

# 2019-2025年中国体育旅游 市场前景研究与市场年度调研报告

## 报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制

[www.chinairr.org](http://www.chinairr.org)

## 一、报告报价

《2019-2025年中国体育旅游市场前景研究与市场年度调研报告》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.chinairr.org/report/R09/R0901/201905/20-296189.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: [sales@chyxx.com](mailto:sales@chyxx.com)

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

大型体育赛事举办期间对东道主入境游有拉动作用，且该正向作用有持续的趋势，接下来的1-2年内，东道主入境游同比增速保持在较高水平。

从全球范围来看，体育旅游市场规模到2020年有望突破4000亿美元，核心市场仍在欧洲。根据世界旅游组织（UNWTO）数据，全球体育旅游产业正在以每年14%的增长，超过旅游产业4%-5%左右的整体增长速度。2014年体育旅游根据市场规模达到1800亿美元，占旅游市场的15%。预计到2020年，全球体育旅游产业将达到4127亿美元的规模，其中亚太地区接近1800亿美元。全球体育旅游产业到2020年将超过4000亿美元（单位：亿美元）数据来源：公开资料整理

中国产业研究报告网发布的《2019-2025年中国体育旅游市场前景研究与市场年度调研报告》共十一章。首先介绍了中国体育旅游行业市场发展环境、体育旅游整体运行态势等，接着分析了中国体育旅游行业市场运行的现状，然后介绍了体育旅游市场竞争格局。随后，报告对体育旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国体育旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对体育旅游产业有个系统的了解或者想投资中国体育旅游行业，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 体育旅游及体育营地的基本介绍

#### 第一节 体育旅游的相关概述

##### 一、体育的基本构成及分类

##### 二、体育旅游的基本内涵

##### 三、体育旅游的基本特性

##### 四、体育旅游的发展优势

#### 第二节 体育营地的基本概述

##### 一、体育营地的内涵

##### 二、体育营地的分类

##### 三、体育营地的主要功能

## 第二章 2014-2017年全球体育旅游行业发展状况

### 第一节 全球体育旅游行业发展分析

以全球影响力最大的体育赛事奥运会为例，自1984年以来，奥运会期间东道主接待入境游客人次总体呈现上升趋势。1984年洛杉矶奥运会期间，美国接待入境游客约23万人次，2012年伦敦奥运会期间接待人次已经提升至59万人次。奥运会举办城市奥运期间接待入境游客情况

举办年份

举办城市

所在国家

接待入境游客（万人次）

1984

洛杉矶

美国

约23

1988

汉城

韩国

约22

1992

巴塞罗那

西班牙

约30

1996

亚特兰大

美国

约35

2000

悉尼

澳大利亚

约50

2008

北京

中国

约38

2012

伦敦

英国

约59

2016

里约热内卢

巴西

约41

数据来源：公开资料整理

大型体育赛事对东道主国家的国际形象进行了宣传，赛事举办后，东道主国家依然享受赛事带来的入境游利好。2002年日韩世界杯为例，当年入境游客流分别同比增加9.79%和3.89%，后2年复合增速分别为13.62%和12.57%。南非和英国入境游数据体现了类似的发展规律。奥运会、世界杯对东道国入境旅游影响明显

国家

类别

时间

前两年复合增速

当年同比增速

后两年复合增速

澳大利亚

奥运会

2000年

1.62%

10.59%

-1.14%

日本

世界杯

2002年

3.69%

9.79%

13.62%

韩国

世界杯

2002年

5.10%

3.89%

12.57%

德国

世界杯

2006年

8.10%

9.62%

0.41%

南非

世界杯

2010年

-8.39%

17.55%

10.56%

英国

奥运会

2012年

1.94%

-0.08%

5.29%

巴西

世界杯

2014年

3.44%

10.61%

2.22%

数据来源：公开资料整理

一、全球体育保有量规模

二、全球体育旅游发展状况

三、全球体育旅游市场升温

四、全球体育营地建设规模

## 第二节 美国

一、美国体育营地的分类

二、美国体育市场销售情况

三、体育旅游市场发展特点

四、体育旅游市场发展趋势

## 第三节 欧洲

一、欧洲体育市场运行状况

二、欧洲露营地预定规模分析

三、欧洲体育旅游产业发展经验

## 第四节 德国

一、德国体育行业发展概况

二、德国著名的体育营地介绍

三、德国体育旅游市场蓬勃发展

## 第五节 日本

一、日本体育保有量规模分析

二、企业布局日本体育旅游市场

三、退休人群成为体育旅游主体

四、日本体育旅游市场发展障碍

## 第六节 澳大利亚

一、澳大利亚体育旅游发展历程

二、澳大利亚体育旅游市场规模

三、澳洲体育旅游消费主体分析

## 第七节 其他国家

一、英国

二、意大利

三、新西兰

四、韩国

## 第三章 2014-2017年中国体育旅游市场发展环境分析

## 第一节 经济环境分析

一、中国宏观经济运行状况分析

二、我国经济结构转型发展进程

三、中国宏观经济未来发展形势

## 第二节 政策环境分析

一、政府支持性政策

二、地方性鼓励政策

三、市场规范发展政策

四、行业发展相关政策

五、行业相关技术标准

## 第三节 旅游行业运行状况

一、旅游人数规模

二、旅游消费规模

三、旅游收入规模

四、入境游客分布

五、行业发展态势

## 第四章 2014-2017年中国体育旅游业发展分析

### 第一节 行业驱动因素分析

一、居民人均可支配收入提高

二、道路交通建设不断完善

三、汽车保有量规模持续上升

四、机动车驾驶人数量大幅增长

五、我国自驾游市场蓬勃发展

### 第二节 2014-2017年中国体育旅游市场发展综况

一、体育旅游的发展阶段

二、我国体育旅游发展状况

三、体育旅游市场发展特征

四、体育旅游逐步成为市场主体

五、我国体育旅游发展的关键

六、我国体育旅游发展的重点

七、我国体育旅游市场发展态势



### 第三节 2014-2017年体育旅游市场需求分析

- 一、国内体育旅游市场需求旺盛
- 二、体育旅游市场消费意愿调查
- 三、老年人成为体育旅游市场主力

### 第四节 我国体育旅游行业SWOT分析

- 一、优势（Strengths）分析
- 二、劣势（Weaknesses）分析
- 三、机遇（Opportunities）分析
- 四、挑战（Threats）分析

### 第五节 中国体育旅游市场消费者分析

- 一、体验经历分析
- 二、年龄收入结构
- 三、家庭化趋势分析

### 第六节 体育旅游市场营销分析

- 一、体育旅游市场营销条件
- 二、体育旅游市场营销意义
- 三、体育旅游市场营销策划
- 四、体育旅游市场营销建议

### 第七节 中国体育旅游网络平台

- 一、资讯类门户网站
- 二、全产业链网络平台
- 三、体育租赁网络平台

### 第八节 体育旅游切入乡村旅游市场

- 一、乡村旅游市场发展迅速
- 二、乡村旅游市场驱动因素
- 三、政府推进乡村旅游扶持
- 四、乡村体育旅游项目发展动态
- 五、乡村体育旅游营地建设加快

### 第九节 体育旅游行业发展问题

- 一、主要发展障碍
- 二、市场发展问题
- 三、制约因素分析

#### 四、整体实力不强

#### 第十节 体育旅游行业发展建议

##### 一、体育旅游发展的对策建议

##### 二、政策有序引导是发展关键

##### 三、进一步放宽政策标准限制

##### 四、完善体育旅游的保险机制

##### 五、改善体育旅游的相关服务配套

### 第五章 2014-2017年中国体育市场分析

#### 第一节 中国体育市场发展综述

##### 一、体育市场发展历程回顾

##### 二、我国体育市场发展状况

##### 三、体育展览助力体育市场

#### 第二节 国内体育市场需求主体分析

#### 第三节 2014-2017年中国体育市场运行状况

##### 一、体育产销规模统计

##### 二、体育价格范围分析

##### 三、体育市场品牌化建设

##### 四、体育市场结构分析

##### 五、体育产品数量上升

##### 六、体育市场发展态势

#### 第四节 2014-2017年中国体育市场竞争分析

##### 一、体育市场竞争主体分析

##### 二、我国体育市场竞争格局

##### 三、市场主体竞争情况分析

##### 四、品牌汽车涉足体育市场

#### 第五节 中国体育行业发展困境及对策

##### 一、法律法规不完善

##### 二、产业发展困境

##### 三、商业模式未完善

##### 四、市场管理混乱

##### 五、发展对策分析

## 第六章 2014-2017年中国体育营地市场分析

### 第一节 中国体育营地政策背景分析

- 一、休闲露营地标准逐步规范
- 二、体育露营地相关政策汇总
- 三、体育营地建设获政府支持
- 四、旅游局助推体育营地发展
- 五、体育营地建设项目表发布

### 第二节 2014-2017年中国体育营地建设情况

- 一、体育营地建设阶段
- 二、体育营地建设规模
- 三、体育露营基地建立
- 四、体育营地建设现状
- 五、国内知名体育营地汇总

### 第三节 中国体育营地建设运营模式分析

- 一、体育营地的选址和布局
- 二、体育营地的审批手续
- 三、体育营地设计原则
- 四、体育营地基础设施
- 五、体育营地开发模式
- 六、体育营地盈利模式
- 七、主流运营操作模式
- 八、体育营地商业模式

### 第四节 体育营地BOT投资建设模式分析

- 一、BOT模式分析
- 二、BOT模式类型
- 三、BOT模式关键

### 第五节 2014-2017年中国体育营地SWOT分析

- 一、优势（Strengths）分析
- 二、劣势（Weaknesses）分析
- 三、机遇（Opportunities）分析
- 四、挑战（Threats）分析

## 第六节 体育营地项目建设主体分析

一、营地企业体育营地建设动态

二、汽车企业布局体育营地建设

三、旅游企业推进体育营地建设

## 第七节 地区新建体育营地汇总

一、华北区

二、华东区

三、西南区

四、东北区

## 第八节 我国体育营地建设问题及对策

一、体育露营地建设思维误区

二、我国体育营地建设乱象

三、我国体育营地建设问题

四、体育露营产业发展短板

五、体育营地发展壁垒及路径

六、体育营地发展建设策略

七、露营旅游发展促进建议

## 第七章 2014-2017年体育旅游相关行业分析

### 第一节 体育制造业

一、体育制造成为新蓝海

二、国内体育生产模式分析

三、体育研发及制造基地成立

四、我国体育生产项目动态

五、体育制造行业发展困境

六、体育制造行业发展方向

### 第二节 体育租赁业

一、国外体育租赁发展概况

二、国内体育租赁发展可行性

三、租赁推动体育产业发展

四、体育租赁市场发展特征

五、体育融资租赁成新热点

六、体育租售市场逐步发展

七、体育租赁产业逐步规范

八、体育租赁市场发展展望

### 第三节 户外用品产业

一、户外用品的分类

二、户外用品市场状况

三、户外用品零售渠道

四、户外用品行业发展趋势

## 第八章 2014-2017年体育旅游行业区域市场状况

### 第一节 甘肃省

一、体育旅游成为经济增长点

二、政府发布体育露营地规划

三、设立体育营地项目基金

四、深化体育产业发展合作

### 第二节 山西省

一、体育旅游迎来发展机遇

二、体育旅游运行现状分析

三、举办大型体育露营展览

四、晋中体育营地建设项目

五、加快体育旅游规划部署

### 第三节 江苏省

一、体育旅游市场发展状况

二、江苏首批体育露营基地

三、南京体育旅游发展状况

四、体育旅游获得政府扶持

五、体育服务网络建设规划

### 第四节 云南省

一、云南旅游营地建设提速

二、云南体育营地建设动态

三、体育旅游产业发展条件

四、体育露营建设规划分析

五、体育旅游发展前景良好

六、体育露营建设发展展望

## 第五节 福建省

一、政府助力体育旅游市场

二、营地建设获得资金支持

三、泉州体育营地建设状况

四、体育营地建设规划分析

五、厦门体育营地建设状况

## 第六节 海南省

一、海南主要体育营地介绍

二、体育旅游市场发展状况

三、企业推进体育租赁布局

四、营地建设获得政府支持

五、体育营地建设规划分析

## 第七节 北京市

一、体育数量规模分析

二、北京体育营地建设状况

三、体育露营地分布状况

四、搭建体育露营融资平台

五、体育露营获得资金支持

## 第八节 其他地区

一、黑龙江省

二、湖南省

三、山东省

四、河北省

## 第九章 2014-2017年中国体育旅游重点企业分析

### 第一节 众信旅游

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2017年经营状况

四、2019-2025年发展战略

## 第二节 凯撒旅游

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、2014-2017年经营状况

### 四、2019-2025年发展战略略

## 第三节 中青旅

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、2014-2017年经营状况

### 四、2019-2025年发展战略

## 第四节 遨游网推

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、2014-2017年经营状况

### 四、2019-2025年发展战略

## 第五节 岭南控股

### 一、企业概况

### 二、竞争优势分析

### 三、2014-2017年经营状况

### 四、2019-2025年发展战略

## 第十章 2014-2017年中国体育旅游行业投资分析

### 第一节 体育旅游业投资综述

#### 一、体育旅游投资机遇分析

#### 二、体育旅游相关投资行为

#### 三、体育旅游投资效益分析

### 第二节 体育旅游业投资风险

#### 一、市场风险

#### 二、运营风险

#### 三、政策风险

#### 四、资金风险

### 第三节 体育旅游业投资策略

- 一、整体投资对策
- 二、做好市场定位
- 三、加大推广力度
- 四、完善配套设施
- 五、增加旅游客源
- 六、健全相关系统
- 七、做好融资规划
- 八、抢占投资先机

## 第十一章 2019-2025年体育旅游行业发展前景及趋势分析

### 第一节 中国体育旅游行业发展前景展望（ZYZF）

- 一、体育旅游行业发展前景展望
- 二、中国体育旅游行业发展机遇
- 三、我国体育旅游市场空间巨大
- 四、中国体育营地发展前景广阔

### 第二节 中国体育旅游行业发展趋势分析

- 一、体育旅游产业发展趋势良好
- 二、体育旅游市场未来发展方向
- 三、中国体育旅游产业改革方向

### 第三节 2019-2025年体育旅游行业规模预测

- 一、中国体育旅游行业发展因素分析
- 二、2019-2025年中国体育公园保有量预测
- 三、2019-2025年中国体育公园数量预测（ZYZF）

#### 图表目录：

图表：2016年GDP初步核算数据

图表：2016年GDP同比增长速度

图表：2017年二季度GDP初步核算数据

图表：2017年二季度GDP同比增长速度

图表：2016-2017年全国居民消费价格涨跌幅

图表：2017年居民消费价格分类别同比涨跌幅

图表：2016-2017年固定资产投资（不含农户）同比增速



图表：2016-2017年固定资产投资到位资金同比增速

图表：2017年固定资产投资（不含农户）主要数据

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0901/201905/20-296189.html>