

2020年中国体育行业分析报告- 市场竞争现状与发展前景评估

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《2020年中国体育行业分析报告-市场竞争现状与发展前景评估》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/523082523082.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

体育产业即是为社会提供体育产品的同一类经济活动的集合以及同类经济部门的综合产业。我国体育产业主要可以分为体育用品与体育服务两大类，其中体育用品主要包括体育用品的制造、销售、贸易与出租；体育服务包括竞赛表演、健身休闲、体育场馆服务等等。

体育产业分类

数据来源：公开资料整理

随着我国全民健身政策的出台，国民对于强身健体的意识不断增加，从2015年到2018年中国经常参加锻炼人数不断上升，人数从3.9亿人增长至4.2亿人；到2019年中国经常参加体育锻炼人数达到4.4亿人，同比增长4.76%；预计到2020年中国经常参加体育锻炼人数与上年持平。

2015-2020年中国经常参加体育锻炼人数及预测

数据来源：公开资料整理

从年龄结构上来看，我国参与体育运动人群主要以青中年为主，30岁以上人群占比达到60%以上。其中41岁以上人群占比最多，达32%；其次是31-35岁人群，占比为22%；然后是25-30岁人群，占比18%。

中国参与体育运动人群年龄结构分布

数据来源：公开资料整理

随着参加锻炼人数的增加，近年来我国体育产业产值也在不断增长，到2018年，我国体育产业产值达到24090.4亿元，同比增长26.72%；2019年中国体育产业产值为26603.4亿元，同比增长10.43%；预计2020年我国体育产业产值将突破30000亿元。

2012-2020年中国体育产业产值及预测

数据来源：公开资料整理

从市场规模上来看，自2015年来中国体育消费市场稳步上升，到2018年产业消费市场规模达到9105.3亿元，同比增长28%；2019年我国体育产业消费市场规模为12282.1亿元，同比增长34.89%；预计2020年中国体育消费市场将达到15000亿元。

2015-2020年中国体育产业消费市场规模及预测

数据来源：公开资料整理

在整体市场持续向好的发展下，我国体育相关企业注册量也在持续增长，经过近十年的发展，到2018年中国体育相关企业注册量达到75万家，较上年增加17.3万家；2019年中

国体育相关企业年注册量更是大幅度上升，达到156.6万家，同比增长109%。

2010-2019年中国体育相关企业注册量

数据来源：公开资料整理

同时我国体育运动投融资活动自2014年来也持续升温，到2016年投融资事件达到313起，近年来数目最多；到2018年投融资事件有所减少，仅为196起，但是融资金额增幅较大，达到686.99亿元；到2019年中国体育运动投融资时间有所下降，共计117起投融资事件，同比下降40.31%，投融资金额为210.89亿元，同比下降69.3%。

2014-2019年中国体育运动投融资事件及融资金额

数据来源：公开资料整理

为推动行业的发展，近年来我国先后出台体育产业相关政策，在2019年1月，体育总局、国家发改委发布了《进一步促进体育消费的行动计划(2019-2020)》，提出到2020年，全国体育消费总规模达到1.5万亿元，人均体育消费支出占消费总支出比重显著上升，体育消费结构更为合理。

中国体育产业相关政策

时间

颁布机构

政策文件

主要内容

2014年10月

国务院

《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》

把体育产业作为推动经济社会持续发展的重要力量，并发体育产业巨大的潜在市场空间，利用体育产业扩大内需，促进消费，围绕体育消费的相关个股将迎来投资机会，并提出到2025年打造出5万亿规模的体育市场。

2015年2月

国务院办公厅

《中国足球改革发展总体方案》

调整改革足球协会，足协与体育总局脱钩，足协拥有更多自主权；改革完善职业足球俱乐部建设和运营；改革推进校园足球发展；推进国家足球队改革发展。

2016年5月

国家体育总局

《体育产业发展“十三五”规划》

目标到2020年体育产业总规模超过3万亿;从业人员数超过600万人:体育服务业增加值占比超过30%;体育产业增加值在国内生产总值中的比重达1.0%。

2016年6月

国务院

《全民健身计划(2016-2020年)》

到2020年每周参加一次及以上的体育锻炼人数达到7亿、经常参加体育锻炼的人数达到4.35亿、体育消费总规模达到1.5万亿。

2016年10月

国务院

《“健康中国2030”规划纲要》

到2030年健康服务业总规模将达16万亿、到2030年经常参加体育锻炼人数达到5.3亿人、确保学生校内每天体育活动时间不少于1时、2030年实现每千人拥有社会体育指导员2.3名

2017年8月

国家体育总局

《全民健身指南》

主要包括体育健身活动效果、运动能力测试与评价、体育健身活动原则、体育健身活动指导方案等内容

2018年12月

国务院办公厅

《关于加快发展体育竞赛表演产业的指导意见》

提出到2025年,体育竞赛表演产业总、规模达到2万亿元,推出100项具有较大知名度的体育精品赛事,打造100个具有自主知识产权的体育竞赛表演品牌,基本形成产品丰富、结构合理、基础扎实、发展均衡的体育竞赛表演产业体系。

2019年1月

体育总局、国家发改委

《进一步促进体育消费的行动计划(2019-2020)》

到2020年,全国体育消费总规模达到1.5万亿元,人均体育消费支出占消费总支出比重显著上升,体育消费结构更为合理。

2019年3月

中共中央、国务院

《关于以2022年北京冬奥会为契机大力发展冰雪运动的意见》

冰雪运动普及程度提升、影响更加广泛、产业规模扩大、结构优化,实施冰雪运动“南展西扩东进”战略,推动冰雪运动向四季拓展,努力实现带动3亿人参与冰雪运动的目标。

2019年7月

中共中央、国务院

《中共中央国务院关于深化教育教学改革全面提高义务教育质量的意见》

坚持“五育”并举，强化体育锻炼，开齐开足体育课，将体育科目纳入高中阶段学校考试招生录取计分科目。开展好学校特色体育项目，大力发展校园足球，让每位学生掌握1至2项运动技能。数据来源：公开资料整理（LJ）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国体育行业分析报告-市场竞争现状与发展前景评估》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国体育行业发展概述

第一节 体育行业发展情况概述

- 一、体育行业相关定义
- 二、体育行业基本情况介绍
- 三、体育行业发展特点分析

第二节 中国体育行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、体育行业产业链条分析
- 三、中国体育行业上游环节分析
- 四、中国体育行业下游环节分析
- 第三节 中国体育行业生命周期分析
 - 一、体育行业生命周期理论概述
 - 二、体育行业所属的生命周期分析
- 第四节 体育行业经济指标分析
 - 一、体育行业的赢利性分析
 - 二、体育行业的经济周期分析
 - 三、体育行业附加值的提升空间分析
- 第五节 中国体育行业进入壁垒分析
 - 一、体育行业资金壁垒分析
 - 二、体育行业技术壁垒分析
 - 三、体育行业人才壁垒分析
 - 四、体育行业品牌壁垒分析
 - 五、体育行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球体育行业市场发展现状分析

- 第一节 全球体育行业发展历程回顾
- 第二节 全球体育行业市场区域分布情况
- 第三节 亚洲体育行业地区市场分析
 - 一、亚洲体育行业市场现状分析
 - 二、亚洲体育行业市场规模与市场需求分析
 - 三、亚洲体育行业市场前景分析
- 第四节 北美体育行业地区市场分析
 - 一、北美体育行业市场现状分析
 - 二、北美体育行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美体育行业市场前景分析
- 第五节 欧盟体育行业地区市场分析
 - 一、欧盟体育行业市场现状分析
 - 二、欧盟体育行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧盟体育行业市场前景分析
- 第六节 2021-2026年世界体育行业分布走势预测
- 第七节 2021-2026年全球体育行业市场规模预测

第三章 中国体育产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品体育总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国体育行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国体育产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国体育行业运行情况

第一节 中国体育行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析
- 四、行业发展动态

第二节 中国体育行业市场规模分析

第三节 中国体育行业供应情况分析

第四节 中国体育行业需求情况分析

第五节 中国体育行业供需平衡分析

第六节 中国体育行业发展趋势分析

第五章 中国体育所属行业运行数据监测

第一节 中国体育所属行业总体规模分析

- 一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国体育所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国体育所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国体育市场格局分析

第一节 中国体育行业竞争现状分析

一、中国体育行业竞争情况分析

二、中国体育行业主要品牌分析

第二节 中国体育行业集中度分析

一、中国体育行业市场集中度分析

二、中国体育行业企业集中度分析

第三节 中国体育行业存在的问题

第四节 中国体育行业解决问题的策略分析

第五节 中国体育行业竞争力分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第六节 产业结构发展预测

一、产业结构调整指导政策分析

二、产业结构调整中消费者需求的引导因素

三、中国体育行业参与国际竞争的战略市场定位

四、产业结构调整方向分析

第七章 2017-2020年中国体育行业需求特点与动态分析

第一节 中国体育行业消费者基本情况

第二节 中国体育行业消费者属性及偏好调查

第三节 体育行业成本分析

第四节 体育行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国体育行业价格现状分析

第六节 中国体育行业平均价格走势预测

一、中国体育行业价格影响因素

二、中国体育行业平均价格走势预测

三、中国体育行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国体育行业区域市场现状分析

第一节 中国体育行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区体育市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区体育市场规模分析

四、华东地区体育市场规模预测

第三节 华北地区市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区体育市场规模分析

四、华北地区体育市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区体育市场规模分析

四、华南地区体育市场规模预测

第九章 2017-2020年中国体育行业竞争情况

第一节 中国体育行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国体育行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国体育行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 体育行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营业务

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第七节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第八节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第九节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营业务
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国体育行业发展前景分析与预测

第一节 中国体育行业未来发展前景分析

- 一、体育行业国内投资环境分析
- 二、中国体育行业市场机会分析

三、中国体育行业投资增速预测

第二节 中国体育行业未来发展趋势预测

第三节 中国体育行业市场发展预测

一、中国体育行业市场规模预测

二、中国体育行业市场规模增速预测

三、中国体育行业产值规模预测

四、中国体育行业产值增速预测

五、中国体育行业供需情况预测

第四节 中国体育行业盈利走势预测

一、中国体育行业毛利润同比增速预测

二、中国体育行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国体育行业投资机遇、风险与营销分析

第一节 体育产业投资面临的机遇

一、政策机遇

二、技术创新机遇

三、市场机遇

四、其他机遇

第二节 体育行业投资风险分析

一、体育行业政策风险分析

二、体育行业技术风险分析

三、体育行业竞争风险

四、体育行业其他风险分析

第三节 体育行业企业经营发展分析及建议

一、体育行业经营模式

二、体育行业销售模式

三、体育行业创新方向

第四节 体育行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国体育行业发展战略及规划建议

第一节 中国体育行业品牌战略分析

一、体育企业品牌的重要性

- 二、体育企业实施品牌战略的意义
- 三、体育企业品牌的现状分析
- 四、体育企业的品牌战略
- 五、体育品牌战略管理的策略
- 第二节 中国体育行业市场重点客户战略实施
 - 一、实施重点客户战略的必要性
 - 二、合理确立重点客户
 - 三、对重点客户的营销策略
 - 四、强化重点客户的管理
 - 五、实施重点客户战略要重点解决的问题
- 第三节 中国体育行业战略综合规划分析
 - 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

第十四章 2021-2026年中国体育行业发展策略及投资建议

- 第一节 中国体育行业产品策略分析
 - 一、服务产品开发策略
 - 二、市场细分策略
 - 三、目标市场的选择
- 第二节 中国体育行业定价策略分析
- 第三节 中国体育行业营销渠道策略
 - 一、体育行业渠道选择策略
 - 二、体育行业营销策略
- 第四节 中国体育行业价格策略
- 第五节 观研天下行业分析师投资建议
 - 一、中国体育行业重点投资区域分析
 - 二、中国体育行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/523082523082.html>