

# 2018-2024年中国体育场馆 行业全景调研及投资战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

# 一、报告报价

《2018-2024年中国体育场馆行业全景调研及投资战略咨询报告》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.abaogao.com/b/wenhuatiyu/0061896N0Y.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

体育场馆是进行运动训练、运动竞赛及身体锻炼的专业性场所。它是为了满足运动训练、运动竞赛及大众体育消费需要而专门修建的各类运动场所的总称。体育场馆主要包括对社会公众开放并提供各类服务的体育场、体育馆、游泳馆，体育教学训练所需的田径棚、风雨操场、运动场及其他各类室内外场地、群众体育健身娱乐休闲活动所需的体育俱乐部、健身房、体操房和其他简易的健身娱乐场地等。

体育场馆是体育产业重要组成部分之一，是体育服务的重要平台，它的生存状况直接影响着整个产业的发展。根据《第六次全国体育场地普查数据公报》，按照2013年底全国总人口13.61亿人（不含港澳台地区）计算，平均每万人拥有体育场地12.45个，人均体育场地面积1.46平方米。而《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》中提出“锻炼人口达到5亿”、“5万亿产业规模”、“人均体育场地面积达到2平方米”等任务，意味着我国体育场馆未来的发展空间还很大。

报告目录：

第一章 体育场馆行业概述第一节 体育场馆的定义及分类第二节 体育场馆行业的界定第三节 体育场馆产品的基本属性一、产业属性二、服务产品属性三、社会公益性和市场经营性第四节 体育场馆行业在国民经济中的重要地位

第二章 体育场馆行业市场环境及影响分析（PEST）第一节 体育场馆行业政治法律环境（P）一、行业管理体制分析二、行业主要法律法规三、体育场馆行业标准四、行业相关发展规划1、体育场馆行业国家发展规划2、体育场馆行业地方发展规划五、政策环境对行业的影响第二节 行业经济环境分析（E）一、宏观经济形势分析1、国际宏观经济形势分析2、国内宏观经济形势分析3、产业宏观经济环境分析二、宏观经济环境对行业的影响分析1、经济复苏对行业的影响2、货币政策对行业的影响3、区域规划对行业的影响第三节 行业社会环境分析（S）一、体育场馆产业社会环境1、人口环境分析2、教育环境分析3、文化环境分析4、中国城镇化率二、社会环境对行业的影响三、体育场馆产业发展对社会发展的影响第四节 行业技术环境分析（T）一、体育场馆技术分析1、技术水平总体发展情况2、我国体育场馆行业新技术研究二、体育场馆技术发展水平1、我国体育场馆行业技术水平所处阶段2、与国外体育场馆行业的技术差距三、2017年体育场馆技术发展分析四、行业主要技术发展趋势五、技术环境对行业的影响

第三章 中国体育场馆行业发展模式与趋势分析第一节 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、中国体育场馆企业性质3、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、在体育场馆供给中的作用二、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一1、分类发展2、多元化发展

第四章 我国体育场馆行业整体运行指标分析第一节 2015-2017年中国体育场馆行业总体规模分析一、场馆数量结构分析二、人员规模状况分析三、行业资产规模分析四、行业市场规模分析第二节 2015-2017年中国体育场馆行业营销情况分析一、我国体育场馆行业营销总额分析二、我国体育场馆行业盈利总值分析三、我国体育场馆行业业务饱和度分析第三节 2015-2017年中国体育场馆行业财务指标分析一、行业盈利能力分析1、我国体育场馆行业营销利润率2、我国体育场馆行业成本费用利润率3、我国体育场馆行业亏损面二、行业偿债能力分析1、我国体育场馆行业资产负债比率2、我国体育场馆行业利息保障倍数三、行业营运能力分析1、我国体育场馆行业应收帐款周转率2、我国体育场馆行业总资产周转率3、我国体育场馆行业流动资产周转率四、行业发展能力分析1、我国体育场馆行业总资产增长率2、我国体育场馆行业利润总额增长率3、我国体育场馆行业主营业务收入增长率4、我国体育场馆行业资本保值增值率

第五章 体育场馆行业产业结构分析第一节 体育场馆产业结构分析一、市场细分充分程度分析二、各细分市场领先企业排名三、各细分市场占总市场的结构比例四、领先企业的结构分析（所有制结构）第二节 产业价值链的结构及整体竞争优势分析一、产业价值链的构成二、产业链条的竞争优势与劣势分析第三节 产业结构发展预测一、产业结构调整指导政策分析二、产业结构调整中消费者需求的引导因素三、中国体育场馆行业参与国际竞争的战略市场定位四、产业结构调整方向分析

第六章 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

第七章 中国体育场馆运营管理现状及模式分析第一节 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

第四节 体育场馆的运营管理发展趋势分析一、拓展融资渠道二、引入市场运营机制三、发展大众健身娱乐

第八章 大型体育赛事对体育场馆影响分析第一节 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1、保持原有体育功能2、还原使用3、功能转换使用4、拆除临时场馆设施5、进一步开发利用四、奥运场馆后继使用特殊情况分析1、大型体育赛事相对较少2、职业化俱乐部少3、体育场馆饱和4、场馆远离居住区五、北京奥运场馆赛后利用建议六、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1、旅游2、竞赛演出3、休闲娱乐产业

第二节 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1、综合性场馆群利用方案2、大型场馆利用方案3、专业性场馆利用方案三、广州亚运场馆赛后利用制约因素四、广州亚运场馆赛后利用建议

第三节 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&mdash;春蚕运营模式分析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

第九章 2015-2017年体育场馆行业领先企业经营形势分析第一节 国家体育场一、场馆的发展简介二、场馆的硬件设施分析三、场馆的服务项目分析四、场馆的运营情况分析五、场馆的特色分析六、场馆赛事分析七、场馆优劣势分析八、场馆发展前景分析第二节 广东奥林匹克体育场一、场馆的发展简介二、场馆的硬件设施分析三、场馆的服务项目分析四、场馆的服务特色分析五、场馆的运营情况分析六、场馆的特色分析七、场馆赛事分析八、场馆优劣势分析九、场馆发展前景分析第三节 北京职工体育服务中心一、场馆的发展简介二、场馆的硬件设施分析三、场馆的服务项目分析四、场馆优劣势分析五、场馆发展前景分析六、场馆的营销渠道分析第四节 青岛体育中心主体育场一、场馆的发展简介二、场馆的硬件设施分析三、场馆的服务项目分析四、场馆的服务特色分析五、场馆的运营情况分析六、场馆的特色分析七、场馆的营销渠道分析第五节 上海八万人体育场一、场馆的发展简介二、场馆的硬件设施分析三、场馆的服务项目分析四、场馆的运营情况分析五、场馆的特色分析六、场馆赛事分析七、场馆优劣势分析八、场馆发展前景分析第六节 南京奥林匹克体育中心一、场馆的发展简介二、场馆的硬件设施分析三、场馆的服务项目分析四、场馆的服务特色分析五、场馆的运营情况分析六、场馆的特色分析七、场馆的营销渠道分析第七节 济南奥体中心体育场一、场馆的发展简介二、场馆的硬件设施分析三、场馆的服务项目分析四、场馆的服务特色分析五、场馆的运营情况分析六、场馆的特色分析七、场馆赛事分析八、场馆优劣势分析九、场馆发展前景分析第八节 山东省体育中心一、场馆的发展简介二、场馆的硬件设施分析三、场馆的服务项目分析四、场馆优劣势分析五、场馆发展前景分析六、场馆的营销渠道分析第九节 浙江省黄龙体育中心一、场馆的发展简介二、场馆的硬件设施分析三、场馆的服务项目分析四、场馆的运营情况分析五、场馆的特色分析六、场馆赛事分析七、场馆优劣势分析八、场馆发展前景分析第十节 深圳大运中心体育场一、场馆的发展简介二、场馆的硬件设施分析三、场馆的服务项目分析四、场馆的服务特色分析五、场馆的运营情况分析六、场馆的特色分析七、场馆赛事分析八、场馆优劣势分析九、场馆发展前景分析第十一节 广州天河体育场一、场馆的发展简介二、场馆的硬件设施分析三、场馆的服务项目分析四、场馆的服务特色分析五、场馆的运营情况分析六、场馆的特色分析七、场馆的营销渠道分析第十二节 武汉体育中心一、场馆的发展简介二、场馆的硬件设施分析三、场馆的服务项目分析四、场馆优劣势分析五、场馆发展前景分析六、场馆的营销渠道分析第十三节 贺龙体育场一、场馆的发展

简介二、场馆的硬件设施分析三、场馆的服务项目分析四、场馆的运营情况分析五、场馆的特色分析六、场馆赛事分析七、场馆优劣势分析八、场馆发展前景分析第十四节 重庆市奥林匹克体育中心一、场馆的发展简介二、场馆的硬件设施分析三、场馆的服务项目分析四、场馆的服务特色分析五、场馆的运营情况分析六、场馆的特色分析七、场馆的营销渠道分析第十五节 沈阳奥林匹克体育中心体育场一、场馆的发展简介二、场馆的硬件设施分析三、场馆的服务项目分析四、场馆优劣势分析五、场馆发展前景分析六、场馆的营销渠道分析第十六节 合肥奥林匹克体育中心一、场馆的发展简介二、场馆的硬件设施分析三、场馆的服务项目分析四、场馆的运营情况分析五、场馆的特色分析六、场馆赛事分析七、场馆优劣势分析八、场馆发展前景分析第十七节 呼和浩特体育场一、场馆的发展简介二、场馆的硬件设施分析三、场馆的服务项目分析四、场馆的服务特色分析五、场馆的运营情况分析六、场馆的特色分析七、场馆赛事分析八、场馆优劣势分析九、场馆发展前景分析第十八节 天津奥林匹克中心体育场一、场馆的发展简介二、场馆的硬件设施分析三、场馆的服务项目分析四、场馆的服务特色分析五、场馆的运营情况分析六、场馆的特色分析七、场馆的营销渠道分析第十九节 广西体育中心一、场馆的发展简介二、场馆的硬件设施分析三、场馆的服务项目分析四、场馆优劣势分析五、场馆发展前景分析六、场馆的营销渠道分析第二十节 南昌国际体育中心一、场馆的发展简介二、场馆的硬件设施分析三、场馆的服务项目分析四、场馆的运营情况分析五、场馆的特色分析六、场馆赛事分析七、场馆优劣势分析八、场馆发展前景分析第十章 体育场馆行业“十三五”规划研究第一节 “十二五”体育场馆行业发展回顾一、“十二五”体育场馆行业运行情况二、“十二五”体育场馆行业发展特点三、“十二五”体育场馆行业发展成就第二节 体育场馆行业“十三五”总体规划一、体育场馆行业“十三五”规划纲要二、体育场馆行业“十三五”规划指导思想三、体育场馆行业“十三五”规划主要目标第三节 “十三五”规划解读一、“十三五”规划的总体战略布局二、“十三五”规划对经济发展的影响三、“十三五”规划的主要精神解读第四节 “十三五”区域产业发展分析一、“十二五”区域发展态势与存在问题二、“十三五”我国区域政策的基本走向三、“十三五”区域产业布局与产业转移第五节 “十三五”时期体育场馆行业热点问题研究一、行业技术发展热点问题二、产业增长方式转型问题三、行业产业链延伸问题四、行业节能减排问题五、产业转移及承接问题第十一章 2018-2024年体育场馆行业前景及趋势预测第一节 2018-2024年体育场馆市场发展前景一、2018-2024年体育场馆市场发展潜力二、2018-2024年体育场馆市场发展前景展望三、2018-2024年体育场馆细分行业发展前景分析第二节 2018-2024年体育场馆市场发展趋势预测

一、2018-2024年体育场馆行业发展趋势二、2018-2024年体育场馆市场规模预测1、体育场馆行业市场容量预测2、体育场馆行业销售收入预测三、2018-2024年体育场馆行业应用趋势预测四、2018-2024年细分市场发展趋势预测

第三节 2018-2024年中国体育场馆行业供需预测一、2018-2024年中国体育场馆行业供给预测二、2018-2024年中国体育场馆行业营销预测三、2018-2024年中国体育场馆市场建设预测四、2018-2024年中国体育场馆行业需求预测五、2018-2024年中国体育场馆行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势一、市场整合成长趋势二、需求变化趋势及新的商业机遇预测三、企业区域市场拓展的趋势四、科研开发趋势及替代技术进展五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2018-2024年体育场馆行业投资价值评估分析第一节 体育场馆行业投资特性分析一、体育场馆行业进入壁垒分析二、体育场馆行业盈利因素分析三、体育场馆行业盈利模式分析

第二节 2018-2024年体育场馆行业发展的影响因素一、有利因素二、不利因素

第三节 2018-2024年体育场馆行业投资价值评估分析一、行业投资效益分析1、行业活力系数比较及分析2、行业投资收益率比较及分析3、行业投资效益评估二、产业发展的空白点分析三、投资回报率比较高的投资方向四、新进入者应注意的障碍因素

第十三章 2018-2024年体育场馆行业投资机会与风险防范第一节 体育场馆行业投融资情况一、行业资金渠道分析二、固定资产投资分析三、兼并重组情况分析四、体育场馆行业投资现状分析1、体育场馆产业投资经历的阶段2、2015-2017年体育场馆行业投资状况回顾3、2015-2017年中国体育场馆行业风险投资状况4、2017年我国体育场馆行业的投资态势

第二节 2018-2024年体育场馆行业投资机会一、产业链投资机会二、细分市场投资机会三、重点区域投资机会四、体育场馆行业投资机遇

第三节 2018-2024年体育场馆行业投资风险及防范一、政策风险及防范二、技术风险及防范三、供求风险及防范四、宏观经济波动风险及防范五、关联产业风险及防范六、产品结构风险及防范七、其他风险及防范

第四节 中国体育场馆行业发展建议一、体育场馆行业未来发展方向二、体育场馆行业主要发展建议三、中国体育场馆企业融资分析

第十四章 2018-2024年体育场馆行业面临的困境及对策第一节 2016年体育场馆行业面临的困境

第二节 体育场馆企业面临的困境及对策一、重点体育场馆企业面临的困境及对策1、重点体育场馆企业面临的困境2、重点体育场馆企业对策探讨二、中小体育场馆企业发展困境及策略分析1、中小体育场馆企业面临的困境2、中小体育场馆企业对策探讨三、国内体育场馆企业的出路分析

第三节 中国体育场馆行业存在的问题及对策一、中国体育场馆行业存在的问题二、体育场馆行业发展的建议对策1、把握国家投资的契机

2、竞争性战略联盟的实施3、企业自身应对策略三、市场的重点客户战略实施1、实施重点客户战略的必要性2、合理确立重点客户3、重点客户战略管理4、重点客户管理功能

第四节 中国体育场馆市场发展面临的挑战与对策



## 第十五章 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1、BOT模式2、TOT模式3、ABS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二、体育场馆行业发展的障碍因素分析三、中国体育场馆行业发展趋势分析 第十六章 体育场馆行业发展战略研究第一节 体育场馆行业发展战略研究一、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、竞争战略规划第二节 对我国体育场馆品牌的战略思考一、体育场馆品牌的重要性二、体育场馆实施品牌战略的意义三、体育场馆企业品牌的现状分析四、我国体育场馆企业的品牌战略五、体育场馆品牌战略管理的策略第三节 体育场馆经营策略分析一、体育场馆市场细分策略二、体育场馆市场创新策略三、品牌定位与品类规划四、体育场馆新产品差异化战略第四节 体育场馆行业发展战略研究一、2017年体育场馆行业发展战略二、2018-2024年体育场馆行业发展战略三、2018-2024年细分行业发展战略 第十七章 研究结论及发展建议第一节 体育场馆行业研究结论及建议第二节 体育场馆子行业研究结论及建议第三节 体育场馆行业发展建议一、行业发展策略建议二、行业投资方向建议三、行业投资方式建议 图表目录图表：体育场馆的分类图表：体育场馆服务产品属性简析图表：体育场馆的社会公益性和市场经营性简析图表：2015-2017年发达经济体增长情况图表：2015-2017年主要新兴经济体增长情况图表：文艺表演的场地布置注意事项图表：商业性展览场馆的布置特点简析图表：2015-2017年中国国内生产总值及其增长速度图表：2015-2017年我国农村居民纯收入及其变化趋势图表：2017年宏观经济预测图表：体育场馆相关专利情况（一）图表：体育场馆相关专利情况（二）图表：公共体育场馆发展历程图表：中国公共体育场馆不同发展阶段的比较图表：公共体育场馆制度演进的积极影响简析图表：公共体育场馆制度演进的消极影响简析图表：建筑能与城市发展的融合策略简析图表：体育场馆飞速发展的三个阶段图表：中国体育场馆行业现存问题简析图表：高校体育场馆资金来源情况图表：非公有制经济参与高校体育场馆供给情况图表：高校体育场馆向社会开放的意义图表：高校体育场馆向社会开放的风险图表：高校体育场馆向社会开放的风险规避图表：中国高校体育场馆发展现存问题图表：中国高校体育场馆发展建议图表：体育场馆运营管理综合服务简析图表：体育场馆会员制经营形式简析图表：体育场馆承包经营形式简析图表：体育场馆合作经营形式简析图表：体育场馆直接经营形式简析图表：体育场馆委托经营形式简析图表：体育场馆商业计划核心元素简析图表：体育场馆寻求赛事举办权准备过程简析图表：体育场馆赛事分析过程简析图表：体育场馆节庆活动的场地布置要求图表：广场文艺表演场地布置要求图表：商业性展览场馆功能区简析图表：麦迪逊

广场花园经营活动简析略&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/0061896N0Y.html>