

2015-2020年中国体育场馆 行业前景研究与市场年度调研报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2015-2020年中国体育场馆行业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.abaogao.com/b/wenhuatiyu/Y16189OF4E.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

报告目录

- 第1章：2011-2014年中国体育场馆行业发展综述 14
 - 第一节 体育场馆行业概述 14
 - 一、体育场馆分类 14
 - 二、体育场馆行业发展 14
 - 三、体育场馆产品的基本属性 15
 - (1) 产业属性 15
 - (2) 服务产品属性 16
 - (3) 社会公益性和市场经营性 17
 - 四、体育场馆行业在国民经济中的重要地位 18
 - 第二节 体育场馆行业发展环境分析 18
 - 一、体育场馆行业经济环境分析 18
 - (1) 国际宏观经济环境分析 18
 - (2) 国内宏观经济环境分析 28
 - 二、体育场馆行业政策环境分析 30
 - (1) 《全民健身计划纲要》 30
 - (2) 《关于加快发展体育产业的指导意见》 30
 - 三、体育场馆行业社会环境分析 31
 - 四、体育场馆行业技术环境分析 36
 - 第三节 公共体育场馆制度演进 38
 - 一、公共体育场馆的发展历程 38
 - (1) 计划经济制度下的初建阶段（1949-1978） 38
 - (2) 内制度的转型摸索阶段（1978-1992） 39
 - (3) 外制度的转型探索阶段（1992-2002） 40
 - (4) 多元化制度创新发展阶段（2002-至今） 42
 - 二、公共体育场馆制度演进过程中不同发展阶段的特点比较 43
 - 三、公共体育场馆制度演进的影响分析 44
 - (1) 积极影响 44
 - (2) 消极影响 46
 - 四、公共体育场馆制度演进的展望 47

- (1) 民营化改革 47
- (2) 多元化经营管理模式 48
- 第四节 体育场馆与城市的复兴和发展 49
 - 一、体育建筑对城市发展在物质层面的促进 49
 - 二、体育建筑对城市发展在精神层面的作用 50
 - 三、体育建筑与城市的融合 50
 - (1) 合理规划不同规模体育场馆建设布局 50
 - (2) 重点发展社区体育设施建设 51
 - (3) 体育建筑的建设应可持续发展 51
- 第2章：2011-2014年中国体育场馆行业发展状况分析 52
 - 第一节 中国体育场馆行业发展分析 52
 - 一、中国体育场馆行业发展现状 52
 - (1) 中国体育场馆行业规模 52
 - (2) 中国体育场馆企业性质 52
 - (3) 中国体育场馆资产情况 53
 - 二、中国体育场馆行业经营分析 54
 - (1) 体育场馆营业范围 54
 - (2) 体育场馆经费来源 54
 - (3) 体育场馆经营方式 55
 - (4) 体育场馆税负 55
 - 三、中国体育场馆行业发展中存在的问题 56
 - 第二节 中国高校体育场馆发展分析 57
 - 一、中国高校体育场馆供给现状分析 57
 - (1) 供给规模不断扩大 57
 - (2) 供给主体以公立学校为主 57
 - (3) 建设资金主要来源于学校自筹和财政拨款 58
 - (4) 非公有制经济主体逐步开始涉足高校体育场馆供给 58
 - (5) 高校体育场馆提供与生产环节未能有效分离 59
 - (6) 高校体育场馆供给质量与档次快速提升 59
 - (7) 高校体育场馆供给在体育场馆供给中发挥重要作用 59
 - 二、中国高校体育场馆供给的特殊性 60

- (1) 功能设计的独特性 60
 - (2) 供给主体的单一性 61
 - (3) 服务对象与功能的多重性 61
 - (4) 生产过程的公益性 62
 - (5) 提供与生产的合一性 62
- 三、中国高校体育馆建设中存在问题分析 63
- (1) 高校体育场馆建设相对滞后 63
 - (2) 建设指导思想有失偏颇 63
 - (3) 场馆建设与运作管理滞后 64
- 四、中国高校体育场馆建设的建议 64
- (1) 借鉴国外体育场馆建设的先进理念 64
 - (2) 建立高校体育场馆建筑设计规范标准 65
 - (3) 注重高校体育场馆的多功能使用设计 65
 - (4) 加强统一规划, 拓宽融资渠道 66
 - (5) 场馆建设要紧紧密结合自然资源和民族文化资源 66
- 五、中国高校体育场馆供给的发展趋势 66
- (1) 学校与政府部门逐步合作 66
 - (2) 高校体育场馆功能多元化 67
 - (3) 供给所需资金逐步以高校自筹为主 68
 - (4) 高校体育场馆运营逐步专业化 68
 - (5) 高校逐步成为体育场馆供给的重要主体 69
- 六、中国高校体育场馆向社会开放的可行性分析 69
- (1) 高校体育场馆向社会开放的意义 69
 - (2) 高校体育场馆向社会开放的风险 70
 - (3) 高校体育场馆向社会开放的风险规避 72
- 第三节 中国体育场馆行业发展趋势 74
- 一、中国体育场馆行业运营升级 74
- (1) 运营逐步国际化 74
 - (2) 运营逐步市场化 74
 - (3) 运营逐步专业化 75
- 二、中国体育场馆行业结构调整 75
- (1) 企业从业机构比例上升 75

(2) 委托经营比例上升 76
三、中国体育场馆发展方向不一 76

(1) 分类发展 76
(2) 多元化发展 76

第3章：2011-2014年中国体育场馆消费分析 78

第一节 中国居民体育消费分析 78

一、居民体育消费现状分析 78

(1) 实物消费 78
(2) 精神消费 78

二、影响体育消费的因素分析 79

(1) 收入水平 79
(2) 体育场馆开放程度及服务水平 80
(3) 传统消费观念的根本改变及对体育功能的重新认识 80
(4) 其他因素 80

三、居民体育消费展望 81

第二节 中国体育场馆健身消费人群现状分析 81

一、参加健身锻炼人群的身份特点 81

(1) 参加休闲锻炼人群的年龄、性别构成 81
(2) 参加锻炼人群的学历、职业职务情况 82
(3) 消费者到场馆的距离及采用的交通工具分析 83

二、消费者喜欢从事的项目及消费情况 83

(1) 消费者喜欢从事的项目分析 83
(2) 消费的主要来源及消费金额情况分析 84
(3) 消费者来锻炼的时间分配情况 85
(4) 从事锻炼的时段和每次的锻炼时间 85
(5) 锻炼的目的和锻炼后的效果 86

三、消费者满意度调查 87

第三节 中国部分大型体育场馆对外开放使用调查分析 87

一、体育场馆对大众健身开放的使用现状 87

(1) 对大众健身开放的项目 87
(2) 对大众健身开放的对象 88

- (3) 对大众健身开放经营情况 88
- (4) 场馆所在地区的经济状况和人们的体育消费意识对场馆经营的影响 89
- 二、体育场馆、场地对外出租的现状与分析 90
- 三、体育场馆冠名权的开发 92

第4章：2011-2014年中国体育场馆运营管理分析 93

第一节 体育场馆运营管理概述 93

一、体育场馆运营管理的基本内容 93

二、体育场馆运营管理的基本方法 93

(1) 建立现代企业制度 93

(2) 树立市场营销观念 93

(3) 体育场馆的经营形式 94

三、体育场馆绩效管理目标 95

(1) 财务绩效指标 95

(2) 客户满意绩效指标 96

(3) 流程绩效指标 98

(4) 成长绩效指标 100

第二节 体育场馆业务管理 101

一、体育场馆中的赛事管理 101

(1) 商业计划 101

(2) 吸引体育赛事 102

(3) 赛事分析 105

(4) 赛事准备 106

(5) 赛后评估 106

二、户外节事活动管理 107

(1) 户外节事活动概述 107

(2) 节庆活动的场地布置要求 109

(3) 露天文艺表演的场地布置要求 114

三、商业性展览活动管理 115

(1) 商业性展览活动概述 115

(2) 展览场馆一般具有的功能区 116

(3) 国际标准展位的配置及其编号 117

第三节 体育场馆收入支出分析 118

一、体育场馆收入来源 118

(1) 财政拨款收入 118

(2) 事业经营收入 118

二、体育场馆主要支出项目 119

(1) 根据支出项目的性质分类 119

(2) 根据支出项目的来源分类 119

三、体育场馆盈利模式分析 119

第四节 大型体育场馆运营管理 119

一、美国四个大型体育场馆运营管理 119

(1) 麦迪逊广场花园 (Madison Square Garden) 120

(2) 玫瑰碗球场 (Rose Bowl Stadium) 121

(3) 丰田体育中心 (Toyota Center) 123

(4) 万乔维亚中心球场 (Wachovia Center) 124

二、美国大型体育场馆成功运营经验 125

(1) 场馆经营活动以体为主，多种经营并存 125

(2) 积极先进的多元化市场营销策略 126

(3) 引入专业体育经理公司进行人力资源管理和场馆维护 126

(4) 成熟的集团化托管式运营管理模式 127

(5) 融资方式多元化，监管方式科学化 127

(6) 积极吸引大型企业赞助，重视场馆内广告市场开发 128

三、中国大型体育场馆运营管理中存在的主要问题 129

(1) 场馆功能单一，使用率低 129

(2) 经营管理观念落后，营销手段缺乏 129

四、中国大型体育场馆运营管理建议 129

(1) 实现大型体育场馆设施所有权、经营权的分离 129

(2) 场馆经营多元化发展 132

(3) 加强以消费者需求为导向的市场营销 133

(4) 积极开发无形资产 135

(5) 体育场馆运营管理与职业体育赛事相结合 135

第五节 体育场馆的运营发展趋势 137

一、拓展融资渠道 137

二、引入市场运营机制 137

三、发展大众健身娱乐 138

第5章：2011-2014年中国大型体育赛事对体育场馆的影响分析 140

第一节 2008年北京奥运会 140

一、北京奥运会场馆建设及分布情况 140

(1) 场馆建设情况 140

(2) 场馆分布情况 140

二、北京奥运会场馆结构分析 141

(1) 功能结构分析 141

(2) 高校结构分析 141

三、现有的奥运场馆赛后利用模式 141

(1) 保持原来体育功能不变 141

(2) 还原使用 142

(3) 功能转换使用 142

(4) 拆除临时场馆设施 143

(5) 进一步开发利用 143

四、北京奥运场馆后继使用需要考虑的特殊情况 143

(1) 大型体育赛事相对较少 143

(2) 职业化俱乐部少 144

(3) 体育场馆饱和 144

(4) 场馆远离居住区 145

五、北京奥运场馆赛后利用建议 145

(1) 改变管理主体 145

(2) 拓展体育场馆功能的外延 146

(3) 通过联合降低体育场馆维护保养成本 147

(4) 加大高校奥运场馆的社会开放度 147

(5) 兼顾经济效益和社会效益 148

六、国家体育场——鸟巢运营分析 148

(1) 国家体育场投资主体及投资成本 148

(2) 国家体育场运营主体及运营方式 149

(3) 国家体育场运营成本 149

- (4) 国家体育场收入模式 149
- 七、奥运后体育场馆运营前景 150
 - (1) 旅游 150
 - (2) 竞赛演出 151
 - (3) 休闲娱乐产业 152
- 第二节 广州亚运会 152
 - 一、广州亚运会场馆建设及分布情况 152
 - (1) 场馆建设情况 152
 - (2) 场馆分布情况 153
 - 二、现有的亚运场馆赛后利用模式 158
 - (1) 综合性场馆群利用方案 158
 - (2) 大型场馆利用方案 158
 - (3) 专业性场馆利用方案 158
 - 三、广州亚运场馆赛后利用制约因素 159
 - (1) 依赖政府投资增加了赛后场馆运营风险 159
 - (2) 空间布局矛盾导致赛后场馆经营困难 159
 - (3) 管理体制缺陷难以适应赛后场馆市场化运作 160
 - (4) 专业人才匮乏制约赛后场馆经营管理水平 161
 - 四、广州亚运场馆赛后利用建议 162
 - (1) 多元化引入社会资本 162
 - (2) 加强无形资产开发利用 163
 - (3) 转变和创新经营管理体制 163
 - (4) 多渠道培养经营管理人才 164
- 第三节 深圳大运会 165
 - 一、深圳大运会场馆建设及分布情况 165
 - (1) 场馆建设情况 165
 - (2) 场馆分布情况 165
 - 二、深圳大运会场馆建设原则分析 166
 - 三、深圳大运会场馆赛后利用建议 166
 - 四、深圳大运会部分场馆的赛后利用 167
 - (1) 体育运动学校：将成优秀运动员培养基地 167
 - (2) 大学城体育中心：将向附近高校及市民开放 168

- (3) 大运村：将成深圳信息职业技术学院新校区 168
- (4) 海上运动基地：让深圳海滨“动起来” 169

五、大运开幕式场馆——春蚕运营分析 170

- (1) 大运开幕场馆运营模式分析 170
- (2) 大运开幕场馆赛后运营分析 171

六、深圳大运场馆的集团化管理分析 171

- (1) 集团化运营管理的优势 171
- (2) 大运场馆集团化管理的设想 172
- (3) 大运场馆集团化管理的目标 173

第6章：2011-2014年中国体育场馆行业领先个案分析 175

第一节 中国领先体育场馆分析 175

一、首都体育馆 175

- (1) 场馆简介 175
- (2) 场馆规模 175
- (3) 场馆设施 176
- (4) 场馆服务项目 176
- (5) 场馆运营管理 177
- (6) 场馆特色 177

二、国家奥林匹克体育中心体育场 178

- (1) 场馆简介 178
- (2) 场馆规模 179
- (3) 场馆设施 179
- (4) 场馆服务项目 182
- (5) 场馆运营管理 182

三、北京职工体育服务中心工人体育场 182

- (1) 场馆简介 182
- (2) 场馆规模 183
- (3) 场馆设施 183
- (4) 场馆服务项目 184
- (5) 场馆运营管理 184

四、首钢体育发展有限公司篮球中心 184

- (1) 场馆简介 184
- (2) 场馆规模 185
- (3) 场馆设施 186
- (4) 场馆服务项目 186
- (5) 场馆运营管理 186
- (6) 场馆特色 187

五、海淀区综合训练馆 187

- (1) 场馆简介 187
- (2) 场馆规模 187
- (3) 场馆设施 187
- (4) 场馆服务项目 188
- (5) 场馆运营管理 188

第7章：2015-2020年中国体育场馆行业发展前景及融资分析 189

第一节 中国体育场馆建设融资模式分析 189

一、政府资本 189

- (1) 税收形式的政府资本投入 189
- (2) 一般义务公债 189
- (3) 收益公债 189
- (4) 参与凭证 190
- (5) 租税增额融资TIF 190

二、私人资本 190

三、公私联合融资PPP (Public-Private Partnership) 191

- (1) BOT (Build-Operate-Transfer) 建设-经营-移交 191
- (2) TOT (Transfer-Operate-Transfer) 移交-运营-移交 192
- (3) ABS (Asset-Backed Securitization) 资产证券化融资 192

四、其他融资方式 193

- (1) 无形资产融资 193
- (2) 体育彩票融资 194
- (3) 土地置换融资 195

第二节 中国体育场馆行业发展前景预测 195

一、体育场馆行业发展的驱动因素分析 195

- (1) 国家政策支持 195
- (2) 大型体育赛事举办 197
- (3) 居民体育消费需求增长 197
- 二、体育场馆行业发展的障碍 198
 - (1) 体制障碍 198
 - (2) 管理理念滞后 199
- 三、体育场馆行业发展前景预测 199

图表目录：

- 图表 1 体育场馆的分类 14
- 图表 2 体育产业在国民经济行业分类中的内容 16
- 图表 3 体育场馆在《国民经济行业分类》中的注释 16
- 图表 4 2011-2013年七国集团GDP增长率(%) 19
- 图表 5 2011-2013年金砖国家及部分亚洲经济体GDP同比增长率(%) 20
- 图表 6 2013年全球及主要经济体制造业和服务业PMI 22
- 图表 7 2013年全球及主要经济体制造业PMI新订单和出口新订单指数 24
- 图表 8 2013年GDP初步核算数据 28
- 图表 9 2011-2013年GDP环比增长速度 28
- 图表 10 2014年GDP初步核算数据 29
- 图表 11 GDP环比和同比增长速度 29
- 图表 12 体育场馆相关专利情况 37
- 图表 13 公共体育场馆制度演进过程中不同发展阶段的特点比较 44
- 图表 14 参加锻炼人群的年龄分布情况统计 82
- 图表 15 参加锻炼人群的性别构成情况统计 82
- 图表 16 学历情况分布 83
- 图表 17 交通工具统计 83
- 图表 18 从事项目统计 84
- 图表 19 消费金额统计 84
- 图表 20 消费者参加锻炼的季节分布 85
- 图表 21 锻炼人群的周日分布 86
- 图表 22 参加体育活动目的统计 86
- 图表 23 锻炼效果统计 87

图表 24 硬件设施评价 87

图表 25 对工作人员的评价 87

图表 26 体育场馆对大众健身开放经营的项目 87

图表 27 闲置体育场馆、场地的租用情况 91

图表 28 体育场馆绩效管理体系指标 101

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/Y16189OF4E.html>