2026-2031年体育赛事行业市场调研及投资前景预测报告

报告简介

体育赛事行业研究报告主要分析了体育赛事行业的国内外发展概况、行业的发展环境、市场分析(市场规模、市场结构、市场特点等)、生产分析(生产总量、供需平衡等)、竞争分析(行业集中度、竞争格局、竞争组群、竞争因素等)、产品价格分析、用户分析、替代品和互补品分析、行业主导驱动因素、行业渠道分析、行业赢利能力、行业成长性、行业偿债能力、行业营运能力、体育赛事行业重点企业分析、子行业分析、区域市场分析、行业风险分析、行业发展前景预测及相关的经营、投资建议等。报告研究框架全面、严谨，分析内容客观、公正、系统，真实准确地反映了我国体育赛事行业的市场发展现状和未来发展趋势。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网以及国内外多种相关报刊杂志媒体提供的最新研究资料。本报告对国内外体育赛事行业的发展状况进行了深入透彻地分析，对我国体育赛事行业市场情况、技术现状、供需形势作了详尽研究，重点分析了国内外重点企业、行业发展趋势以及行业投资情况，报告还对体育赛事行业上下游行业的发展进行了探讨，是相关企业、投资部门、研究机构准确了解目前中国市场发展动态，把握体育赛事行业发展方向，为企业经营决策提供重要参考的依据。

报告目录

第一章 中国体育赛事产业相关概述

第一节 体育赛事的概念

一、 体育赛事的起源与发展

二、 体育赛事的定义

第二节 体育赛事的分类与特征

一、 体育赛事的分类

二、 体育赛事特征分析

三、 体育赛事收入结构

第二章 2021-2026年中国体育赛事产业发展环境分析

第一节 经济环境

一、 宏观经济概况

二、 对外经济分析

三、 工业运行情况

四、 固定资产投资

五、 宏观经济展望

第二节 政策环境

一、 政策与体育产业政策

二、 各阶段体育产业政策

三、 体育赛事产业政策动态

四、 地方体育产业政策出台

第三节 消费环境

一、 居民收入水平

二、 居民消费支出

三、 居民文化消费水平

四、 消费与产业的相关性

第四节 社会环境

一、 人口环境分析

二、 体育与亚健康

三、 文化环境分析

四、 中国城镇化进程

第三章 2021-2026年中国体育赛事产业发展综述

第一节 体育赛事对社会发展效益的影响探析

一、 对地区经济发展的影响

二、 对城市文化建设的影响

三、 对城市品牌营销的作用

四、 对体育事业的提升作用

第二节 2021-2026年中国体育赛事产业整体状况

一、 中外体育赛事组织形式分析

二、 我国体育赛事市场发展现状

三、 大型体育赛事举办权的变化

四、 我国体育竞赛备受世界瞩目

五、 国内本土体育赛事发展迅猛

六、 国际体育赛事在中国的发展

第三节 中国体育赛事产业发展存在问题

一、 赛事的经营权问题

二、 赛事转播权问题

三、 体育竞赛业问题

四、 赛事市场化运作问题

第四节 中国体育赛事产业发展促进策略

一、 制度层面策略

二、 组织层面策略

三、 产业层面策略

第四章 2021-2026年中国体育赛事市场运作分析

第一节 2021-2026年国内外重要体育赛事动态

一、 2021-2026年重要体育赛事

二、 2021-2026年重要体育赛事

三、 2021-2026年重要体育赛事

第二节 中国大型体育赛事运作分析

一、 赛事媒介传播相关利益主体

二、 大型体育赛事生态环境分析

三、 大型体育赛事风险管理剖析

第三节 中国职业体育赛事运作分析

一、 职业体育赛事产品分析

二、 职业体育赛事服务传递实质

三、 职业体育赛事服务制造的要素

四、 职业体育赛事服务传递的渠道

五、 职业体育赛事服务存在的问题

六、 职业体育赛事服务创新对策

第四节 中国体育竞赛业SWOT分析

一、 行业发展优势（Strengths）

二、 行业发展劣势（Weaknesses）

三、 行业发展机遇（Opportunities）

四、 行业面临挑战（Threats）

第五节 中国体育赛事风险管理与运作效益评估

一、 体育赛事中的风险

二、 体育赛事风险管理

三、 体育赛事运作效益

第五章 2021-2026年中国体育赛事版权市场发展分析

第一节 体育赛事版权的相关概念

一、 体育赛事版权的定义

二、 体育赛事版权的分类

三、 体育赛事版权的特点

第二节 2021-2026年中国体育赛事版权市场发展综述

一、 中国体育赛事版权行业现状

二、 中国体育赛事转播权市场规模

三、 体育赛事转播市场发展影响因素

第三节 2021-2026年中国体育赛事转播知识产权保护分析

一、 体育赛事转播画面的概念

二、 体育赛事转播产业发展现状

三、 国际体育赛事转播的保护模式

四、 我国体育赛事转播保护现状及困境

五、 我国体育赛事转播保护的思路

六、 我国体育赛事转播保护的建议

第四节 2021-2026年中国体育赛事版权市场热点事件

一、 2021-2026年热点事件动态

二、 2021-2026年热点事件动态

三、 2021-2026年热点事件动态

第五节 国内外典型企业体育赛事版权市场发展分析

一、 乐视体育

二、 万达体育

三、 腾讯体育

四、 阿里体育

五、 ESPN

第六节 国际体育赛事版权市场经验借鉴

一、 加强对体育转播权的保护

二、 提高转播质量的不变之法

三、 实现体育转播媒介多样化

第七节 中国体育赛事版权产业发展趋势

一、 内容趋势

二、 竞争趋势

三、 价值趋势

第六章 2021-2026年中国体育赛事产业发展模式分析

第一节 中国体育赛事运营模式

一、 职业赛事运营

二、 大众赛事运营

三、 综合性赛事运营

第二节 中国体育赛事经营模式

一、 协会+俱乐部

二、 公司+俱乐部

第三节 中国体育赛事管理模式

一、 政府主导型

二、 商业组织型

三、 生产企业型

四、 混合型

第七章 2021-2026年中国体育赛事市场营销特点及典型案例分析

第一节 体育赛事营销相关概述

一、 体育赛事营销的含义

二、 体育赛事营销的特征

三、 体育赛事营销的内容

四、 体育赛事营销的类别

第二节 国外体育赛事营销主要特点

一、 关注整体形象开发

二、 关心细节营销

第三节 中国体育赛事营销分析

一、 埋伏营销分析

二、 微博营销分析

三、 营销推广思路

四、 门票定价策略

第四节 中国体育赛事营销的5P原则分析

一、 产品（Product）

二、 价格（Price）

三、 促销（Promoting）

四、 地点（Place）

五、 人们（People）

第五节 中国体育赛事产品营销存在的问题

一、 专业化营销问题

二、 赛事质量问题

三、 国内联赛与球迷互动问题

第六节 中国体育赛事品牌营销改革思路

一、 转变营销观念

二、 提供优质服务

三、 提供全方位品牌支持

第七节 中国典型体育赛事营销推广案例分析

一、 北京奥运会营销推广案例

二、 21届意大利超级杯营销案例分析

三、 CBA职业联赛推广案例分析

四、 中国杯世界花样滑冰大奖赛推广案例

第八章 2021-2026年中国体育场馆运营现状分析

第一节 中国体育场馆政策分析

一、 政策发展及特点

二、 政策数量分析

三、 政策发展思考

第二节 中国体育场馆盈利模式分析

一、 体育场馆的经营管理现状

二、 各种经营模式下的盈利模式

三、 体育场馆的盈利需理清各种关系

四、 改进体育场馆盈利模式的建议

第三节 中国大型体育场馆运营分析

一、 对城市的影响

二、 融资模式

三、 存在问题

四、 经营困境

五、 建设思路

六、 管理策略

七、 运营案例

第四节 中国公共体育场馆运营管理状况

一、 运营管理模式

二、 管理体制改革

三、 经营内容介绍

四、 运营绩效评价

五、 主要问题分析

第五节 中国高校体育场馆运营分析

一、 国外高校体育场馆经营管理综述

二、 国内高校体育场馆经营管理现状

三、 国内高校体育场馆经营管理模式

第六节 中国体育场馆赛后利用分析

一、 体育场馆资源利用状况

二、 场馆赛后利用的制约因素

三、 体育场馆运营管理分析

第七节 中国体育场馆运营存在的问题及策略分析

一、 体育场馆经营问题成因

二、 体育场馆管理经验借鉴

三、 重点盘活体育场馆资源

四、 体育场馆经营策略分析

第八节 地方体育场馆经营改革的举措

一、 进行合理的规划建设

二、 改变单一的投资结构

三、 采取专业化管理模式

第九章 2021-2026年中国主流体育赛事市场发展分析

第一节 中国足球超级联赛

一、 赛事管理体制

二、 赛事经营模式

三、 赛事经营效益

第二节 中国乒乓球俱乐部超级联赛

一、 赛事管理体制

二、 赛事经营模式

三、 赛事经营效益

第三节 ATP1000上海大师赛

一、 赛事管理体制

二、 赛事经营模式

三、 赛事经营效益

第十章 2021-2026年中国体育赛事产业重点企业经营状况分析

第一节 智美体育

一、 企业发展概况

二、 2021-2026年企业经营状况

五、 企业发展动态

第二节 雷曼股份

一、 企业发展概况

二、 经营效益分析

三、 业务经营分析

四、 财务状况分析

五、 核心竞争力分析

六、 公司发展战略

七、 未来前景展望

第三节 中体产业

三、 企业发展概况

二、 经营效益分析

三、 业务经营分析

四、 财务状况分析

五、 核心竞争力分析

六、 公司发展战略

七、 未来前景展望

第四节 莱茵体育

一、 企业发展概况

二、 经营效益分析

三、 业务经营分析

四、 财务状况分析

五、 核心竞争力分析

六、 公司发展战略

七、 未来前景展望

第五节 欧迅体育

一、 企业发展概况

二、 经营效益分析

三、 业务经营分析

四、 财务状况分析

五、 核心竞争力分析

六、 公司发展战略

七、 未来前景展望

第六节 博克森

一、 企业发展概况

二、 经营效益分析

三、 业务经营分析

四、 财务状况分析

五、 核心竞争力分析

六、 公司发展战略

七、 未来前景展望

第七节 恒大淘宝

一、 企业发展概况

二、 经营效益分析

三、 业务经营分析

四、 财务状况分析

五、 核心竞争力分析

六、 公司发展战略

七、 未来前景展望

第八节 其他企业

一、 乐视体育

二、 盈方中国

三、 上海久事

四、 体奥动力

第十一章 中国体育赛事产业投资潜力分析及风险预警

第一节 中国体育产业投融资发展状况

一、 产业投融资环境

二、 产业投融资现状

三、 产业投融资机遇

四、 产业投融资热点

五、 产业投融资方式

六、 产业投融资问题

七、 产业投融资建议

第二节 中国体育赛事产业投资分析

一、 产业投资现状

二、 产业投资机会

三、 产业投资潜力

第三节 中国体育赛事产业投资风险

一、 自然环境风险

二、 赛事管理风险

三、 社会环境风险

四、 赛事赞助风险

第十二章 2026-2031年中国体育赛事产业发展前景分析及趋势预测

第一节 中国体育产业“十四五”发展规划

一、 总体要求

二、 主要任务

三、 重点行业

四、 主要措施

第二节 中国体育赛事产业发展前景分析

一、 未来发展前景

二、 产业发展方向

三、 产业发展趋势

第三节 中国足球中长期发展规划

一、 发展基础

二、 总体思路

三、 发展目标

四、 主要任务

五、 配套政策和保障措施

第四节 2026-2031年中国体育赛事产业发展预测分析

一、 发展因素分析

二、 市场规模预测

附录：

附录一：中华人民共和国体育法

附录二：国务院关于加快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：体育总局关于印发《全国性单项体育协会竞技体育重要赛事名录》的通知

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费)　Emai：kf@51baogao.cn

报告编号：1546266

本文地址：https://www.51baogao.cn/baogao/20241226/1546266.shtml

在线订购：点击这里