

2024-2030年中国体育服务 市场深度分析与投资前景报告

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

《2024-2030年中国体育服务市场深度分析与投资前景报告》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/202310/412731.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

体育服务就是指体育部门的劳动者以自己或劳动的形式来满足人们对体育的各种需求而进行的经济活动。具体来说，体育服务是指具有一定的体育专门知识、经验、技能的能够从事体育服务生产的人，为生产体育服务这种特殊的使用价值而进行的有目的的活动。

体育服务业对于一个国家体育产业的带动作用不言而喻，作为行业主体其发展指标的数据已成为衡量体育产业成熟度的一个重要标志。当今世界上，发达国家诸如美国、日本、德国每年的体育服务业产值可达到体育产业总产值的70%。我国是一个致力于发展体育事业的新兴大国，应该清楚地看到，全力发展体育服务业是进行产业振兴的必由之路。

2020年，全国体育产业总规模（总产出）为27372亿元，增加值为10735亿元。与2019年相比，总产出下降7.2%，增加值下降4.6%。其中，体育服务业增加值为7374亿元，占体育产业增加值的比重为68.7%，比上年提高1个百分点。2021年全国体育产业总规模（总产出）为31175亿元，增加值为12245亿元。与2020年相比，体育产业总产出增长13.9%，增加值增长14.1%。从内部构成看，体育服务业增加值为8576亿元，占体育产业增加值的比重为70.0%，比上年提高1.3个百分点。

到2021年底，全国共有体育场地397.1万个，体育场地面积达到34.1亿平方米，人均体育场地面积2.41平方米，分别比2013年增长了134.3%、71.2%和65.1%。“十四五”期间计划统筹利用各类中央资金，在全国推动建设2000个体育公园等健身设施，还要完成5000个乡镇街道体育健身设施补短板项目，使全民健身场地设施更加公平可及地惠及人民群众。

2021年7月18日，国务院印发《全民健身计划（2024-2030年）》，《计划》明确，到2025年，全民健身公共服务体系更加完善，人民群众体育健身更加便利，健身热情进一步提高，各运动项目参与人数持续提升，经常参加体育锻炼人数比例达到38.5%，县（市、区）、乡镇（街道）、行政村（社区）三级公共健身设施和社区15分钟健身圈实现全覆盖，每千人拥有社会体育指导员2.16名，带动全国体育产业总规模达到5万亿元。2021年10月，国家体育总局发布了《“十四五”体育发展规划》，由15个部分组成，分三大板块，对“十四五”体育改革发展进行了全面部署，围绕体育强国建设，力求推动“十四五”体育重点领域实现高质量发展。2022年7月，国家体育总局发布《关于体育助力稳经济促消费激活力的工作方案》，从加大助企纾困力度和加大体育产品供给两个维度提出落实纾困政策、减免相关费用、加快资金执行、优化政府采购、降低融资成本、加大示范支持、加大赛事供给、丰富健身活动、吸引群众参与、推动场馆开放、优化体育彩票品种结构、加快投资建设、深化融合发展、促进体育消费、带动体育就业等15条共42项具体举措。

目前，国家大力推进体育服务事业的发展，逐步取消商业性和群众性体育赛事活动审批，推

动国内体育服务行业向市场化、专业化发展。取消赛事审批只是体育服务行业发展过程中的冰山一角，政社分开、政企分开、管办分离，体育行业协会与行政机关脱钩将在国内体育服务行业逐步实现，届时，体育服务行业的商业化程度将大大提高。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国体育服务市场深度分析与投资前景报告》共十六章。首先介绍了体育服务行业的相关概念，接着分析了全球体育服务行业的发展状况，然后对中国体育服务行业发展环境、全国体育产业及体育服务行业发展现状进行了详实的分析，并具体解析了体育彩票、体育健身休闲、体育赛事、体育竞赛表演、体育场馆以及其他细分市场的运行状况。随后，报告对体育服务行业区域市场和重点企业经营状况、项目案例进行了分析。最后重点解析了体育服务行业的投融资状况，并对其未来发展前景进行了科学的预测。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、国家体育总局、商务部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对体育服务行业有个系统深入的了解、或者想投资体育服务相关行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 中国体育服务行业相关介绍

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 体育服务定义及分类

1.2.1 体育服务的定义

1.2.2 体育服务的内涵

1.2.3 体育服务行业的分类

1.3 体育服务市场的特征分析

1.3.1 服务对象的不确定性

1.3.2 服务市场的不确定性

第二章 国际体育服务行业发展状况及经验借鉴

2.1 美国

2.1.1 美国公共体育服务发展特征

2.1.2 美国公共体育服务监管方式

- 2.1.3 美国公共体育服务组织分析
- 2.1.4 美国公共体育服务管理体制
- 2.1.5 美国公共体育服务运行机制
- 2.1.6 美国公共体育服务经验借鉴
- 2.2 英国
 - 2.2.1 英国公共体育服务发展理念
 - 2.2.2 英国公共体育服务主要特点
 - 2.2.3 英国公共体育服务管理体制
 - 2.2.4 英国公共体育服务运行机制
 - 2.2.5 英国公共体育服务发展经验
- 2.3 日本
 - 2.3.1 日本公共体育服务发展阶段
 - 2.3.2 日本公共体育服务发展目的
 - 2.3.3 日本公共体育服务基本类型
 - 2.3.4 日本公共体育服务系统特点
- 2.4 俄罗斯
 - 2.4.1 俄罗斯公共体育服务发展理念
 - 2.4.2 俄罗斯公共体育服务管理体制
 - 2.4.3 俄罗斯公共体育服务运行机制

第三章 中国体育服务行业发展环境分析

- 3.1 经济环境
 - 3.1.1 全球经济发展形势
 - 3.1.2 国内宏观经济概况
 - 3.1.3 国内固定资产投资
 - 3.1.4 国内宏观经济展望
- 3.2 政策环境
 - 3.2.1 体育服务政策演进脉络
 - 3.2.2 体育产业重点政策汇总
 - 3.2.3 体育服务产业税收政策
 - 3.2.4 体育赛事产业政策动态
 - 3.2.5 体育服务政策演进特征

3.2.6 体育服务政策演进趋向

3.3 消费环境

3.3.1 居民收入水平

3.3.2 居民消费结构

3.3.3 文化消费水平

3.3.4 体育消费状况

3.4 社会环境

3.4.1 人口结构状况

3.4.2 体育与亚健康

3.4.3 城镇化发展进程

第四章 2021-2023年中国体育产业发展综合分析

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

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

4.2 中国体育产业发展现状

4.2.1 产业发展地位

4.2.2 产业发展规模

4.2.3 产业市场主体

4.2.4 产业质量现状

4.2.5 产业平台状况

4.3 中国体育产业管理状况

4.3.1 产业管理的现状

4.3.2 产业管理模式创新

4.3.3 产业管理的问题

4.3.4 产业管理的措施

4.4 中国体育产业商业化运作模式分析

4.4.1 实施商业化运作模式的必要性

4.4.2 产业商业化运作机制分析

4.4.3 推动产业商业化运作的策略

4.5 中国体育产业发展问题分析

4.5.1 体育产业发展存在的障碍

4.5.2 体育产业发展面临的挑战

4.5.3 城市体育产业发展的问题

4.5.4 产业发展的其他制约因素

4.6 中国体育产业发展策略分析

4.6.1 体育产业高质量发展建议

4.6.2 体育产业结构优化策略

4.6.3 发展城市体育产业的策略

4.6.4 体育产业创新发展途径

4.6.5 体育产业可持续发展策略

4.6.6 体育消费力提升策略

第五章 2021-2023年中国体育服务行业发展综述

5.1 2021-2023年中国体育服务行业发展分析

5.1.1 行业发展结构

5.1.2 产业结构占比

5.1.3 市场规模分析

5.1.4 企业竞争情况

5.2 2021-2023年中国互联网+体育服务发展模式分析

5.2.1 模式发展特点

5.2.2 重点应用领域

5.2.3 企业竞争格局

5.2.4 典型发展案例

5.3 国家公共体育服务体系示范区建设运营分析

5.3.1 示范区建设内涵

5.3.2 示范区建设特征

5.3.3 示范区建设成效

5.3.4 建设存在的问题

5.3.5 示范区建设对策

5.4 消费升级视角下体育服务业发展机制分析

5.4.1 发展动力机制

- 5.4.2 发展运行机制
- 5.4.3 发展路径机制
- 5.5 城市体育服务业的SWOT分析
 - 5.5.1 优势 (Strengths)
 - 5.5.2 劣势 (Weakness)
 - 5.5.3 机遇 (Opportunities)
 - 5.5.4 威胁 (Threats)
- 5.6 中国体育服务行业发展问题
 - 5.6.1 结构不尽合理
 - 5.6.2 有效供给不足
 - 5.6.3 市场消费问题
 - 5.6.4 资本投入不足
 - 5.6.5 发展环境欠佳
 - 5.6.6 推进机制不健全
- 5.7 中国体育服务行业发展建议
 - 5.7.1 培育市场需求
 - 5.7.2 培育产业主体
 - 5.7.3 促进结构升级
 - 5.7.4 深化体制改革
 - 5.7.5 完善相关政策
 - 5.7.6 加强人才培养
- 5.8 中国公共体育服务标准化建设保障
 - 5.8.1 政策保障
 - 5.8.2 法制保障
 - 5.8.3 法制保障
 - 5.8.4 人才保障

第六章 2021-2023年中国体育彩票市场运行分析

- 6.1 中国体育彩票相关概述
 - 6.1.1 体育彩票特征分析
 - 6.1.2 体育彩票游戏种类
 - 6.1.3 体育彩票管理体制

- 6.1.4 体育彩票责任战略
- 6.1.5 体育彩票资金构成
- 6.1.6 体育彩票资金用途
- 6.2 2021-2023年中国体育彩票市场发展综述
 - 6.2.1 文化营销模式
 - 6.2.2 体育彩票性质
 - 6.2.3 经济社会效益
 - 6.2.4 市场发展动态
 - 6.2.5 疫情应对情况
 - 6.2.6 行业发展趋势
- 6.3 中国体育彩票市场销售分析
 - 6.3.1 全国销售总规模
 - 6.3.2 分类型销售规模
 - 6.3.3 分地区销售规模
- 6.4 中国体育彩票销售企业SWOT分析
 - 6.4.1 优势（Strengths）
 - 6.4.2 劣势（Weakness）
 - 6.4.3 机会（Opportunities）
 - 6.4.4 威胁（Threats）
- 6.5 中国体育彩票市场问题分析
 - 6.5.1 体育彩票管理问题
 - 6.5.2 销售机构财务问题
 - 6.5.3 同质竞争问题
 - 6.5.4 专业人才缺乏
- 6.6 中国体育彩票市场发展建议
 - 6.6.1 体育彩票管理措施
 - 6.6.2 销售机构财务管理
 - 6.6.3 建立彩民保护机制
 - 6.6.4 人才选取方式创新

第七章 2021-2023年中国体育健身休闲市场运行分析

7.1 健身休闲产业发展综合分析

- 7.1.1 产业发展意义
- 7.1.2 产业发展现状
- 7.1.3 企业发展状况
- 7.1.4 疫情影响分析
- 7.1.5 产业面临挑战
- 7.1.6 产业发展对策
- 7.1.7 产业发展趋势
- 7.2 冰雪产业
 - 7.2.1 冰雪赛事状况
 - 7.2.2 滑雪产业状况
 - 7.2.3 冰雪旅游状况
 - 7.2.4 企业布局分析
 - 7.2.5 产业发展障碍
 - 7.2.6 产业发展建议
 - 7.2.7 产业投资机会
 - 7.2.8 产业发展趋势
- 7.3 水上运动产业
 - 7.3.1 主要运动项目
 - 7.3.2 市场消费情况
 - 7.3.3 赛事举办安排
 - 7.3.4 项目建设动态
 - 7.3.5 企业融资案例
 - 7.3.6 市场发展前景
- 7.4 山地运动
 - 7.4.1 产业发展基础
 - 7.4.2 产业总体要求
 - 7.4.3 区域发展动态
 - 7.4.4 产业主要任务
 - 7.4.5 产业保障措施
- 7.5 航空运动
 - 7.5.1 产业发展基础
 - 7.5.2 产业总体要求

- 7.5.3 区域发展动态
- 7.5.4 产业发展问题
- 7.5.5 产业主要任务
- 7.5.6 产业保障措施
- 7.6 其他健身休闲特色运动
- 7.6.1 极限运动产业
- 7.6.2 自行车运动产业
- 7.6.3 马拉松运动产业
- 7.6.4 电子竞技市场
- 7.6.5 高尔夫球产业

第八章 2020-2023年中国体育赛事运作分析

- 8.1 体育赛事对社会发展效益的影响探析
 - 8.1.1 体育赛事活动概念界定
 - 8.1.2 对区域经济发展的影响
 - 8.1.3 对城市形象的影响作用
 - 8.1.4 体育赛事发展动力分析
- 8.2 2021-2023年中国体育赛事整体发展状况
 - 8.2.1 中外体育赛事组织形式
 - 8.2.2 体育赛事市场规模分析
 - 8.2.3 精英体育赛事发展现状
 - 8.2.4 规模体育赛事举办情况
 - 8.2.5 WA金银铜标赛事数量
 - 8.2.6 体育赛事典型案例分析
 - 8.2.7 企业布局体育赛事产业
- 8.3 2020-2023年国内外重要体育赛事动态
 - 8.3.1 2018年重要体育赛事
 - 8.3.2 2019年重要体育赛事
 - 8.3.3 2020年体育赛事动态
 - 8.3.4 2021年重要体育赛事
- 8.4 中国大型体育赛事市场运作分析
 - 8.4.1 大型体育赛事市场运作状况

- 8.4.2 赛事媒介传播相关利益主体
- 8.4.3 大型体育赛事风险管理剖析
- 8.4.4 赛事市场运营中存在的问题
- 8.4.5 赛事市场化运营的对策分析
- 8.5 中国职业体育赛事运作分析
 - 8.5.1 赛事产品基本介绍
 - 8.5.2 赛事服务传递要求
 - 8.5.3 赛事服务制造要素
 - 8.5.4 赛事服务传递渠道
 - 8.5.5 赛事服务存在问题
 - 8.5.6 赛事服务创新对策
- 8.6 中国体育赛事定价分析
 - 8.6.1 问题产生原因
 - 8.6.2 定价属性分析
 - 8.6.3 定价干预逻辑
 - 8.6.4 定价调控路径
- 8.7 中国体育赛事发展模式分析
 - 8.7.1 赛事运营模式
 - 8.7.2 赛事经营模式
 - 8.7.3 赛事管理模式
- 8.8 中国体育赛事风险管理与运作效益评估
 - 8.8.1 体育赛事风险管理基本概述
 - 8.8.2 体育赛事风险管理现状分析
 - 8.8.3 体育赛事运作经济效益分析
 - 8.8.4 体育赛事风险管理滞后成因
 - 8.8.5 体育赛事风险管理提升策略

第九章 2021-2023年中国体育竞赛表演业发展潜力分析

- 9.1 体育竞赛表演业发展概况
 - 9.1.1 行业发展地位
 - 9.1.2 产业组织结构
 - 9.1.3 产业政策分析

- 9.1.4 发展影响因素
- 9.2 中国体育竞赛表演业运行状况分析
 - 9.2.1 产业规模分析
 - 9.2.2 国际影响力分析
 - 9.2.3 赛事体系状况
 - 9.2.4 产业价值链分析
 - 9.2.5 东京奥运会延期影响
- 9.3 体育竞赛表演产业对城市化的影响分析
 - 9.3.1 城市建设催生体育竞赛表演产业
 - 9.3.2 体育竞赛表演产业推进城市发展
 - 9.3.3 城市推动体育竞赛表演产业的措施
- 9.4 中国体育竞赛表演产品供应链运行分析
 - 9.4.1 竞赛表演产品概念
 - 9.4.2 产品需求特征分析
 - 9.4.3 产品供应链基本特征
 - 9.4.4 产品供应链结构类型
 - 9.4.5 产品供应链运行机制
- 9.5 中国体育竞赛表演业发展趋势分析
 - 9.5.1 竞赛表演业全球化
 - 9.5.2 赛事活动社会化
 - 9.5.3 赛事运作规范化

第十章 2021-2023年中国体育场馆运营分析

- 10.1 中国体育场馆市场发展状况综述
 - 10.1.1 发展效益分析
 - 10.1.2 行业发展优势
 - 10.1.3 场馆建设状况
 - 10.1.4 体育场地建设
 - 10.1.5 市场规模状况
- 10.2 中国体育场馆细分领域发展分析
 - 10.2.1 大型体育场馆
 - 10.2.2 公共体育场馆

- 10.2.3 高校体育场馆
- 10.2.4 智慧体育场馆
- 10.3 中国体育场馆盈利模式分析
 - 10.3.1 经营管理现状
 - 10.3.2 盈利模式分析
 - 10.3.3 盈利需理清的关系
 - 10.3.4 改进盈利模式的建议
- 10.4 中国体育场馆融资模式分析
 - 10.4.1 融资模式基本分类
 - 10.4.2 BOT融资模式分析
 - 10.4.3 PPP融资模式分析
 - 10.4.4 融资模式发展趋势
 - 10.4.5 融资模式选择建议
- 10.5 “互联网+”模式下体育场馆利用与开发分析
 - 10.5.1 “互联网+”下体育场馆运营现状
 - 10.5.2 “互联网+”下体育场馆运营思路
 - 10.5.3 “互联网+”模式下发展趋势建议
- 10.6 中国体育场馆发展存在的问题
 - 10.6.1 馆内设施问题
 - 10.6.2 地区分布问题
 - 10.6.3 重视力度问题
- 10.7 中国体育场馆运营管理的优化建议
 - 10.7.1 发挥市场作用
 - 10.7.2 注重激励机制
 - 10.7.3 规划资源布局
 - 10.7.4 优化人才结构
 - 10.7.5 建设中小场馆

第十一章 2021-2023年中国体育服务其他细分市场潜力分析

- 11.1 中国体育保险业
 - 11.1.1 行业发展阶段
 - 11.1.2 行业发展规模

- 11.1.3 行业供需状况
- 11.1.4 行业发展瓶颈
- 11.1.5 行业发展建议
- 11.1.6 市场发展预测
- 11.1.7 行业发展趋势
- 11.2 中国体育旅游业
 - 11.2.1 行业发展历程
 - 11.2.2 驱动因素分析
 - 11.2.3 市场发展规模
 - 11.2.4 行业热点事件
 - 11.2.5 市场发展空间
 - 11.2.6 市场发展潜力
- 11.3 中国体育广告业
 - 11.3.1 概念界定及类别
 - 11.3.2 行业发展状况
 - 11.3.3 市场消费者分析
 - 11.3.4 市场经济价值
 - 11.3.5 行业发展趋势
- 11.4 中国体育赞助业
 - 11.4.1 赞助营销规模
 - 11.4.2 市场核心价值
 - 11.4.3 主要痛点分析
 - 11.4.4 产生原因分析
 - 11.4.5 赞助营销趋势
- 11.5 中国体育经纪业
 - 11.5.1 基本概念界定
 - 11.5.2 市场盈利模式
 - 11.5.3 国外经验借鉴
 - 11.5.4 经纪人市场发展
 - 11.5.5 经纪公司状况
 - 11.5.6 行业发展策略

第十二章 2021-2023年中国体育服务行业重点区域发展分析

12.1 整体发展综述

12.1.1 长三角地区

12.1.2 珠三角地区

12.1.3 京津冀地区

12.2 北京市

12.2.1 体育服务业发展状况

12.2.2 体育服务综合体典型案例

12.2.3 体育服务业的机遇与挑战

12.2.4 体育服务业发展的对策

12.3 上海市

12.3.1 体育服务市场规模分析

12.3.2 体育服务细分领域发展

12.3.3 区域体育服务发展措施

12.3.4 培育壮大产业新业态

12.4 天津市

12.4.1 体育服务业发展现状

12.4.2 体育公共服务体系建设

12.4.3 社区体育服务业发展

12.4.4 体育服务业发展重点

12.4.5 产业集聚区发展规划

12.5 珠海市

12.5.1 体育服务业的发展现状

12.5.2 体育服务业存在的问题

12.5.3 体育服务业的发展举措

12.6 江苏省

12.6.1 体育产业发展现状

12.6.2 体育服务业主体发展

12.6.3 体育服务细分领域发展

12.6.4 体育服务业发展重点

12.6.5 体育服务业发展建议

12.6.6 体育服务产业发展规划

12.7 福建省

12.7.1 体育产业发展现状

12.7.2 体育场地建设状况

12.7.3 推进产业培育和引导

12.7.4 体育服务业发展重点

12.7.5 产业集聚区发展规划

第十三章 2020-2023年中国体育服务行业标杆企业经营状况分析

13.1 莱茵达体育发展股份有限公司

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 核心竞争力分析

13.1.6 未来前景展望

13.2 中体产业集团股份有限公司

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 核心竞争力分析

13.2.6 未来前景展望

13.3 武汉当代明诚文化体育集团股份有限公司

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 核心竞争力分析

13.3.6 公司发展战略

13.3.7 未来前景展望

13.4 深圳雷曼光电科技股份有限公司

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 核心竞争力分析
- 13.4.6 公司发展战略
- 13.4.7 未来前景展望
- 13.5 江苏金陵体育器材股份有限公司
- 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 核心竞争力分析
- 13.5.6 公司发展战略
- 13.5.7 未来前景展望
- 13.6 智美体育集团
- 13.6.1 企业发展概况
- 13.6.2 2021年企业经营状况分析
- 13.6.3 2022年企业经营状况分析
- 13.6.4 2023年企业经营状况分析

第十四章 体育服务行业标杆企业项目投资建设案例深度解析

- 14.1 体育产品及赛事服务基地建设项目
- 14.1.1 项目基本概述
- 14.1.2 投资价值分析
- 14.1.3 资金需求测算
- 14.1.4 经济效益分析
- 14.2 极限体育城市旗舰店项目
- 14.2.1 项目基本概述
- 14.2.2 项目建设内容
- 14.2.3 投资价值分析
- 14.2.4 项目建设周期
- 14.2.5 项目投资计划

14.2.6 经济效益分析

第十五章 国内外体育服务行业投融资分析

15.1 发达国家体育服务行业投融资模式

15.1.1 欧洲体育服务行业投融资模式

15.1.2 日本体育服务行业投融资模式

15.1.3 美国体育服务行业投融资模式

15.2 中国体育服务行业投资分析

15.2.1 体育产业投融资规模

15.2.2 体育服务业投资动态

15.2.3 体育服务业投资前景

15.2.4 体育服务业投资方向

15.3 中国体育服务行业热点投资板块

15.3.1 体育IP投资板块

15.3.2 体育媒体投资板块

15.3.3 健身服务投资板块

15.3.4 体育培训投资板块

15.4 中国公共体育服务PPP融资模式

15.4.1 我国PPP项目融资规模发展

15.4.2 体育PPP项目建设补助政策

15.4.3 公共体育服务PPP项目内涵

15.4.4 公共体育服务PPP项目动力

15.4.5 体育服务PPP模式多元主体

15.4.6 PPP模式应用于体育场馆建设

15.4.7 公共体育服务PPP项目案例

15.5 对体育服务行业投资价值评估及建议

15.5.1 投资价值综合评估

15.5.2 市场进入时机判断

15.5.3 行业投资壁垒分析

15.5.4 行业投资对策建议

第十六章 对2024-2030年中国体育服务行业前景预测分析

- 16.1 中国体育服务业前景及趋势分析
 - 16.1.1 体育服务业发展前景
 - 16.1.2 体育服务业研究重点
 - 16.1.3 健身休闲业发展趋势
 - 16.1.4 竞赛表演业发展趋势
 - 16.1.5 互联网体育消费趋势
- 16.2 对2024-2030年中国体育服务行业预测分析
 - 16.2.1 2024-2030年中国体育服务行业影响因素分析
 - 16.2.2 2024-2030年中国体育服务业总产出预测
 - 16.2.3 2024-2030年中国体育服务业增加值预测

附录：

附录一：体育产业统计分类（2019）

附录二：体育赛事活动管理办法

图表目录

- 图表 2017-2021年国内生产总值及其增长速度
- 图表 2017-2021年全国三次产业增加值占国内生产总值比重
- 图表 2021年年末人口数及其构成
- 图表 2017-2021年全国城镇新增就业人数
- 图表 2021年居民消费价格月度涨跌幅
- 图表 2021年居民消费价格比上年涨跌幅度
- 图表 2021-2022年全国居民消费价格涨跌幅
- 图表 2022年居民消费价格主要数据
- 图表 2017-2021年年末常住人口城镇化率
- 图表 2017-2021年社会消费品零售总额及其增长速度
- 图表 2021-2022年全国社会消费品零售总额同比增速
- 图表 2021-2022年按消费类型分零售额同比增速
- 图表 2022年社会消费品零售总额主要数据
- 图表 2021年三次产业投资占固定资产投资
- 图表 2021年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度
- 图表 2021年固定资产投资新增主要生产与运营能力
- 图表 2021-2022年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 2022年固定资产（不含农户）主要数据

图表 2017-2021年全国居民人均可支配收入及其增长速度

图表 2021年全国居民人均消费支出及其构成

图表 2015-2020年中国体育消费市场规模

图表 2015-2020年中国经常参加体育锻炼人数

图表 中美及发达国家体育人口数量占比

图表 体育产业增加值增长率与GDP增长率的比较

图表 2016-2020年中国体育产业总产出及增加值

图表 2020年全国体育产业状况

图表 2010-2021年中国体育相关企业注册量情况

图表 中国体育相关企业行业分布

图表 体育产业实施商业化模式的运行机制

图表 体育服务业在国民经济行业分类中的内容

图表 我国体育服务业的结构

图表 2016-2020年中国体育服务业总产出及增加值

图表 体育服务业竞争企业相关情况介绍

图表 互联网+体育服务业的新特点

图表 中国大众体育服务行业现状

图表 互联网对竞技赛事服务产业链的作用

图表 互联网+体育服务产业竞争格局

图表 苏宁体育的体育产业布局

图表 苏宁体育的足球产业合作版图

图表 腾讯体育的全产业链营销体系

图表 消费升级视域下推进我国体育服务业发展的动力机制图

图表 消费升级视域下推进我国体育服务业发展的运行机制图

图表 消费升级视域下推进体育服务业发展的路径机制图

图表 体育彩票类型说明

图表 中国体育彩票管理体制

图表 体育彩票资金构成

图表 2012-2021年中国体育彩票发行量及公益金

图表 2021年中国体育彩票销售结构分析情况

图表 2021年中国各省市体育彩票销售额TOP 10统计情况

图表 体育彩票行业SWOT分析结果

图表 2015-2020年健身休闲产业规模及其占体育产业比重

图表 部分省市体育健身休闲活动从业人员数、机构数一览

图表 2013-2021年中国竞技类冰雪赛事数量

图表 1996-2021年中国滑雪场数量及滑雪人次统计

图表 2006-2021年雪场滑雪人次&滑雪者人数

图表 2018-2021年中国滑雪场数量分布（按省份）

图表 2018-2021年滑雪场滑雪人次分布（按目的地雪场省份）

图表 2012-2021年国内已投入运营的室内滑雪场数量统计

图表 2018-2021年室内滑雪场滑雪人次统计

图表 中国滑雪场按核心目标客群分类

图表 2018-2021年目的地度假型滑雪场滑雪人次统计

图表 2021年中国滑雪场按垂直落差统计占比示意图

图表 2018-2021年垂直落差超过300米的滑雪场滑雪人次统计

图表 2018-2021年按雪道面积统计的滑雪场数据

图表 2021年有架空索道的滑雪场统计信息

图表 2021年滑雪人次超过10万的滑雪场统计信息

图表 2012-2021年已建成的旱雪场地及面积

图表 2021年营运中的旱雪场分布

图表 2012-2021年旱雪滑雪人次统计

图表 2015-2021年滑雪模拟器数量统计

图表 总滑雪人次统计（滑雪场、旱雪、模拟滑雪器）

图表 2021年中国滑雪场数量及滑雪人次

图表 疫情对国内滑雪场造成的短期经济损失测算

图表 2021年中国冲浪赛事计划

图表 2021年中国动力冲浪板、漂流、桨板赛事计划

图表 2021年中国潜水、蹼泳、滑水赛事计划

图表 2021年中国摩托艇赛事计划

图表 2016-2021年中国电子竞技游戏市场实际销售收入规模统计

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/412731.html>