

2021年中国体育馆行业分析报告- 市场竞争现状与未来前景研究

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《2021年中国体育馆行业分析报告-市场竞争现状与未来前景研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/544281544281.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: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

1、体育馆的选址策略

“中心式”选址策略 资料来源：观研天下整理

“中心式”的选址指的是体育馆选址于城市的中心区，这种选址类型有以下优点：第一，可以利用城市已有的基础设施，减少了建设投资；第二，选址在城市中心区可以获得较好的交通条件，交通可达性较好；第三，可以进一步加强城市中心增长极的聚集效应，促进经济发展；第四，接近居民区，有利于场馆建成后的良性运营。

缺点：第一，如果城市中心人口和建筑密度比较大，大面积征用土地会造成用地紧张和地价上涨过快的问题；第二，赛时期间对城市交通构成很大的压力，可能会造成交通阻塞；第三，体育馆未来发展受到限制，不利于可持续发展；第四，城市中心用地紧张，不利于室外运动场地的建设。

适用于：这种中心式的选址比较适合小型的、社区型的、面向群众运动的体育场馆，中型及大型的体育馆不宜建造在城市中心区。

“外围式”选址策略 资料来源：观研天下整理

“外围式”选址指的是将体育馆布局在城市边缘的郊区地带，这种选址类型有以下优点：第一，城市边缘地带土地资源丰富，场地限制较少，利于建设大型的体育设施；第二，可以加快城市周边区域的现代化进程，为城市开拓了后备发展空间；第三，便于加建及扩建，有利于体育中心的可持续化发展。如悉尼奥运会的场馆有一部分建设于距离悉尼15KM的霍姆布什湾，这块地区在当时是城市的衰落区，附近都为城市废地和垃圾场，悉尼奥组委通过在此地建设体育场馆，使得该区域的空间环境品质有了很大的提升，经济也不断上涨，闲置的城市土地再次得到利用。

缺点：第一，场馆处于城市边缘地带，建设需要投入较多的资金用于城市交通、通讯、排水、供气、供电等相关基础设施的建设，建设成本过高；第二，交通可达性差，建设后的运营需要依赖城市发展战略的实施和公共交通的完善，可能会出现一段时间运营困难。

适用于：适用于与城市规划战略相符合的大中型体育馆建设，通过体育馆的建设来带动周边活力。

远离城市选址策略 资料来源：观研天下整理

这种选址类型一般是把体育馆建设于未来新城的核心地带，通过体育中心的建设来实现城市“跳跃性”的发展，实现城市“卫星城”的建设。但是这种选址模式在城市未发展起来之前存在着巨大的运营风险，应该在多项风险评估和充分调研的基础上谨慎抉择。

2、体育馆的外部交通

体育馆的外部交通主要涉及到场馆可达性和赛后可疏散性两方面的关系。首先，体育馆周边交通系统的完善可以方便人们抵达场馆，这对场馆赛后的运营有很大的帮助；其次，体育馆出入口所连接的道路等级会对赛后体育馆的疏散构成很大的影响，道路等级越高，疏散

越快，对城市交通构成的压力越小，反之，若体育馆外侧连接道路是次干道或者是更低级别的道路的话，赛事散场后可能会面临着附近交通瘫痪的风险。通过分析结果得知，部分竞赛馆存在着外侧道路等级过低、交通可达性差等问题。对于体育馆的外部交通规划，主要有以下方法：

（1）完善场馆周围的公交系统

常用的公交系统有地铁、公交车，因此可以加强公交系统在场馆周围的布点，形成周边多个站点的布局，若条件允许的情况下，可以在周边布置地铁站点。多个站点的结合不仅可以带动体育馆周边配套設施的发展，同时也可以提高体育馆的可达性。

（2）与高等级道路相连

城市道路等级一般分为四级，分别为快速路、主干路、次干路、支路，体育馆的出入口要尽可能与周边高等级的道路相接，高等级的道路意味着更快的行车速度，这对体育馆的疏散有很大的帮助。若体育馆的道路建设有一定的困难，那也要尽可能的缩短出入口与高等级道路之间的间距，方便车流的快速疏散。（CJ）

观研报告网发布的《2021年中国体育馆行业分析报告-市场竞争现状与未来前景研究》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。

行业报告是业内企业、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、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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国体育馆行业发展概述

第一节 体育馆行业发展情况概述

- 一、体育馆行业相关定义
- 二、体育馆行业基本情况介绍
- 三、体育馆行业发展特点分析
- 四、体育馆行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、体育馆行业需求主体分析

第二节 中国体育馆行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、体育馆行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国体育馆行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国体育馆行业生命周期分析

- 一、体育馆行业生命周期理论概述
- 二、体育馆行业所属的生命周期分析

第四节 体育馆行业经济指标分析

- 一、体育馆行业的赢利性分析
- 二、体育馆行业的经济周期分析
- 三、体育馆行业附加值的提升空间分析

第五节 中国体育馆行业进入壁垒分析

- 一、体育馆行业资金壁垒分析
- 二、体育馆行业技术壁垒分析
- 三、体育馆行业人才壁垒分析
- 四、体育馆行业品牌壁垒分析
- 五、体育馆行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球体育馆行业市场发展现状分析

第一节 全球体育馆行业发展历程回顾

第二节 全球体育馆行业市场区域分布情况

第三节 亚洲体育馆行业地区市场分析

一、亚洲体育馆行业市场现状分析

二、亚洲体育馆行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲体育馆行业市场前景分析

第四节 北美体育馆行业地区市场分析

一、北美体育馆行业市场现状分析

二、北美体育馆行业市场规模与市场需求分析

三、北美体育馆行业市场前景分析

第五节 欧洲体育馆行业地区市场分析

一、欧洲体育馆行业市场现状分析

二、欧洲体育馆行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲体育馆行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界体育馆行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球体育馆行业市场规模预测

第三章 中国体育馆产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品体育馆总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国体育馆行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国体育馆产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国体育馆行业运行情况

第一节 中国体育馆行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国体育馆行业市场规模分析

第三节 中国体育馆行业供应情况分析

第四节 中国体育馆行业需求情况分析

第五节 我国体育馆行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国体育馆行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国体育馆行业供需平衡分析

第八节 中国体育馆行业发展趋势分析

第五章 中国体育馆所属行业运行数据监测

第一节 中国体育馆所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国体育馆所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国体育馆所属行业财务指标分析

- 一、行业盈利能力分析
- 二、行业偿债能力分析
- 三、行业营运能力分析
- 四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国体育馆市场格局分析

第一节 中国体育馆行业竞争现状分析

- 一、中国体育馆行业竞争情况分析
- 二、中国体育馆行业主要品牌分析

第二节 中国体育馆行业集中度分析

- 一、中国体育馆行业市场集中度影响因素分析
- 二、中国体育馆行业市场集中度分析

第三节 中国体育馆行业存在的问题

第四节 中国体育馆行业解决问题的策略分析

第五节 中国体育馆行业钻石模型分析

- 一、生产要素
- 二、需求条件
- 三、支援与相关产业
- 四、企业战略、结构与竞争状态
- 五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国体育馆行业需求特点与动态分析

第一节 中国体育馆行业消费市场动态情况

第二节 中国体育馆行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节 体育馆行业成本结构分析

第四节 体育馆行业价格影响因素分析

- 一、供需因素
- 二、成本因素
- 三、渠道因素
- 四、其他因素

第五节 中国体育馆行业价格现状分析

第六节 中国体育馆行业平均价格走势预测

- 一、中国体育馆行业价格影响因素
- 二、中国体育馆行业平均价格走势预测
- 三、中国体育馆行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国体育馆行业区域市场现状分析

第一节 中国体育馆行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区体育馆市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区体育馆市场规模分析
- 四、华东地区体育馆市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

- 一、华中地区概述
- 二、华中地区经济环境分析
- 三、华中地区体育馆市场规模分析
- 四、华中地区体育馆市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

- 一、华南地区概述
- 二、华南地区经济环境分析
- 三、华南地区体育馆市场规模分析
- 四、华南地区体育馆市场规模预测

第九章 2017-2021年中国体育馆行业竞争情况

第一节 中国体育馆行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国体育馆行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国体育馆行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 体育馆行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国体育馆行业发展前景分析与预测

第一节 中国体育馆行业未来发展前景分析

一、体育馆行业国内投资环境分析

二、中国体育馆行业市场机会分析

三、中国体育馆行业投资增速预测

第二节 中国体育馆行业未来发展趋势预测

第三节 中国体育馆行业市场发展预测

一、中国体育馆行业市场规模预测

二、中国体育馆行业市场规模增速预测

三、中国体育馆行业产值规模预测

四、中国体育馆行业产值增速预测

五、中国体育馆行业供需情况预测

第四节 中国体育馆行业盈利走势预测

一、中国体育馆行业毛利润同比增速预测

二、中国体育馆行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国体育馆行业投资风险与营销分析

第一节 体育馆行业投资风险分析

一、体育馆行业政策风险分析

二、体育馆行业技术风险分析

三、体育馆行业竞争风险

四、体育馆行业其他风险分析

第二节 体育馆行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国体育馆行业发展战略及规划建议

第一节 中国体育馆行业品牌战略分析

一、体育馆企业品牌的重要性

二、体育馆企业实施品牌战略的意义

三、体育馆企业品牌的现状分析

四、体育馆企业的品牌战略

五、体育馆品牌战略管理的策略

第二节 中国体育馆行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国体育馆行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国体育馆行业发展策略及投资建议

第一节 中国体育馆行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国体育馆行业营销渠道策略

一、体育馆行业渠道选择策略

二、体育馆行业营销策略

第三节 中国体育馆行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国体育馆行业重点投资区域分析

二、中国体育馆行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/wentiule/544281544281.html>