

2016-2022年中国体育保险行业发展深度调查及十三五投资趋势研究报告

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年中国体育保险行业发展深度调查及十三五投资趋势研究报告》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/baoxian/244475244475.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

《2016-2022年中国体育保险行业发展深度调查及十三五投资趋势研究报告》由观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）领衔撰写，在周密严谨的市场调研基础上，主要依据国家统计局数据，海关总署，问卷调查，行业协会，国家信息中心，商务部等权威统计资料。

报告主要研行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境。为战略投资或行业规划者提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行相关部门也具有极大的参考价值。

第一章 体育产业相关概述

第一节 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

第二节 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

第二章 体育产业发展环境分析

第一节 宏观经济与体育产业

- 一、体育产业与经济相互作用的相互作用
- 二、体育产业在国民经济的作用
- 三、中国体育经济政策的解析
- 四、加快我国体育经济发展的建议

第二节 中国体育产业政策环境总析

- 一、2013-2015年体育产业政策环境概述
- 二、2012-2016年我国又一体育产业鼓励性文件出台
- 三、促进体育产业发展的主要政策措施

第三节 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

第四节 体育产业发展的政策选择

- 一、体育产业布局政策的选择
- 二、体育产业结构政策的选择
- 三、体育产业组织政策的选择
- 第三章 体育产业发展概况
- 第一节 国际体育产业综述
 - 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
 - 四、世界主要国家体育产业的发展
 - 五、国际体育产业市场分析
- 第二节 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、中国体育产业的发展现状
 - 三、中国体育产业渐入佳境
 - 四、中国体育产业发展取得进一步规范
 - 五、中国体育产业品牌运作分析
- 第三节 中国体育产业消费需求分析
 - 一、体育消费者购买形态分析
 - 二、体育消费者的需要与动机分析
 - 三、中国体育产业消费状况
 - 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
 - 七、现代传媒对城市居民体育消费观的影响剖析
- 第四节 高校体育产业的发展
 - 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、中国高校体育产业发展的措施
 - 五、高校体育产业前景可观
- 第五节 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

第六节 中国体育产业发展的对策

- 一、以科学的政策扶持中国体育产业的发展
- 二、中国体育产业发展的八大建议
- 三、推进中国体育产业化进程的措施
- 四、社区体育产业建设对策
- 五、体育产业信息化发展方案
- 六、体育消费的建议与对策
- 七、现代体育产业培育的思路和途径
- 八、标准化是中国体育产业做强做大的出路

第四章 体育主体产业分析

第一节 竞技体育业

- 一、世界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

第二节 体育健身娱乐业

- 一、体育健身娱乐业的特征及构成
- 二、体育健身娱乐业的地位
- 三、中国健身娱乐产业的发展总况
- 四、中国体育健身娱乐市场存在问题
- 五、促进体育健身娱乐市场发展的建议
- 六、推动我国健身产业发展的策略

第三节 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

第五章 体育用品业分析

第一节 国际体育用品市场概况

- 一、世界体育用品市场发展状况
- 二、中东体育用品市场quanmian解析
- 三、美国体育用品市场发展现状
- 四、俄罗斯体育用品市场发展态势
- 五、加拿大体育用品产业发展详解

六、德国体育用品市场发展分析

第二节 中国体育用品业状况

一、我国体育用品行业发展综述

二、中国体育用品行业现状分析

三、中国体育用品行业积极因素

四、中国体育用品行业国际化发展

第三节 中国体育用品制造行业财务状况

一、2012-2016年中国体育用品制造行业经济规模

二、2012-2016年中国体育用品制造行业盈利能力指标分析

三、2012-2016年中国体育用品制造行业营运能力指标分析

四、2012-2016年中国体育用品制造行业偿债能力指标分析

五、中国体育用品制造行业财务状况综合评价

第四节 体育用品业竞争分析

一、中外品牌体育用品市场竞争激烈

二、中国体育用品企业核心竞争力现状

三、中国体育用品企业的竞争策略分析

四、科技创新成为体育用品业竞争新手段

第五节 体育用品业存在的问题

一、我国体育用品业与发达国家的差距

二、我国亟待加快体育用品行业标准化

三、我国体育用品产业面临困境分析

四、我国体育用品行业亟待转型升级

五、中国体育用品自主创新能力缺失

六、中国体育用品企业面临问题分析

七、中国体育用品品牌存在的掣肘

第六节 中国体育用品产业发展的对策

一、中国体育用品业国际竞争力提升对策

二、加快体育用品业标准化进程的建议

三、促进中国体育用品市场发展的措施

四、我国体育用品行业应差异化发展

五、中国体育用品品牌发展的建议

第六章 体育服务业分析

第一节 体育赞助业

一、体育赞助的组织状况分析

二、体育赞助的发展环境分析

三、中国体育赞助发展现状分析

四、体育赞助业最新动向分析

五、中国企业体育赞助主要问题

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

第二节 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、地方电视台体育赛事转播存在的优劣势剖析

六、体育竞赛电视转播权转让的法律问题与对策

七、我国体育赛事转播问题及对策分析

第三节 体育彩票业

一、国外体育彩票发展综述

二、“十一五”中国体育彩票业的发展

三、2012-2016年我国体育彩票销售创新高

四、我国体育彩票业法制建设全面分析

五、体育彩票业发展的制约因素分析

六、中国体育彩票业发展存在的问题

七、促进中国体育彩票发展的措施

第四节 休闲体育业

一、中国休闲体育产业概述

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、我国大力发展休闲体育

五、发展休闲体育产业的对策

六、中国休闲体育产业将迎来发展热潮

七、“十二五”中国休闲体育产业的发展趋势

第五节 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 2

三、中国体育保险供需形势分析

四、我国政策助推体育保险发展

五、体育保险业品牌与风险共存

六、我国体育保险发展存在的问题及对策

第六节 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

第七节 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综述
- 三、中国体育广告业发展问题
- 四、体育广告策略模型分析
- 五、体育广告主要卖点分析
- 六、体育广告全方位策略解析

第七章 主要省市体育产业分析

第一节 广东省

- 一、广东体育产业在全国的地位分析
- 二、“十一五”广东体育业发展成就
- 三、广东省体育产业发展存在的问题
- 四、“十二五”广东体育业发展面临机遇和挑战
- 五、“十二五”广东体育产业发展的目标及任务
- 六、“十二五”广东体育业发展的保障措施

第二节 福建省

- 一、福建省体育产业的发展总况
- 二、福建省出台体育产业专项资金管理办法
- 三、福建省体育旅游业发展机遇
- 四、福建省体育产业发展存在问题
- 五、福建省体育产业发展重点任务
- 六、福建省体育产业发展思路及目标
- 七、福建体育产业发展的政策措施

第三节 湖南省

- 一、湖南体育产业发展现状
- 二、湖南体育产业发展优势
- 三、湖南省体育业发展瓶颈

四、湖南体育产业发展对策

五、“十二五”湖南省体育业面临形势

六、“十二五”湖南体育产业战略目标

第四节 江西省

一、“十一五”江西体育产业的发展

二、江西省体育旅游产业现状分析

三、江西省体育旅游产业制约因素

四、江西省体育旅游产业发展对策

五、“十二五”江西体育业发展目标

六、“十二五”江西体育业发展任务

七、“十二五”江西体育业发展措施

第五节 河南省

一、河南加快发展体育产业重要意义

二、河南省体育产业发展现状浅析

三、河南省体育产业发展存在问题

四、河南省体育产业发展对策探讨

五、河南省体育产业发展要求及目标

六、河南省体育产业发展的重点任务

七、促进河南体育产业发展政策措施

第六节 陕西省

一、“十一五”期间陕西省体育产业发展回顾

二、陕西体育产业发展存在的问题

三、陕西省体育产业发展的四大制约因素

四、陕西省城市居民体育消费水平及其制约因素

五、陕西省体育产业发展战略

六、“十二五”陕西体育业面临挑战和机遇

七、“十二五”陕西体育产业的发展目标

八、“十二五”陕西体育产业的发展措施

第七节 北京市

一、北京市体育产业的发展环境

二、“十一五”北京市体育产业发展综述 3

三、“十二五”北京市体育产业发展目标

四、“十二五”北京市体育产业发展任务

五、“十二五”北京市体育产业发展措施

第八节 上海市 3

一、“十一五”上海体育产业发展回顾 3

二、“十二五”上海体育业的发展机遇

三、“十二五”上海体育产业发展目标

四、“十二五”上海体育产业发展任务

五、“十二五”上海体育产业具体措施

第九节 武汉市

一、武汉市体育产业发展状况

二、武汉市居民体育消费状况

三、武汉市体育产业实施建议

第十节 呼和浩特市

一、呼和浩特体育产业取得的成就

二、呼和浩特体育产业发展存在瓶颈

三、“十二五”呼和浩特体育业发展面临形势

四、“十二五”呼和浩特体育产业发展的目标

五、“十二五”呼和浩特体育业发展主要任务

六、“十二五”呼和浩特体育产业发展的措施

第十一节 其他

一、山西

二、甘肃

三、江苏

四、浙江

五、安徽

第八章 体育产业基地建设状况

第一节 深圳国家体育产业基地

一、深圳国家体育产业基地概况

二、深圳国家体育产业基地的发展思路

三、深圳国家体育产业基地的空间布局

四、深圳国家体育产业基地建设进展

第二节 成都市国家体育产业基地

一、成都国家体育产业基地概况

二、成都国家体育产业基地建设情况

三、成都体育发展状况

四、成都体育产业的发展目标及重点

五、成都体育产业的保障措施建议

第三节 晋江国家体育产业基地

- 一、晋江国家体育产业基地发展历程
- 二、晋江国家体育产业基地建设状况
- 三、晋江国家体育产业基地建设特色
- 四、晋江体育产业基地发展措施及建议

第四节 龙潭湖国家体育产业基地

- 一、龙潭湖国家体育产业基地概况
- 二、龙潭湖国家体育产业基地发展优势
- 三、龙潭湖国家体育产业基地基本布局
- 四、龙潭湖国家体育产业基地发展的瓶颈
- 五、龙潭湖国家体育产业基地建设的思路

第五节 乐陵国家体育产业基地

- 一、乐陵国家体育产业基地概况
- 二、乐陵体育产业的发展
- 三、乐陵国家体育产业基地发展规划

第九章 体育产业营销分析

第一节 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

第二节 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

第三节 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 4

第十章 体育产业重点企业

第一节 阿迪达斯集团

- 一、公司简介
- 二、2013-2015年阿迪达斯经营状况

三、2012-2016年阿迪达斯经营状况

四、2013-2015年阿迪达斯经营状况

第二节 耐克公司

一、公司简介

二、2011财年耐克经营状况

三、2012财年耐克经营状况

四、2013财年耐克经营状况 4

第三节 彪马 (PUMA) 4

一、公司简介 4

二、2013-2015年彪马经营状况 4

三、2012-2016年彪马经营状况 4

四、2013-2015年彪马经营状况 4

第四节 美津浓 (MIZUNO CORPORATION)

一、公司简介

二、2011财年美津浓经营状况

三、2012财年美津浓经营状况

四、2013财年美津浓经营状况

第五节 中体产业集团股份有限公司

一、企业基本情况介绍

二、2013-2015年经营状况分析

三、2012-2016年经营状况分析

四、2013-2015年经营状况分析

第六节 安踏 (中国) 有限公司 4

一、企业基本情况介绍 4

二、2012-2015年经营状况分析 4

三、2013-2015年经营状况分析 4

四、2012-2016年经营状况分析 4

第七节 李宁体育用品有限公司

一、企业基本情况介绍

二、2012-2015年经营状况分析

三、2013-2015年经营状况分析

四、2012-2016年经营状况分析

第八节 中国动向 (集团) 有限公司

一、企业基本情况介绍

二、2012-2015年经营状况分析

三、2013-2015年经营状况分析

四、2012-2016年经营状况分析

第九节 信隆实业（深圳）股份有限公司

一、企业基本情况介绍

二、2013-2015年经营状况分析

三、2012-2016年经营状况分析

四、2013-2015年经营状况分析

第十一章 体育产业投资分析

第一节 投资机会分析

一、未来我国体育产业发展的机遇

二、中国体育保险业商机分析

三、新《体育法》将利好我国体育产业发展

第二节 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

第三节 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

第四节 中国体育产业市场化投资渠道研究

一、中国体育产业投资渠道的发展史与现状

二、加强中国体育产业市场化投资渠道的条件分析

三、拓展中国体育产业市场化投资渠道的策略

四、创新我国体育产业投资体制的思路

第十二章 体育产业市场趋势分析

第一节 体育产业发展展望

一、全球体育产业发展趋势分析

二、我国体育产业前景看好

三、中国体育产业发展空间巨大

四、2016-2022年中国体育产业预测分析

第二节 “十二五”中国体育产业规划探析

一、“十二五”我国体育产业发展面临的形势

二、“十二五”我国体育产业发展的指导思想及目标

三、“十二五”我国体育产业发展的主要任务

四、“十二五”我国体育产业发展的主要措施

第三节 体育用品业发展前景分析

一、全球体育用品行业的发展趋势分析

二、我国体育用品行业孕育大好商机

三、中国体育用品行业发展前景乐观

四、体育用品业未来发展方向

图表目录

图表 1 中国体育产业政策体系整体框架结构图

图表 2 体育主导产业选择的递阶目标层框图

图表 3 体育各产业综合权重与排序一览表

图表 4 体育产业的主导产业选择框图

图表 5 体育产业结构分析

图表 6 高校体育产业结构

图表 7 2012-2016年中国体育用品制造企业数量变化趋势图

图表 8 2012-2016年中国体育用品制造行业资产总额统计

图表 9 2012-2016年中国体育用品制造行业资产变化趋势图

图表 10 2012-2016年中国体育用品制造行业销售收入统计

图表 11 2012-2016年中国体育用品制造行业销售收入变化趋势图

图表 12 2012-2016年中国体育用品制造行业利润总额统计

图表 13 2012-2016年中国体育用品制造行业利润变化趋势图

图表 14 2012-2016年中国体育用品制造行业毛利率情况

图表 15 2012-2016年中国体育用品制造行业成本费用利润率情况

图表 16 2012-2016年中国体育用品制造行业销售利润率情况

图表 17 2012-2016年中国体育用品制造行业资产利润率情况

图表 18 2012-2016年中国体育用品制造行业应收账款周转率情况

图表 19 2012-2016年中国体育用品制造行业流动资产周转率情况

图表 20 2012-2016年中国体育用品制造行业总资产周转率情况

图表 21 2012-2016年中国体育用品制造行业资产负债率情况

图表 22 2012-2016年中国体育用品制造行业销售成本统计

图表 23 2012-2016年中国体育用品制造行业销售成本趋势图

图表 24 2012-2016年中国体育用品制造行业销售费用统计

图表 25 2012-2016年中国体育用品制造行业销售费用趋势图

图表 26 2012-2016年中国体育用品制造行业管理费用统计

图表 27 2012-2016年中国体育用品制造行业管理费用趋势图

图表 28 2012-2016年中国体育用品制造行业财务费用统计

图表 29 2012-2016年中国体育用品制造行业财务费用趋势图

图表 30 中国体育产业基地统计

图表 31 2013-2015年阿迪达斯集团部分财务指标统计

图表 32 2013-2015年阿迪达斯集团分产品结构情况

图表 33 2013-2015年阿迪达斯集团分地区结构情况

图表 34 2012-2016年阿迪达斯集团部分财务指标统计

图表 35 2012-2016年阿迪达斯集团分产品结构情况

图表 36 2012-2016年阿迪达斯集团分地区结构情况

图表 37 2013-2015年阿迪达斯集团部分财务指标统计

图表 38 2013-2015年阿迪达斯集团分品牌结构情况

图表 39 2011财年耐克公司部分财务指标统计

图表 40 2011财年耐克公司分产品结构情况

图表 41 2012财年耐克公司部分财务指标统计

图表 42 2012财年耐克公司分产品结构情况 4

(GY ZX)

图表详见正文

特别说明：观研天下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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/baoxian/244475244475.html>