

# 2018年中国体育赛事版权市场分析报告- 行业运营态势与发展趋势预测

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国体育赛事版权市场分析报告-行业运营态势与发展趋势预测》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/wentiule/344139344139.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200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

2018年俄罗斯世界杯官网上一共列出了15家赞助商及合作伙伴，多家中国企业现身。这15家赞助商包括7家国际足联合作伙伴、5家2018年俄罗斯世界杯赞助商，以及3家区域赞助商/国家支持商。

其中，有5家中国企业，分别是万达、海信、蒙牛、vivo以及雅迪，而2014年中国赞助企业仅英利一家。业内人士分析认为，中国企业在顶级赛事中的参与度不断提高，也从侧面反映体育产业在国内的关注度提高，体育营销市场市场需求增长。除了直接成为世界杯官方赞助商，部分品牌也会选择赞助球队。

### 2018年俄罗斯世界杯赞助商

资料来源：公开资料整理

体育赛事强调观赏性和对抗性，具有很高的欣赏价值及传播价值。其所对应的商业赞助权、赛事转播权和衍生品开发权具有很高的商业开发价值。而这些体育赛事权益中，又以赛事转播权为核心资源。赛事转播权即体育赛事方授权媒体转播商直播赛事视频以获取收入的权力。

国际足联（FIFA）作为世界杯赛事的运营商，拥有世界杯赛事的版权，各大平台需要支付一定的版权费用才能获得赛事转播权。统计数据显示，近几届世界杯的转播权收入已经成为了国际足联的主要营收来源。2006到2014年的三届世界杯中，体育转播权占比分别达到了56.10%、63.00%和48.30%，占据了世界杯赛事权益的半壁江山。

2000年广电总局发布的《关于加强体育比赛电视报道和转播管理工作的通知》规定央视拥有奥运会、亚运会、世界杯等重大国际比赛在大陆地区版权的独家购买权，由央视将直播或点播权分销给其他平台（包括地方台及新媒体平台），其他平台才能进行重大国际比赛的直播及点播。2018-2024年国际足联各项赛事在大陆地区的独家全媒体版权无悬念的又是由央视获得。

2018年5月22日，中国移动咪咕公司宣布其正式成为2018央视世界杯新媒体及电信传输渠道指定官方合作伙伴，这也是时隔八年央视再次分销直播权。5月29日，优酷正式对外宣布成为2018世界杯央视指定新媒体官方合作伙伴，拿到包括赛事直播、视频点播、赛场花絮等多项权益。截至目前，本届世界杯在大陆地区的新媒体分销渠道已经完全打开。

值得注意的是，中国体育赛事版权曾长期面临着“一家独大”的局面。此前，国内赛事版权长期采取行政定价手段，央视居于垄断地位，导致赛事价格被严重低估。2014年10月体育总局出台文件，明确“放宽赛事转播权限制”，国内赛事转播市场逐步进入市场化发展阶段。（YM）

观研天下发布的《2018年中国体育赛事版权市场分析报告-行业运营态势与发展趋势预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。第一章 版权行业发展综述

## 1.1 体育赛事版权行业定义及分类

### 1.1.1 行业定义

### 1.1.2 行业分类

### 1.1.3 产业链结构

## 1.2 体育赛事版权行业统计标准

### 1.2.1 统计部门和统计口径

### 1.2.2 主要统计方法介绍

### 1.2.3 行业涵盖数据种类介绍

## 1.3 最近3-5年中国体育赛事版权行业经济指标分析

### 1.3.1 赢利性

### 1.3.2 成长速度

### 1.3.3 附加值的提升空间

### 1.3.4 进入壁垒 / 退出机制

### 1.3.5 风险性

### 1.3.6 行业周期

### 1.3.7 竞争激烈程度指标

### 1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

## 第二章 体育赛事版权行业运行环境分析

### 2.1 体育赛事版权行业政治法律环境分析

- 2.1.1 行业管理体制分析
- 2.1.2 行业主要法律法规
- 2.1.3 行业相关发展规划
- 2.2 体育赛事版权行业经济环境分析
  - 2.2.1 国际宏观经济形势分析
  - 2.2.2 国内宏观经济形势分析
  - 2.2.3 产业宏观经济环境分析
- 2.3 体育赛事版权行业社会环境分析
  - 2.3.1 体育赛事版权产业社会环境
  - 2.3.2 社会环境对行业的影响
  - 2.3.3 体育赛事版权产业发展对社会发展的影响
- 2.4 体育赛事版权行业技术环境分析
  - 2.4.1 体育赛事版权技术分析
  - 2.4.2 体育赛事版权技术发展水平
  - 2.4.3 行业主要技术发展趋势

### 第三章 我国体育赛事版权行业运行分析

- 3.1 我国体育赛事版权行业发展状况分析
  - 3.1.1 我国体育赛事版权行业发展阶段
  - 3.1.2 我国体育赛事版权行业发展总体概况
  - 3.1.3 我国体育赛事版权行业发展特点分析
- 3.2 2015-2017年体育赛事版权行业发展现状
  - 3.2.1 2015-2017年我国版权行业市场规模
  - 3.2.2 2015-2017年我国版权行业发展分析
  - 3.2.3 2015-2017年中国版权企业发展分析
- 3.3 区域市场分析
  - 3.3.1 区域市场分布总体情况
  - 3.3.2 2015-2017年重点省市市场分析
- 3.4 体育赛事版权细分产品/服务市场分析
  - 3.4.1 细分产品/服务特色
  - 3.4.2 2015-2017年细分产品/服务市场规模及增速
  - 3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测
- 3.5 体育赛事版权产品/服务价格分析
  - 3.5.1 2015-2017年体育赛事版权价格走势
  - 3.5.2 影响体育赛事版权价格的关键因素分析

(1) 成本

(2) 供需

(3) 关联

(4) 其他

3.5.3 2018-2024年体育赛事版权产品/服务价格变化趋势

3.5.4 主要体育赛事版权企业价位及价格策略

#### 第四章 我国版权行业整体运行指标分析

4.1 2015-2017年中国体育赛事版权行业总体规模分析

4.1.1 企业数量结构分析

4.1.2 人员规模状况分析

4.1.3 行业资产规模分析

4.1.4 行业市场规模分析

4.2 2015-2017年中国体育赛事版权行业产销情况分析

4.2.1 我国体育赛事版权行业总产值

4.2.2 我国体育赛事版权行业销售收入

4.3 2015-2017年中国体育赛事版权行业财务指标总体分析

4.3.1 行业盈利能力分析

4.3.2 行业偿债能力分析

4.3.3 行业营运能力分析

4.3.4 行业发展能力分析

#### 第五章 我国体育赛事版权行业供需形势分析

5.1 体育赛事版权行业供给分析

5.1.1 2015-2017年体育赛事版权行业供给分析

5.1.2 2018-2024年体育赛事版权行业供给变化趋势

5.1.3 体育赛事版权行业区域供给分析

5.2 2015-2017年我国体育赛事版权行业需求情况

5.2.1 体育赛事版权行业需求市场

5.2.2 体育赛事版权行业客户结构

5.2.3 体育赛事版权行业需求的地区差异

5.3 体育赛事版权市场应用及需求预测

5.3.1 体育赛事版权应用市场总体需求分析

(1) 体育赛事版权应用市场需求特征

(2) 体育赛事版权应用市场需求总规模

### 5.3.2 2018-2024年体育赛事版权行业领域需求量预测

(1) 2018-2024年体育赛事版权行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2018-2024年体育赛事版权行业领域需求产品/服务市场格局预测

### 5.3.3 重点体育赛事行业版权产品/服务需求分析预测

## 第六章 体育赛事版权行业产业结构分析

### 6.1 体育赛事版权产业结构分析

#### 6.1.1 市场细分充分程度分析

#### 6.1.2 各细分市场领先企业排名

#### 6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例

#### 6.1.4 领先企业的结构分析(所有制结构)

### 6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

#### 6.2.1 产业价值链的构成

#### 6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析

### 6.3 产业结构发展预测

#### 6.3.1 产业结构调整指导政策分析

#### 6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素

#### 6.3.3 中国体育赛事版权行业参与国际竞争的战略市场定位

#### 6.3.4 体育赛事版权产业结构调整方向分析

#### 6.3.5 Sansheng Consulting建议

## 第七章 我国体育赛事版权行业产业链分析

### 7.1 体育赛事版权行业产业链分析

#### 7.1.1 产业链结构分析

#### 7.1.2 主要环节的增值空间

#### 7.1.3 与上下游行业之间的关联性

### 7.2 体育赛事版权上游行业分析

#### 7.2.1 版权产品成本构成

#### 7.2.2 2015-2017年上游行业发展现状

#### 7.2.3 2018-2024年上游行业发展趋势

#### 7.2.4 上游供给对版权行业的影响

### 7.3 体育赛事版权下游行业分析

#### 7.3.1 版权下游行业分布

#### 7.3.2 2015-2017年下游行业发展现状

#### 7.3.3 2018-2024年下游行业发展趋势

#### 7.3.4 下游需求对体育赛事版权行业的影响

### 第八章 我国体育赛事版权行业渠道分析及策略

#### 8.1 体育赛事版权行业渠道分析

##### 8.1.1 渠道形式及对比

##### 8.1.2 各类渠道对版权行业的影响

##### 8.1.3 主要体育赛事版权企业渠道策略研究

##### 8.1.4 各区域主要代理商情况

#### 8.2 体育赛事版权行业用户分析

##### 8.2.1 用户认知程度分析

##### 8.2.2 用户需求特点分析

##### 8.2.3 用户购买途径分析

#### 8.3 体育赛事版权行业营销策略分析

##### 8.3.1 中国体育赛事版权营销概况

##### 8.3.2 体育赛事版权营销策略探讨

##### 8.3.3 体育赛事版权营销发展趋势

### 第九章 我国体育赛事版权行业竞争形势及策略

#### 9.1 行业总体市场竞争状况分析

##### 9.1.1 体育赛事版权行业竞争结构分析

(1) 现有企业间竞争

(2) 潜在进入者分析

(3) 替代品威胁分析

(4) 供应商议价能力

(5) 客户议价能力

(6) 竞争结构特点总结

##### 9.1.2 体育赛事版权行业企业间竞争格局分析

##### 9.1.3 体育赛事版权行业集中度分析

##### 9.1.4 体育赛事版权行业SWOT分析

#### 9.2 中国版权行业竞争格局综述

##### 9.2.1 体育赛事版权行业竞争概况

(1) 中国体育赛事版权行业竞争格局

(2) 体育赛事版权行业未来竞争格局和特点

(3) 体育赛事版权市场进入及竞争对手分析

##### 9.2.2 中国体育赛事版权行业竞争力分析



- (1) 我国体育赛事版权行业竞争力剖析
- (2) 我国体育赛事版权企业市场竞争的优势
- (3) 国内体育赛事版权企业竞争能力提升途径

### 9.2.3 体育赛事版权市场竞争策略分析

## 第十章 体育赛事版权行业领先企业经营形势分析

### 10.1 \*\*\*公司

#### 10.1.1 企业概况

#### 10.1.2 企业优势分析

#### 10.1.3 产品/服务特色

#### 10.1.4 2015-2017年经营状况

#### 10.1.5 2018-2024年发展规划

### 10.2 \*\*\*公司

#### 10.2.1 企业概况

#### 10.2.2 企业优势分析

#### 10.2.3 产品/服务特色

#### 10.2.4 2015-2017年经营状况

#### 10.2.5 2018-2024年发展规划

### 10.3 \*\*\*公司

#### 10.3.1 企业概况

#### 10.3.2 企业优势分析

#### 10.3.3 产品/服务特色

#### 10.3.4 2015-2017年经营状况

#### 10.3.5 2018-2024年发展规划

### 10.4 \*\*\*公司

#### 10.4.1 企业概况

#### 10.4.2 企业优势分析

#### 10.4.3 产品/服务特色

#### 10.4.4 2015-2017年经营状况

#### 10.4.5 2018-2024年发展规划

### 10.5 \*\*\*公司

#### 10.5.1 企业概况

#### 10.5.2 企业优势分析

#### 10.5.3 产品/服务特色

#### 10.5.4 2015-2017年经营状况

#### 10.5.5 2018-2024年发展规划

### 10.6 \*\*\*公司

#### 10.6.1 企业概况

#### 10.6.2 企业优势分析

#### 10.6.3 产品/服务特色

#### 10.6.4 2015-2017年经营状况

#### 10.6.5 2018-2024年发展规划

### 10.7 \*\*\*公司

#### 10.7.1 企业概况

#### 10.7.2 企业优势分析

#### 10.7.3 产品/服务特色

#### 10.7.4 2015-2017年经营状况

#### 10.7.5 2018-2024年发展规划

### 10.8 \*\*\*公司

#### 10.8.1 企业概况

#### 10.8.2 企业优势分析

#### 10.8.3 产品/服务特色

#### 10.8.4 2015-2017年经营状况

#### 10.8.5 2018-2024年发展规划

### 10.9 \*\*\*公司

#### 10.9.1 企业概况

#### 10.9.2 企业优势分析

#### 10.9.3 产品/服务特色

#### 10.9.4 2015-2017年经营状况

#### 10.9.5 2018-2024年发展规划

### 10.10 \*\*\*公司

#### 10.10.1 企业概况

#### 10.10.2 企业优势分析

#### 10.10.3 产品/服务特色

#### 10.10.4 2015-2017年经营状况

#### 10.10.5 2018-2024年发展规划

## 第十一章 2018-2024年体育赛事版权行业投资前景

### 11.1 2018-2024年体育赛事版权市场发展前景

#### 11.1.1 2018-2024年体育赛事版权市场发展潜力

- 11.1.2 2018-2024年体育赛事版权市场发展前景展望
- 11.1.3 2018-2024年体育赛事版权细分行业发展前景分析
- 11.2 2018-2024年体育赛事版权市场发展趋势预测
  - 11.2.1 2018-2024年体育赛事版权行业发展趋势
  - 11.2.2 2018-2024年体育赛事版权市场规模预测
  - 11.2.3 2018-2024年体育赛事版权行业应用趋势预测
  - 11.2.4 2018-2024年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2018-2024年中国体育赛事版权行业供需预测
  - 11.3.1 2018-2024年中国体育赛事版权行业供给预测
  - 11.3.2 2018-2024年中国体育赛事版权行业需求预测
  - 11.3.3 2018-2024年中国体育赛事版权供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
  - 11.4.1 市场整合成长趋势
  - 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
  - 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
  - 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
  - 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

## 第十二章 2018-2024年体育赛事版权行业投资机会与风险

- 12.1 体育赛事版权行业投融资情况
  - 12.1.1 行业资金渠道分析
  - 12.1.2 固定资产投资分析
  - 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 2018-2024年体育赛事版权行业投资机会
  - 12.2.1 产业链投资机会
  - 12.2.2 细分市场投资机会
  - 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2018-2024年体育赛事版权行业投资风险及防范
  - 12.3.1 政策风险及防范
  - 12.3.2 技术风险及防范
  - 12.3.3 供求风险及防范
  - 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
  - 12.3.5 关联产业风险及防范
  - 12.3.6 产品结构风险及防范
  - 12.3.7 其他风险及防范

## 第十三章 体育赛事版权行业投资战略研究

### 13.1 体育赛事版权行业发展战略研究

#### 13.1.1 战略综合规划

#### 13.1.2 技术开发战略

#### 13.1.3 业务组合战略

#### 13.1.4 区域战略规划

#### 13.1.5 产业战略规划

#### 13.1.6 营销品牌战略

#### 13.1.7 竞争战略规划

### 13.2 对我国体育赛事版权品牌的战略思考

#### 13.2.1 体育赛事版权品牌的重要性

#### 13.2.2 体育赛事版权实施品牌战略的意义

#### 13.2.3 体育赛事版权企业品牌的现状分析

#### 13.2.4 我国体育赛事版权企业的品牌战略

#### 13.2.5 体育赛事版权品牌战略管理的策略

### 13.3 体育赛事版权经营策略分析

#### 13.3.1 版权市场细分策略

#### 13.3.2 版权市场创新策略

#### 13.3.3 品牌定位与品类规划

#### 13.3.4 版权新产品差异化战略

### 13.4 体育赛事版权行业投资战略研究

#### 13.4.1 2018年版权行业投资战略

#### 13.4.2 2018-2024年版权行业投资战略

#### 13.4.3 2018-2024年细分行业投资战略

## 第十四章 研究结论及投资建议

### 14.1 体育赛事版权行业研究结论

### 14.2 体育赛事版权行业投资价值评估

### 14.3 版权行业投资建议

#### 14.3.1 行业发展策略建议

#### 14.3.2 行业投资方向建议

#### 14.3.3 行业投资方式建议

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/344139344139.html>