

# 2020-2026年中国体育市场 深度分析与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2020-2026年中国体育市场深度分析与市场运营趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202008/179924.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

美国有着历史悠久且富有巨大活力的职业体育产业，这为体育付费提供良好外部环境。美国有四大传统职业体育联盟：全国橄榄球联盟（NFL）、棒球大联盟（MLB）、全国篮球协会（NBA）、及全国冰球联盟（NHL），总共一百多支职业队。近年来又有如足球大联盟（MLS）、全国足球协会（NSA）、女子职业垒球协会（WPF）等新兴职业体育联盟。这些体育联盟会精心安排比赛日期，错开排赛，使得一年52周周周有热点，一年365天天天有比赛，产品矩阵丰富，为美国付费体育赛事直播产业提供丰富的内容基础。其次，优质产品矩阵下，用户体育消费意识与积极性较高，为体育付费市场带来充沛需求。数据显示，2017年，美国消费者在体育方面的消费高达1000亿美元，且其中接近一半花费在观看体育赛事上，包括门票、交通、食物和饮料。2017年美国各类体育消费金额及占比 美国体育产业消费者男性与女性比例相近，男性消费者占55.4%，年龄在21-40岁的占七成，47.3%的消费者是同家人一起购物，29.3%的体育观众选择每月消费5-10次，60%的消费行为是源于对球队的归属感。美国体育产业消费人群画像

中企顾问网发布的《2020-2026年中国体育市场深度分析与市场运营趋势报告》共十五章。首先介绍了中国体育行业市场发展环境、体育整体运行态势等，接着分析了中国体育行业市场运行的现状，然后介绍了体育市场竞争格局。随后，报告对体育做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国体育行业发展趋势与投资预测。您若想对体育产业有个系统的了解或者想投资中国体育行业，本报告是您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。

报告目录：

### 第1章 体育产业相关概述

#### 1.1 体育产业简介

##### 1.1.1 体育产业的概念

##### 1.1.2 体育产业的特点

##### 1.1.3 体育产业的分类

#### 1.2 体育产业与体育事业

##### 1.2.1 体育事业的概念

### 1.2.2 体育产业与体育事业的关系

### 1.2.3 体育产业与体育事业的区别

## 第2章 2015-2018年全球体育产业发展状况分析及其经验借鉴

### 2.1 国外体育产业发展综述

#### 2.1.1 发展概况

#### 2.1.2 产值现状

#### 2.1.3 政策引导机制

### 2.2 主要国家体育产业发展经验借鉴

#### 2.2.1 美国

#### 2.2.2 巴西

#### 2.2.3 英国

#### 2.2.4 德国

#### 2.2.5 奥地利

#### 2.2.6 澳大利亚

#### 2.2.7 日本

#### 2.2.8 韩国

### 2.3 国外体育产业服务链建设分析及启示

#### 2.3.1 建设状况

#### 2.3.2 建设的特点

#### 2.3.3 对我国的启示

### 2.4 中外体育产业发展比较分析及启示

#### 2.4.1 各时期发展比较

#### 2.4.2 结构对比分析

#### 2.4.3 管理发展的差异对比

#### 2.4.4 比较研究的启示

## 第3章 2015-2018年中国体育产业发展环境分析

### 3.1 经济环境

#### 3.1.1 国际经济运行分析

#### 3.1.2 中国经济运行现状

#### 3.1.3 中国经济支撑因素

#### 3.1.4 中国经济发展预测

### 3.2 政策环境

#### 3.2.1 政策与体育产业政策

#### 3.2.2 不同时期体育产业政策的影响与作用

#### 3.2.3 最新体育政策分析

#### 3.2.4 地方体育产业政策要素分析

#### 3.2.5 体育产业发展政策存在的问题

#### 3.2.6 体育产业政策制定与执行建议

#### 3.2.7 加快体育产业政策建设的主要途径

### 3.3 消费环境

#### 3.3.1 居民收入水平

#### 3.3.2 居民消费价格

#### 3.3.3 居民恩格尔系数

#### 3.3.4 居民文化消费水平

#### 3.3.5 消费与体育产业的相关性

### 3.4 社会环境

#### 3.4.1 人口环境分析

#### 3.4.2 居民生活方式的转变

#### 3.4.3 文化环境分析

#### 3.4.4 中国城镇化率

## 第4章 2015-2018年中国体育产业发展现状综合分析

### 4.1 中国体育产业资源开发探析

#### 4.1.1 体育产业资源内涵及分类

#### 4.1.2 体育产业资源盘点

#### 4.1.3 体育产业资源现状

#### 4.1.4 体育产业资源开发战略思考

### 4.2 中国体育产业发展现状

#### 4.2.1 产业在经济发展中的地位

#### 4.2.2 产业发展现状2012-2017年中国体育产业增加值走势

#### 4.2.3 产业发展规模

#### 4.2.4 产业需求分析

- 4.2.5 产业低碳发展现状
- 4.2.6 产业集群发展分析
- 4.3 中国体育产业信息化发展分析
  - 4.3.1 信息技术对产业的影响
  - 4.3.2 产业信息化发展的重要意义
  - 4.3.3 产业信息化发展的要点
  - 4.3.4 数字化体育发展现状
  - 4.3.5 产业信息化发展建议
- 4.4 中国体育产业管理状况
  - 4.4.1 产业管理现状
  - 4.4.2 产业管理存在的问题
  - 4.4.3 产业管理的对策
- 4.5 中国体育产业融合发展分析
  - 4.5.1 产业融合的演进过程
  - 4.5.2 产业融合的动力因素
  - 4.5.3 产业融合的模式分析
  - 4.5.4 促进产业融合成长的建议
- 4.6 中国体育产业发展问题分析
  - 4.6.1 体育产业结构问题分析
  - 4.6.2 城市体育产业发展中的问题
  - 4.6.3 体育产业发展的其他制约因素
- 4.7 中国体育产业发展策略分析
  - 4.7.1 体育产业结构优化原则与策略
  - 4.7.2 发展城市体育产业的策略
  - 4.7.3 体育产业创新发展途径
  - 4.7.4 体育产业可持续发展策略

## 第5章 2015-2018年中国体育产业竞争与营销分析

- 5.1 中国体育产业竞争力剖析
  - 5.1.1 产业竞争力的特征
  - 5.1.2 产业竞争力的影响因素
  - 5.1.3 产业竞争力的现状

- 5.1.4 产业竞争力提升的途径
- 5.2 中国体育产业营销方式
  - 5.2.1 赞助体育赛事
  - 5.2.2 聘请体育明星代言
  - 5.2.3 投资体育运动团体
  - 5.2.4 谋求体育活动指定产品权
  - 5.2.5 举办公关促销活动
- 5.3 微时代对体育营销模式分析
  - 5.3.1 微时代微博营销现状
  - 5.3.2 微时代的体育微信营销
  - 5.3.3 微时代的体育类APP营销
- 5.4 体育品牌动漫营销模式分析
  - 5.4.1 体育动漫营销兴起
  - 5.4.2 国外体育动漫营销模式
  - 5.4.3 国内体育动漫营销模式
  - 5.4.4 体育动漫营销受众分析
- 5.5 定制营销在体育产业中的应用分析
  - 5.5.1 定制营销的优势
  - 5.5.2 定制营销在体育产业应用的必要性
  - 5.5.3 定制营销在体育产业应用的SWOT分析
  - 5.5.4 定制营销在体育产业应用的策略
- 5.6 体育营销的成功元素分析
  - 5.6.1 门当户对，对号入座
  - 5.6.2 战略眼光，系统运作
  - 5.6.3 赞助管理，配套跟进
  - 5.6.4 眼球经济，创意为王
  - 5.6.5 反应迅速，重在销售

## 第6章 2015-2018年中国体育赛事运作分析

- 6.1 体育赛事对国民经济的影响探析
  - 6.1.1 对地区经济发展的影响
  - 6.1.2 对城市文化建设的影响

## 6.2 中国体育赛事发展现状

### 6.2.1 体育赛事组织形式分析

### 6.2.2 国际顶级体育赛事“扎堆”入华

### 6.2.3 国际体育赛事在华市场发展状况

### 6.2.4 国内本土体育赛事发展迅猛

## 6.3 中国大型体育赛事运作分析

### 6.3.1 大型体育赛事媒介传播相关利益主体解析

### 6.3.2 大型体育赛事生态环境问题探析

### 6.3.3 大型体育赛事风险管理剖析

## 6.4 中国职业体育赛事运作分析

### 6.4.1 职业体育赛事产品分析

### 6.4.2 职业体育赛事服务制造的要素构成

### 6.4.3 职业体育赛事服务传递的渠道分析

### 6.4.4 职业体育赛事服务存在的问题

### 6.4.5 职业体育赛事服务创新对策

## 6.5 中国体育赛事营销分析

### 6.5.1 埋伏营销分析

### 6.5.2 微博营销分析

### 6.5.3 营销推广思路

### 6.5.4 门票定价策略

## 6.6 中国体育赛事运营模式分析

### 6.6.1 政府主导型

### 6.6.2 商业组织型

### 6.6.3 生产企业型

### 6.6.4 混合型

### 6.6.5 综合结论

## 6.7 中国体育赛事风险管理与运作效益评估

### 6.7.1 体育赛事中的风险

### 6.7.2 体育赛事风险管理

### 6.7.3 体育赛事运作效益评估

## 第7章 2015-2018年中国体育竞赛表演业发展潜力分析

## 7.1 中国体育竞赛表演业政策分析

### 7.1.1 政策发展阶段

### 7.1.2 政策的主要内容

### 7.1.3 政策的主要问题

### 7.1.4 未来发展政策目标

## 7.2 中国体育竞赛表演业发展概况

### 7.2.1 赛事活动数量与影响力不断提升

### 7.2.2 国内竞赛表演业尚属于幼稚产业

## 7.3 中国体育竞赛表演产品供应链运行分析

### 7.3.1 体育产品和竞赛体育表演产品

### 7.3.2 竞赛体育表演产品的需求特征

### 7.3.3 供应链和竞赛体育表演产品供应链

### 7.3.4 竞赛体育表演产品供应链的结构特征和类型

### 7.3.5 竞赛体育表演产品供应链的运行机制

## 7.4 中国体育竞赛表演业发展趋势分析

### 7.4.1 竞赛表演业全球化

### 7.4.2 赛事活动社会化

### 7.4.3 赛事运作规范化

## 第8章 2015-2018年中国体育用品市场发展现状及潜力分析

### 8.1 中国体育用品市场现状综述

#### 8.1.1 产业发展回顾

#### 8.1.2 产业初显复苏态势

#### 8.1.3 行业呈现两级分化

#### 8.1.4 区域格局分析

#### 8.1.5 国际竞争力现状

#### 8.1.6 行业发展潜力巨大

### 8.2 中国体育用品制造行业经济规模分析

#### 8.2.1 销售规模

#### 8.2.2 利润规模

#### 8.2.3 资产规模

### 8.3 中国体育用品制造行业财务状况

- 8.3.1 盈利能力指标
- 8.3.2 营运能力指标
- 8.3.3 偿债能力指标
- 8.3.4 财务状况综合评价
- 8.4 中国体育用品产业集群分析
  - 8.4.1 产业集群发展简况
  - 8.4.2 产业集群发展的特征
  - 8.4.3 产业集群发展的积极作用
  - 8.4.4 产业集群发展存在的阻力
  - 8.4.5 产业集群发展对策解析
- 8.5 中国体育用品市场开发与营销分析
  - 8.5.1 市场开发与营销现状
  - 8.5.2 市场开发与营销中的问题
  - 8.5.3 市场开发与营销策略
- 8.6 中国体育用品价格与供求影响因素探析
  - 8.6.1 影响供求的主要因素
  - 8.6.2 影响价格变动的主要因素
  - 8.6.3 确定价格优势带动市场需求
- 8.7 中国体育用品产业存在的问题
  - 8.7.1 企业规模小
  - 8.7.2 缺乏知名品牌
  - 8.7.3 科技含量低
- 8.8 我国体育用品产业发展对策
  - 8.8.1 走集群化发展道路
  - 8.8.2 打造知名品牌品牌
  - 8.8.3 加大科技投入

## 第9章 2015-2018年中国体育服务产业发展热点及潜力分析

- 9.1 体育服务市场的特征分析
  - 9.1.1 服务对象的不确定性
  - 9.1.2 服务市场的不确定性
- 9.2 体育赞助业发展潜力分析

- 9.2.1 意义及作用分析
- 9.2.2 市场发展的优势
- 9.2.3 市场现状分析
- 9.2.4 市场存在的问题及策略
- 9.2.5 市场风险及防范措施
- 9.2.6 市场容量预测分析
- 9.3 体育彩票业发展潜力分析
  - 9.3.1 概念界定及历程
  - 9.3.2 行业发展态势
  - 9.3.3 行业发展特征
  - 9.3.4 市场销售规模
  - 9.3.5 乡镇市场分析
  - 9.3.6 行业政策动态
  - 9.3.7 管理体制及运作模式
  - 9.3.8 行业发展的建议
- 9.4 体育保险业发展潜力分析
  - 9.4.1 市场特点分析
  - 9.4.2 保险险种分析
  - 9.4.3 相关政策的影响
  - 9.4.4 行业存在的差距
  - 9.4.5 行业的问题及对策
  - 9.4.6 构建体育保险体系的途径
- 9.5 体育广告业发展潜力分析
  - 9.5.1 概念界定及类别
  - 9.5.2 行业发展状况
  - 9.5.3 市场消费者分析
  - 9.5.4 市场经济价值
  - 9.5.5 行业发展对策
- 9.6 体育旅游业发展潜力分析
  - 9.6.1 产业定义及特点
  - 9.6.2 行业发展历程
  - 9.6.3 市场经济价值

- 9.6.4 行业标准构建探析
- 9.6.5 市场低碳化发展分析
- 9.6.6 产业竞争力分析
- 9.6.7 产业竞争力提升策略
- 9.7 中国体育服务产业发展存在的问题
  - 9.7.1 产业结构不合理
  - 9.7.2 产业附加值低
  - 9.7.3 产业总体消费水平低
  - 9.7.4 与文化、旅游产业发展不平衡
  - 9.7.5 产业组织化水平低
  - 9.7.6 产业自身融合性低
- 9.8 中国体育服务产业发展对策
  - 9.8.1 调整体育用品业和服务业扶持力度
  - 9.8.2 适当刺激高档体育服务产业
  - 9.8.3 与公共体育服务协调发展
  - 9.8.4 加深与旅游和文化产业的融合
  - 9.8.5 加强内部产业类型政策的融合
  - 9.8.6 调整政府在产业经营中的角色
  - 9.8.7 市场营销与开拓策略
  - 9.8.8 完善价格管理机制的对策

## 第10章 2015-2018年中国体育场馆运营现状分析

- 10.1 中国体育场馆政策分析
  - 10.1.1 体育场馆政策发展及特点
  - 10.1.2 体育场馆政策数量分析
  - 10.1.3 体育场馆政策发展思考
- 10.2 中国体育场馆盈利模式分析
  - 10.2.1 体育场馆的经营管理现状
  - 10.2.2 各种经营模式下的盈利模式
  - 10.2.3 体育场馆的盈利需理清各种关系
  - 10.2.4 改进体育场馆盈利模式的建议
- 10.3 中国大型体育场馆运营分析

- 10.3.1 大型体育场馆对城市的影响
- 10.3.2 大型体育场馆融资模式分析
- 10.3.3 北京工人体育馆运营案例
- 10.3.4 大型体育场馆发展存在的问题
- 10.3.5 大型体育场馆经营困境
- 10.3.6 大型体育场馆建设思路
- 10.3.7 大型体育场馆管理策略
- 10.4 中国公共体育场馆运营管理状况
  - 10.4.1 公共体育场馆运营管理模式
  - 10.4.2 公共体育场馆管理体制变革
  - 10.4.3 公共体育场馆经营内容介绍
  - 10.4.4 公共体育场馆运营绩效评价
  - 10.4.5 运营管理中遇到的主要问题
- 10.5 中国高校体育场馆运营分析
  - 10.5.1 国外高校体育场馆的经营管理综述
  - 10.5.2 国内高校体育场馆经营管理现状
  - 10.5.3 国内高校体育场馆经营管理模式
- 10.6 中国体育场馆运营存在的问题及策略分析
  - 10.6.1 体育场馆经营问题成因
  - 10.6.2 体育场馆管理经验借鉴
  - 10.6.3 重点盘活体育场馆资源
  - 10.6.4 体育场馆经营问题的建议
- 10.7 地方体育场馆经营改革的举措
  - 10.7.1 进行合理的规划建设
  - 10.7.2 改变单一的投资结构
  - 10.7.3 采取专业化管理模式

## 第11章 2015-2018年中国国家体育产业基地发展分析

- 11.1 国家体育产业基地相关概述
  - 11.1.1 产业集群相关概念
  - 11.1.2 体育产业基地功能定位
  - 11.1.3 国家体育产业基地分类

- 11.1.4 体育产业基地认定条件
- 11.1.5 体育产业基地评审程序
- 11.1.6 体育产业基地实施进程
- 11.2 国家体育产业基地发展模式
  - 11.2.1 产业基地形成模式
  - 11.2.2 产业基地发展模式
- 11.3 国家体育产业基地产业集群分析
  - 11.3.1 我国体育产业基地基础条件
  - 11.3.2 我国体育产业基地特点及定位
  - 11.3.3 国家体育产业基地的形成动力
  - 11.3.4 国家体育产业基地集群效应
- 11.4 主要国家体育产业基地发展分析
  - 11.4.1 深圳国家体育产业基地
  - 11.4.2 成都国家体育产业基地
  - 11.4.3 晋江国家体育产业基地
  - 11.4.4 龙潭湖国家体育产业基地
  - 11.4.5 富阳国家体育产业基地
  - 11.4.6 乐陵国家体育产业基地
- 11.5 国家体育产业基地发展经验分析
  - 11.5.1 地区政府应积极参与
  - 11.5.2 制定高标准的建设规划
  - 11.5.3 设定明确的目标及思路
  - 11.5.4 保障国家政策扶持力度
  - 11.5.5 保障资金和土地投入
  - 11.5.6 建立完善的支撑体系
  - 11.5.7 积极进行招商引资
- 11.6 国家体育产业基地发展存在的问题及策略
  - 11.6.1 国家体育产业基地存在的主要问题
  - 11.6.2 国家体育产业基地升级思路
  - 11.6.3 国家体育产业基地发展策略
  - 11.6.4 国家体育产业基地推进策略

## 第12章 2015-2018年中国体育产业区域市场发展潜力分析

### 12.1 华北地区

#### 12.1.1 北京市

#### 12.1.2 天津市

#### 12.1.3 河北省

#### 12.1.4 山西省

#### 12.1.5 内蒙古

### 12.2 东北地区

#### 12.2.1 辽宁省

#### 12.2.2 吉林省

#### 12.2.3 黑龙江省

### 12.3 华东地区

#### 12.3.1 上海市

#### 12.3.2 江苏省

#### 12.3.3 浙江省

#### 12.3.4 安徽省

#### 12.3.5 福建省

#### 12.3.6 江西省

#### 12.3.7 山东省

### 12.4 华中地区

#### 12.4.1 河南省

#### 12.4.2 湖北省

#### 12.4.3 湖南省

### 12.5 华南地区

#### 12.5.1 广东省

#### 12.5.2 广西省

#### 12.5.3 海南省

### 12.6 西南地区

#### 12.6.1 重庆市

#### 12.6.2 四川省

#### 12.6.3 贵州省

#### 12.6.4 云南省

#### 12.6.5 西藏自治区

### 12.7 西北地区

#### 12.7.1 陕西省

#### 12.7.2 甘肃省

#### 12.7.3 青海省

#### 12.7.4 新疆维吾尔自治区

## 第13章 2012-2018年中国体育产业标杆企业经营状况分析

### 13.1 中体产业

#### 13.1.1 企业发展概况

#### 13.1.2 经营效益分析

#### 13.1.3 业务经营分析

#### 13.1.4 财务状况分析

#### 13.1.5 未来前景展望

### 13.2 信隆实业

#### 13.2.1 企业发展概况

#### 13.2.2 经营效益分析

#### 13.2.3 业务经营分析

#### 13.2.4 财务状况分析

#### 13.2.5 未来前景展望

### 13.3 探路者

#### 13.3.1 企业发展概况

#### 13.3.2 经营效益分析

#### 13.3.3 业务经营分析

#### 13.3.4 财务状况分析

#### 13.3.5 未来前景展望

### 13.4 雷曼光电

#### 13.4.1 企业发展概况

#### 13.4.2 经营效益分析

#### 13.4.3 业务经营分析

#### 13.4.4 财务状况分析

#### 13.4.5 未来前景展望

### 13.5 奥拓电子

#### 13.5.1 企业发展概况

#### 13.5.2 经营效益分析

#### 13.5.3 业务经营分析

#### 13.5.4 财务状况分析

#### 13.5.5 未来前景展望

### 13.6 兰生股份

#### 13.6.1 企业发展概况

#### 13.6.2 经营效益分析

#### 13.6.3 业务经营分析

#### 13.6.4 财务状况分析

#### 13.6.5 未来前景展望

### 13.7 亚泰集团

#### 13.7.1 企业发展概况

#### 13.7.2 经营效益分析

#### 13.7.3 业务经营分析

#### 13.7.4 财务状况分析

### 13.8 鸿博股份

#### 13.8.1 企业发展概况

#### 13.8.2 经营效益分析

#### 13.8.3 业务经营分析

#### 13.8.4 财务状况分析

#### 13.8.5 未来前景展望

## 第14章 中国体育产业投融资分析

### 14.1 中国体育产业投融资环境分析

#### 14.1.1 政治法律环境

#### 14.1.2 社会文化环境

#### 14.1.3 技术环境

### 14.2 中国体育产业投融资发展状况

#### 14.2.1 体育产业投融资现状

#### 14.2.2 体育产业投融资机遇

- 14.2.3 体育产业投融资渠道
- 14.2.4 体育产业投融资困境
- 14.2.5 体育产业投融资对策
- 14.3 中国体育产业资本市场融资发展战略分析
  - 14.3.1 体育产业资本市场融资的重要作用
  - 14.3.2 体育产业资本市场融资的发展战略实现的基础
  - 14.3.3 体育产业资本市场融资的发展战略
- 14.4 中国体育产业引进民营资本分析
  - 14.4.1 体育产业引进民营资本的必要性
  - 14.4.2 体育产业引进民营资本的可行性
  - 14.4.3 政府在体育产业引进民营资本方面的作用
- 14.5 中国体育产业投融资项目主要风险分析
  - 14.5.1 政治法律风险
  - 14.5.2 经济风险
  - 14.5.3 社会文化风险
  - 14.5.4 技术风险
  - 14.5.5 非系统风险
- 14.6 中国体育产业投融资项目风险应对措施
  - 14.6.1 预防风险
  - 14.6.2 减轻风险
  - 14.6.3 回避风险
  - 14.6.4 转移风险
  - 14.6.5 接受风险
  - 14.6.6 储备风险

## 第15章中国体育产业发展前景展望

- 15.1 中国体育产业发展规划剖析
  - 15.1.1 总体要求
  - 15.1.2 主要任务
  - 15.1.3 政策措施
- 15.2 中国体育产业发展前景及趋势
  - 15.2.1 体育产业前景可期

## 15.2.2 体育产业的发展趋势

## 15.2.3 体育产业未来发展主题

## 15.3 2020-2026年中国体育产业发展预测分析

### 15.3.1 影响中国体育产业发展的因素分析

### 15.3.2 2020-2026年中国体育产业规模预测

### 15.3.3 2020-2026年体育用品制造业预测

## 附录

### 附录一：中华人民共和国体育法

### 附录二：国务院关于加强发展体育产业促进体育消费的若干意见

### 附录三：体育总局关于推进体育赛事审批制度改革的若干意见

### 附录四：体育场馆运营管理办法

### 附录五：国务院办公厅关于印发中国足球改革发展总体方案的通知

## 图表目录（部分）：

### 图表1 澳大利亚体育休闲活动相关数据

### 图表2 澳大利亚体育休闲服务业的相关数据

### 图表3 日本体育产业总体规模

### 图表4 日本体育产业结构

### 图表5 日本年人均可支配收入与人均消费额的变迁

### 图表6 日本年人均体育消费额与体育消费系数的变迁

### 图表7 中韩体育经济规模比较

### 图表8 中韩体育产业增加值的比较

### 图表9 中韩两国体育产业增加值对比

### 图表10 中国体育产业就业人口情况

### 图表11 各国际组织下调世界及主要经济体经济增长率预测值

### 图表12 世界工业生产同比增长率

### 图表13 三大经济体GDP环比增长率（%）

### 图表14 世界及主要经济体GDP同比增长率

### 图表15 三大经济体零售额同比增长率

### 图表16 世界贸易量同比增长率

### 图表17 波罗的海干散货运指数

### 图表18 世界、发达国家和发展中国家消费价格同比上涨率

图表19 美国、日本和欧元区失业率

图表20 2018年全球需求仍处于较低水平

图表21 2018年降息经济体

图表22 2018年升息经济体

图表23 美元指数及美元兑欧元和日元走势

图表24 国际市场初级产品价格名义指数走势（2012 = 100）

图表25 欧元区CPI上涨率

图表26 四大机构对世界及主要经济体GDP增长率的预测

图表27 2018年年末全国人口数及其构成

图表28 2012-2018年国内生产总值及其增长速度

图表29 2012-2018年城镇新增就业人数

图表30 2012-2018年国家全员劳动生产率

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/179924.html>