

2020年中国体育场馆市场前景研究报告- 市场竞争格局与投资商机研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国体育场馆市场前景研究报告-市场竞争格局与投资商机研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/504038504038.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

【报告大纲】

第一章 体育场馆行业发展综述

第一节 体育场馆行业概述

一、体育场馆的定义及分类

二、体育场馆行业的界定

三、体育场馆产品的基本属性

(1) 产业属性

(2) 服务产品属性

(3) 社会公益性和市场经营性

四、体育场馆行业在国民经济中的地位

第二节 体育场馆行业PEST分析

一、Economic经济环境分析

(1) 国际宏观经济环境分析

(2) 国内宏观经济环境分析

(3) 宏观经济环境对行业的影响

二、Political政策环境分析

(1) 《全民健身计划纲要》

(2) 《关于加快发展体育产业的指导意见》

(3) 《关于进一步加强学校体育工作，切实提高学生健康素质的意见》

(4) 《体育发展“十三五”规划》

三、Social社会环境分析

四、Technological技术环境分析

(1) 行业专利申请数分析

(2) 行业专利申请人分析

(3) 行业专利技术分类构成分析

第三节 公共体育场馆制度演进

一、公共体育场馆的发展历程

二、公共体育场馆不同发展阶段的特点

三、公共体育场馆制度演进的影响分析

(1) 积极影响

(2) 消极影响

四、公共体育场馆制度演进的展望

(1) 民营化改革

（2）多元化经营管理模式

第四节 体育场馆与城市的复兴和发展

一、体育建筑对城市发展在物质层面的促进

二、体育建筑对城市发展在精神层面的作用

三、体育建筑与城市的融合

第二章 中国体育场馆行业发展现状与趋势分析

第一节 中国体育场馆行业发展状况分析

一、中国体育场馆行业发展现状分析

（1）中国体育场馆行业规模

（2）中国体育场系统分布

（3）中国体育场馆企业性质分布

（4）体育场地类型分布

（5）体育场地城乡分布

（6）体育场地地区分布

（7）中国体育场馆收益情况

（8）中国体育场馆资产利用情况

二、中国体育场馆行业经营情况分析

（1）体育场馆营业范围

（2）体育场馆经费来源

（3）体育场馆经营方式

（4）体育场馆税负情况

（5）体育场馆就业情况分析

三、中国体育场馆行业现存问题分析

第二节 中国高校体育场馆发展状况分析

一、中国高校体育场馆供给现状分析

（1）供给规模

（2）供给主体

（3）资金来源

（4）其他来源供给

（5）供给与生产合一

（6）质量与档次提升

（7）在体育场馆供给中作用

二、中国高校体育场馆供给的特殊性

（1）功能设计的独特性

（2）供给主体的单一性

(3) 服务对象与功能的多重性

(4) 生产过程的公益性

(5) 提供与生产的合一性

三、高校体育场馆向社会开放的可行性

(1) 向社会开放的意义

(2) 向社会开放的风险

(3) 向社会开放的风险规避

四、中国高校体育馆建设存在问题

五、中国高校体育场馆建设的建议

六、中国高校体育场馆发展趋势分析

(1) 学校与政府部门逐步合作

(2) 高校体育场馆功能多元化

(3) 供给所需资金逐步以高校自筹为主

(4) 高校体育场馆运营逐步专业化

(5) 高校逐步成为体育场馆供给的重要主体

第三节 中国体育场馆行业发展趋势分析

一、中国体育场馆行业运营升级

(1) 运营逐步国际化

(2) 运营逐步市场化

(3) 运营逐步专业化

二、中国体育场馆行业结构调整

(1) 企业从业机构比例上升

(2) 委托经营比例上升

三、中国体育场馆发展方向不一

(1) 分类发展

(2) 多元化发展

第三章 中国体育场馆运营管理现状与趋势分析

第一节 体育场馆运营管理概述

一、体育场馆运营管理的基本内容

(1) 提供各种体育服务

(2) 举办体育赛事

(3) 开展体育培训

(4) 发展体育健身休闲娱乐

(5) 体育场馆广告

(6) 综合性服务

(7) 财产物资管理

二、体育场馆运营管理的基本方法

(1) 建立现代企业制度

(2) 树立市场营销观念

(3) 体育场馆的经营形式

三、体育场馆绩效管理目标

(1) 财务绩效指标

(2) 客户满意绩效指标

(3) 流程绩效指标

(4) 成长绩效指标

第二节 体育场馆业务管理概述

一、体育场馆中的赛事管理

(1) 商业计划

(2) 吸引体育赛事

(3) 赛事分析

(4) 赛事准备

(5) 赛后评估

二、户外节事活动管理

(1) 户外节事活动综述

(2) 节庆活动的场地布置要求

(3) 露天文艺表演的场地布置要求

三、商业性展览活动管理

(1) 商业性展览活动综述

(2) 展览场馆一般具有的功能区

(3) 国际标准展位的配置及其编号

(4) 展区布局中常出现的问题

第三节 体育场馆收入支出分析

一、体育场馆收入来源

(1) 财政拨款收入

(2) 事业经营收入

二、体育场馆主要支出项目

(1) 按支出项目的性质分类

(2) 按支出项目的来源分类

三、体育场馆盈利模式分析

四、体育场馆管理情况分析

第四节 大型体育场馆运营管理案例与建议分析

一、美国四个大型体育场馆运营管理案例

- (1) 麦迪逊广场花园 (Madison Square Garden)
- (2) 玫瑰碗球场 (Rose Bowl Stadium)
- (3) 丰田体育中心 (Toyota Center)
- (4) 万乔维亚中心球场 (Wachovia Center)

二、美国大型体育场馆成功运营经验借鉴

- (1) 场馆经营活动以体为主，多种经营并存
- (2) 积极先进的多元化市场营销策略
- (3) 引入专业体育经理公司进行人力资源管理和场馆维护
- (4) 成熟的集团化托管式运营管理模式
- (5) 融资方式多元化，监管方式科学化
- (6) 积极吸引大型企业赞助，重视场馆内广告市场开发

三、中国大型体育场馆运营管理现存问题

四、中国大型体育场馆运营管理建议

- (1) 实现大型体育场馆设施所有权、经营权的分离
- (2) 场馆经营多元化发展
- (3) 加强以消费者需求为导向的市场营销
- (4) 积极开发无形资产
- (5) 体育场馆运营管理与职业体育赛事相结合

第四章 中国体育场馆消费情况调研分析

第一节 中国居民体育消费分析

一、居民体育消费现状分析

- (1) 实物消费
- (2) 精神消费

二、影响体育消费的因素分析

三、居民体育消费展望

第二节 中国体育场馆健身消费人群现状调研

一、参加健身锻炼人群的身份特点

- (1) 年龄与性别结构
- (2) 学历与职业结构
- (3) 采用交通工具结构

二、消费者喜欢从事的项目及消费情况

- (1) 消费者喜欢从事的项目分析
- (2) 消费主要来源及消费金额情况

(3) 消费者锻炼的时间分配情况

(4) 锻炼时段及每次锻炼的时间

(5) 锻炼的目的及锻炼后的效果

三、消费者满意度调查

第三节 部分大型体育场馆对外开放情况分析

一、体育场馆对大众健身开放的现状分析

(1) 对大众健身开放的项目

(2) 对大众健身开放的对象

(3) 对大众健身开放经营情况

(4) 对外开放经营的影响因素

二、体育场馆/场地对外出租的现状分析

三、体育场馆冠名权的开发

第五章 大型体育赛事对体育场馆影响案例分析

第一节 2008年北京奥运会

一、北京奥运会场馆建设及分布情况

(1) 场馆建设情况

(2) 场馆分布情况

二、北京奥运会场馆结构分析

(1) 功能结构分析

(2) 高校结构分析

三、现有的奥运场馆赛后利用模式

四、奥运场馆后继使用特殊情况分析

五、北京奥运场馆赛后利用建议

(1) 改变管理主体

(2) 拓展体育场馆功能的外延

(3) 通过联合降低体育场馆维护保养成本

(4) 加大高校奥运场馆的社会开放度

(5) 兼顾经济效益和社会效益

六、国家体育场——鸟巢运营模式分析

(1) 国家体育场投资主体及投资成本

(2) 国家体育场运营主体及运营方式

(3) 国家体育场运营成本

(4) 国家体育场收入模式

七、奥运后体育场馆运营前景

第二节 2020年广州亚运会

一、广州亚运会场馆建设及分布情况

(1) 场馆建设情况

(2) 场馆分布情况

二、现有的亚运场馆赛后利用模式

三、广州亚运场馆赛后利用制约因素

(1) 依赖政府投资增加赛后场馆运营风险

(2) 空间布局矛盾导致赛后场馆经营困难

(3) 管理体制缺陷难以适应赛后场馆市场化运作

四、广州亚运场馆赛后利用建议

(1) 多元化引入社会资本

(2) 加强无形资产开发利用

(3) 转变和创新经营管理体制

第三节 2020年深圳大运会

一、深圳大运会场馆建设及分布情况

(1) 场馆建设情况

(2) 场馆分布情况

二、深圳大运会场馆建设原则分析

三、深圳大运会部分场馆的赛后利用

(1) 体育运动学校

(2) 大学城体育中心

(3) 大运村

(4) 海上运动基地

四、深圳大运会场馆赛后利用建议

五、大运开幕式场馆——春茧运营模式分析

(1) 大运开幕场馆运营模式分析

(2) 大运开幕场馆赛后运营分析

六、深圳大运场馆的集团化管理模式分析

(1) 集团化运营管理的优势

(2) 大运场馆集团化管理的设想

(3) 大运场馆集团化管理的目标

第六章 中国领先体育场馆行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 中国领先体育场馆分析

一、首都体育馆

(1) 场馆发展简况分析

(2) 场馆产品服务分析

(3) 场馆发展现状分析

(4) 场馆竞争优势分析

二、国家奥林匹克体育中心体育场

(1) 场馆发展简况分析

(2) 场馆产品服务分析

(3) 场馆发展现状分析

(4) 场馆竞争优势分析

三、北京职工体育服务中心工人体育场

(1) 场馆发展简况分析

(2) 场馆产品服务分析

(3) 场馆发展现状分析

(4) 场馆竞争优势分析

四、首钢体育发展有限公司篮球中心

(1) 场馆发展简况分析

(2) 场馆产品服务分析

(3) 场馆发展现状分析

(4) 场馆竞争优势分析

(6) 场馆特色

五、海淀区综合训练馆

(1) 场馆发展简况分析

(2) 场馆产品服务分析

(3) 场馆发展现状分析

(4) 场馆竞争优势分析

六、哈尔滨冰上训练基地速滑馆

(1) 场馆发展简况分析

(2) 场馆产品服务分析

(3) 场馆发展现状分析

(4) 场馆竞争优势分析

七、无锡市体育中心体育馆

(1) 场馆发展简况分析

(2) 场馆产品服务分析

(3) 场馆发展现状分析

(4) 场馆竞争优势分析

八、黄龙体育中心体育场

(1) 场馆发展简况分析

(2) 场馆产品服务分析

(3) 场馆发展现状分析

(4) 场馆竞争优势分析

九、佛山岭南明珠体育馆

(1) 场馆发展简况分析

(2) 场馆产品服务分析

(3) 场馆发展现状分析

(4) 场馆竞争优势分析

十、广州天河体育中心篮球城

(1) 场馆发展简况分析

(2) 场馆产品服务分析

(3) 场馆发展现状分析

(4) 场馆竞争优势分析

十一、河南济源篮球城篮球馆

(1) 场馆发展简况分析

(2) 场馆产品服务分析

(3) 场馆发展现状分析

(4) 场馆竞争优势分析

十二、武汉体育中心体育场

(1) 场馆发展简况分析

(2) 场馆产品服务分析

(3) 场馆发展现状分析

(4) 场馆竞争优势分析

十三、宁夏体育馆

(1) 场馆发展简况分析

(2) 场馆产品服务分析

(3) 场馆发展现状分析

(4) 场馆竞争优势分析

十四、宁波北仑区体育中心体育馆

(1) 场馆发展简况分析

(2) 场馆产品服务分析

(3) 场馆发展现状分析

(4) 场馆竞争优势分析

十五、深圳游泳跳水馆

(1) 场馆发展简况分析

(2) 场馆产品服务分析

(3) 场馆发展现状分析

(4) 场馆竞争优势分析

第二节 中国领先体育场馆运营企业分析

一、上海东亚体育文化中心有限公司

二、北京体育之窗文化传播有限公司

三、中体产业集团股份有限公司

四、成都体育产业有限责任公司

五、华熙国际(北京)五棵松体育场馆运营管理有限公司

六、青岛国际高尔夫俱乐部有限公司

七、国家体育场有限责任公司

八、北京华体世纪体育场馆经营管理有限公司

九、上海思强体育场馆管理服务有限公司

十、深圳市朝向集团有限公司

十一、台州市体育中心有限公司

十二、北京北奥大型文化体育活动有限公司

十三、深圳市中航健康时尚集团股份有限公司

十四、吉林省力圣美健康俱乐部有限公司

十五、中体倍力健身俱乐部有限公司

第七章 中国体育场馆行业融资模式与发展前景分析

第一节 中国体育场馆建设融资模式分析

一、政府融资模式

(1) 税收形式的政府资本投入

(2) 一般义务公债

(3) 收益公债

(4) 参与凭证

(5) 租税增额融资TIF

二、私人融资模式

三、公私联合融资模式

四、其他融资方式

(1) 无形资产融资

(2) 体育彩票融资

(3) 土地置换融资

第二节 中国体育场馆行业发展前景预测

一、体育场馆行业发展的驱动因素分析

- (1) 国家政策支持
- (2) 大型体育赛事举办
- (3) 居民体育消费需求增长

二、体育场馆行业发展的障碍因素分析

- (1) 体制障碍
- (2) 管理理念滞后

三、中国体育场馆行业发展前景分析

- (1) 体育场馆设施的设计理念更新、更先进、注重赛后综合利用效益
- (2) 体育场馆建设更加注重突出民族文化特色与高科技产品应用
- (3) 体育场馆建设必须有利于城市的可持续发展
- (4) 体育场馆建设必须与城市的发展相匹配
- (5) 体育场馆建设必须走产业化发展的道路

图表目录

图表1：体育场馆的分类

图表2：体育场馆服务产品属性简析

图表3：体育场馆的社会公益性和市场经营性简析

图表4：2017-2020年美国非农就业人口变化情况（单位：万人，%）

图表5：2017-2020年美国失业率情况（单位：%）

图表6：2017-2020年美国GDP变化情况（单位：万亿美元，%）

图表7：2017-2020年ISM采购经理人指数情况

图表8：2017-2020年欧元区失业人数变化情况（单位：万人，%）

图表9：2017-2020年欧元区失业率变化情况（单位：%）

图表10：2017-2020年欧元区分季度GDP及增长情况（单位：亿欧元，%）

图表11：2017-2020年欧元区政府债务变化情况（单位：%）

图表12：2017-2020年美元/日元汇率

图表13：2017-2020年日本失业人数变化情况（单位：万人，%）

图表14：2017-2020年日本名义GDP变化情况（单位：万亿日元，%）

图表15：2017-2020年新兴经济体GDP增长情况（单位：%）

图表详见报告正文（GYSYL）

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2020年中国体育场馆市场前景研究报告-市场竞争格局与投资商机研究》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布

的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、阿里巴巴、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<https://baogao.chinabaogao.com/wentibangong/504038504038.html>