第一图书网, tushu007.com

# <<体育市场概述>>

## 图书基本信息

书名：<<体育市场概述>>

13位ISBN编号：9787564708986

10位ISBN编号：7564708980

出版时间：2011-7

出版时间：柳伯力 电子科技大学出版社 (2011-07出版)

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

# <<体育市场概述>>

## 内容概要

《体育市场概述》介绍了我国以本体市场为主体的体育市场已初具雏形，市场体系的基本框架已趋清晰。
体育消费有体育物质产品的消费和体育服务产品的消费两类，体育市场由此也可以分为体育物质产品市场和体育服务产品市场两类。
体育竞技表演业是体育产业的龙头；健身娱乐市场是体育产业最大的市场；体育用品业发展空间较大；体育博彩业在当今世界各国的体育产业中都处于一个重要的位置；体育旅游近年在我国出现，发展前景被人们所看好；体育中介市场作为体育核心市场的伴生物，在我国是一个新兴且有待发展的体育市场。

# <<体育市场概述>>

## 书籍目录

健身娱乐市场 体育竞赛表演市场 体育培训市场 体育用品市场 体育经纪市场 体育赞助市场 体育彩票市场 休闲体育市场 体育旅游市场 户外运动市场 体育传媒市场 体育广告市场 体育金融与保险 主要参考文献 后记

## 章节摘录

版权页： ③职业联赛。
一种较为普遍的商业性比赛，多为群众喜闻乐见的体育项目。
如美国的NBA篮球联赛，欧洲五大足球联赛等。
上述赛事又分为非盈利性和盈利性两种。
奥运会、世界杯足球赛和亚运会等属于非盈利性赛事。
商业比赛是纯粹以盈利为目的而组织的竞赛。
它一般由专业的体育经纪公司进行运作，依靠比赛的精彩度和运动员（队）的知名度等来吸引观众与赞助商。
（二）体育竞赛表演市场形态 市场是某种物品或劳务的买者与卖者组成的一个群体。
买者作为一个群体决定了一种产品的需求，而卖者作为一个群体决定了一种产品的供给。
市场的作用在于进行商品交换活动，在这一交换的过程中，生产者、经营者和消费者出于彼此之间的供需关系出售或者购买自己所需的商品，同时实现商品的价值。
体育竞赛与表演市场就为参与其中的作为生产者的运动员和运动队，作为经营者的各个中介机构、经纪机构和作为消费者的观众提供了一个实现这种交换过程的平台。
由此可以推出体育竞赛与表演市场的买者和卖者则分别是参与消费的观众和参加比赛演出的运动员以及赛事组织管理者。
由于体育竞赛表演有其特殊性，其向消费者提供的主要是体育竞赛、体育表演及其相关服务为一体的产品，都属于非实体性质的产品，并且生产过程与销售过程同步进行，在生产的同时也是观众消费的过程。
竞赛的开始就是消费的开始，竞赛的结束就是消费的结束；生产的开始就是消费的开始，生产的结束就是消费的结束。

## 编辑推荐

《体育市场概述》的学习让我们认识到参加体育活动既有锻炼身体、增强体质的作用，又有休闲娱乐、陶冶情操的目的。
到21世纪初中国已经整体上步入小康社会。
社会经济、文化的发展，余暇时间的增多，使人们消费观念发生了巨大的转变。
人们正处在由温饱型的以物质为主的消费向小康型的以精神、服务和文化等为主的消费阶段过渡。
追求健康、文明的生活方式获得共识，体育消费成为一种时尚。

第一图书网, tushu007.com



## 版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com