

2021-2027年中国体育市场 深度研究与市场全景评估报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国体育市场深度研究与市场全景评估报告》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/R0904/202011/11-372218.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

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

体育（physical education，缩写PE或P.E.），是一种复杂的社会文化现象，它以身体与智力活动为基本手段，根据人体生长发育、技能形成和机能提高等规律，达到促进全面发育、提高身体素质与全面教育水平、增强体质与提高运动能力、改善生活方式与提高生活质量的一种有意识、有目的、有组织的社会活动。随着国际交往的扩大，体育事业发展的规模和水平已是衡量一个国家、社会发展进步的一项重要标志，也成为国家间外交及文化交流的重要手段。体育可分为大众体育、专业体育、学校体育等种类。包括体育文化、体育教育、体育活动、体育竞赛、体育设施、体育组织、体育科学技术等诸多要素。

我国体育产业发展初期市场化程度较低，导致我国体育产业结构严重失衡。处于衍生行业的体育用品占比达到74%，作为主体产业的体育服务业占比仅为23%，而美国体育服务业占整个体育产业的比重达到57%，差距较大。中美体育产业结构对比 数据来源：公共资料整理
各国经常参加体育锻炼人口比例 数据来源：公共资料整理

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国体育市场深度研究与市场全景评估报告》共八章。首先介绍了体育行业市场发展环境、体育整体运行态势等，接着分析了体育行业市场运行的现状，然后介绍了体育市场竞争格局。随后，报告对体育做了重点企业经营状况分析，最后分析了体育行业发展趋势与投资预测。您若想对体育产业有个系统的了解或者想投资体育行业，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1章：中国体育产业发展综述

1.1体育产业概述

1.1.1体育产业的定义及分类

（1）体育产业的定义

（2）体育产业的分类

1.1.2体育产业链分析

1.1.3体育产业发展阶段

（1）体制阶段

(2) 起步阶段

(3) 探索阶段

1.1.4 发展体育产业的重要意义

1.2 体育产业发展环境分析

1.2.1 体育产业政策环境分析

1.2.2 体育产业经济环境分析

1.2.3 体育产业消费环境分析

1.2.4 体育产业社会环境分析

第2章：体育所属行业总体发展状况分析

2.1 国际体育产业发展状况分析

2.1.1 国际体育产业发展概述

2.1.2 美国体育产业发展分析

2.1.3 日本体育产业发展分析

2.1.4 俄罗斯体育产业发展分析

2.1.5 韩国体育产业发展分析

2.1.6 欧盟体育产业发展分析

2.2 中国体育产业发展状况

2.2.1 中国体育及相关产业统计情况

(1) 调查情况说明

(2) 中国体育及相关产业主要指标分析

(3) 中国体育及相关产业各领域发展情况

2.2.2 中国体育产业运营状况分析

2.3 中国体育产业发展前景分析

2.3.1 中国体育产业总体发展态势

2.3.2 中国体育产业发展前景

第3章：中国体育产业细分市场发展分析

3.1 体育竞赛业发展分析

3.1.1 体育竞赛业概况国内体育赛事市场规模稳步增长 数据来源：公开资料整理

(1) 体育竞赛业地位

(2) 体育竞赛业分类

(3) 体育竞赛业发展状况

3.1.2 职业体育俱乐部竞赛业发展分析

(1) 职业体育赛事概况

(2) 职业体育俱乐部赛事发展分析

3.1.3 其他组织模式的体育竞赛业发展分析

(1) 非俱乐部职业赛事发展分析

(2) 非职业俱乐部赛事发展分析

(3) 非职业非俱乐部体育赛事发展分析

3.2 体育健身业发展分析

3.2.1 体育健身业概况

(1) 体育健身业特点、服务形式及市场划分

(2) 体育健身业发展环境

(3) 体育健身业发展现状

(4) 体育健身业发展趋势

3.2.2 俱乐部经营模式分析

(1) 健身俱乐部发展现状及经营特点

(2) 健身俱乐部经营模式

(3) 健身俱乐部存在的主要问题与建议

3.2.3 非俱乐部经营模式分析

(1) 非俱乐部健身业发展现状及经营特点

(2) 非俱乐部健身业经营模式

(3) 非俱乐部健身业市场经营成本与收益

(4) 非俱乐部健身业存在的主要问题与建议

3.3 体育用品业发展分析

3.3.1 2015-2019年体育用品所属行业发展状况分析

(1) 中国体育用品所属行业发展状况分析

1) 中国体育用品行业发展总体概况

2) 中国体育用品行业发展的主要特点

3) 2015-2019年体育用品所属行业经营情况分析

(2) 2015-2019年体育用品业经济指标分析

1) 体育用品所属行业主要经济效益影响因素

2) 2015-2019年体育用品行业经济指标分析

3) 2015-2019年不同规模企业经济指标分析

4) 2015-2019年不同性质企业经济指标分析

5) 2015-2019年不同地区企业经济指标分析

(3) 2015-2019年体育用品所属行业供需平衡分析

1) 2015-2019年全国体育用品行业供给情况分析

2) 2015-2019年各地区体育用品行业供给情况分析

3) 2015-2019年全国体育用品行业需求情况分析

4) 2015-2019年各地区体育用品行业需求情况分析

5) 2015-2019年全国体育用品所属行业产销率分析

(4) 2015-2019年体育用品所属行业进出口市场分析

1) 2015-2019年体育用品所属行业出口情况

2) 2015-2019年体育用品所属行业进口情况分析

3.3.2 2019年体育用品所属行业发展状况分析

(1) 2019年行业产业规模分析

(2) 2019年行业资本/劳动密集度分析

(3) 2019年所属行业产销分析

(4) 2019年行业成本费用结构分析

(5) 2019年行业盈亏分析

3.3.3 体育用品所属行业竞争状况分析

(1) 国际体育用品业竞争状况分析

1) 国际体育用品行业发展概况

2) 国际体育用品行业竞争格局

3) 国际体育用品市场发展趋势

(2) 跨国公司在华市场投资布局

1) 美国耐克 (NIKE)

2) 德国阿迪达斯 (ADIDAS)

3) 英国锐步 (REEBOK)

4) 德国彪马 (PUMA)

5) 意大利卡帕 (KAPPA)

6) 日本美津浓 (MIZUNO)

7) 美国哥伦比亚 (Columbia)

8) 美国爱康 (ICON)

9) 德国Jack

(3) 行业国内市场竞争状况分析

3.3.4体育用品业发展趋势及前景预测

(1) 中国体育用品行业发展趋势

(2) 中国体育用品行业前景预测

3.4体育场馆运营所属行业发展分析

3.4.1体育场馆概况

(1) 新时代的体育场馆

(2) 体育场馆业整体发展概况

3.4.2体育场馆运营与效益分析

(1) 体育场馆的公益性服务

(2) 体育场馆的营利性开发

(3) 体育场馆效益透视

(4) 体育场馆业存在的主要问题与对策

3.4.3体育场馆运营未来发展趋势及应对策略

3.5体育中介业发展分析

3.5.1中国体育中介业概况

(1) 体育中介的内涵及分类

(2) 体育中介业发展现状

(3) 体育中介业经营方式

(4) 体育中介业经营效益

3.5.2国外体育中介业的发展现状与趋势

(1) 国外体育中介业需求分析

(2) 国外体育中介市场的运作方式

(3) 国外体育中介业发展趋势

(4) 国内外体育中介业比较分析

3.5.3中国体育中介业存在的主要问题与对策措施

(1) 存在的主要问题

(2) 对策措施

3.6体育传媒业发展分析

3.6.1体育传媒业发展背景和发展概况

(1) 体育传媒业发展背景

（2）体育传媒业总体发展概况

3.6.2体育传媒业竞争状况分析

（1）2015-2019年体育传媒业发展动因

（2）体育传媒业竞争策略分析

3.6.3体育媒体运营个案分析

（1）CCTV-5个案分析

（2）新浪网体育频道个案分析

3.6.4体育传媒业发展趋势

3.7体育彩票业发展分析

3.7.1体育彩票现状分析

3.7.2体育彩票公益金的运作模式

3.7.3体育彩票公益金的使用分析

3.7.4体育彩票的社会福利效益分析

第4章：中国重点省市体育产业发展分析

4.1天津市体育产业发展分析

4.1.1天津市体育产业发展环境分析

（1）经济发展

（2）体育产业发展政策

（3）体育设施建设情况

（4）居民收入

（5）居民教育文化娱乐服务支出

4.1.2天津市体育产业发展状况

4.1.3天津市团泊体育新城建设情况

（1）团泊体育新城地理位置

（2）团泊体育新城建设规模

（3）团泊体育新城三大开发主题区域

（4）团泊体育新城“四个引爆点”

（5）团泊体育新城建设意义

4.1.4天津市体育产业发展规划

4.2广州市体育产业发展分析

4.2.1广州市体育产业发展环境分析

- (1) 经济发展
- (2) 体育产业发展政策
- (3) 体育设施建设情况
- (4) 居民收入
- (5) 居民教育文化娱乐服务支出

4.2.2广州市体育产业发展状况

4.2.3《中共广州市委、广州市人民政府关于进一步加快体育产业发展的意见》

- (1) 基本框架和主要内容
- (2) 体育产业发展目标
- (3) 评选体育骨干企业
- (4) 规划建设体育产业功能区
- (5) 设立体育产业发展专项资金
- (6) 落实税收优惠政策
- (7) 扶持体育服务业发展

4.3海口市体育产业发展分析

4.3.1海口市体育产业发展环境分析

- (1) 经济发展
- (2) 体育产业发展政策
- (3) 体育设施建设情况
- (4) 居民收入
- (5) 居民教育文化娱乐服务支出

4.3.2海口市体育产业发展状况

4.3.3海口市举办的大型体育赛事分析

- (1) 2018-2015规划拟开展的重要体育比赛
- (2) 已开展体育赛事分析
- (3) 体育赛事影响分析

4.3.4海口市加快建设“中国高尔夫旅游之都”

4.3.5《海口市文化体育发展（2015-2019年）

- (1) 总体目标
- (2) 发展任务和主要措施

4.4江苏省体育产业发展分析

4.4.1江苏省体育产业发展环境分析

- (1) 经济发展
- (2) 体育产业发展政策
- (3) 体育设施建设情况
- (4) 居民收入
- (5) 居民教育文化娱乐服务支出

4.4.2江苏省体育产业发展状况

4.4.3江苏省《省政府关于加快发展体育产业的实施意见》

- (1) 《实施意见》出台的背景
- (2) 体育产业发展目标
- (3) 体育产业发展六项重点任务
- (4) 政策保障

4.5浙江省体育产业发展分析

4.5.1浙江省体育产业发展环境分析

- (1) 经济发展
- (2) 体育产业发展政策
- (3) 体育设施建设情况
- (4) 居民收入
- (5) 居民教育文化娱乐服务支出

4.5.2浙江省体育产业发展状况

4.5.3浙江省“黄龙体育文化创意产业园”挂牌

- (1) 黄龙体育中心概况
- (2) 黄龙体育中心发展优势
- (3) 黄龙体育中心功能区域划分
- (4) 中博展览集团与黄龙体育文化创意产业园签署战略合作

4.5.4浙江省体育产业发展规划(2015-2019年)

- (1) 发展目标
- (2) 工作任务
- (3) 保障措施

4.6陕西省体育产业发展分析

4.6.1陕西省体育产业发展环境分析

- (1) 经济发展
- (2) 体育产业发展政策

(3) 体育设施建设情况

(4) 居民收入

(5) 居民教育文化娱乐服务支出

4.6.2陕西省体育产业发展状况

4.6.3陕西省体育产业集团组建方案

4.6.4《陕西省人民政府办公厅关于加快发展体育产业的意见》

(1) 发展目标

(2) 发展重点

(3) 优惠政策

第5章：中国体育产业基地建设分析

5.1国家体育产业基地发展概况

5.2深圳国家体育产业基地发展分析

5.2.1深圳国家体育产业基地概况

5.2.2深圳国家体育产业基地的发展思路和空间布局

(1) 发展思路

(2) 空间布局

5.2.3深圳国家体育产业基地建设进展

(1) 加快建设深圳国家体育产业基地核心区

(2) 积极规划深圳体育产业科技创新加速器

(3) 大力构建深圳体育产业公共技术服务平台

5.2.4深圳体育产业发展规划

(1) 体育发展量化目标

(2) 体育产业“十二五”发展状况

(3) 体育产业“十三五”发展预测

5.3成都国家体育产业基地发展分析

5.3.1成都国家体育产业基地概况

5.3.2成都国家体育产业基地建设进展

5.3.3成都国家体育产业基地下一步工作思路

5.3.4《成都市体育产业发展规划（2013-2020）

(1) 发展现状

(2) 发展目标

(3) 发展重点和规划布局

(4) 规划重点项目

(5) 保障措施

5.4 晋江国家体育产业基地发展分析

5.4.1 晋江国家体育产业基地概况

5.4.2 晋江国家体育产业基地下一步工作思路

(1) 加大扶持力度，提升支柱性体育用品产业

(2) 突出体育主题，打造海西“体育城市”

(3) 挖掘资源潜力，拓宽体育产业发展渠道

(4) 坚持协调发展，推进群众性体育工作

5.5 北京龙潭湖国家体育产业基地发展分析

5.5.1 北京龙潭湖国家体育产业基地概况

5.5.2 北京龙潭湖国家体育产业基地特色优势

(1) 体育行政、总部中心

(2) 运动项目管理中心和体育人才中心

(3) 体育传媒和科研中心

(4) 体育训练中心

(5) 体育产品销售中心

5.5.3 北京龙潭湖国家体育产业基地基本布局、功能定位、产业规模

5.5.4 北京龙潭湖国家体育产业基地规划建设进展

5.5.5 北京龙潭湖国家体育产业基地发展过程中的瓶颈和亟待解决的问题

5.5.6 北京龙潭湖国家体育产业基地下一步建设思路

5.5.7 北京体育产业发展趋势

5.6 乐陵国家体育产业基地发展分析

5.6.1 乐陵国家体育产业基地揭牌

5.6.2 乐陵体育产业发展分析

(1) 体育产业政策

(2) 体育产业规模

5.6.3 乐陵发展规划

(1) “十三五”发展规划

(2) 2015-2019年发展计划

第6章：中国体育产业营销分析

6.1体育产业营销概述

6.1.1体育产业营销的概念

6.1.2体育产业的营销者及其产品

(1) 体育产业的营销者

(2) 体育产业营销的产品及其特点

6.1.3体育产业的消费者

6.1.4体育产业营销的渠道管理和促销方式

(1) 体育产业价值链分析及营销渠道管理

(2) 体育产业营销中的促销方式

6.1.5体育产业营销的新趋势

6.1.6体育产业与互联网融合最新进展

6.2体育产业营销策略分析

6.2.1体育产业营销策略的发展演变历程

(1) 营销活动的伊始期

(2) 营销活动的发展期

(3) 营销活动的调整期

6.2.2体育产业营销策略中存在的误区

(1) 体育营销目标上存在的误区

(2) 体育营销内涵上存在的误区

(3) 体育营销品牌宣传上存在误区

6.2.3当前体育产业发展的营销策略的目标定位

(1) 提高体育产品和体育服务知名度

(2) 提高企业产品的销售量

(3) 提高产品国际知名度

6.2.4体育产业本土化营销策略

(1) 促进体育产业专业化向市场化转变

(2) 赛事运作本土化

(3) 加大宣传力度，扩大比赛影响

(4) 向大众化发展

(5) 树立并做大做强国内品牌

6.2.5体育企业立体式营销策略

(1) 注意力营销

(2) 情感营销

(3) 整合营销

6.3 体育产业营销案例分析

6.3.1 李宁网易梦幻西游合作案例分析

(1) 案例背景

(2) 实施案例时面临的问题、市场机会和挑战

(3) 案例实施方案

(4) 案例效果

(5) 案例经验总结

6.3.2 “上班推迟一小时”活动案例分析

(1) 案例背景

(2) 实施案例时面临的问题、市场机会和挑战

(3) 案例实施方案

(4) 案例效果

(5) 案例经验总结

6.3.3 匹克品牌推广——NBA球星中国行案例分析

(1) 案例背景

(2) 实施案例时面临的问题、市场机会和挑战

(3) 案例实施方案

(4) 案例效果

(5) 案例经验总结

6.3.4 Kappa世界杯互联网推广

(1) 案例背景

(2) 实施案例时面临的问题、市场机会和挑战

(3) 案例实施方案

(4) 案例效果

(5) 案例经验总结

6.3.5 安踏温哥华冬奥会系列推广

(1) 案例背景

(2) 实施案例时面临的问题、市场机会和挑战

(3) 案例实施方案

(4) 案例效果

(5) 案例经验总结

6.3.6 特步赞助英超伯明翰案例分析

(1) 案例背景

(2) 实施案例时面临的问题、市场机会和挑战

(3) 案例实施方案

(4) 案例效果

(5) 案例经验总结

第7章：中国体育产业领先企业经营分析

7.1 体育用品业领先企业经营分析

7.1.1 李宁有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

7.1.2 安踏体育用品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

7.1.3 中国动向（集团）

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

7.1.4特步国际控股有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析

7.1.5匹克体育用品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 主要经济指标分析
- (3) 企业盈利能力分析
- (4) 企业运营能力分析
- (5) 企业偿债能力分析
- (6) 企业发展能力分析

7.2体育健身业领先企业经营分析

7.2.1上海一兆韦德健身管理有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业健身会所建设及分布情况
- (4) 企业健身项目分析
- (5) 企业健身教练情况分析
- (6) 企业经营模式分析

7.2.2上海美格菲健身中心有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业务分析
- (3) 企业健身会所建设及分布情况
- (4) 企业健身项目分析
- (5) 企业健身教练情况分析
- (6) 企业经营模式分析

7.2.3威康健身管理咨询(上海)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业主营业务分析

(3) 企业健身会所建设及分布情况

(4) 企业健身项目分析

(5) 企业健身教练情况分析

(6) 企业经营模式分析

7.3 体育中介业领先企业经营分析

7.3.1 中视体育娱乐有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业成功体育运营案例分析

(4) 企业经营状况优劣势分析

(5) 企业最新发展动向分析

7.3.2 北京众辉国际体育管理公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业成功体育运营案例分析

(4) 企业经营状况优劣势分析

(5) 企业最新发展动向分析

7.4 其他领先体育企业经营分析

7.4.1 中体产业集团股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 主要经济指标分析

(3) 企业盈利能力分析

(4) 企业运营能力分析

(5) 企业偿债能力分析

(6) 企业发展能力分析

7.4.2 上海东亚体育文化中心有限公司经营情况分析

(1) 企业简介

(2) 主营业务分析

(3) 企业体育场馆资源分析

(4) 企业服务项目

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

第8章：中国体育产业投融资分析

8.1体育产业投融资体制的历史与现状

8.1.1中国体育产业投融资的历史沿革

8.1.2中国体育产业投融资的现状和存在问题

（1）体育产业资本市场投融资的现状

（2）体育产业投融资存在的问题

8.2体育产业投融资模式的国际经验

8.2.1发达国家体育产业投融资模式

（1）欧美体育产业投融资模式

（2）日本体育产业投融资模式

（3）美国体育产业投融资模式

8.2.2国外体育产业投融资的实践运用

（1）银团贷款

（2）资产证券化融资

（3）商业信用融资

（4）球员抵押贷款

8.3中国体育产业投融资体系构建策略分析

8.3.1中国体育产业财政投融资体系完善策略

（1）政策性金融的概念以及在中国的适用性

（2）中国体育产业财政投融资体制存在的不足

（3）完善体育产业财政投融资出资人制度

（4）通过立法规范体育产业财政投融资定位

（5）建立包括财政投融资的体育产业财政预算

（6）建立投资资本与信贷决策互为制衡的决策机制

（7）大力发展体育产业财政信用

（8）加快制定财政支持体育产业发展的投融资政策

8.3.2中国体育产业投融资资本市场完善策略

（1）中国体育产业资本市场投融资存在问题

（2）发展中国体育产业股权融资市场

（3）发展中国体育产业债券融资市场的对策

8.3.3中国体育产业风险投资市场完善策略

- (1) 体育投资项目通过风险投资进行融资的作用
- (2) 体育产业风险投资的内涵及特征
- (3) 中国体育产业风险投资现状与存在的问题
- (4) 中国体育产业风险投资运作的循环模型
- (5) 发展体育产业风险投资的政策措施

8.3.4 体育产业资本运营渠道拓宽策略

- (1) 体育产业资产证券化理论
- (2) 体育产业资产证券化的适用条件与运作程序
- (3) 体育产业资产证券化对体育产业发展的作用
- (4) 发展体育产业资产证券化的措施和政策建议
- (5) 体育场馆设施的建设引入BOT投资方式

8.3.5 中国体育产业投资基金运行策略

- (1) 发展中国体育产业投资基金的意义
- (2) 体育产业投资基金的运作模式
- (3) 体育产业投资基金的募集方式
- (4) 体育产业投资基金的资金来源
- (5) 政府对体育产业投资基金的支持
- (6) 体育产业投资基金的投资对象

部分图表目录：

图表1：体育产业链结构

图表2：2015-2019年我国GDP同比增速走势及预测（单位：%）

图表3：2019年中国固定资产投资（不含农户）累计同比增速（单位：%）

图表4：2015-2019年中国社会消费品零售总额增长情况（单位：%）

图表5：2015-2019年中国居民消费价格指数涨跌幅度（单位：%）

图表6：2015-2019年中国城镇居民人均可支配收入增长情况（单位：%）

图表7：2015-2019年农村居民人均收入增长情况（单位：%）

图表8：美国体育产业构成图

图表9：日本体育产业构成图

图表10：中国体育及相关产业主要指标（单位：亿元，万人）

图表11：中超联赛组织机构示意图

图表12：CBA联赛组织机构示意图

图表13：乒超联赛组织机构示意图

图表14：三个赛季参与各项联赛职业俱乐部数量（单位：支）

图表15：2015-2019年中超联赛场均观众数（单位：万人/场）

图表16：中超联赛电视转播收视人次（单位：亿人次）

图表17：国内各项目非俱乐部职业赛事数量（单位：项）

图表18：非俱乐部职业赛事运作模式

图表19：国内各项目非职业俱乐部赛事数量（单位：项）

图表20：非职业俱乐部赛事运作模式

图表21：中国全运会管理体制的运作模式

图表22：厦门国际马拉松赛组织结构图

图表23：三次全国体育现状调查对比（单位：%）

图表24：中国体育健身俱乐部经营模式

图表25：2015-2019年体育用品行业经营效益分析（单位：家，人，万元）

图表26：2015-2019年中国体育用品所属行业盈利能力分析（单位：%）

图表27：2015-2019年中国体育用品所属行业运营能力分析（单位：次）

图表28：2015-2019年中国体育用品所属行业偿债能力分析（单位：% ， 倍）

图表29：2015-2019年中国体育用品行业发展能力分析（单位：%）

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R09/R0904/202011/11-372218.html>