

2020-2025年中国体育馆行业发展前景预测及投资 战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国体育馆行业发展前景预测及投资战略研究报告》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/502244.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

体育馆，室内进行体育比赛，体育锻炼亦或是举办演唱会的建筑。体育馆按使用性质可分为比赛馆和练习馆两类；按体育项目可分为篮球馆、冰球馆、田径馆等；按体规模可分为大、中、小型，一般按观众席位多少划分，中国现把观众席超过8000个的称为大型体育馆，少于3000个的称为小型体育馆，介于两者之间的称为中型体育馆。有时，体育馆也作为演艺中心进行各种表演活动。

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 体育馆行业概述

第一节 体育馆基本情况

- 一、体育馆行业的定义
- 二、体育馆行业的分类
- 三、体育馆产品的基本属性

1、产业属性

2、服务产品属性

3、社会公益性和市场经营性

第二节 体育馆的投资建设模式与运营模式

一、体育馆投资建设模式

1、单位自行建设

2、企业代建

3、PPP模式

二、体育馆运营模式

1、自主运营

2、合作运营

3、委托运营

三、体育馆运营案例

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

第三节 体育馆行业在国民经济中的重要地位

第二章 体育馆行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 体育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、体育馆产业社会环境

二、社会环境对行业的影响

三、体育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、体育馆技术分析

二、体育馆技术发展水平

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 中国体育馆所属行业发展模式与趋势分析

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历程

二、中国体育馆行业发展现状

三、中国体育馆行业发展特点

四、中国体育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 2015-2019年中国主要体育馆发展及需求分析

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、排球馆发展规模及需求分析

四、乒乓球馆/房发展规模及需求分析

五、羽毛球馆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 2015-2019年中国体育所属产业经济运行情况

一、2015-2019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 2015-2019年中国体育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 2015-2019年中国体育馆所属行业财务指标分析

一、所属行业盈利能力分析

二、所属行业偿债能力分析

三、所属行业营运能力分析

四、所属行业发展能力分析

第六节 2015-2019年中国体育馆所属行业营销情况分析

- 一、中国体育馆所属行业营销总额分析
- 二、中国体育馆所属行业盈利总值分析
- 三、中国体育馆所属行业业务饱和度分析

第四章 中国体育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
- 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
- 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

第五章 中国体育馆运营管理现状及趋势分析

第一节 体育馆运营管理概述

- 一、体育馆运营管理的基本内容
- 二、体育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、体育馆的经营形式
- 三、体育馆绩效管理目标
 - 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 体育馆业务管理概述

- 一、体育馆中的赛事管理
 - 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

第三节 体育馆收入支出分析

一、体育馆收入来源

二、体育馆主要支出项目

三、体育馆盈利模式分析

第四节 体育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 中国公共体育馆发展分析

第一节 2015-2019年中国大型体育馆现状分析

一、中国体育馆数量进入高速增长阶段

二、大型体育馆建设分布情况

三、大型体育馆经营情况

1、体育馆运营方式对比（自主、委托、合作）

2、大型体育馆活动类型

3、体育馆运营行业财务盈亏状况

四、部分大型体育馆对外开放情况分析

1、体育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馆建设趋势研究

——以南昌市为例

一、中等城市大型体育馆建设的特征

- 1、以赛促建，推动城市发展
- 2、谨慎选址，巧妙布局规划
- 3、多元发展，创新运营模式

二、中等城市大型体育馆建设中存在的问题

- 1、对外开放收费高，影响群众体育参与
- 2、场馆经营人才匮乏，冗员现象显著
- 3、管理难度较大，造成资产流失

三、中国中等城市大型体育馆建设的趋势

- 1、以人为本，走市场化经营道路
- 2、引进人才，打造专业化管理团队
- 3、分散布局，积极拓宽融资渠道

第三节 大型体育馆建设PPP融资的法律保障研究

一、PPP融资对促进大型体育馆建设的意义

- 1、有利于增加供给，降低风险
- 2、有利于促进政府职能的转变
- 3、有利于打破行业垄断，激发经济活力

二、大型体育馆PPP融资遇到的主要困难

- 1、政策环境不稳定
- 2、立法滞后
- 3、法制保障孱弱

三、提高大型体育馆PPP融资法律保障的基本途径

- 1、稳定政策环境
- 2、加快立法工作
- 3、加强对社会资本的法律保障

第四节 PPP模式下中国公共体育馆运营问题研究

一、体育馆运营引入PPP模式存在的问题

- 1、国家相关政策法规不完善，体育馆运营不稳定
- 2、招投标过程存在公平性问题，场馆后期运营水平降低
- 3、政府与企业利益指向相冲突
- 4、政企之间缺少有效沟通，场馆运营有效性降低

二、体育馆运营有效融合PPP模式的途径

- 1、完善PPP模式相关政策法规
- 2、营造公平的招投标环境
- 3、立足政企双方共同利益
- 4、建立联合体内部有效沟通机制

第五节 美国大型体育馆运营中PPP模式应用研究

一、PPP模式下美国大型体育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、美国大型体育馆运营中PPP模式应用的启示

- 1、政策指引与项目机制是PPP模式在大型体育馆应用的必要前提
- 2、PPP模式下灵活应用税收杠杆可实现减轻政府财政压力与公共财政投入有效回收的双赢
- 3、职业体育俱乐部参与大型体育馆运营是PPP模式在场馆运营中应用的可行路径

第六节 国外大型体育馆冠名权开发研究及启示

一、国外大型体育馆冠名权开发现状

- 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、国外大型体育馆冠名权开发中存在的问题

- 1、商业化过度, 侵蚀球迷利益
- 2、经营性质敏感, 削弱冠名效果
- 3、场馆被识别程度高, 冠名难度大
- 4、所占比重大, 阻碍传统赞助开发
- 5、战略合作矛盾突出, 契合度过低
- 6、合同磋商过程繁琐, 冠名风险高

三、国外大型体育馆冠名权开发的启示

- 1、注重资质评估, 制定负面清单管理制度
- 2、重视新建场馆冠名权开发, 制定合理营销策略
- 3、合理开发无形资产, 优化市场环境
- 4、加强战略合作, 整合商业资源
- 5、注重冠名合同研究, 减少合同风险

四、中国体育馆冠名权开发分析——北京五棵松体育馆

第七节 中小型体育馆商业化运作探究

- 一、中小型体育馆建设现状
- 二、中小型体育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馆运营转型的动力机制

- 一、大中型公共体育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+”模式下公共体育馆转型路径探析

- 一、“互联网+”模式下体育馆的转型方向
- 二、“互联网+”模式下体育馆的转型路径
 - 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 中国高校体育馆发展分析

第一节 中国高校体育馆发展状况分析

一、中国高校体育馆供给现状分析

二、中国高校体育馆供给的特殊性

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中存在问题的

四、中国高校体育馆建设的建议

五、中国高校体育馆发展趋势分析

第二节 高校体育馆的开发利用分析

一、当前高校体育馆的开发利用现状

1、高校体育馆利用率低下

2、高校体育馆服务质量与管理效率的低下

二、高校体育馆的开发利用策略

1、制定合理政策，服务学生与社会人员

2、提高高校体育馆管理人员的素质

3、合理安排高校体育馆的开放时间

第三节 高校体育馆经营管理的现状及对策探究

一、高校体育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、高校体育馆委托经营管理模式研究

1、高校体育馆运营管理模式

（1）运营管理模式现状

（2）高校体育馆采用委托经营管理模式的依据

（3）高校体育馆采用委托经营管理模式的优势

2、高校体育馆采用委托经营管理模式需注意的问题

- (1) 受托方资质调查
- (2) 体育馆开放条件评估
- (3) 管理理念应统一
- (4) 加强监督与约束

四、高校体育馆经营管理的主要应对措施

- 1、加强教学和场馆经营管理的协调
- 2、完善场馆经营管理规划
- 3、完善经营和管理模式
- 4、经营方式应当具有特色

第四节 高校体育馆向社会开放现状分析

一、高校体育馆向社会开放的可行性

二、高校体育馆对社会开放的意义

- 1、有利于满足“全民体育锻炼”的需求
- 2、有利于增强高校的综合实力

三、学校体育馆向社会开放的现状分析

四、学校体育馆向社会开放的管理模式

- 1、管理模式的多样化和差异化
- 2、管理主体多元化

五、高校体育馆对社会开放存在的问题

- 1、安全问题堪忧
- 2、维护经费难以保障
- 3、影响体育课堂教学
- 4、高校相对缺乏管理观念

六、高校体育馆对社会开放的策略

- 1、科学制定组织管理机制
- 2、积极争取多方投资
- 3、优化自身管理观念
- 4、明确双方责权

第五节 美国高校体育馆运营模式的分析与启示

一、美国高校体育馆运营的基本情况

- 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、对中国高校体育馆运营的启示

- 1、高校体育馆与城市公共体育馆共建共用
- 2、引入专业场馆运营公司，实行委托运营
- 3、依托高校体育馆，丰富高校赛事活动内容
- 4、提供多元场馆服务，拓展收入来源渠道

第六节 基于SWOT分析视角下高校体育馆引入PPP模式的可行性分析

一、高校体育馆引入PPP模式的SWOT分析

- 1、高校体育馆引入PPP模式的优势分析
- 2、高校体育馆引入PPP模式的劣势分析
- 3、高校体育馆引入PPP模式的机会分析
- 4、高校体育馆引入PPP模式的挑战分析

二、对策建议

- 1、发挥高校自身优势培养PPP模式所需要的复合型人才
- 2、确立合理的风险分担机制
- 3、完善中国有关PPP投资的法律和法规制度

第四部分 竞争格局分析

第八章 大型体育赛事对体育馆影响分析

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 行业领先体育馆经营形势分析

第一节 国家体育场有限责任公司

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

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、场馆的运营情况分析

第三节 体育之窗文化股份有限公司

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

第四节 山东省青岛体育训练中心

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

第五节 上海东亚体育文化中心有限公司

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

第六节 南京奥体中心经营管理有限公司

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

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、场馆的运营情况分析

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、场馆的运营情况分析

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

第十节 佳兆业文化体育（深圳）有限公司

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

第五部分 发展前景展望

第十章 2020-2025年体育馆运营投资分析研究

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 体育馆投资运营现状

- 一、体育馆数量和面积增速可观
- 二、体育馆建筑业占整个体育产业占比仍需提升
- 三、体育馆建设投资偏单一，场馆分布偏集中
- 四、体育馆利用率低且运营情况不佳
- 五、体育馆社会开放度不够

第三节 体育馆运营策略研究

- 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

第四节 国外体育馆运营投资经验借鉴

- 一、中国与美国体育馆建设融资对比
- 二、国外体育馆商业价值开发程度
- 三、融合策略国外体育馆的优势策略
 - 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

第五节 体育馆建设运营的四种新模式

- 一、体育馆生态产业链模式
- 二、城市体育服务综合体开发模式
- 三、体育馆PPP模式
- 四、体育小镇模式

第十一章 2020-2025年体育馆行业前景趋势预测

第一节 2020-2025年中国体育馆行业发展预测

- 一、2020-2025年体育馆市场规模预测
- 二、2020-2025年中国体育馆市场建设预测
- 三、2020-2025年中国体育馆行业营销预测
- 四、2020-2025年中国体育馆行业供需预测
- 五、智慧体育馆发展研究

1、智慧体育馆发展的背景与内涵研究

2、智慧体育馆发展困境研究

3、智慧体育馆持续发展的优化策略

第二节 大型体育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

第三节 2020-2025年体育馆市场发展前景

一、2020-2025年体育馆市场发展潜力

二、2020-2025年体育馆市场前景展望

三、2020-2025年体育馆细分行业发展前景分析

第四节 中国体育馆行业发展趋势分析

一、中国体育馆行业运营升级

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、中国体育馆发展方向不一

1、分类发展

2、多元化发展

第十二章 2020-2025年体育馆行业投资风险分析

第一节 体育馆行业投资特性分析

一、体育馆行业进入壁垒分析

二、体育馆行业盈利因素分析

三、体育馆行业盈利模式分析

第二节 2020-2025年体育馆行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 2020-2025年体育馆行业投融资分析

一、体育产业投融资政策分析

二、中国体育馆投资建设资金来源及规模

三、重点区域体育馆投资情况

四、体育馆投融资项目动向及案例分析

第四节 2020-2025年体育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 中国体育馆行业发展建议

- 一、体育馆行业未来发展方向
- 二、体育馆行业主要发展建议
- 三、中国体育馆企业融资分析

第六部分 发展战略研究

第十三章 体育馆行业面临的困境及对策

第一节 2019年体育馆行业面临的困境

第二节 体育馆企业面临的困境及对策

- 一、重点体育馆企业面临的困境及对策
 - 1、重点体育馆企业面临的困境
 - 2、重点体育馆企业对策探讨
- 二、中小体育馆企业发展困境及策略分析
 - 1、中小体育馆企业面临的困境
 - 2、中小体育馆企业对策探讨
- 三、国内体育馆企业的出路分析

第三节 中国体育馆行业存在的问题及对策

- 一、中国体育馆行业存在的问题
- 二、体育馆行业发展的建议对策
- 三、市场的重点客户战略实施

第四节 中国体育馆市场发展面临的挑战与对策

第十四章 体育馆行业发展战略研究

第一节 体育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 对中国体育馆品牌的战略思考

一、体育馆品牌的重要性

二、体育馆实施品牌战略的意义

三、体育馆企业品牌的现状分析

四、中国体育馆企业的品牌战略

五、体育馆品牌战略管理的策略

第三节 体育馆经营策略分析

一、体育馆市场细分策略

二、体育馆市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、体育馆新产品差异化战略

第四节 体育馆行业发展战略研究

一、“十三五”体育产业国家发展战略

二、2020-2025年体育产业企业发展战略

三、2020-2025年体育馆行业发展战略

第五节 体育馆运营十大案例分析

一、中体产业

二、华熙国际

三、中智华体

四、奥地利AST公司

五、启迪冰雪

六、iRENA体育之窗

七、中建体育

八、冰世界体育

九、啪啪运动——体育智能信息化系统

十、沙砾体育——移动体育馆建造商

第十五章 研究结论及发展建议

第一节 体育馆行业研究结论及建议

第二节 体育馆子行业研究结论及建议

第三节体育馆行业发展建议

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：体育馆的分类

图表：体育馆服务产品属性简析

图表：2020年体育小镇规划规模

图表：体育馆的社会公益性和市场经营性简析

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：2015-2019年中国国内生产总值及其增长速度

图表：2015-2019年中国农村居民纯收入及其变化趋势

图表：体育馆相关专利情况（一）

图表：体育馆相关专利情况（二）

图表：公共体育馆发展历程

图表：中国公共体育馆不同发展阶段的比较

图表：公共体育馆制度演进的积极影响简析

图表：公共体育馆制度演进的消极影响简析

图表：体育馆飞速发展的三个阶段

图表：中国体育馆行业现存问题简析

图表：高校体育馆资金来源情况

图表：非公有制经济参与高校体育馆供给情况

图表：高校体育馆向社会开放的风险

图表：中国高校体育馆发展现存问题

图表：中国高校体育馆发展建议

图表：体育馆运营管理综合服务简析

图表：体育馆会员制经营形式简析

图表：体育馆承包经营形式简析

图表：体育馆合作经营形式简析

图表：体育馆直接经营形式简析

图表：体育馆委托经营形式简析

图表：体育馆商业计划核心元素简析

图表：体育馆寻求赛事举办权准备过程简析

图表：体育馆赛事分析过程简析

图表：体育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

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/502244.html>