

2023-2029年中国体育场馆 行业分析与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国体育场馆行业分析与投资战略报告》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.cction.com/report/202304/349310.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国体育场馆行业分析与投资战略报告》共十四章。首先介绍了中国体育场馆行业市场发展环境、体育场馆整体运行态势等，接着分析了中国体育场馆行业市场运行的现状，然后介绍了体育场馆市场竞争格局。随后，报告对体育场馆做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国体育场馆行业发展趋势与投资预测。您若想对体育场馆产业有个系统的了解或者想投资中国体育场馆行业，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：第一部分 产业环境透视第一章 体育场馆行业概述第一节 体育场馆基本情况一、体育场馆行业的定义二、体育场馆行业的分类三、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重要地位第二节 中国体育场馆消费情况调研分析一、中国居民体育消费分析1、居民体育消费现状分析2、影响体育消费的因素分析3、居民体育消费展望二、中国体育场馆健身消费人群现状调研1、参加健身锻炼人群的身份特点2、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3、消费者满意度调查第二章 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、行业相关发展规划五、相关政策对行业的影响第二节 行业经济环境分析（E）一、宏观经济形势分析二、宏观经济环境对行业的影响分析第三节 行业社会环境分析（S）一、体育场馆产业社会环境二、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、体育场馆技术分析二、体育场馆技术发展水平三、行业主要技术发展趋势四、技术环境对行业的影响第二部分 行业深度分析第三章 中国体育场馆所属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历程二、中国体育场馆行业发展现状三、中国体育场馆行业发展特点四、中国体育场馆建设融资模式分析1、政府融资模式2、私人融资模式3、公私联合融资模式4、PPP项目资产证券化模式5、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 2019-2022年中国主要体育场馆发展及需求分析一、篮球场发展规模及需求分析二、足球场发展规模及需求分析三、排球场发展规模及需求分析四、乒乓球球/房发展规模及需求分析五、羽毛球球发展规模及需求分析六、健身房发展规模及需求分析第三节 2019-2022年中国体育产业经济运行情况一

、2019-2022年国家体育产业总产出和增加值二、具体细分产业类别总产出和增加值1、体育管理活动2、体育场馆服务3、体育培训与教育4、体育用品及相关产品制造5、体育场地设施建设

第四节 2019-2022年中国体育场馆行业总体规模分析

一、场馆数量结构分析

- 1、全国体育场地总数量（万个）
- 2、全国体育场地总用地面积（亿平方米）
- 3、全国体育场地总建筑面积（亿平方米）
- 4、全国体育场地总场地面积（亿平方米）
- 5、人均体育场地面积（平方米）
- 6、每万人拥有体育场地数量（个）

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

第五节 2019-2022年中国体育场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

第六节 2019-2022年中国体育场馆所属行业营销情况分析

一、中国体育场馆行业营销总额分析

二、中国体育场馆行业盈利总值分析

三、中国体育场馆行业业务饱和度分析

第四章 中国体育场馆投资运营分析

第一节 政策助力中国体育产业，前景可期

- 一、体育产业发展受政府关注，出台政策助其成长
- 二、体育产业市场的发展空间广阔
- 三、场馆运营是体育产业链的重要环节

第二节 体育场馆的投资建设与运营模式

一、体育场馆投资建设模式

- 1、单位自行建设
- 2、企业代建
- 3、PPP模式

二、体育场馆运营模式

- 1、自主运营
- 2、合作运营
- 3、委托运营

二、体育场馆建设运营的四种新模式

- 1、体育场馆生态产业链模式
- 2、城市体育服务综合体开发模式
- 3、体育场馆PPP模式
- 4、体育小镇模式

第三节 体育场馆投资运营分析

一、体育场馆投资运营现状

二、体育场馆运营案例

- 1、事业单位下属企业自主运营——水立方
- 2、委托运营——北京工人体育场
- 3、私人企业自主运营——美国麦迪逊广场花园（MSG）
- 4、BOT模式——五棵松文化体育中心
- 5、PPP模式——国家体育场

三、国外体育场馆运营投资经验借鉴

- 1、中国与美国体育场馆建设融资对比
- 2、国外体育场馆商业价值开发程度
- 3、融合策略

国外体育场馆的优势策略

- （1）升级硬件设施，增强场馆适用性与功能多样化
- （2）创新软件服务，提升使用效率与观赏体验
- （3）以体为主、多种经营并存的经营模式

第四节 大型体育场馆建设与运营发展趋势

一、迫切需要改革建设、运营机制

二、PPP模式成为主流模式

三、集团化连锁运营与多业态经营发展趋势

第五节 体育场馆运营策略研究

一、大型体育运营模式走向可持续发展

二、多元化运营模式分析

- 1、引进品牌赛事演出
- 2、创立自主品牌项目
- 3、打造奥运文化旅游
- 4、全面进行商业开发
- 5、积极开展公益活动
- 6、启动智慧场馆建设

发展趋势三、“互联网+”时代下体育场馆运营思路探讨

- 1、互联网+体育场馆
- 2、互联网+时代下体育场馆运营的现状
- 3、互联网+时代下体育场馆管理运营的思路

第五章 中国体育场馆运营管理分析

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

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

- 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、展览馆一般具有的功能区3、国际标准展位的配置及其编号第三节 体育场馆收入支出分析一、体育场馆收入来源二、体育场馆主要支出项目三、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三部分 市场全景调研 第六章 中国公共体育场馆发展分析第一节 2019-2022年中国大型体育场馆现状分析一、中国体育场馆数量进入高速增长阶段二、大型体育场馆建设分布情况三、大型体育场馆经营情况1、体育场馆运营方式对比（自主、委托、合作）2、大型体育场馆活动类型3、体育场馆运营行业财务盈亏状况四、部分大型体育场馆对外开放情况分析1、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2、体育场馆/场地对外出租的现状分析第二节 中国中等城市大型体育场馆建设趋势研究一、中等城市大型体育场馆建设的特征二、中等城市大型体育场馆建设中存在的问题三、中国中等城市大型体育场馆建设的趋势第三节 大型体育场馆建设项目应用PPP模式风险评价一、PPP项目运营风险概述1、PPP项目运营风险定义2、PPP项目的运营阶段风险分析3、PPP项目运营风险的危害二、基于案例的PPP项目运营风险评价分析三、对建设大型体育场馆采用PPP项目运营的管理建议第四节 PPP模式下中国公共体育场馆运营问题研究一、体育场馆运营引入PPP模式存在的问题二、体育场馆运营有效融合PPP模式的途径第五节 美国大型体育场馆运营中PPP模式应用研究一、PPP模式下美国大型体育场馆运营中各参与主体的利益诉求及共享方式1、政府部门的利益诉求及其共享方式2、私营企业的利益诉求及其共享方式3、社会大众的利益诉求及其共享方式二、PPP模式下美国大型体育场馆运营中的风险类型1、政府部门承担的风险类型2、私营企业承担的风险类型3、政府部门和私人部门共同承担的风险类型三、PPP模式下美国政府监管内容及方式1、PPP模式下美国政府的监管内容2、PPP模式下美国政府的监管方式四、美国大型体育场馆运营中PPP模式应用的启示第六节 国外大型体育场馆冠名权开发研究及启示一、国外大型体育场馆冠名权开发现状1、冠名权开发数量多2、冠名权开发赞助额度大3、冠名权开发冠名期限长4、冠名权开发赞助商来源广二、国外大型体育场馆冠名权开发中存在的问题三、国外大型体育场馆冠名权开发的启示四、中国体育场馆冠名权开发分析——北京五棵松体育馆第七节 中小型体育场馆商业化运作探究一、中小型体育场馆建设现状二、中小型体育场馆商业化运作的影响因素1、硬环境因素2、软环境因素三、中小型体育场馆商业化运作策略1、商业化运作的办法2、商业化运作中应该关注的问题3、商业化运作中应该考量的因素第八节 构建大中型公共体育场馆运营转型的动力机制一、大中型公共体育场馆运营转型的动力分析1、外部因素分析2、内部因素分析3、场馆转型的动力机制要素和模型构建二、场馆运营

转型的策略与措施1、创新场馆管理体制机制2、转型场馆的公益性与市场化统一3、培育体育产业公司集群类型4、培育产业公司的文化向心力5、培养场馆复合型人才6、升级场馆管理版本

第九节 “互联网+”模式下公共体育场馆转型路径探析一、“互联网+”模式下体育场馆的转型方向二、“互联网+”模式下体育场馆的转型路径1、“互联网+服务”——满足需求2、“互联网+思维”——灵活多样3、“互联网+平台”——资源整合

第七章 中国高校体育场馆发展分析第一节 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、中国高校体育馆建设存在问题四、中国高校体育场馆建设的建议五、中国高校体育场馆发展趋势分析第二节 高校体育场馆的开发利用分析一、当前高校体育场馆的开发利用现状1、高校体育场馆利用率低下2、高校体育场馆服务质量与管理效率的低下二、高校体育场馆的开发利用策略第三节 高校体育场馆经营管理的现状及对策探究一、高校体育场馆经营管理中的特点1、开放的时间受到限制2、具有较好的社会效益3、具有排他性的特点二、高校体育场馆经营管理的现状1、开放方式的现状2、经营方式的现状3、收益分配的现状4、场馆利用效率较低5、服务较差三、高校体育场馆委托经营管理模式研究1、高校体育场馆运营管理模式（1）运营管理模式现状（2）高校体育场馆采用委托经营管理模式的依据（3）高校体育场馆采用委托经营管理模式的优势2、高校体育场馆采用委托经营管理模式需注意的问题四、高校体育场馆经营管理的主要应对措施第四节 高校体育场馆向社会开放现状分析一、高校体育场馆向社会开放的可行性二、高校体育场馆对社会开放的意义三、学校体育场馆向社会开放的现状分析四、学校体育场馆向社会开放的管理模式五、高校体育场馆对社会开放存在的问题六、高校体育场馆对社会开放的策略第五节 美国高校体育场馆运营模式的分析与启示一、美国高校体育场馆运营的基本情况1、规划选址2、融资模式3、运营模式4、收入来源5、支出去向二、美国高校体育场馆的运营特点1、规划设计合理2、产权归属明确3、商业化程度较高4、稳定的观众来源5、收益反哺学校三、对中国高校体育场馆运营的启示第六节 基于SWOT分析视角下高校体育场馆引入PPP模式的可行性分析一、高校体育场馆引入PPP模式的SWOT分析1、高校体育场馆引入PPP模式的优势分析2、高校体育场馆引入PPP模式的劣势分析3、高校体育场馆引入PPP模式的机会分析4、高校体育场馆引入PPP模式的挑战分析二、对策建议第四部分 竞争格局分析 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

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—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 第九章 行业领先体育场馆经营形势分析第一节 国家体育场有限责任公司一、场馆发展简介二、场馆硬件设施三、场馆服务项目四、场馆运营情况五、场馆赛事情况六、场馆优势比较第二节 广东奥林匹克体育场一、场馆发展简介二、场馆硬件设施三、场馆服务项目四、场馆运营情况五、场馆赛事情况六、场馆优势比较第三节 体育之窗文化股份有限公司一、场馆发展简介二、场馆硬件设施三、场馆服务项目四、场馆运营情况五、场馆赛事情况六、场馆优势比较第四节 山东省青岛体育训练中心一、场馆发展简介二、场馆硬件设施三、场馆服务项目四、场馆运营情况五、场馆赛事情况六、场馆优势比较第五节 上海东亚体育文化中心有限公司一、场馆发展简介二、场馆硬件设施三、场馆服务项目四、场馆运营情况五、场馆赛事情况六、场馆优势比较第六节 南京奥体中心经营管理有限公司一、场馆发展简介二、场馆硬件设施三、场馆服务项目四、场馆运营情况五、场馆赛事情况六、场馆优势比较第七节 济南奥体中心体育场一、场馆发展简介二、场馆硬件设施三、场馆服务项目四、场馆运营情况五、场馆赛事情况六、场馆优势比较第八节 山东省体育中心一、场馆发展简介二、场馆硬件设施三、场馆服务项目四、场馆运营情况五、场馆赛事情况六、场馆优势比较第九节 浙江省黄龙体育中心一、场馆发展简介二、场馆硬件设施三、场馆服务项目四、场馆运营情况五、场馆赛事情况六、场馆优势比较第十节 佳兆业文化体育（深圳）有限公司一、场馆发展简介二、场馆硬件设施三、场馆服务项目四、场馆运营情况五、场馆赛事情况六、场馆优势比较第五部分 发展前景展望 第十章 2023-2029年体育场馆行业投资风险分析第一节 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 2023-2029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 2023-2029年体育场馆行业投融资分析一、体育产业投融资政策分析二、中国体

育场馆投资建设资金来源及规模三、重点区域体育场馆投资情况四、体育场馆投融资项目动向及案例分析

第四节 2023-2029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

第五节 中国体育场馆行业投资建议一、体育场馆行业主要投资建议二、中国体育场馆企业融资分析

第十一章 2023-2029年体育场馆行业前景趋势预测

第一节 2023-2029年中国体育场馆行业发展预测一、2023-2029年中国体育场馆市场规模预测二、2023-2029年中国体育场馆市场建设预测三、2023-2029年中国体育场馆行业供需预测

第二节 2023-2029年体育场馆市场发展前景一、2023-2029年体育场馆市场发展潜力二、2023-2029年体育场馆市场发展前景展望三、2023-2029年体育场馆细分行业发展前景

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

第六部分 发展战略研究

第十二章 体育场馆行业面临的困境及对策

第一节 2020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

第四节 中国体育场馆市场发展面临的挑战与对策

第十三章 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 对中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、中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、2023-2029年体育产业企业发展战略二、2023-2029年体育场馆行业发展战略

第十四章 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

图表目录：图表：中国排球馆发展规模及需求分析图表：中国乒乓球馆/房发展规模及需求分析图表：中国羽毛球馆发展规模及需求分析图表：中国健身房发展规模及需求分析图表：中国体育管理活动总产出和增加值图表：中国体育场馆服务总产出和增加值图表：中国体育培训与教育总产出和增加值图表：中国体育用品及相关产品制造总产出和增加值图表：中国体育场地设施建设总产出和增加值图表：中国体育场地总数量（万个）图表：中国体育场地总用地面积（亿平方米）图表：中国体育场地总建筑面积（亿平方米）图表：中国体育场地

总场地面积（亿平方米）图表：中国人均体育场地面积（平方米）图表：中国每万人拥有体育场地数量（个）图表：中国体育场馆人员规模状况分析图表：中国体育场馆所属行业资产规模分析图表：中国体育场馆所属行业盈利能力分析图表：中国体育场馆所属行业偿债能力分析图表：中国体育场馆所属行业营运能力分析图表：中国体育场馆所属行业发展能力分析图表：中国体育场馆所属行业营销总额分析图表：中国体育场馆所属行业盈利总值分析更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202304/349310.html>