

2020-2026年中国体育保险 产业发展现状与市场供需预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国体育保险产业发展现状与市场供需预测报告》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/202005/163950.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

体育保险是指体育保险人收取一定的保险费并且承担相应的体育风险的一种保险制度。健全的体育保险制度,不仅有效地保护了有关体育组织、运动员以及普通体育健身者的利益,而且极大地促进了体育产业的发展。健全合理的体育保险制度,不仅是运动员、体育工作者、体育健身者、体育团体等进行体育活动的有力保障,而且也是各国体育产业快速发展的有利基石。

国内主打体育保险服务的相关企业主要有保准牛、运动保、小雨伞、慧择网等。除此之外,苏宁金融旗下的苏宁保险也推出了足球险、自由跑意外保障、羽毛球险、篮球险、户外高风险运动保障、跑步意外险、骑行意外险等运动保险业务。体育产业生态圈统计体育保险相关公司的融资状况

公司	融资情况	人民币	融资时间
慧择网	1亿;B+轮	2016.8月	小雨伞
小雨伞	1亿;B轮	2017.3月	保准牛
保准牛	1亿;B轮	2017.7月	运动保
运动保	数千万;Pre-轮	2018.1月	

拿近年来我国增速最快的马拉松项目来看,根据田协官方数据,我国马拉松赛事的数量,从2011年的22场到2019年的1102场,参赛人次近500万,是2011年40万参赛人次的十多倍。到2020年,全国马拉松赛事场次将达到1900场,中国田径协会认证赛事达到350场,各类路跑赛事参赛人数超过1000万人次,而这将催生1200亿元规模的市场。2011-2017马拉松赛事数量与参赛人次数量增长显著(场)

中企顾问网发布的《2020-2026年中国体育保险产业发展现状与市场供需预测报告》共十章。首先介绍了中国体育保险行业市场发展环境、体育保险整体运行态势等,接着分析了中国体育保险行业市场运行的现状,然后介绍了体育保险市场竞争格局。随后,报告对体育保险做了重点企业经营状况分析,最后分析了中国体育保险行业发展趋势与投资预测。您若想对体育保险产业有个系统的了解或者想投资中国体育保险行业,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:

第一章体育保险行业发展概述

第一节 体育保险行业概述

一、定义

二、分类

三、地产产业链与价值挖掘

第二节 最近3-5年中国体育保险行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒／退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

第二章体育保险行业政策经济环境分析

第一节 行业政策环境分析

一、行业监管体制

二、相关政策及发展规划

第二节 行业经济环境分析

一、中国宏观经济现状

1、居民人均GDP增长

2、居民收入增长情况

3、宏观环境对体育保险行业的影响

二、中国宏观经济展望

第三节 行业社会环境分析

二、体育保险需求结构变化

三、社会环境变化

第四节 行业技术环境分析（T）

一、体育保险技术分析

二、体育保险技术发展水平

三、2013-2019年体育保险技术发展分析

四、行业主要技术发展趋势

第三章中国体育保险行业发展现状

第一节 中国体育保险行业发展分析

一、中国体育保险行业发展历程

二、我国体育保险行业发展特点分析

三、中国体育保险行业发展面临问题

四、中国体育保险行业发展趋势分析

第二节 中国体育保险行业运行分析

一、体育保险行业运行规模分析 目前为止，商业保险公司参与体育保险多以赞助的形式为主。相对而言，在西方发达国家，运动联合会、协会、俱乐部、运动员依据市场化模式均有相应的保险安排，且联赛的股份由俱乐部共担，这使得体育保险与联赛管理、运动员自身需求有机结合，市场化水平高。2016-2020年体育保险市场规模预测（亿元）

二、体育保险行业运营状况分析

第三节 中国体育保险行业竞争分析

一、体育保险细分市场之间的竞争

二、各类体育保险内部竞争

第四章 中国体育保险市场分析

第一节 2013-2019年中国体育保险行业供需分析

第二节 2013-2019年中国体育保险价格走势及影响因素分析

一、2020-2026年体育保险未来价格走势预测

第三节 对中国体育保险市场的分析及思考

一、体育保险市场分析

二、体育保险市场变化的方向

三、中国体育保险产业发展的新思路

四、对中国体育保险产业发展的思考

第五章 体育保险行业上、下游产业链分析

第一节 体育保险行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 体育保险上游行业分析

一、体育保险成本构成

- 二、2013-2019年上游行业发展现状
- 三、2020-2026年上游行业发展趋势
- 四、上游行业对体育保险行业的影响
- 第三节 体育保险下游行业分析
- 一、体育保险下游行业分布
- 二、2013-2019年下游行业发展现状
- 三、2020-2026年下游行业发展趋势
- 四、下游需求对体育保险行业的影响

第六章 体育保险重点企业分析

第一节 中国人寿

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业核心竞争力
- 四、企业发展战略思路

第二节 平安人寿

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业核心竞争力
- 四、企业发展战略思路

第三节 新华人寿

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业核心竞争力
- 四、企业发展战略思路

第四节 太平洋人寿

- 一、企业发展概况
- 二、企业经营状况分析
- 三、企业核心竞争力
- 四、企业发展战略思路

第五节 人保寿险

- 一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业核心竞争力

四、企业发展战略思路

第六节 太平人寿

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业核心竞争力

四、企业发展战略思路

第七节 生命人寿

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业核心竞争力

四、企业发展战略思路

第八节 泰康人寿

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业核心竞争力

四、企业发展战略思路

第九节 安邦人寿

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业核心竞争力

四、企业发展战略思路

第十节 阳光人寿

一、企业发展概况

二、企业经营状况分析

三、企业核心竞争力

四、企业发展战略思路

第七章 体育保险行业行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、体育保险行业竞争结构分析

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

二、体育保险行业集中度分析

三、体育保险行业SWOT分析

1、优势

2、劣势

3、机会

4、威胁

第二节 中国体育保险企业发展状况分析

一、体育保险企业主要类型

二、体育保险企业资本运作分析

三、体育保险企业国际竞争力分析

第三节 体育保险行业竞争趋势分析

一、体育保险行业未来竞争格局和特点

二、国内体育保险企业竞争能力提升途径

第八章中国体育保险行业投资机遇分析

第一节 行业发展机遇

一、行业经营模式突破

二、体育保险企业在房地产危机中的机遇分析

第二节 行业投资形势分析

一、行业发展格局

二、行业进入壁垒

三、盈利模式分析

第三节 2020-2026年体育保险行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第四节 2020-2026年体育保险行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

第九章中国体育保险行业投资风险及对策分析

第一节 行业投资风险分析

一、投资政策风险分析

二、投资技术风险分析

三、投资市场风险分析

四、宏观经济波动风险

第二节 行业投资机会与建议

一、行业投资机会分析

二、行业主要投资建议

第三节 行业发展趋势与预测分析

一、发展趋势分析

二、发展前景预测

1、市场需求预测

2、销售收入预测

第十章投资的建议及观点

第一节 体育保险行业发展战略研究

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

第二节 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

第三节 市场的重点客户战略实施

- 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

图表目录：

图表：2011-2019年中国体育保险市场资产规模分析

图表：2014-2019年中国体育保险市场行业供给情况

图表：2014-2019年中国体育保险市场行业市场规模

图表：2014年中国体育保险市场行业负债规模

图表：2014-2019年中国体育保险市场行业产品价格走势

图表：2020-2026年中国体育保险市场行业产品价格趋势预测

图表：2014-2019年中国体育保险市场行业利润及增长速度

图表：2014-2019年中国体育保险市场行业销售收入

图表：2014-2019年中国体育保险市场行业销售利润率

图表：2014-2019年中国体育保险市场行业总资产利润率

图表：2014-2019年中国体育保险市场行业净资产利润率

图表：2014-2019年中国体育保险市场行业总资产增长率

图表：2014-2019年中国体育保险市场行业净资产增长率

图表：2014-2019年中国体育保险市场行业资产负债率

图表：2014-2019年中国体育保险市场行业速动比率

图表：2014-2019年中国体育保险市场行业流动比率

图表：2014-2019年中国体育保险市场行业总资产周转率

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/163950.html>