有限公司经营情况分析 387

- (1) 企业发展简况分析 387
- (2) 主要经济指标分析 387
- (3) 企业盈利能力分析 388
- (4) 企业运营能力分析 388
- (5) 企业偿债能力分析 389
- (6) 企业发展能力分析 390
- (7) 企业产品结构及新产品动向 391
- (8) 企业销售渠道与网络 391
- (9) 企业经营状况优劣势分析 391
- (10) 企业投资兼并与重组分析 391
- (11) 企业最新发展动向分析 391

#### 7.1.3 中国动向(集团)有限公司经营情况分析 392

- (1) 企业发展简况分析 392
- (2) 主要经济指标分析 392
- (3) 企业盈利能力分析 393
- (4) 企业运营能力分析 393
- (5) 企业偿债能力分析 394
- (6) 企业发展能力分析 395
- (7) 企业组织架构分析 395
- (8) 企业产品结构及新产品动向 396
- (9) 企业销售渠道与网络 397
- (10) 企业经营状况优劣势分析 397
- (11) 企业投资兼并与重组分析 397
- (12) 企业最新发展动向分析 398

#### 7.1.4 特步国际控股有限公司经营情况分析 398

- (1) 企业发展简况分析 398
- (2) 主要经济指标分析 399
- (3) 企业盈利能力分析 399
- (4) 企业运营能力分析 400
- (5) 企业偿债能力分析 401
- (6) 企业发展能力分析 401

|                            |     |
|----------------------------|-----|
| (7) 企业产品结构及新产品动向           | 402 |
| (8) 企业销售渠道与网络              | 402 |
| (9) 企业经营状况优劣势分析            | 403 |
| (10) 企业最新发展动向分析            | 403 |
| 7.1.5 匹克体育用品有限公司经营情况分析     | 404 |
| (1) 企业发展简况分析               | 404 |
| (2) 主要经济指标分析               | 404 |
| (3) 企业盈利能力分析               | 405 |
| (4) 企业运营能力分析               | 405 |
| (5) 企业偿债能力分析               | 406 |
| (6) 企业发展能力分析               | 407 |
| (7) 企业产品结构及新产品动向           | 407 |
| (8) 企业销售渠道与网络              | 407 |
| (9) 企业经营状况优劣势分析            | 408 |
| (10) 企业最新发展动向分析            | 408 |
| 7.2 体育健身业领先企业经营分析          | 449 |
| 7.2.1 上海一兆韦德健身管理有限公司经营情况分析 | 449 |
| (1) 企业发展简况分析               | 449 |
| (2) 企业主营业务分析               | 449 |
| (3) 企业健身会所建设及分布情况          | 449 |
| (4) 企业健身项目分析               | 450 |
| (5) 企业健身教练情况分析             | 450 |
| (6) 企业经营模式分析               | 450 |
| (7) 企业经营状况优劣势分析            | 450 |
| (8) 企业最新发展动向分析             | 450 |
| 7.2.2 上海美格菲健身中心有限公司经营情况分析  | 451 |
| (1) 企业发展简况分析               | 451 |
| (2) 企业主营业务分析               | 451 |
| (3) 企业健身会所建设及分布情况          | 451 |
| (4) 企业健身项目分析               | 451 |
| (5) 企业经营模式分析               | 451 |
| (6) 企业经营状况优劣势分析            | 452 |

|                              |     |
|------------------------------|-----|
| (7) 企业最新发展动向分析               | 452 |
| 7.2.3 威康健身管理咨询(上海)有限公司经营情况分析 | 452 |
| (1) 企业发展简况分析                 | 452 |
| (2) 企业主营业务分析                 | 452 |
| (3) 企业健身会所建设及分布情况            | 452 |
| (4) 企业健身项目分析                 | 453 |
| (5) 企业健身教练情况分析               | 453 |
| (6) 企业经营模式分析                 | 453 |
| (7) 企业经营状况优劣势分析              | 453 |
| 7.3 体育中介业领先企业经营分析            | 462 |
| 7.3.1 中视体育娱乐有限公司经营情况分析       | 462 |
| (1) 企业发展简况分析                 | 462 |
| (2) 企业主营业务分析                 | 462 |
| (3) 企业成功体育运营案例分析             | 462 |
| (4) 企业经营状况优劣势分析              | 462 |
| (5) 企业最新发展动向分析               | 463 |
| 7.3.2 北京众辉国际体育管理公司经营情况分析     | 463 |
| (1) 企业发展简况分析                 | 463 |
| (2) 企业主营业务分析                 | 463 |
| (3) 企业成功体育运营案例分析             | 464 |
| (4) 企业经营状况优劣势分析              | 464 |
| (5) 企业最新发展动向分析               | 464 |
| 7.4 其他领先体育企业经营分析             | 467 |
| 7.4.1 中体产业集团股份有限公司经营情况分析     | 467 |
| (1) 企业发展简况分析                 | 468 |
| (2) 主要经济指标分析                 | 468 |
| (3) 企业盈利能力分析                 | 469 |
| (4) 企业运营能力分析                 | 470 |
| (5) 企业偿债能力分析                 | 471 |
| (6) 企业发展能力分析                 | 472 |
| (7) 主营业务分析                   | 472 |
| (8) 企业经营状况优劣势分析              | 473 |

- (9) 企业投资兼并与重组分析 473
- (10) 企业最新发展动向分析 474
- 7.4.2 上海东亚体育文化中心有限公司经营情况分析 474
  - (1) 企业简介 474
  - (2) 主营业务分析 474
  - (3) 企业体育场馆资源分析 474
  - (4) 企业服务项目 475
  - (5) 企业经营状况优劣势分析 475
  - (6) 企业最新发展动向分析 476

## 第8章：中国体育产业投融资分析 482

- 8.1 体育产业投融资体制的历史与现状 482
  - 8.1.1 中国体育产业投融资的历史沿革 483
  - 8.1.2 中国体育产业投融资的现状和存在问题 483
    - (1) 体育产业资本市场投融资的现状 484
    - (2) 体育产业投融资存在的问题 485
- 8.2 体育产业投融资模式的国际经验 487
  - 8.2.1 发达国家体育产业投融资模式 487
    - (1) 欧美体育产业投融资模式 488
    - (2) 日本体育产业投融资模式 490
    - (3) 美国体育产业投融资模式 491
  - 8.2.2 国外体育产业投融资的实践运用 492
    - (1) 银团贷款 492
    - (2) 资产证券化融资 493
    - (3) 商业信用融资 493
    - (4) 球员抵押贷款 493
- 8.3 中国体育产业投融资体系构建策略分析 494
  - 8.3.1 中国体育产业财政投融资体系完善策略 494
    - (1) 政策性金融的概念以及在中国的适用性 495
    - (2) 中国体育产业财政投融资体制存在的不足 496
    - (3) 完善体育产业财政投融资出资人制度 496
    - (4) 通过立法规范体育产业财政投融资定位 497

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| (5) 建立包括财政投融资的体育产业财政预算   | 498 |
| (6) 建立投资资本与信贷决策互为制衡的决策机制 | 498 |
| (7) 大力发展体育产业财政信用         | 498 |
| (8) 加快制定财政支持体育产业发展的投融资政策 | 499 |
| 8.3.2 中国体育产业投融资资本市场完善策略  | 499 |
| (1) 中国体育产业资本市场投融资存在问题    | 501 |
| (2) 发展中国体育产业股权融资市场       | 501 |
| (3) 发展中国体育产业债券融资市场的对策    | 502 |
| 8.3.3 中国体育产业风险投资市场完善策略   | 503 |
| (1) 体育投资项目通过风险投资进行融资的作用  | 504 |
| (2) 体育产业风险投资的内涵及特征       | 504 |
| (3) 中国体育产业风险投资现状与存在的问题   | 505 |
| (4) 中国体育产业风险投资运作的循环模型    | 507 |
| (5) 发展体育产业风险投资的政策措施      | 508 |
| 8.3.4 体育产业资本运营渠道拓宽策略     | 511 |
| (1) 体育产业资产证券化理论          | 511 |
| (2) 体育产业资产证券化的适用条件与运作程序  | 513 |
| (3) 体育产业资产证券化对体育产业发展的作用  | 515 |
| (4) 发展体育产业资产证券化的措施和政策建议  | 517 |
| (5) 体育场馆设施的建设引入BOT投资方式   | 518 |
| 8.3.5 中国体育产业投资基金运行策略     | 519 |
| (1) 发展中国体育产业投资基金的意义      | 519 |
| (2) 体育产业投资基金的运作模式        | 519 |
| (3) 体育产业投资基金的募集方式        | 520 |
| (4) 体育产业投资基金的资金来源        | 520 |
| (5) 政府对体育产业投资基金的支持       | 521 |
| (6) 体育产业投资基金的投资对象        | 522 |

## 图表目录：

图表1：体育产业链结构 19

图表2：2014-2019年我国GDP同比增速走势及预测（单位：%） 26

图表3：2019年中国固定资产投资（不含农户）累计同比增速（单位：%） 27

|                                        |     |
|----------------------------------------|-----|
| 图表4：2016-2019年中国社会消费品零售总额增长情况（单位：%）    | 28  |
| 图表5：2016-2019年中国居民消费价格指数涨跌幅度（单位：%）     | 28  |
| 图表6：2016-2019年中国城镇居民人均可支配收入增长情况（单位：%）  | 30  |
| 图表7：2016-2019年农村居民人均收入增长情况（单位：%）       | 30  |
| 图表8：美国体育产业构成图                          | 34  |
| 图表9：日本体育产业构成图                          | 35  |
| 图表10：中国体育及相关产业主要指标（单位：亿元，万人）           | 38  |
| 图表11：中超联赛组织机构示意图                       | 59  |
| 图表12：CBA联赛组织机构示意图                      | 60  |
| 图表13：乒超联赛组织机构示意图                       | 60  |
| 图表14：三个赛季参与各项联赛职业俱乐部数量（单位：支）           | 61  |
| 图表15：2014-2019年中超联赛场均观众数（单位：万人/场）      | 64  |
| 图表16：中超联赛电视转播收视人次（单位：亿人次）              | 68  |
| 图表17：国内各项目非俱乐部职业赛事数量（单位：项）             | 72  |
| 图表18：非俱乐部职业赛事运作模式                      | 74  |
| 图表19：国内各项目非职业俱乐部赛事数量（单位：项）             | 79  |
| 图表20：非职业俱乐部赛事运作模式                      | 81  |
| 图表21：中国全运会管理体制的运作模式                    | 87  |
| 图表22：厦门国际马拉松赛组织结构图                     | 92  |
| 图表23：三次全国体育现状调查对比（单位：%）                | 99  |
| 图表24：中国体育健身俱乐部经营模式                     | 106 |
| 图表25：2016-2019年体育用品行业经营效益分析（单位：家，人，万元） | 129 |
| 图表26：2016-2019年中国体育用品行业盈利能力分析（单位：%）    | 130 |
| 图表27：2016-2019年中国体育用品行业运营能力分析（单位：次）    | 130 |
| 图表28：2016-2019年中国体育用品行业偿债能力分析（单位：% ，倍） | 131 |
| 图表29：2016-2019年中国体育用品行业发展能力分析（单位：%）    | 131 |

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/163942.html>