

2017-2022年中国体育产业行业市场运行态势及投资战略咨询研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国体育产业行业市场运行态势及投资战略咨询研究报告》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://www.huaon.com/detail/302757.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

随着体育企业产业意识的提高，行业竞争的加剧，尤其是体育用品业竞争的加剧，国内的体育企业越来越重视对产业发展的研究，特别是对产业改革和产业运营的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的体育品牌迅速崛起，逐渐成为体育行业中的翘楚!

体育用品行业作为体育产业中比重最大、开放度与竞争度最高的领域，近年来保持了快速发展。2006~2011年，我国体育用品行业(运动服、运动鞋、运动器材及相关体育产品的制造和销售)增加值逐年扩大，年均复合增长率17.63%，累计至2011年预计达到1760亿元，占体育产业比重80%以上。中国也成为了继美国之后世界第二大体育用品消费市场。

世界体育用品联合会主席尾山基也看好中国体育市场前景。他在本届体博会开幕式上表示，随着中国经济的发展以及消费者更多地参与体育运动，中国成为了运动鞋、运动服装、运动器材全球最重要的生产基地。

我国体育行业发展历程

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、体育场馆的定义分类

二、体育场馆的基本属性

(一) 产业属性

(二) 服务产品属性

(三) 社会公益性和市场经营性

三、发展体育产业的重要意义

第二节 中国体育场馆行业发展环境分析

一、中国体育馆行业经济环境分析

(一) 中国GDP增长情况分析

(二) 城乡居民收入增长分析

(二) 居民消费价格变化分析

二、中国体育馆行业政策环境分析

(一) 《全民健身计划()》

- (二) 《体育及相关产业分类》试行
- (三) 《加快发展体育产业指导意见》

三、中国体育馆行业社会环境分析

- (一) 中国人口环境分析
- (二) 中国城镇化率分析
- (三) 城乡居民的体育消费需求
- (四) 第三次国民体质监测分析
- (五) 中国国民的健康状况分析

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

- (一) 计划经济制度下的初建阶段
- (二) 内制度的转型摸索阶段
- (三) 外制度的转型探索阶段
- (四) 多元化制度创新发展阶段

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

- (一) 积极影响
- (二) 消极影响

四、公共体育场馆制度演进的展望

- (一) 民营化改革
- (二) 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 中国体育馆行业发展现状分析

第一节 中国体育馆行业发展状况分析

一、中国体育馆行业发展现状分析

- (一) 中国体育馆行业规模
- (二) 中国体育馆属性分析
- (三) 中国体育馆资产情况

二、中国体育馆行业经营情况分析

- (一) 体育馆营业范围

- (二) 体育馆经费来源
- (三) 体育馆经营方式
- (四) 体育馆税负情况
- (五) 体育馆经营问题

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

- (一) 供给规模
- (二) 供给主体
- (三) 资金来源
- (四) 其他来源供给
- (五) 供给与生产合一
- (六) 质量与档次提升
- (七) 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

- (一) 功能设计的独特性
- (二) 供给主体的单一性
- (三) 服务对象与功能的多重性
- (四) 生产过程的公益性
- (五) 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

- (一) 向社会开放的意义
- (二) 向社会开放的风险
- (三) 向社会开放的风险规避

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

- (一) 提供各种体育服务
- (二) 举办体育赛事
- (三) 开展体育培训
- (四) 发展体育健身休闲娱乐
- (五) 体育场馆广告
- (六) 综合性服务

二、体育场馆运营管理的基本方法

(一) 建立现代企业制度

(二) 树立市场营销观念

三、体育场馆的经营形式

(一) 会员制形式

(二) 转包经营形式

(三) 合作经营形式

(四) 直接经营形式

(五) 委托经营形式

四、体育场馆绩效管理指标

(一) 财务绩效指标

(二) 客户满意绩效指标

(三) 流程绩效指标

(四) 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

(一) 商业计划

(二) 建立赛事目标

(三) 赛事质量管理

(四) 赛前准备

(五) 赛事资源

(六) 赛后评估

二、户外节事活动管理

(一) 户外节事活动综述

(二) 节庆活动的场地布置要求

(三) 露天文艺表演的场地布置要求

三、商业性展览活动管理

(一) 商业性展览活动综述

(二) 展览场馆一般具有的功能区

(三) 国际标准展位的配置及其编号

(四) 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

(一) 财政拨款收入

(二) 事业经营收入

二、体育场馆主要支出项目

- (一) 按支出项目的性质分类
- (二) 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
- (一) 实物消费
- (二) 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
- (一) 年龄与性别结构
- (二) 学历与职业结构
- (三) 采用交通工具结构
- 二、消费者喜欢从事的项目及消费情况
- (一) 消费者喜欢从事的项目分析
- (二) 消费主要来源及消费金额情况
- (三) 消费者锻炼的时间分配情况
- (四) 锻炼时段及每次锻炼的时间
- (五) 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
- (一) 对大众健身开放的项目
- (二) 对大众健身开放的对象
- (三) 对大众健身开放经营情况
- (四) 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 大型体育赛事体育场馆建设分析

第一节 北京奥运会

一、北京奥运会场馆建设及分布情况

(一) 场馆建设情况

(二) 场馆分布情况

二、北京奥运会场馆结构分析

三、现有的奥运场馆赛后利用模式

(一) 保持原有体育功能

(二) 还原使用

(三) 功能转换使用

(四) 拆除临时场馆设施

(五) 进一步开发利用

四、奥运场馆后继使用特殊情况分析

(一) 大型体育赛事相对较少

(二) 职业化俱乐部少

(三) 体育场馆饱和

(四) 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

(一) 国家体育场投资主体及投资成本

(二) 国家体育场运营主体及运营方式

(三) 国家体育场运营成本

(四) 国家体育场收入模式

七、奥运后体育场馆运营前景

(一) 旅游

(二) 竞赛演出

(三) 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

(一) 场馆建设情况

(二) 场馆分布情况

二、现有的亚运场馆赛后利用模式

- (一) 综合性场馆群利用方案
- (二) 大型场馆利用方案
- (三) 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
 - (一) 场馆建设情况
 - (二) 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
 - (一) 体育运动学校
 - (二) 大学城体育中心
 - (三) 大运村
 - (四) 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——春蚕运营模式分析
 - (一) 大运开幕场馆运营模式分析
 - (二) 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
 - (一) 集团化运营管理的优势
 - (二) 大运场馆集团化管理的设想
 - (三) 大运场馆集团化管理的目标

第六章 中国体育馆区域发展现状分析

第一节 北京市

- 一、北京市体育事业发展现状
- 二、北京市重点体育场馆分析
- 三、北京市体育场馆基本情况
- 四、北京市体育场馆经营特色
- 五、北京市体育产业发展目标

第二节 上海市

- 一、上海市体育事业发展现状
- 二、上海市重点体育场馆分析

三、上海市体育场馆经营效益

四、上海市体育馆经营的问题

五、上海市体育设施布局规划

第三节 广东省

一、广东省体育事业发展现状

二、广东省重点体育场馆分析

三、广东省体育场馆经营效益

四、广东省体育场馆经营特色

第四节 辽宁省

一、辽宁省体育事业发展现状

二、辽宁省体育产业特征分析

三、辽宁省重点体育场馆分析

四、辽宁省体育产业发展目标

第五节 江苏省

一、江苏省体育事业发展现状

二、江苏省重点体育场馆分析

三、江苏省体育产业发展目标

四、江苏省体育事业发展动态

第六节 山东省

一、山东省体育事业发展现状

二、山东省重点体育场馆分析

三、山东省体育场馆经营现状

四、山东省体育事业发展动态

第七节 天津市

一、天津市体育事业发展现状

二、天津市重点体育场馆分析

三、天津市体育产业发展目标

四、天津市体育事业发展动态

第八节 浙江省

一、浙江省体育事业发展现状

二、浙江省重点体育场馆分析

三、浙江省体育产业发展目标

四、浙江省体育事业发展动态

第九节 四川省

一、四川省体育事业发展现状

二、四川省重点体育场馆分析

三、四川省体育产业发展目标

四、四川省体育事业发展动态

第十节 湖北省

一、湖北省体育事业发展现状

二、体育赛事情况

三、湖北省重点体育场馆分析

四、湖北省体育发展动态分析

五、湖北省体育产业发展目标

第七章 中国领先体育场馆及运营企业分析

第一节 中国领先体育场馆分析

一、首都体育馆

（一）场馆简介

（二）场馆规模

（三）场馆设施

（四）场馆服务项目

（五）场馆运营管理

（六）场馆特色

二、国家奥林匹克体育中心体育场

（一）场馆简介

（二）场馆规模

（三）场馆设施

（四）场馆服务项目

（五）场馆运营管理

（六）场馆特色

三、北京职工体育服务中心

（一）场馆简介

（二）场馆规模

（三）场馆服务项目

（四）场馆运营管理

（五）场馆动态

四、上海八万人体育馆

（一）场馆简介

- (二) 场馆规模
- (三) 场馆设施
- (四) 场馆服务项目
- (五) 场馆运营管理
- (六) 场馆特色

五、广东奥林匹克体育场

- (一) 场馆简介
- (二) 场馆规模
- (三) 场馆设施
- (四) 场馆服务项目
- (五) 场馆运营管理
- (六) 场馆特色

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

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

二、北京体育之窗文化传播有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

三、国家体育场有限责任公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

四、中体产业集团股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

五、北京奥林匹克实业开发公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

六、北京华体世纪体育场馆经营管理有限公司

- (1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第八章 中国体育场馆行业融资模式与发展前景分析(AK TL)

第一节 中国体育场馆建设融资模式分析

一、政府融资模式

(一) 税收形式的政府资本投入

(二) 一般义务公债

(三) 收益公债

(四) 参与凭证

(五) 租税增额融资TIF

二、社会资本融资模式

(一) 股票融资模式

(二) 债券融资模式

(三) 租赁融资模式

(四) 社会捐增加自筹

三、公私联合融资模式

(一) BOT模式

(二) TOT模式

(三) ABS模式

四、其他融资方式

(一) 无形资产融资

(二) 体育彩票融资

(三) 土地置换融资

第二节 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

(一) 运营逐步国际化

(二) 运营逐步市场化

(三) 运营逐步专业化

二、中国体育场馆行业结构调整

(一) 企业从业机构比例上升

(二) 委托经营比例上升

三、中国体育场馆发展方向

(一) 分类发展

(二) 多元化发展

第三节 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

(一) 供给障碍

(二) 结构障碍

(三) 产权障碍

(四) 体制障碍

(五) 经营障碍

三、中国体育场馆行业发展前景预测

部分图表目录：

图表 体育场馆在《国民经济行业分类》中的注释

图表 国内生产总值构成及增长速度统计

图表 中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表 城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表 中国居民消费价格月度变化趋势图

图表 体育及相关产业分类(试行)表

图表 中国人口数量及增长率变化趋势图

图表 中国人口数量及其构成情况统计

图表 未中国各年龄段人口比重

图表 中国城镇化率变化趋势图

图表 中国城乡居民不同体育消费项目的人数百分比

图表 中国城乡居民不同体育消费项目的人均消费金额

图表 全国各省区达到“合格”以上标准的人数比例

图表 中国各省区国民体质综合指数

图表 公共体育场馆不同发展阶段的特点比较

图表 参加锻炼人群的年龄分布情况统计

图表 参加锻炼人群的性别构成情况统计

图表 学历情况分布

图表 交通工具统计

图表 从事项目统计

图表 消费金额统计

图表 参加锻炼季节统计

图表 参加锻炼时段统计

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/302757.html>