

2009年中国体育产业市场分析及投资前景预测报告

告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2009年中国体育产业市场分析及投资前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/3161231612.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

第一章 2008年中国体育产业运行环境分析

一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年前三季度经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008年中国体育产业的政策体系

- (一) 体育产业一般经济政策分析
- (二) 体育主体产业政策
- (三) 体育相关产业政策
- (四) 体育内部产业政策
- (五) 体育产业发展的政策选择

三、2008年中国体育产业发展社会环境分析

第二章 体育产业相关概述

一、体育产业简介

- (一) 体育产业的概念
- (二) 体育产业的特点
- (三) 体育产业的分类

二、体育产业与体育事业

- (一) 体育事业的概念
- (二) 体育产业与体育事业的关系
- (三) 体育产业与体育事业的区别

三、体育产业与国民经济

- (一) 体育产业在国民经济中的地位的变迁
- (二) 体育产业在国民经济发展中的作用
- (三) 体育产业在国民经济中的地位分析

第三章 2008年国际体育产业发展状况分析

一、2008年国际体育产业发展综述

- (一) 国际体育产业发展历史
- (二) 全球体育产业结构分析
- (三) 西方体育产业运行机制

二、2008年全球主要国家体育产业发展情况分析

- (一) 美国体育产业的结构和政策
- (二) 英国体育休闲产业异常发达

(三) 加拿大体育市场潜力大

三、2009-2012年全球体育产业发展趋势分析

第四章 2008年中国体育产业发展形势解析

一、2008年中国体育产业发展分析

(一) 中国体育产业发展的历史阶段

(二) 我国体育产业的发展近况

(三) 体育产业面临市场化改革热潮

(四) 中国体育产业商机无限受外资青睐

(五) 中国体育产业品牌运作分析

二、2008年中国体育产业存在的问题

(一) 五大问题制约体育产业发展

(二) 中国体育市场发展存在的不足

(三) 社区体育产业发展存在的困扰

(四) 中国体育产业税收政策存在的问题解析

三、2008年中国体育产业发展的对策与规划

(一) 中国体育产业发展的八大建议

(二) 推进我国体育产业化进程的措施

(三) 社区体育产业建设对策

(四) 体育产业信息化发展方案

(五) 体育消费的建议与对策

(六) 现代体育产业培育的思路和途径

(七) 体育产业“十一五”规划

第五章 2008年中国高校体育产业发展及消费需求分析

一、2008年中国高校体育产业发展综述

(一) 高校体育产业发展的优势

(二) 高校体育产业的特征和产业结构分析

(三) 制约高校体育产业发展的因素

(四) 促进高校体育产业发展的措施

(五) 高校体育产业前景可观

二、2008年中国体育产业消费需求分析

(一) 体育消费者形态分析

(二) 体育消费者的需要与动机分析

(三) 中国体育消费状况

(四) 中国居民体育消费需求分析

(五) “观赏型”体育消费市场供需分析

(六) 中国女性成为体育消费的生力军

第六章 2008年中国体育主体产业运行动态透析

一、竞技体育业

(一) 全球竞技体育发展的五大态势

(二) 中国竞技体育产业发展的三个阶段

(三) 竞技体育产业化经营分析

(四) 中美两国竞技体育与教育结合的比较分析

(五) 中国竞技体育管理体制与运行机制探讨

(六) 2008年奥运与中国未来竞技体育的发展

二、体育健身娱乐业

(一) 体育健身娱乐业的特征及构成

(二) 中国健身娱乐产业的发展总况

(三) 中国体育健身娱乐市场存在问题

(四) 中国健身产业彰显无限商机

(五) 促进体育健身娱乐市场发展的建议

三、体育资产经营业

(一) 体育产业固定资产的经营管理

(二) 体育无形资产管理与开发分析

(三) 中国竞技体育无形资产解析

(四) 中国体育基金积累减缓的原因及策略探讨

第七章 2008年中国体育产业基地建设状况透析

一、2008年深圳国家体育产业基地分析

(一) 深圳体育产业发展的总体思路

(二) 深圳国家体育产业基地规划建设情况

(三) 深圳体育产业前景广阔

二、2008年成都市国家体育产业基地分析

(一) 成都国家体育产业基地建设情况

(二) 成都市体育产业发展状况及存在的问题

(三) 成都市体育产业发展规划

三、2008年晋江国家体育产业基地分析

(一) 晋江体育产业战略全面布局

(二) 晋江体育产业发展简析

(三) 晋江体育产业基地发展的建议

第八章 2008年中国体育产业市场营销策略浅析

一、2008年中国体育市场营销的基本理论

- (一) 体育产业和体育市场营销
- (二) 体育市场营销的实施步骤
- (三) 体育市场营销策略的理论探讨

二、2008年中国体育细分市场营销策略分析

- (一) 体育赞助的整合营销传播策略
- (二) 体育赛事营销方案探讨
- (三) 体育健身娱乐市场的关系营销策略
- (四) 奥运会电视转播权的营销策略分析
- (五) 体育旅游营销创新策略
- (六) 青少年体育用品市场营销策略探讨

三、体育产业的营销案例分析

- (一) 德国彪马运动服饰的游击营销解析
- (二) 利物浦足球俱乐部营销策略分析
- (三) 李宁的体育营销方案
- (四) 361°开辟体育营销新天地

第九章 2008年中国体育用品业发展走势监测分析

一、2008年中国体育用品业概述

- (一) 中国体育用品市场规模分析
- (二) 中国体育用品行业发展的积极因素
- (三) 中国体育用品行业呈现三大发展趋向
- (四) 体育用品业开打资本竞逐战
- (五) 我国体育用品零售渠道变革在即
- (六) 奥运后中国体育用品市场持续升温

二、2008年中国体育用品制造业相关经济数据分析

- (一) 中国体育用品制造业总体数据分析
- (二) 中国体育用品制造业不同规模企业数据分析
- (三) 中国体育用品制造业不同所有制企业数据分析

三、2008年中国体育用品业存在的问题及发展策略

- (一) 中国体育用品企业面临的问题
- (二) 中国体育用品自主创新能力的缺失
- (三) 中国体育用品业面临的新难题及解决对策
- (四) 中国体育用品品牌存在的问题及建议
- (五) 中国体育用品业国际竞争力提升对策

第十章 2008年中国体育服务业运行局势分析

一、体育赞助业

- (一) 体育赞助的组织形式及赞助对象
- (二) 体育赞助的经济利益分析
- (三) 中国本土体育赞助形势不容乐观
- (四) 2008年北京奥运赞助费创历史新高
- (五) 中国企业体育赞助中存在的主要问题
- (六) 企业进行体育赞助的对策分析
- (七) 中国体育赞助业发展的对策与建议

二、2008年中国体育赛事电视转播业

- (一) 体育赛事电视转播权销售方式
- (二) 奥运会电视转播权的历史变革
- (三) 中国体育赛事电视转播的历史回顾
- (四) 我国体育赛事电视转播市场的开发进程
- (五) 体育竞赛电视转播权转让的法律问题与对策
- (六) 我国体育赛事转播对策分析

三、体育彩票业

- (一) 国外体育彩票发展综述
- (二) 中国体育彩票发展概况
- (三) 体育彩票业可持续发展的七个要素
- (四) 中国体育彩票业发展存在的问题
- (五) 促进中国体育彩票发展的措施
- (六) 未来体育彩票发展面临的机遇

四、休闲体育业

- (一) 休闲体育与休闲体育产业的辨析
- (二) 中国休闲体育产业发展的条件
- (三) 中国体育休闲市场发展迅速
- (四) 发展休闲体育产业的对策

五、体育保险业

- (一) 发达国家体育保险的发展状况
- (二) 中国体育保险的发展概况
- (三) 中国体育保险供需形势分析
- (四) 体育保险业品牌与风险共存
- (五) 发展我国体育保险的对策

六、体育旅游业

- (一) 中国体育旅游产业概述
- (二) 中国体育旅游业发展的主要因素

- (三) 体育旅游产品的发展分析
- (四) 体育旅游不同群体的需求状况
- (五) 中国发展健身体育旅游业的条件及策略
- (六) 中国体育旅游市场发展的对策与建议

七、体育广告业

- (一) 体育广告的定义和功能
- (二) 我国体育广告业发展解析
- (三) 中国体育广告业发展存在的问题
- (四) 体育广告的策略模型
- (五) 体育广告的卖点分析
- (六) 体育广告全方位策略解析

第十一章 2008年中国体育产业市场竞争格局分析

一、2008年中国体育用品业竞争分析

- (一) 中国体育用品行业的基本竞争准则
- (二) 中国体育用品业的竞争力解析
- (三) 体育品牌的渠道竞争分析
- (四) 体育用品企业的核心竞争力分析
- (五) 中国体育服饰市场竞争形势分析

二、2008年中国重点省市体育产业格局分析

第十二章 中国体育产业重点企业分析

一、阿迪达斯(苏州)有限公司

- (一) 企业基本概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

二、耐克(苏州)体育用品有限公司

- (一) 企业基本概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业竞争力分析

三、中体产业集团股份有限公司

- (一) 企业基本概况
- (二) 企业经营状况分析
- (三) 企业发展战略分析

四、安踏(中国)有限公司

- (一) 企业基本概况
- (二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

五、广东李宁体育发展有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

六、泉州鸿星尔克体育用品有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

七、中国动向(集团)有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业竞争力分析

八、深圳信隆实业股份有限公司

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营状况分析

(三) 企业竞争力分析

第十三章 2009-2012年中国体育产业发展及投资分析

一、2009-2012年中国体育产业发展趋势分析

(一) 未来我国体育产业发展的机遇

(二) 奥运后中国体育产业面临的机遇与挑战

(三) 北京奥运后中国体育产业的发展趋势

二、2009-2012年中国体育用品市场前景预测分析

(一) 中国体育用品供给预测分析

(二) 中国体育用品需求预测分析

三、2009-2012年中国体育产业投资机会分析

(一) 中国休闲体育产业商机无限

(二) 中国体育保险业商机分析

四、2009-2012年中国体育产业投资风险分析

(一) 体育产业的经营风险

(二) 体育健身娱乐产业的投资风险

(三) 体育赛事投资过程中的风险

五、2009-2012年中国体育产业投资策略分析

(一) 一般体育市场投资策略

(二) 新兴体育市场投资策略分析

(三) 网络经济时代的体育投资分析

（四）投资中国体育产业的有效途径

附录

附录一：中华人民共和国体育法

附录二：体育彩票公益金管理暂行办法

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的清单

图表：略.....

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/3161231612.html>