

2017-2022年中国体育场馆行业市场竞争格局及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国体育场馆行业市场竞争格局及投资方向研究报告》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/296846.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

经过20多年的改革，多数公共体育场馆按照“以体为主，多种经营”的指导思想积极开展经营创收活动，在一定程度上缓解了公共体育场馆经费不足的问题，减轻了其对政府财政的依赖，多数改革体育场馆经费来源方式由全额拨款改为差额拨款，部分适应市场能力较强的公共体育场馆已不需要政府的财政拨款，甚至还可以上缴部分利润。多数公共体育场馆中，经费来源多以差额拨款为主。部分公共体育场馆的经费来源方式既有差额拨款又有自收自支，这主要是由于部分体育场馆管理进行了改革，对公共体育场馆实施资产管理，其工作人员中有差额拨款和自收自支两种编制类型。

毫无疑问，庞大的运营成本是北京奥运场馆不得不面对的难题。以鸟巢为例，这座国家体育场折算下来一年成本在2.4亿元左右。每届奥运会场馆甚至是大型体育场馆都能感受到巨大成本耗费带来的窒息感。但对于这些场馆而言，以无形资产开发为核心的商业市场开发，是它们在赛后的重要收入来源，其中冠名权和豪华包厢收入又被认为是无形资产开发收入的核心来源。这基本成为国际惯用模式，欧美主要发达国家70%的大型体育场馆都售出了冠名权。2000年悉尼奥运会的主体育场，澳大利亚体育场在奥运会后一直处于亏损状态，直到2009年将冠名权以每年1000万澳元卖给了澳大利亚电信公司，才逐渐开始盈利。国外一些优秀场馆的经验表明，大型体育馆收益大多源自无形资产，并非来自场租餐饮。体育场馆无形资产主要包括商业冠名权、VIP包厢使用权、广告开发、商业赞助及特许经营权。

总体来说，我国体育场馆的数量将持续增多，发展方向将逐渐明确，行业结构将由事业单位为主向企业机构为主转变，运营逐步实现全球化、专业化及市场化运作，从而解决好体育场馆闲置等赛后利用问题，更好地为公众提供体育文化休闲娱乐服务。

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 体育场馆行业发展环境分析

第一章 体育场馆行业概述

第一节 体育场馆的定义

第二节 体育场馆行业的分类

一、根据体育场馆的使用性质分类

1、体育比赛场馆

2、体育教学训练场馆

3、体育健身娱乐场馆

二、根据体育场馆的用途分类

1、专用性体育场馆

2、综合性体育场馆

三、根据体育中心占地面积分类

1、小型体育中心

2、中型体育中心

3、大型体育中心

4、特大型体育中心

四、根据承办竞赛的级别分类

第三节 体育场馆产品的基本属性

一、体育场馆的公益性服务

1、公益性资源需求急速增长

2、运营机制不断完善

3、项目设置始终以健身项目为主

二、体育场馆效益透视

三、体育场馆的资产属性和商品属性

1、中国体育场馆的资产属性

2、中国体育场馆的商品属性

第四节 体育场馆行业在国民经济中的重要地位

一、国内外体育场馆的重要性对比分析

1、国外现状综述

2、国内现状综述

二、我国体育场馆在城市化发展中的作用分析

1、积极作用

2、潜在的消极作用

三、体育场馆的多重作用

第二章 体育场馆行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 行业政治法律环境（P）

一、行业管理体制分析

1、我国体育产业管理体制的沿革

2、体育产业管理的机构设置及权限划分

3、体育产业管理体制发展中存在的问题

二、行业主要法律法规

1、法律

2、行政法规和法规性文件

3、部门规章 和规范性文件

4、地方性法规、地方政府规章及规范性文件

三、产业标准

四、行业相关发展规划

1、产业国家发展规划

2、产业地方发展规划

五、政策环境对行业的影响

1、体育政策和体育产业规划

2、政府管制

3、各类法律法规

4、政府预算

第二节 行业经济环境分析（E）

一、宏观经济形势分析

1、中国GDP分析

2、消费价格指数分析

3、城乡居民收入分析

4、社会消费品零售总额

5、全社会固定资产投资分析

6、进出口总额及增长率分析

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、产业社会环境

1、人口环境状况

2、教育、科学技术和文化

3、卫生和社会服务

4、资源、环境和安全生产

5、中国城镇化率

6、居民的各种消费观念和习惯

二、社会环境对行业的影响

三、产业发展对社会发展的影响

1、产业在经济社会发展中的作用。

2、产业对促进经济发展具有重要意义。

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

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 体育场馆产业深度透视

第三章 中国体育场馆行业发展模式趋势分析

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、市场经济的驱动

2、体育场馆结构发展分析

3、体育场馆产权发展分析

4、体育场馆体制发展分析

5、中国体育场馆经营发展分析

三、中国体育场馆行业现存问题分析

1、公共服务功能引致场馆功能分化

2、有效体育消费需求不足

3、公益性场馆受关注程度较低

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

- 1、功能陈旧
- 2、保养与维护
- 3、运营管理方面

五、中国高校体育场馆建设的建议

- 1、政府和高校舍作供给
- 2、多渠道筹集建设资金
- 3、积极推进高校体育场馆专业化运营

六、中国高校体育场馆发展趋势分析

- 1、学校与政府部门逐步合作供给
- 2、高校体育场馆功能的多元化
- 3、供给所需资金逐步以高校自筹为主
- 4、高校体育场馆运营的逐步专业化
- 5、高校逐步成为体育场馆供给的重要主体

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

三、中国体育场馆发展方向不一

第四章 我国体育场馆行业整体运行指标分析

第一节 2013-2015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 2013-2015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

第三节 2013-2015年中国体育场馆行业财务指标分析

- 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
- 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

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

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、体育场馆盈利模式分析

第四节 体育场馆的运营管理发展趋势分析

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
- 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
- 四、奥运场馆后继使用特殊情况分析
- 五、北京奥运场馆赛后利用建议
- 六、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
- 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
 - 1、场馆建设低碳节俭
 - 2、吉祥物非人非物青春时尚
 - 3、温馨色调主题
 - 4、自愿参与，志愿服务
 - 5、火炬虚拟传递
 - 6、回归体育本质
 - 7、文化内涵
 - 8、筹办思路
 - 9、首金争夺
- 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、探索大型场馆赛后运营新模式

2、引入知名活动提升场馆人气

3、借大运中心切入文化体育产业

第九章 2015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

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、场馆的特色分析

六、场馆赛事分析

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、场馆的运营情况分析

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

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

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
- 五、场馆的特色分析

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

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、场馆优劣势分析

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、场馆的运营情况分析
- 五、场馆的特色分析

六、场馆赛事分析

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

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、场馆特色分析
- 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

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

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

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

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、场馆赛事分析

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、场馆的特色分析

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

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、场馆的特色分析

五、场馆优劣势分析

第二十一节 河南省体育中心

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、场馆的服务特色分析

第二十二节 厦门体育中心

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

第二十三节 珠海市体育中心

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、场馆优劣势分析

第二十四节 福建省奥林匹克体育中心

- 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

第二十五节 大连市体育中心

- 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

第二十六节 江西省奥林匹克体育中心

- 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

第二十七节 泉州海峡体育中心体育场

- 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

第二十八节 青岛颐中体育场

- 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、场馆的特色分析

第二十九节 陕西省体育场

- 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、场馆承办赛事分析

第三十节 山西省体育中心

- 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
- 五、场馆的特色分析

六、场馆赛事分析

七、场馆优劣势分析

第三部分 体育场馆行业发展前景

第十章 体育场馆行业“十二五”规划研究

第一节 “十一五”体育场馆行业发展回顾

第二节 体育场馆行业“十二五”总体规划

一、体育场馆行业“十二五”规划指导思想

二、体育场馆行业“十二五”规划主要目标

第三节 “十二五”规划解读

一、“十二五”规划的总体战略布局

二、“十二五”规划对经济发展的影响

三、“十二五”规划的主要精神解读

第四节 “十二五”时期体育场馆行业热点问题研究

一、产业增长方式转型问题

二、行业产业链延伸问题

三、行业节能减排问题

第十一章 2017-2022年体育场馆行业前景及趋势预测

第一节 2017-2022年体育场馆市场发展前景

一、2017-2022年体育场馆市场发展潜力

二、2017-2022年体育场馆市场发展前景展望

三、2017-2022年体育场馆细分行业发展前景分析

第二节 2017-2022年体育场馆市场发展趋势预测

一、2017-2022年体育场馆市场规模预测

二、2017-2022年体育场馆行业应用趋势预测

第三节 2017-2022年中国体育场馆行业供需预测

一、2017-2022年中国体育场馆行业供给预测

二、2017-2022年中国体育场馆行业销售预测

三、2017-2022年中国体育场馆市场建设预测

四、2017-2022年中国体育场馆行业需求预测

五、2017-2022年中国体育场馆行业供需平衡预测

第四部分 体育场馆行业投资风险建议

第十二章 2017-2022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、体育场馆行业盈利模式分析

第二节 2017-2022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 2017-2022年体育场馆行业投资价值评估分析

- 一、行业投资效益分析
- 二、产业发展的空白点分析
- 三、新进入者应注意的障碍因素

第十三章 2017-2022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、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、年我国体育场馆行业的投资态势

第二节 2017-2022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 2017-2022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、其他风险及防范
 - 1、资金短缺风险
 - 2、经营风险分析
 - 3、管理风险分析

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

第十四章 2017-2022年体育场馆行业面临的困境及对策

第一节 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
- 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

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

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

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

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

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

一、注重项目前期规划，招商先行

二、在工程建设中引入项目管理体制

三、加强国家对体育场馆运营的扶持

第二节 体育场馆子行业研究结论及建议

一、CBA场馆模式建立的理论依据

1、建筑学理论依据

2、美学与艺术基本理论

3、文化学理论依据

4、NBA场馆设计的理念

二、CBA场馆建设标准

三、CBA场馆建设的建议

1、现状和不足

2、发展建议

四、CBA联赛的需求人群分析

1、性别

2、年龄

3、文化程度

4、职业

5、经济收入

五、对CBA场馆管理的建议

- 1、目前的现状和不足
- 2、CBA场馆经验管理的建议

第三节 体育场馆行业发展建议

一、行业发展策略建议

- 1、合理规划场馆设施避免重复建设
- 2、明确场馆设施的功能与经营定位
- 3、建立完善的综合评价体系
- 4、场馆设施经营中政府的作用
- 5、聘用专业的经营管理人才

二、行业投资方向建议

三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：现行国家体育总局刚发布的体育行业标准

图表：青岛体育产业发展区域规划

图表：2011-2015年中国GDP及增长率

图表：2011-2015年中国人均GDP及增长率

图表：2011-2015年社会消费品零售总额

图表：2015年社会消费品零售总额环比增速

图表：2015年全年社会消费品零售总额主要数据

图表：2015年固定资产投资到位资金情况

图表：2015年中国固定资产投资情况

图表：2015年中国进出口总额前十

图表：2011-2015年农村居民人均纯收入

图表：2011-2015年城镇居民人均可支配收入

图表：2011-2015年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2011-2015年卫生技术人员人数

图表：IBMS系统集成示意图

图表：2011-2015年体育场馆数量分析

图表：2011-2015年体育场馆行业从业人员数量分析

图表：2011-2015年体育场馆行业资产规模分析

图表：2011-2015年体育场馆行业市场规模分析

图表：2011-2015年体育场馆行业销售总额分析

图表：2011-2015年体育场馆行业盈利总值分析

图表：2011-2015年中国体育场馆行业行业总资产利润率分析

- 图表：2011-2015年中国体育场馆行业行业营业利润率分析
- 图表：2011-2015年中国体育场馆行业行业资产负债率分析
- 图表：2011-2015年中国体育场馆行业行业营业流动比率分析
- 图表：2011-2015年中国体育场馆行业行业总资产周转率分析
- 图表：2011-2015年中国体育场馆行业行业流动资产周转率分析
- 图表：2011-2015年中国体育场馆行业行业总资产增长率分析
- 图表：2011-2015年中国体育场馆行业行业净利润增长率分析
- 图表：中国体育场馆细分市场分布
- 图表：中国体育场馆行业企业所有制结构
- 图表：中国体育场馆参加健身锻炼人群的年龄结构
- 图表：中国体育场馆参加健身锻炼人群的性别结构
- 图表：中国体育场馆参加健身锻炼人群的学历结构
- 图表：中国体育场馆参加健身锻炼人群的职业结构
- 图表：中国体育场馆参加健身锻炼人群的采用交通工具结构
- 图表：中国体育场馆参加健身锻炼人群喜爱运动项目结构
- 图表：中国体育场馆参加健身锻炼人群消费结构
- 图表：中国体育场馆参加健身锻炼人群锻炼时段分布
- 图表：中国体育场馆参加健身锻炼人群锻炼目的分布
- 图表：中国体育场馆参加健身锻炼人群锻炼效果分布
- 图表：中国体育场馆参加健身锻炼人群对硬件设施满意度分布
- 图表：中国体育场馆参加健身锻炼人群对服务人员满意度分布
- 图表：中国大型体育场馆对大众健身开放的项目分布情况
- 图表：中国大型体育场馆闲置场地场馆用途分布情况
- 图表：第29届北京奥运会奥运场馆分布图
- 图表：广州亚运会场馆分布图
- 图表：深圳大运会比赛场馆分布
- 图表：深圳大运会比赛场馆分布
- 图表：青岛体育中心总平面图
- 图表：珠海市体育中心
- 图表：2017-2022年中国体育场馆市场规模及增长率预测
- 图表：2017-2022年中国体育场馆市场供给规模及增长率预测
- 图表：2017-2022年中国体育场馆市场销售规模及增长率预测
- 图表：2017-2022年中国体育场馆数量规模及增长率预测
- 图表：2017-2022年中国体育场馆市场需求规模及增长率预测
- 图表：2017-2022年中国体育场馆行业市场供需差量规模及增长率预测

- 图表：中国体育场馆细分市场分布
- 图表：中国体育场馆经营情况分布
- 图表：四种基本的品牌战略
- 图表：CBA场馆模式主框架
- 图表：CBA场馆模式指标与细则（1）
- 图表：CBA场馆模式指标与细则（2）
- 图表：CBA场馆模式指标与细则（3）
- 图表：CBA联赛观看人群性别分布
- 图表：CBA联赛观看人群年龄分布
- 图表：CBA联赛观看人群文化程度分布
- 图表：CBA联赛观看人群职业分布
- 图表：CBA联赛观看人群零花钱金额分布

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/296846.html>