

2016-2022年中国互联网彩票市场运行态势及十三 五运营管理深度分析报告

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《2016-2022年中国互联网彩票市场运行态势及十三五运营管理深度分析报告》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/qitanengyuan/244412244412.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

彩票，作为一种已经具有上千多年历史的博彩游戏，其产生的初始目的是作为一种游戏来满足人们的娱乐需求。在中国大陆，目前法律所允许的仍然只有彩票，自1987年，中国大陆地区，第一批福利彩票在河北省石家庄市销售以来，彩票在我国得到了飞速的发展。截止目前，在我国只有经国务院批准并授权民政部发行的中国福利彩票和国家体育总局发行的中国体育彩票两种形式。按照彩票公益金的分配形式，两种形式的彩票除了中央抽出部分用于社保基金外，其他中央和地方一级均会抽出部分比例用于体育和福利事业的发展。

无需生产和物流确保了运营的低成本和高回报，彩票行业的特性尤其适合互联网销售模式。彩票是互联网产业的轻资产变现工具，互联网/移动互联网彩票应运而生。

2014年受益巴西世界杯等重大赛事，互联网彩票销量从2013年的420亿暴涨102%，达到850亿元，占彩票销售总额的20%。

自2015年4月财政部等8部门联发公告制止擅自销售互联网彩票开始，新浪彩票、淘宝彩票、500彩票网等全面停售互联网彩票。2015年中国体彩销售额1664亿元，同比下降5.7%；福彩销售2015亿元，同比下降2.2%。全国彩票销量为3679亿元，同比下降3.8%。这是自2004年以来，我国彩票年销量首次出现下降。截至目前互联网彩票已经暂停一年零5个月，历次停售时间最长。

互联网彩票行业虽然经历了国家的五次叫停，但国家意志更多是为了推出更规范的政策促进行业健康发展，经过1年多的摸底梳理后，2016年推出互联网彩票开闸试点将是大概率事件。而在2015年低基数和2016年赛事扎堆的双重影响下，2016年彩票销售有望再度放量。

2014年我国体育产业增加值为404亿元，根据46号文件规划，到2025年将达到5万亿元，对应年均复合增长率约27%左右。从国内体育产业链构成来看，以赛事运营为核心，政府主导下逐渐开展市场化运作是当前主要趋势。体育彩票属于依托赛事运营的衍生行业，推动体育产业发展。随着中超即开型彩票开始研发，后续彩种有望逐步丰富，互联网售彩重启的预期逐步升温。当前彩种研发、渠道方面的短板将逐步补足，从而大大推动彩票市场规模的提升。

中国报告网发布的《2016-2022年中国互联网彩票市场运行态势及十三五运营管理深度分析报告》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。

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。

第一章 互联网彩票行业相关概述

1.1 互联网彩票概述

1.1.1 互联网彩票定义

1.1.2 互联网彩票优势

1.1.3 与传统彩票对比

1.2 彩票行业综述

1.2.1 彩票定义

1.2.2 彩票形式

1.2.3 彩票分类

1.3 彩票彩种类型

1.3.1 即开型

1.3.2 视频型

1.3.3 乐透型

1.3.4 竞猜型

1.4 彩票行业产业链分析

1.4.1 产业链价值

1.4.2 发行环节

1.4.3 设备运营及印刷环节

1.4.4 渠道销售

1.5 互联网彩票行业产业链分析

1.5.1 互联网彩票产业链分析

1.5.2 产业链变革推动作用

1.5.3 产业链投资主体

第二章 2014-2016年全球互联网彩票行业发展分析

2.1 2014-2016年全球彩票行业发展综述

2.1.1 行业发展综述

2.1.2 行业发展规模

2.1.3 区域销售规模

2.2 2014-2016年全球互联网彩票市场发展分析

2.2.1 线上彩票活跃度提升

2.2.2 B2B形式商家涌现

2.2.3 线上平台监管状况

2.2.4 彩民购彩方式

2.3 2014-2016年全球互联网彩票社交媒体推广状况

2.3.1 Facebook

2.3.2 Twitter

2.3.3 网站推广效果比较

2.4 2014-2016年欧洲互联网彩票发展分析

2.4.1 互联网彩票类型

2.4.2 网售彩票安全防控

2.4.3 网售彩票规模

2.5 2014-2016年美国互联网彩票发展分析

2.5.1 网售彩票许可现状

2.5.2 区域网售彩票许可

2.5.3 网售彩票市场规模

2.5.4 网售彩票市场态势

2.6 2014-2016年全球其他区域互联网彩票市场发展分析

2.6.1 澳大利亚

2.6.2 加拿大

第三章 2014-2016年中国互联网彩票市场发展背景环境

3.1 政策因素调整

3.1.1 彩票相关政策调整

3.1.2 互联网彩票政策调整

3.1.3 最新政策动态分析

3.2 经济因素支持

3.2.1 国民经济发展状况

3.2.2 彩票公益金收入贡献大

3.2.3 彩票销售拉动宏观经济

3.3 行业因素推动

3.3.1 体育产业迎黄金发展期

3.3.2 体育产业发展政策

3.3.3 体育产业发展规模

3.4 社会因素影响

3.4.1 社交元素扩容彩票市场

3.4.2 互联网内容的变现渠道

3.4.3 互联网降低交易成本

第四章 2014-2016年中国互联网彩票行业深度分析

4.1 2014-2016年中国彩票行业发展分析

4.1.1 市场发展综述

4.1.2 市场销售规模

4.1.3 各类产品表现

4.1.4 区域销售规模

4.2 2014-2016年中国互联网彩票行业综述

4.2.1 网售彩票历史

4.2.2 网售彩票特点

4.2.3 彩票网站数据

4.2.4 市场发展态势

4.3 2014-2016年中国互联网彩票行业规模

4.3.1 行业发展规模

4.3.2 行业的渗透率

4.3.3 市场销售结构

4.3.4 C端购彩重塑

4.3.5 主体消费认知

4.4 2014-2016年中国互联网彩票市场重启分析

4.4.1 网售彩票叫停分析

4.4.2 网售彩票重启逻辑

4.4.3 网售彩票重启预期

4.5 中国互联网彩票行业存在的问题分析

4.5.1 销售管理秩序混乱

4.5.2 地方利益分配不均

4.5.3 国家公益金遭蚕食

4.5.4 技术安全问题

4.6 中国互联网彩票发展对策分析

4.6.1 彩票销售对策

4.6.2 多元化经营策略

4.6.3 产业化战略措施

第五章 2014-2016年中国互联网彩票行业细分市场分析

5.1 细分市场发展现状

5.1.1 细分市场发展综述

5.1.2 细分市场规模

5.1.3 各彩种销售占比

5.1.4 销售渠道分析

5.2 互联网体育彩票市场

5.2.1 体育彩票发展历程

5.2.2 体育彩票销售额

5.2.3 体育彩票市场格局

5.2.4 体育彩票市场前景

5.2.5 体彩十三五规划

5.3 互联网福利彩票市场

5.3.1 福利彩票发展成就

5.3.2 福利彩票彩种产品

5.3.3 福利彩票销售收入

5.3.4 各类型福彩销售量

5.3.5 福利彩票销售渠道

5.3.6 福彩牌照发放形式

第六章 2014-2016年中国互联网彩票市场竞争及盈利模式分析

6.1 2014-2016年中国互联网彩票市场竞争格局

6.1.1 市场格局分析

6.1.2 网站销售彩种

6.1.3 网售彩票主体

6.2 2014-2016年互联网企业布局彩票市场分析

6.2.1 私人部门积极布局

6.2.2 产业链环节竞争

6.2.3 流量优势企业竞争

6.2.4 互联网企业积极布局

6.3 2014-2016年中国互联网彩票企业盈利模式分析

6.3.1 彩票收入构成

6.3.2 O2O平台模式

6.3.3 互联网彩票盈利模式

6.3.4 盈利模式探索方向

6.4 2014-2016年移动互联网彩票市场分析

6.4.1 移动端销售规模

6.4.2 分销渠道销售结构

6.4.3 移动端市场特点

第七章 2014-2016年中国互联网彩票分销渠道格局

7.1 彩票分类市场发展状况

7.1.1 市场参与主体

7.1.2 网络彩票平台

7.1.3 市场发展格局

7.1.4 市场发展综述

7.1.5 销售渠道分析

7.2 专业垂直类彩票网站分析

7.2.1 市场发展概况

7.2.2 市场参与主体

7.2.3 市场竞争格局

7.2.4 竞争主体优劣势

7.2.5 市场发展趋势

7.3 综合电商类彩票网站分析

7.3.1 市场主体分析

7.3.2 市场竞争状况

7.3.3 市场销售规模

7.4 移动互联网APP市场分析

7.4.1 市场发展现状

7.4.2 市场发展规模

7.4.3 彩票APP下载量

7.4.4 市场竞争格局

7.4.5 市场布局趋势

第八章 2014-2016年中国互联网彩票发行及信息系统建设市场具体分析

8.1 2014-2016年中国互联网彩票发行市场综述

8.1.1 彩票发行管理模式

8.1.2 福利彩票发行管理中心

8.1.3 彩票发行销售管理办法

8.2 2014-2016年中国互联网彩票发行市场分析

8.2.1 发行费用分布

8.2.2 销售金额流向

8.2.3 彩票发行规模

8.2.4 彩票发行改革方向

8.3 2014-2016年中国彩票系统开发及运营发展分析

8.3.1 彩票大系统建设

8.3.2 彩票销售交易系统

8.3.3 彩票数据系统架构

8.3.4 系统市场发展现状

8.4 2014-2016年中国彩种研发市场分析

8.4.1 彩种发展现状

8.4.2 企业布局状况

8.4.3 彩种创新态势

8.5 2014-2016年中国互联网彩票彩种创新展望

8.5.1 体制创新未来可期

8.5.2 彩种创新引领行业未来发展

8.5.3 开发新彩种的合理性研究

第九章 2014-2016年中国互联网彩票终端机市场发展分析

9.1 互联网彩票终端机市场

9.1.1 彩票出票系统

9.1.2 彩票终端机类型

9.1.3 彩票终端机工作原理

9.1.4 自助售彩投注机现状

9.2 彩票终端机发展模式分析

9.2.1 彩票终端机招标模式

9.2.2 福彩终端机盈利模式

9.2.3 体彩终端机盈利模式

9.3 彩票设备系统主要供应商分析

9.3.1 福利彩票设备系统供应商

9.3.2 体育彩票设备系统供应商

9.3.3 福彩和体彩供应商比较分析

9.4 互联网彩票印刷市场

9.4.1 彩票印刷与防伪

9.4.2 印刷市场格局

9.4.3 彩票印刷资质

9.4.4 彩票无纸化现状

第十章 2014-2016年中国互联网彩票全产业链布局企业分析

10.1 华彩控股

10.1.1 企业发展概况

10.1.2 互联网彩票布局

10.1.3 财年华彩控股经营状况

10.1.4 财年华彩控股经营状况

10.1.5 2016财年华彩控股经营状况

10.2 御泰中彩控股

10.2.1 企业发展概况

10.2.2 互联网彩票布局

10.2.3 新彩种研发状况

10.2.4 财年御泰中彩控股经营状况

10.2.5 财年御泰中彩控股经营状况

10.2.6 2016财年御泰中彩控股经营状况

10.3 鸿博股份

10.3.1 企业发展概况

10.3.2 主营业务分析

10.3.3 彩票全产业链布局

10.3.4 互联网彩票布局

10.3.5 经营效益分析

10.3.6 业务经营分析

10.3.7 财务状况分析

10.3.8 未来前景展望

10.4 安妮股份

10.4.1 企业发展概况

10.4.2 互联网彩票布局

10.4.3 企业发展动态

10.4.4 经营效益分析

10.4.5 业务经营分析

10.4.6 财务状况分析

10.4.7 未来前景展望

10.5 中体产业

10.5.1 企业发展概况

10.5.2 主营业务分析

10.5.3 互联网彩票布局

10.5.4 经营效益分析

10.5.5 业务经营分析

10.5.6 财务状况分析

10.5.7 未来前景展望

10.6 天音控股

10.6.1 企业发展概况

10.6.2 彩票行业布局

10.6.3 经营效益分析

10.6.4 业务经营分析

10.6.5 财务状况分析

10.6.6 未来前景展望

10.7 上市公司财务比较分析

10.7.1 盈利能力分析

10.7.2 成长能力分析

10.7.3 运营能力分析

10.7.4 偿债能力分析

第十一章 2014-2016年中国互联网彩票企业销售平台分析

11.1 500彩票网

11.1.1 企业发展概况

11.1.2 企业竞争优势

11.1.3 财年500彩票网经营状况

11.1.4 财年500彩票网经营状况

11.1.5 2016财年500彩票网经营状况

11.2 澳客网

11.2.1 企业发展概况

11.2.2 企业发展优势

11.2.3 互联网彩票业务收入

11.3 淘宝彩票

11.3.1 平台发展概况

11.3.2 平台发展优势

11.3.3 彩票销售构成

11.4 第一视频

11.4.1 企业发展概况

11.4.2 彩票业务收入

11.4.3 彩票365优势

11.4.4 足彩网发展状况

11.5 爱彩网

11.5.1 企业发展概况

11.5.2 企业发展SWOT分析

11.5.3 新浪彩通新产品

11.6 其他互联网销售平台

11.6.1 网易彩票优势

11.6.2 乐彩网SWOT分析

11.6.3 QQ彩票竞争优势

第十二章 2014-2016年中国互联网彩票行业投资潜力分析及风险预警

12.1 2014-2016年中国互联网彩票行业投资分析

12.1.1 投资资本来源

12.1.2 投资总额分析

12.1.3 投资对象分析

12.1.4 投资时间分析

12.1.5 投资特征分析

12.2 2014-2016年中国互联网彩票行业投资机会分析

12.2.1 行业投资机遇

12.2.2 行业投资潜力

12.2.3 行业投资机会

12.2.4 行业核心投资点

12.3 2014-2016年中国互联网彩票投资风险分析

12.3.1 政策不确定性风险

12.3.2 互联网技术风险

12.3.3 新产品研发风险

12.3.4 人才流失风险

12.3.5 安全防范风险

12.3.6 知识产权风险

12.3.7 未成年人购彩风险

第十三章 2016-2022年中国互联网彩票市场前景及规模预测分析

13.1 互联网彩票市场前景分析

13.1.1 重启互联网售彩是趋势

13.1.2 互联网彩票市场前景乐观

13.1.3 福彩牌照发放前景

13.2 互联网彩票行业发展方向

13.2.1 互联网彩票政策走向

13.2.2 未来行业格局展望

13.2.3 行业未来新格局展望

13.3 中国报告网对2016-2022年中国互联网彩票市场规模预测

13.3.1 中国报告网对2016-2022年中国彩票发行市场规模预测

13.3.2 中国报告网对2016-2022年中国互联网彩票市场规模预测

13.3.3 中国报告网对2016-2022年中国互联网彩票细分市场预测

图表目录

图表 互联网彩票与传统彩票对比分析

图表 国家关于彩票公益金分配的规定

图表 中国彩票的类型

图表 彩票行业体系链

图表 彩票行业管理体系

图表 彩票行业发行分配价值链

图表 互联网彩票产业链

图表 互联网推动产业链上、中、下三个环节的全面变革

图表 中国彩票行业产业链投资主体

图表 全球TOP20博彩市场人均消费情况

图表 2001-2014年世界彩票销售额及其同比增速

图表 2014年全球各彩票机构销售情况统计

图表 2013年彩票行业和其他行业使用Facebook的情况比较

图表 2013年彩票行业和其他行业使用Twitter的情况比较

图表 2001-2013年彩票行业相关政策

图表 2007-2015年互联网彩票行业政策变动一览表

图表 互联网彩票最新事件

图表 2013-2015年固定资产投资累计同比增长率

图表 2013-2015年新开工项目计划总投资额累计同比增长

图表 2015年主要行业固定资产投资累计同比增长率

图表 2010-2015年消费品零售总额累计同比增长率

图表 2010-2014年城镇居民收入与消费累计同比增长率

图表 2012-2015年三大需求对GDP增长的贡献比例

图表 2013-2015年中国进出口贸易总量

图表 2000-2015年彩票公益金收入/公共财政收入及彩票公益金占比增速

图表 2015年全国各地区彩票销售额

图表 2015年全国各地区GDP收入

图表 体育产业变现结构图

图表 中国历年体育政策汇总及影响（一）

图表 中国历年体育政策汇总及影响（二）

图表 2006-2013年中国体育产业增加值占GDP比重的变化

图表 互联网+体育项目发展状况

图表 2007-2015年中国网民规模、手机网民规模及互联网普及率

图表 2011-2015年中国网购规模

- 图表 2014年体育彩票及福利彩票销量占比
- 图表 2014年各类型彩票销量占比
- 图表 2013-2014年按产品划分的彩票销售增长对比图
- 图表 2013-2014年按产品划分的彩票销售
- 图表 2013-2014年福利彩票、体育彩票销量对比
- 图表 2010-2014年中国彩票销售规模
- 图表 2012-2016年日均彩票销量
- 图表 2012-2016年彩票销量同比涨幅
- 图表 2016年全国各类型彩票销售情况
- 图表 2016年全国各地区彩票销售额及其同比涨幅
- 图表 2010-2015年中国各彩种销量统计
- 图表 2016年分类型彩票市场份额
- 图表 2014-2015年中国各省彩票销售额
- 图表 美国各州彩票销售份额、玩家占比统计
- 图表 互联网彩票与手游对比
- 图表 2015年各大彩票网站的停售情况
- 图表 2005-2014年中国互联网彩票行业
- 图表 2005-2014年互联网彩票渗透率
- 图表 2012-2014年互联网彩票PC端和移动端销售额
- 图表 2012-2014年互联网彩票PC端和移动端销售占比
- 图表 2010-2014年中国移动互联网彩票市场规模及其增速
- 图表 不同用户购买彩票渠道占比
- 图表 2011-2015年互联网售彩与移动支付端积极合作政策梳理
- 图表 互联网重塑购彩场景
- 图表 彩民对互联网购彩的信任度
- 图表 消费者线下购彩原因
- 图表 消费者在实体店的网上渠道进行购彩的原因
- 图表 消费者线上彩票购买意愿
- 图表 2006-2008年中国互联网彩票销售额及其同比增速
- 图表 2008-2010年中国互联网彩票销售额及其同比增速
- 图表 2010-2012年中国互联网彩票销售额及其同比增速
- 图表 互联网彩票销售重启逻辑
- 图表 互联网彩票重启预期市场搜索指数
- 图表 彩票出票流程示意图
- 图表 互联网彩票打破原有的地域限制

图表 彩票公益金筹集、分配及使用示意图

图表 彩票销售金额分配示意图

图表 2011-2015年全国彩票分彩种销售额

图表 2015年各彩种销售额占比

图表 彩票渠道分析

图表 1994-2012年中国体育彩票销售额

图表 2007-2015年我国体育彩票月度销售额

图表 2007-2015年我国体育彩票月度销售同比增速情况

图表 2008-2015年我国体育彩票和福利彩票年度销售额及其同比增速

图表 2004-2015年中国体育彩票销量统计

图表 2008-2015年体彩乐透型彩票销量

图表 2008-2015年中国体彩竞猜型彩票销量

图表 2014-2015年月度体彩销量

图表 1987-2014年中国福利彩票总销售量

图表 2008-2015年中国福利彩票销售量

图表 2014-2015年福利彩票月度销量统计

图表 2015年福利彩票各游戏销量占比

图表 2008-2015年福利彩票乐透型销量

图表 2008-2015年福利彩票即开型彩票销量

图表 2008-2015年福利视频彩票销量

图表 2014年各类型福利彩票销售占比

图片详见报告正文`````` (GY LWT)

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/qitanengyuan/244412244412.html>