



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国体育产业发展趋势研究与投资分析报告

## 一、调研说明

《2008年中国体育产业发展趋势研究与投资分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/49483.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

### 【描述】

改革开放20年中国社会积累了相当雄厚的物质基础，中国人已经整体步入了小康社会。从现在至21世纪中叶，中国社会将实现由小康社会向中等发达国家过渡。按照经济学理论，这一时期正是社会消费结构发生重大变革的时期，总的趋势是人们对物质消费品的需求的增长势将会减弱，而对服务消费品，尤其是与人的健康和生活质量提高直接相关的服务消费品的需求将会迅速上升。

体育产业是提高居民生活质量的产业，体育消费是能给人们带来健康、欢娱、享受的消费。由于人们对健康的需求和对生活质量提高的需求是无限制的，因此，人们对体育的消费需求也是无限制的。近年来，体育消费品（包括物质产品和服务产品）在中国大中城市和部分富裕农村地区相继成为新的消费热点，正是社会消费结构合乎规律的变化给体育产业的发展提供越来越大助力的体现。所以，从理论上讲，只要体育需求是无限制的消费需求，那么，体育产业就有无限发展的可能性。

伴随着我国加入WTO以及承办2008年北京奥运会的大好形势，我国体育产业将迎来急速发展的时代。

本研究报告资料来源于国家统计局、国研网、中国文教体育用品协会、中国体育科学学会、海关总署等权威渠道，内容丰富、翔实。在撰写过程中，运用了大量的图、表等分析工具，结合相关的经济学理论，综合运用定量和定性的分析方法，对体育产业的运行及发展趋势做了比较详细的分析，对行业发展的基本面进行了审慎的剖析，报告还对国家相关政策进行了介绍和趋向研判，是体育产业企业以及相关企事业单位、计划投资于体育产业的企业准确了解目前中国体育产业市场动态，把握行业发展趋势，制定企业战略的重要参考依据

### 【目录】

#### 第一章 体育产业基础概念

##### 第一节 体育产业

## 第二节 体育市场

## 第三节 体育消费

## 第四节 休闲体育

### 一、休闲体育

### 二、休闲体育消费的特点

### 三、休闲体育消费市场开发

## 第五节 体育人口

## 第六节 体育营销

## 第二章 国外体育产业概述

### 第一节 国外体育产业发展现状

### 第二节 国外体育产业发展特点

### 第三节 主要国家和地区体育产业发展概要

#### （一）美国的体育产业

#### （二）英国的体育产业

#### （三）意大利的体育产业

#### （四）德国的体育产业

#### （五）法国的体育产业

#### （六）日本的体育产业

#### （七）韩国的体育产业

### 第四节 国外体育产业发展趋势

## 第三章 中国体育产业发展环境

### 第一节 中国体育产业政策环境

### 第二节 中国体育产业社会与经济环境

## 第四章 中国体育产业发展现状研究

### 第一节 中国体育产业发展现状

### 第二节 中国体育产业发展特点

#### 一、体育产业是关联面极广的上游产业

#### 二、体育产业是产值高、影响大的朝阳产业

#### 三、体育产业是劳动密集型、提供多种就业机会的第三产业

#### 四、体育产业是进入全球经济的国际化产业

##### 第三节 中国体育产业发展存在的问题

- 1、体育产业结构不合理，产业发展不平衡
- 2、体育产业项目重复投资现象严重，缺乏整体规划布局
- 3、体育产业法规不健全，调控机制还未形成

##### 第四节 中国体育产业发展面临的机遇

##### 第五节 中国体育产业发展策略与建议

###### 一、新思路的研究

###### 二、机制和体制的研究

###### 三、管理方法的研究

###### 四、素质问题的研究

###### 五、操作能力的研究

#### 第五章 我国居民生活现状与体育人口

##### 第一节 中国居民生活质量现状分析

##### 第二节 体育健身运动与生活质量

##### 第三节 生活方式与体育生活方式

##### 第四节 我国成年体育人口现状及发展对策

##### 第五节 中国社会结构与体育人口结构基本特征

##### 第六节 中国体育人口国际比较

##### 第七节 中国社会阶层变迁与体育人口增长

#### 第六章 我国居民身体素质现状

##### 第一节 中国成年人体质状况分析及发展研究

##### 第二节 我国学生体质逐年下降影响因素分析

#### 第七章 我国人民体育消费——体育消费理论

##### 第一节 中国居民体育消费水平的分析

###### 一、现阶段我国居民体育消费的特点

###### 二、影响我国居民体育消费水平的因素

###### 三、提高我国居民体育消费水平的建议

##### 第二节 商务体育消费

### 第三节 假日经济与体育消费

### 第四节 社会转型时期我国体育消费市场分析

## 第八章 我国人民体育消费——体育消费现状

### 第一节 我国城市居民体育消费行为的经济性特征分析

- 一、我国城市居民体育消费行为的经济学特征
- 二、优化我国城市居民体育消费行为的对策建议
- 三、结语

### 第二节 农村体育消费现状与对策研究

### 第三节 我国居民体育消费特征

### 第四节 我国家庭体育消费态度研究

### 第五节 经济高速发展时期体育消费分析

- 一、体育消费的类型
- 二、体育消费的效用
- 三、我国体育消费的现状其原因
- 四、目前我国体育消费增长的主要趋势分析

## 第九章 我国人民体育消费——体育消费影响因素与消费市场研究

### 第一节 就业前群体体育消费影响因素研究

- 一、就业前群体体育消费概述
- 二、就业前群体体育消费影响因素及其分析
- 三、就业前群体体育消费管理措施

### 第二节 群众体育价值观对体育消费的影响

### 第三节 城市化进程对我国体育消费的影响

### 第四节 信息不对称与流动性约束对体育消费的影响

### 第五节 我国体育消费影响因素分析

### 第六节 制约大众体育消费的社会因素及对策

### 第七节 我国体育消费市场发展的制约因素及对策

### 第八节 我国体育消费市场发展环境与培育研究

## 第十章 体育产业重点企业深度研究

### 第一节 中体产业股份有限公司

## 一、公司简介

## 二、公司经营情况

## 三、对公司未来发展的展望及 2008年工作计划

### 第二节 李宁体育用品有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、公司经营情况

#### 三、公司发展展望

### 第三节 安踏（中国）有限公司

#### 一、公司简介

#### 二、公司经营情况

#### 三、公司未来发展展望

### 第四节 福建省WNQ健身器材有限公司

### 第五节 山西澳瑞特健康产业股份有限公司

### 第六节 深圳市好家庭实业有限公司

### 第七节 乔山国际健康科技集团（台湾）

### 第八节 福建省舒华体育用品有限公司

### 第九节 中体倍力健身俱乐部有限公司

### 第十节 北京青鸟健身有限公司

#### 一、公司概况

#### 二、创业背景

#### 三、公司资质

#### 四、管理团队

#### 五、企业获奖

### 第十一节 浩沙健身俱乐部（香港）

## 第十一章 中国体育用品市场现状与发展趋势

### 第一节 我国体育用品市场概况

### 第二节 我国体育用品市场存在的问题

### 第三节 我国体育用品市场发展趋势展望

### 第四节 我国体育用品市场发展对策与建议

## 第十二章 中国体育健身娱乐市场现状与发展趋势

## 第一节 我国体育健身娱乐市场发展概况

## 第二节 我国体育健身娱乐市场存在的问题

## 第三节 我国体育健身娱乐市场发展趋势展望

## 第四节 我国体育健身娱乐市场发展对策与建议

## 第十三章 中国体育竞赛表演市场现状与发展趋势

### 第一节 我国体育竞赛表演市场发展概况

### 第二节 当前体育竞赛表演市场存在的主要问题

#### 一、体育竞赛表演市场的概念问题

#### 二、我国体育竞赛表演市场的发展现状及存在问题

#### 三、结论与建议

### 第三节 我国体育竞赛表演市场发展趋势展望

### 第四节 我国体育竞赛表演市场发展对策与建议

## 第十四章 中国体育中介市场现状与发展趋势

### 第一节 国内外体育中介市场发展概况

### 第二节 我国体育中介市场存在的主要问题

### 第三节 我国体育中介市场发展趋势展望

### 第四节 我国体育中介市场发展对策与建议

## 第十五章 中国体育彩票市场现状与发展趋势

### 第一节 体育彩票的基本理论问题

### 第二节 我国体育彩票市场发展概况

### 第三节 我国体育彩票发展过程中存在的问题

### 第四节 我国体育彩票市场发展趋势展望

### 第五节 加快我国体育彩票市场发展的对策建议

## 附表

表1.1 体育产业在国民经济行业分类中的定位及具体内容 三次产业分类

表2.1 美国部分年份体育产业产值统计

表2.2 1995年美国前25位产业排名

表2.3 1999年美国前12位产业排名



表2.4 美国体育产业分支产值

表2.5 1987~1996美国体育俱乐部会员数变化情况

表2.6 美国最大5家体育俱乐部拥有连锁公司情况

表2.7 美国四大职业联盟主要收支情况

表2.8 1990~1999年美国体育用品进口额的变化

表2.9 1997~1999年美国主要体育用品进口国

表2.10 部分年份日本体育产业产值统计

表3.1 2007年各省、直辖市、自治区GDP完成情况

表5.1 人民生活基本情况

表5.2 我国体育人口年龄结构一览表

表5.3 历年群众体育活动情况

表5.4 五次全国人口普查中国人口年龄结构

表5.5 中国人口性别结构

表5.6 中国体育人口性别结构一览

表5.7 中国三大产业就业结构变化状况

表5.8 中国体育人口职业结构

表5.9 中国人口文化教育结构（每10万人中拥有各种受教育程度人数）

表5.10 中国体育人口教育结构

表5.11 中国与各国国民体育活动项目的比较（前10位项目）

表5.12 中国与各国国民体育价值观的比较（%）

表5.13 中国与各国家庭体育消费比较

表8.1 2001年我国居民人均消费支出构成

表8.2 城镇居民家庭平均每人全年消费性支出（2006年）

表8.3 各地区农村居民家庭平均每人生活消费支出（2006年）

表8.4 不同体育活动场所的功能特征

表8.5 不同年龄人群体育活动项目选择

表8.6 被调查家庭所在地

表8.7 我国家庭年人均收入

表8.8 体育消费第一目的

表8.9 随着家庭收入水平的提高

表8.10 家庭对体育和体育消费态度

表8.11 生活费以外剩余钱的安排情况

表8.12 家庭体育消费滞后原因

表9.1 人们参加各种体育健身娱乐消费活动的经历和打算的统计对比

表9.2 群众观看体育比赛态度的调查统计与对比

表9.3 观看体育比赛的理想选择方式的调查统计与比较

表9.4 2000年我国不同年龄人群生活消费以外的消费支出情况

表9.5 中外体育价值观的比较

表9.6 2007年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度

表10.1 中体产业2007年主营业务分行业情况

表10.2 中体产业2007年主营业务分地区情况

表10.3 2007年中体产业资产构成及财务数据同比变动情况及说明

表10.4 中体产业2007年现金流量表同比变动情况及说明

表10.5 集团于二零零七年度之主要业绩及财务指标呈列

表10.6 李宁公司2007年按品牌和产品种类划分之收入明细

表10.7 李宁公司2007年经销和零售网络分布

表10.8 李宁公司2007年按地区划分收入明细

表10.9 李宁2007年特许及直接经营店铺数目

## 附 图

图2.1 韩国部分年度体育用品消费与生产总值图

图5.1 2003~2007年农村居民人均收入及其增长速度

图5.2 2003~2007年城镇居民人均可支配收入及其增长速度

图5.3 每周参加1次体育活动体育人口的国际比较

图5.4 每周参加3次体育活动的体育人口国际比较

图5.5 中国、加拿大、日本体育人口的演进

图9.1 2003~2007年城乡居民人民币储蓄存款余额及其增长速度

图9.2 每10万人拥有体育设施数量的国际比较

图10.1 李宁公司2007年各品牌占收入百分比

图10.2 李宁公司2007年各类产品占收入百分比

图10.3 李宁公司2007年各销售渠道占收入百分比

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/49483.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。