4.3 服务方案

第一章 运营服务方案

第一节 项目理解

1.1 项目背景和现状

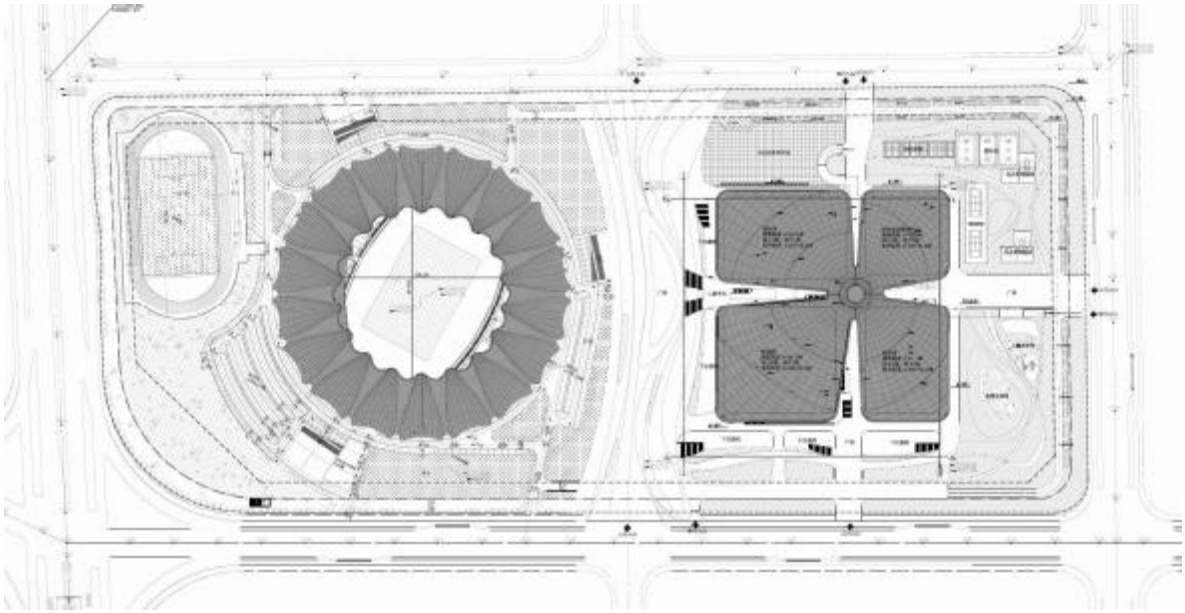
1.1.1 项目概况

项目位于许昌市魏武大道以东、许州路以西、新元大道以北、福盛街以南。总用地面积约506.48 亩，建设“一场三馆一中心”，规划建设建筑物 2 栋，包括：32398 座乙级体育场 1 栋； 体育综合体 1 栋（包含游泳馆、体育馆、健身综合馆及运动管理中心），地上 3 层。另外建设 室外运动场地、道路及广场硬化、绿化、给排水、电力、弱电、消防等工程。

体育会展中心一期：“一场”既体育场，规模为 32398 座看台、乙级，总建筑面积约 50011 m²，建筑高度 49.2 米，主体育场面积 26390.57 m²，室外平台面积 22267.37 m²。建筑层数共三层。一层分为体育用房部分和辅助用房部分，二层、三层为观众入口层和观众集散室外平台，皆为混凝土框架剪力墙结构。看台上部屋面罩棚为空间钢桁架结构，外轮廓呈正圆形直径约 270m，整个钢罩棚由 18 个造型相同的单元组成，每个单元由中间一榀主桁架和左右各一榀次 桁架构成形似“花瓣”的形象，工程造型新颖。

体育会展中心二期：三馆一中心综合体，“三馆”既游泳馆、体育馆、健身综合馆，项目 总占地面积 240.91 亩，总建筑面积 13.9 万㎡，地上 8.1 万㎡，地下 5.8 万㎡，结构形式为框架+钢结构，建设内容包括游泳馆、体育馆、健身综合馆、运动管理中心及地下停车场、商业等配套设施。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A0D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5



项目总体布局图

1.1.2 市场研判

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

（一）政策解读

体育政策的制定左右着体育政策的价值趋向、反映体育工作中的发展重点，为体育产业的市场主体勾画战略重点。近年来，国家区域协同发展，以更为细致、具体的政策推动措施进一 步有效落地，从而支持群众体育的普及与促进产业高速发展，适应新的市场形势。体育利好政 策不断推出，也将推动体育行业发展整体进入快车道。

1. 国家政策

《全民健身计划 （ 2021-2025 年)》促进全民健身更高水平发展

2021 年 8 月，国务院印发《全民健身计划(2021-2025 年)》(以下简称《计划》)，就今后 一个时期促进全民健身更高水平发展，更好满足人民群众的健身和健康需求作出部署。

解读维度	政策重点内容
发展目标	到 2025 年，全民健身公共服务体系更加完善，人民群众体育健身更加便利，健身热情进一步提高，各运动项目参与人数持续提升，经常参加体育锻炼人数比例达到 38.5%，县(市、区)、乡镇(街道)、行政村 (社区) 三级公共健身设施和社区 15 分钟健身圈实现全覆

	盖，每千人拥有社会体育指导员 2.16 名，带动全国体育产业总规模达到 5 万亿元。
主要任务	(1) 加大全民健身场地设施供给。新建或改扩建 2000 个以上体育公园、全民健身中心、公共体育场馆等健身场地设施，补齐 5000 个以上乡镇（街道）全民健身场地器材，配建一批群众滑冰场，数字化升级改造 1000 个以上公共体育场馆。建立健全场馆运营管理机制，改造完善场馆硬件设施； (2) 广泛开展全民健身赛事活动。开展全国运动会群众赛事活动，举办全民健身大会、全国社区运动会； (3) 提升科学健身指导服务水平。落实国民体质监测、国家体育 锻炼标准和全民健身活动状况调查制度。开设线上科学健身大讲 堂。鼓励体育明星等体育专业技术人才参加健身科普活动； (4) 激发体育社会组织活力。完善以各级体育总会为枢纽，各级 各类单项、行业和人群体育协会为支撑，基层体育组织为主体的全 民健身组织网络； (5) 促进重点人群健身活动开展。实施青少年体育活动促进计划，推进青少年体育“健康包”工程； (6) 推动体育产业高质量发展。推进体育产业数字化转型，鼓励 体育企业“上云用数赋智”，推动数据赋能全产业链协同转型； (7) 推进全民健身融合发展。深化体教、体卫、体旅融合； (8) 营造全民健身社会氛围。
保障措施	提供全民健身智慧化服务。推动线上和智能体育赛事活动开展，支持开展智能健身、云赛事、虚拟运动等新兴运动。

许昌市 公共资源交易平台投
9D074A34A4DD8B25B9D460
D3A

《“十四五”体育发展规划》引领体育高质量发展

2021 年 10 月 25 日，国家体育总局正式印发《“十四五”体育发展规划》，围绕体育强国 建设，对“十四五”时期的体育改革发展进行了全面部署，对国家推动体育高质量发展的要求

提出任务和谋划布局。 《规划》以中国体育所面对的新形势和新要求，来阐述“十四五”时 期体育改革发展的主要任务，其中明确了全民健身、竞技体育、青少年体育、体育产业、体育 文化、北京冬奥会备战与冰雪运动发展等 12 个领域的工作思路和重点任务。

其中，针对全民健身工作，《规划》提到线上+线下全民健身活动、全民健身智慧化、老年 人体育健身服务、全民健身场地设施补短板等字眼。在体教融合方面，《规划》关注青少年体 育俱乐部、青少年体育活动体系等工作。在体育产业发展方面，《规划》提到新技术的创新运 用、产业数字化、“体育+”工程、体育旅游、体育消费新场景、节事消费、夜间经济等重点领 域。在其它重点任务中，《规划》提到的运动项目文化建设与优秀传统体育项目保护利用和传 承亦为项目运营提供了引导。

《全民健身基本公共服务标准（2021年版）》

2022 年 1 月，多部委联动印发了《全民健身基本公共服务标准（2021 年版）》。《标准》围 绕“公共体育设施开放”“全民健身服务”划定了各级政府应当予以保障的全民健身基本公共 服务范围及底线，体育行业从依靠资源投入的粗放型发展模式向高质量标准化建设快速转变。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

《关于体育助力稳经济促消费激活力的工作方案》—2022 7

2022 年 7 月，国家体育总局发布《关于体育助力稳经济促消费 激活力的工作方案》（以 下简称《工作方案》），从加大助企纾困力度和加大体育产品供给两个维度提出 42 项目具体举 措以发挥体育助力稳经济、促消费、激活力的作用。

其中，加大体育产品供给方面为场馆运营指明了发展方向：

举措	政策重点内容
丰富健身活动	继续开展全民健身线上运动会等各项线上群众体育活动；组织开展全国社区运动会、“行走大运河”全民健身健步走等主题健身活动等；以“8.8”全民健身日为契机，开展全民健身系列活动；面向青少年组织开展“奔跑吧 • 少年”儿童青少年主题健身活动。
吸引群众参与	组织开展冠军进校园、进社区活动，丰富普及运动项目、推广体育 技能、传播体育文化的方式。
推动场馆开放	有序推动体育系统所属的公共体育场馆向社会开放。

深化融合发展	(1) 推动体卫融合，启动社区运动健康中心和社区运动健康之家 试点工作； (2) 加快体教融合，规范青少年体育培训市场推动体校、体育俱 乐部进校园开展课后服务，不断满足“双减”背景下青少年体育培 训需求； (3) 深化体旅融合，认定一批国家体育旅游示范基地； (4) 加快体育与 5G、大数据、人工智能等新技术的融合，大力发展数字体育。
促进体育消费	(1) 打造体育消费新场景、培育体育消费新业态新模式、发放体 育消费券、组织体育消费节等； (2) 进一步挖掘户外运动、绿色出行等领域消费潜力； (3) 鼓励各级工会组织户外赛事活动、按规定购买相关服务。
带动体育就业	引导鼓励各级各类体育组织多渠道开发体育就业岗位，创新探索灵活就业方式。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

2. 区域协调发展

许昌与郑州地域相连、历史相承、文化同源、交通衔接、相向发展，一体融合具有明显优势，河南省多年来的区域协调发展与城市群规划都少不了许昌的身影。在协同发展的背景下，城市间互联互通，经济要素流动、市场边界延伸、区域品牌建立，为大型文体综合体提供了 政策基础。

2016 年 11 月，省十次党代会报告提出，“加快郑新、郑许、郑焦融合发展，建设组合型大都市地区，提升对全省发展的辐射带动能力。”郑许融合发展正式上升为省级战略。2017 年 1 月，许昌将郑许融合被确定为未来发展主战略，并以“一号文”形式印发实施意见。2018 年1 月，“郑许一体化”首次写入省政府工作报告。2019 年 10 月，《郑许一体化发展规划 (2019—2035)》获省中原城市群建设工作领导小组正式批复，加快形成“一轴双核三区”的发展格 局。“一轴”，即郑许纵向发展轴；“双核”，即郑州中心城区和许昌中心城区；“三区”，即依托 郑许一体化主轴，突出周边区域特色，构建生态养生功能区、产业转型和都市体验功能区、生 态物流融合功能区 3 个特色功能协同区。

2016 年 12 月 28 日，国务院以国函〔2016〕210 号文正式批复《中原城市群发展规划》(以 下简称《规划》)。12 月 29 日，国家发展改革委以发改地区〔2016〕2817 号文印发了《规划》。 中原城市群总共包括 30 个城市，在这些城市中，分为核心发展区和辐射区，许昌跃身核心发 展区。《规划》首次提出构建“一核四轴四区”网络化空间发展格局。特别地，“一核”指郑州 大都市区，支持郑州建设国家中心城市，加快郑州航空港经济综合实验区、郑洛新国家自主创 新示范区、河南自由贸易试验区和跨境电子商务综合试验区建设，推动郑州与开封、新乡、焦 作、许昌四市深度融合。为强化“郑龙头”的经济势能和“极化效应”，2019 年河南省委办公 厅、省政府办公厅联合印发了《郑州大都市区空间规划(2018—2035 年)》(以下简称《规划》)， 提出要构建“一核、四轴、三带、多点”空间格局，逐步将开封市、新乡市、焦作市、许昌市 所辖县(市)及汝州市、兰考县等省直管县(市)纳入郑州大都市区范围。规划指出大都市区将打 造“1 小时通勤圈”，推动高速铁路与城际铁路、市域铁路与城市轨道的无缝换乘，实现区域 功能中心与门户枢纽、外围组团、相邻城市中心区间的“三个 15 分钟”高效衔接，郑州机场 —许昌市域铁路建设可推动许昌重点产业园区的开发。2021 年，河南省发改委发布了“关于 印发《2021 年郑州都市圈一体化发展工作要点和重大项目》的通知”(以下简称《通知》)，涉 及郑州、开封、新乡、焦作、许昌五市的 138 个重大项目，总投资 7502 亿元。其中，文旅版块 大力打造都市圈区域文化旅游品牌，协同打造都市圈沿黄国际文化旅游精品带和“两山两拳” 生态文化旅游融合示范带，力争全年完成投资 30 亿元。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD6B25B9D460D195165

3. 城市总体规划

《许昌市城市总体规划 (2015-2030)》确定主城区空间拓展方向为“向北为主、组团生长、 带状链接”。未来许昌将按照“生产空间集约高效、生活空间宜居适度、生态空间山清水秀”的布局原则，完善和优化城市功能布局，提升城市的通透性和微循环能力，形成“一核两心、一轴三廊、绿环五片、组团发展”的空间结构。“一核”：位于建安大道与永兴路之间，由市城乡一体化示范区主中心和行政文化中心组成的市域“复合城市中心”，重点培育高端服务功能。许昌体育会展中心则位于“一核”向北延伸的发展轴上，在向北融入郑州大都市圈的城市发展规划中具有战略性地位。

许昌市城市规划示意图

4. 文体产业规划

《河南省人民政府关于加快建设体育强省的实施意见》提出两个总体目标，到 2025 年，力争迈入体育强省行列。体育公共服务体系更加健全，人均体育场地面积达到 2.6 平方米，经 常参加体育锻炼的人数比例达到 38.5%。全省体育产业总规模超过 2500 亿元。体育与教育、 卫生健康、文化、旅游融合发展取得新成效。到 2035 年，全面建成现代化体育强省。运动健 身成为人民群众重要生活内容，经常参加体育锻炼人数比例达到45%以上。体育产业更优、更 强，成为河南省国民经济支柱性产业之一。体育文化更加繁荣，对外交流更加活跃。《意见》 部署了大力发展河南特色体育项目、厚植河南特色体育文化、打造河南特色体育文化品牌活 动等具有区域独特性的任务。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B23B9D460D1951C5

《河南省“十四五”体育发展规划》明确提出七项工程助力打造体育强省，包括体育场地设施建设、全民健身活动普及、竞技体育提升、青少年体育促进、体育产业高质量发展、体育 文化建设、数字体育建设。

《许昌市国民经济和社会发展第十四个五年规划和二〇三五年远景目标纲要》提出许昌未来的发展愿景是智造之都、宜居之城，锚定枢纽经济高地、区域协同创新高地、现代产业高地、内陆开放高地、示范引领高地、中原文化高地六个目标定位。其中体育产业是推动文化繁荣兴盛、建设更具特色的中原文化高地的发力点，包含完善全民健身公共服务体系、促进体育旅游、体育传媒、体育会展等相关业态发展、打造体育产业基地等举措。许昌体育中心被列为重大公共文化设施工程。

2022 年许昌体育工作会议召开，许昌市体育事业将围绕备战河南省第十四届运动会、许昌市首届全民健身运动会暨农民运动会、许昌市第四届青少年锦标赛、发展培育体育产业等重 点工作进行部署，并将积极推进智能化体育健身器材的新建和改建工作。2022 年，全市体育 工作已进入“提质增效、再上台阶”的新阶段。新的一年，要把握好许昌市体育事业发展的定 位和方向，努力完善全民健身公共服务体系，加快补齐体育健身设施短板，大力开展群众体育 活动和青少年体育赛事，稳步提升竞技体育发展水平，加快推进体育产业发展，拉动体育消费， 促进经济发展。

（二） 城市区位分析

1. 城市概况

许昌，古称许州，是河南省地级市，河南省政府批复确定的中原城市群地区性中心城市、 中原经济区交通和物流枢纽城市、全国重要先进制造业基地、汉魏历史文化名城。 其位于河 南省中部，东邻周口市，南界漯河市，西交平顶山市，北接郑州市，东北与开封市毗邻，总面 积 4996 平方公里。许昌市辖魏都、建安 2 个区，禹州、长葛 2 个市和鄢陵、襄城 2 个县。许昌曾被授予中国花木之都、国家生态园林城市、国家卫生城市、国家森林城市、中国优秀旅游 城市、中国金融生态城市等称号。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

2. 综合实力雄厚 战略定位明晰

许昌城市综合实力雄厚，据 2021 年数据，其用占全省第 13 位的面积、第 12 位的人口， 创造了第 4 位的生产总值。全市生产总值跨过 3000 亿元大关，综合实力稳居全省第一方阵， 其中经济实力尤为亮眼。

“十三五”期间许昌市综合经济实力实现跨越式提升，生产总值跨上 3000 亿元台阶，2020 年达到 3449.2 亿元，年均增长 7.2%。人均生产总值超过 1 万美元，达到中上等收入经济体标准。在 2021 年河南省辖市经济综合竞争力评价中，许昌市居全省第 3 位，仅次于郑州市、洛阳市。在 2021 年河南省县域经济发展质量评价中，长葛市、禹州市综合排名居全省第6 位、第 10 位。

3. 区位优势凸显 交通条件便利

许昌地处“中原之中”， 是郑州的“南大门”，是豫南地区进入郑州的必经之地，紧临郑

州航空港经济综合实验区。许昌市区距省会郑州 80 公里，交通便利，至今已形成铁路、公路、 航空组成的立体交通网络，具备着得天独厚的区位优势。

2019 年，随着郑渝高铁、郑阜高铁开通，加上已经通车的京广高铁，许昌形成了“川”字高铁网，并配备许昌东站、长葛北站、禹州站、许昌北站和鄢陵站 5 座高铁站。本年初，郑 许市域铁路实现全线“电通”，作为打造郑州大都市区“一小时通勤圈”的重要工程，该铁路 以京广高铁许昌东站为起点，途经许昌市、长葛市、郑州航空港区，贯穿中原城市群郑州—许 昌产业带的核心区域，最终进入新郑国际机场 GTC 换乘中心。公路方面，京港澳高速公路、107 国道纵贯南北；许南（阳）、许扶（沟）、许开（封）、许洛（阳）公路、许平（顶山）南（阳）高速公路和许开（封）、许登（封）、许亳（州）高速公路在许昌交会。目前，全市高速公路通 车总里程 278.6 公里，实现了各县（市、区）10 分钟上高速的目标。航空运输上，许昌是唯 一与省会郑州共享一个国际机场的省辖市，新郑国际机场距许昌市区 40 公里。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

许昌高速网络示意图

4. 产业基础坚实 工业根基稳重

许昌产业特色较为鲜明，制造业发展基础坚实，工业总量、工业竞争力均居全省第 3 位。产业发展特别是制造业发展已经形成了比较雄厚的基础，具备了一定的竞争力，保有一定的 会展需求。

从经济数据而言，许昌第二产业增加值占 GDP 比重近 50%，其中 90%以上来自制造业。规 模上，许昌是全国重要的电力装备生产基地，是全国重要的汽车零部件生产基地，是中西部地

区最大的电梯生产基地，是长江以北最大的再生资源回收利用基地，是全球最大的人造金刚石 生产基地和发制品生产基地。

近年来，许昌坚持制造业高质量发展主攻方向，形成了产业结构齐全的现代工业体系，培 育了一批如森源集团、瑞贝卡集团、万里集团等走向国际市场的制造业领军企业和细分领域的 “隐形冠军”，已形成装备制造 1 个超千亿元产业集群，再生金属及制品、食品及冷链两个超 500 亿元产业集群，发制品、煤化工、超硬材料及制品、纺织服装、医药、钧陶瓷 6 个超百亿 元产业集群；硅碳新材料、节能环保、光伏新能源等千亿级产业集群呼之欲出，黄河鲲鹏形成年产 PC 机 75 万台、服务器 36 万台、主板 25 万片的生产能力。

许昌还是全省 3 个战略性新兴产业核心集聚区，智能电力装备产业规模突破 1300 亿元， 成功入选国家创新型产业集群，节能环保产业被纳入国家战略性新兴产业集群，高新技术企业 达到 242 家；截至 2020 年，全市服务业增加值比“十二五”末翻了一番，总量居全省第 4 位， 三产比重提升 9.2 个百分点，现代服务业与先进制造业加快融合，产业结构日趋优化。

许昌市公共资源交易平台投标专用

立足于雄厚的制造业基础，许昌未来将大力推进“智造之都、宜居之城”建设，做优做强“许昌制造”，致力打造郑州都市圈先进制造业中心、建设先进制造业重要基地。

D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

5. 资源禀赋突出 文化底蕴深厚

许昌市文旅资源丰富，具备融合打造文旅体产品的深厚基础。在历史文化上，许昌地处中原，历史悠久，是华夏文化的重要发祥地，中原城市群、中原经济区核心城市之一。许昌古 文化有史前文化系列、汉文化系列、三国文化系列、寺庙建筑文化系列、钧瓷文化系列等。在 旅游资源上，已建设形成“五湖四海畔三川，两环一水润莲城”的水系格局，营造出水景交融的城市优美环境；打造了以“曹魏故都—智慧之旅、宜居花城—休闲之旅、神垕古镇—体验之旅”为文化底蕴的三张旅游名片，并成功举办 13 届三国文化旅游周活动，形成了名扬四海的三国文化旅游目的地；围绕“千年古镇”“钧瓷之都”主题，保护性复建开发了神垕镇历史建筑、民居及神垕老街，打造了国际钧瓷文化体验旅游目的地和国际陶瓷文化特色小镇；以鄢陵花木生态旅游度假区为核心，整合了温泉、乡村旅游、姓氏文化、养生文化、茶文化等旅游资源，形成了以生态休闲、温泉度假、康体养生为品牌特色的全国知名生态旅游度假区和中医药康养旅游示范基地。

（三）许昌体育发展现状

1. 体育设施

2020 年，许昌在全省率先完成了市区“15 分钟健身圈”规划布局，建设公共体育和儿童游乐设施 576 处（套），在全国处于先进位次，省体育局 2020 年在全省推广。《2020 年许昌市 国民经济和社会发展统计公报》显示全市共有公共体育和儿童游乐设施 576 处（套），人均体 育场地面积 2.16 平方米，高于河南省同年人均数据。

2. 体育赛事

2020 年许昌市组织大型群体活动 20 余项，培育了全国畅游护城河比赛、迎新年长跑、端 午节龙舟赛、城市街头篮球争霸赛、全市业余足球联赛等品牌赛事活动，经常参加体育锻炼的 人数逐年增加。重点举办了许昌市第二届青少年单项比赛，共 1470 名运动员参赛。

3. 体育组织与人员

2020 年许昌市培育发展国家级青少年体育俱乐部 3 个、省级体育传统项目学校 25 个、省 级青少年体育俱乐部 45 个、1 所市级体育运动学校、5 所业余体校，先后成立了市级和县市级 体育组织 105 个，其中，体育协会 75 个、健身气功站 8 个、健身俱乐部 11 个，太极拳研究会 等其他体育组织 12 个，培育全民健身站点 2527 个、社会体育指导员 15278 人，形成了门类齐 全、服务各城乡的社会组织发展体系，基本实现了发展机制健全，体育组织全域覆盖。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A0D074A34ADD8B25B9D460D1951C5

4. 竞技体育

2020 年运动员参加省级比赛共荣获 26 枚金牌、26 枚银牌和 32 枚铜牌。许昌市输送 1 名 运动员到中国男子篮球联赛（CBA），输送 70 名运动员到省队。

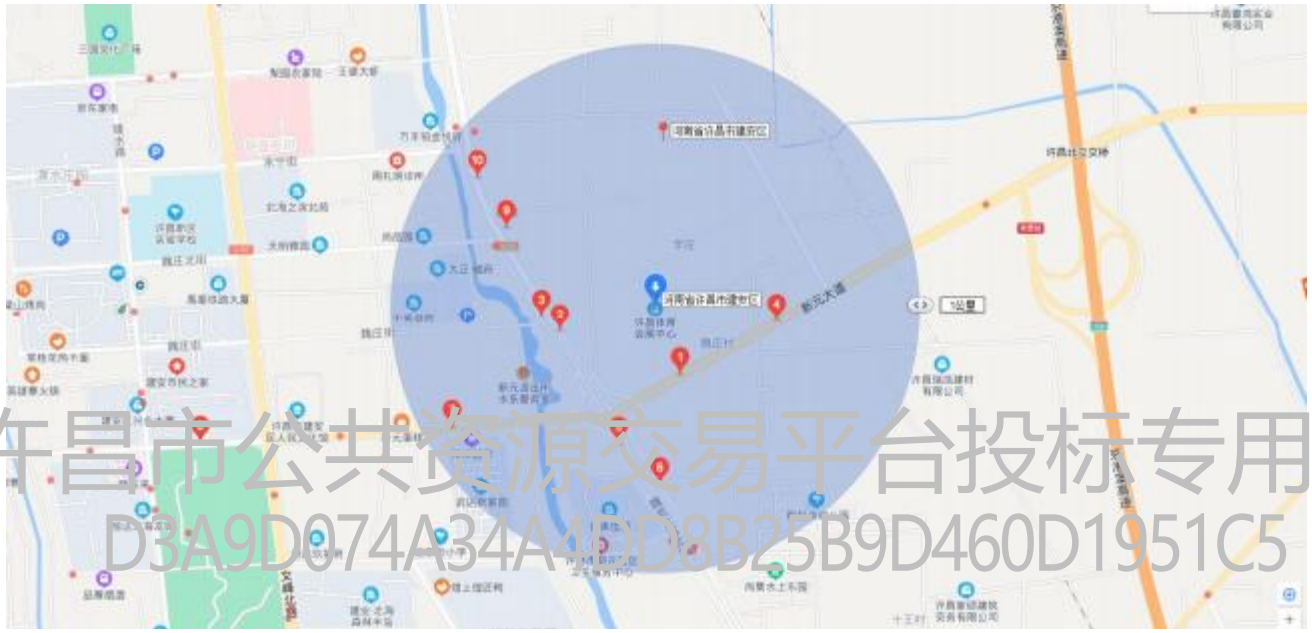
（四）项目区位分析

1. 战略区位

许昌体育会展中心位于建安区。建安区于 2017 年经正式撤县设区，作为郑许融合发展的核心区域重点打造，区域发展潜力大，政策利好显著。项目位于建安区向北延伸融合郑州的发展轴上，对于区域发展具有核动力。

2. 交通网络

项目位于建安区，选址地交通区位优越。项目周边 1 公里半径范围内亦已建设有 8 个公交站，共 7 条公交线路经过，形成横纵公交网格。其中，南北向线路联通高铁北站、高铁东站、 火车站汽车站，东西向联通建安区政府。郑许市域铁路设置“市体育中心站”，可通达郑州航 空港区、许昌市长葛市、建安区、许昌东站。体育会展中心分别距许昌北站、许昌东站约 10 公里。便利的交通网络使得项目地既能触达社区居民，也能吸引跨区域文体消费者与参赛选手， 扩大潜在市场地域边界。



许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

项目周边 1 公里范围内公交站分布情况

3. 市场资源

在学校资源方面，项目周边 3 公里范围内现存 9 所幼儿园、3-6 所小学、4 所中学、2 所学院、1 所大学。该资源布局为项目后续的幼儿体育艺术素质教育、青少年体育培训、体育中考、体育培训进校园、学校体育队培训、场地租赁提供一定的市场来源。

项目周边 3 公里范围内幼儿园分布情况

在社区资源方面，以“15 分钟健身圈”概念（步行约 1.5 公里）测算项目周边潜在市场， 可见现有约9 个楼盘，但仍待现场踏勘楼盘入住率和发展前景，从而决定社区市场潜力。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

项目周边 1.5 公里范围内住宅区分布情况

4. 配套设施

项目一期体育场配备 90 间酒店客房，二期体育运动管理中心设置 30 间运动员宿舍，能保障赛演展活动期 间的住宿服务。且项目周边 5 公里范围内有许昌瑞贝卡芙蓉园酒店、美仑国际酒店、雅斯特酒店、旅馆等 不同等级的酒店，能满足活动期间不同层次的消费需求。

（五）周边体育场馆分析

为了解项目竞争优势，摸清周边主要体育场所是否对项目形成竞争或互补关系，进行了以 下分析：

从体育场所的功能定位出发分析竞争情况，在全民健身的经营中，项目与周边场馆相距 10km 以上，市场触达范围少有重合。即使是较近的许昌市体育场、体育馆、许昌职业技术学 院体育馆，项目较之配备更新、更专业，具有明显的场地优势。值得注意，规划待建中的鹿鸣 湖体育公园定位为河南省全民健身时尚运动先行示范区，或对项目全民健身业务产生威胁。在 大型赛演功能方面，由于消费者愿意跨区域流动，省会城市的河南省体育中心与郑州奥林匹克 体育中心更易吸引活动落地。但在承接国家、国际级综合性体育赛事时，项目可利用城市群的 辐射效应，保障分站、分项赛事。

因此，许昌体育会展中心暂时在全民健身业务上面临的同质化竞争较小，将进一步满足广 大人民群众的体育健身需求，同时能填补许昌市无大型赛演场馆的空白，但仍受省会城市大型 综合场馆的威胁。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

项目周边体育场所分析

体育场所名称	体育设备	体量	建成年份	功能定位	活动保障经验	距项目距离
许昌市体育场	400 米标准跑道田径场 三人制篮球场地 多功能运动场 健身操舞场地	主体建筑面积 3000 平方米，可容纳 2.5 万名观众。	1996	全民健身	许昌市业余足球联赛 河南省太极拳展演活动 许昌市运动会	16km
许昌市体育馆	体育馆	建筑面积为 1592.52 平方米，室内面积为 670 平方米，可容纳 1000 余名观众。	1972	全民健身	许昌市春节文艺晚会 全国艺术体操个人冠军赛	15km
许昌职业技术学院体育馆	主馆	总建筑面积约 [illegible] 平方米，占地约 60 亩，总经[illegible]为 5139 个，其中固定座位 3073 个，活动座位 2066	2018 投入使用	赛演多功能综合性体育场馆	2021 年河南省女子排球锦标赛 2018 年全国体操冠军赛暨全国青年体操 U 系列冠军赛	15km

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

	副馆	。			中美男子篮球对抗赛 “三国文化周大型主题晚会 个”	
禹州市体育公园	篮球场 网球场 羽毛球场 乒乓球场	占地 30 余亩	2020 年	全民健身		40km
阿帕克文体公园	竞技运动馆	包括篮球、卡丁车、蹦床、高空蹦 极等 50 余种运动项目	2020 年	娱乐运动 全民健身		17km
河南省体育中心	田径场、足球场	体育中心可容纳 4.9 万人，有田径场、足球场、热身球场、综合训练馆及配套设施。其中体育场共设座椅 48000 个，贵宾席 900 个，记者席 360 个。	2002 年	全民健身 大型赛演活动	河南省第九届运动会 中国足球乙级联赛决赛 世界传统武术大会 周杰伦超时代演唱会郑州站 林俊杰《圣所 2.0》世界巡回演唱会郑州站	100km

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

	棒垒球场					
	综合训练馆					
郑州奥林匹克体育中心	体育场	建筑面积约 57 万平方米，其中地上建筑面积约 23 万平方米，地下建筑面积约 34 万平方米。包括体育场、体育馆、游泳馆和以体育文化为主题的商业、休闲、娱乐设施。	2019 年	全民健身 大型赛演活动	中华人民共和国第十一届少数民族传统体育运动会 “碧源杯”2019 年全国羽毛球单项冠军赛 2019 国际乒联巡回赛总决赛 2019 张韶涵【寓言】世界巡回演唱会郑州站	90km
	体育馆					
	游泳馆					

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

1.2 项目客群分析

以上述的市场研判为依据，作为面向中原城市群的城市体育服务综合体，项目服务的主要 客户为体育爱好者、家庭亲子群体、年轻体验消费者、企业单位团体、旅游休闲群体。

1）客群一：体育爱好者

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

1 客群画像

部分专业运动员、单项运动项目发烧友、运动爱好者、体育事业从业者、专业装备购买者 等。该群体规律性参加体育运动与竞赛，对体育消费支付意愿高，区域上主要覆盖项目周边社 区及少量其他市辖区的消费者。

2 需求分析

体育爱好者以发烧友和爱好运动人群为主，项目主要为此类客户提供训练场所，并提供必要的运动伤病监测、运动康复治疗等，突出产品与服务的专业性。对于本项目主要有以下需求：

高水平的训练场馆、一流的运动设备设施需求；

项 运动数据分析、运动伤病的预防监测与治疗等需求；

项 良好的配套服务和保障需求；

项 优质的管理需求；

项　　参与体育赛事、近距离接触运动员训练的需求；

项　　对体育主题类商业的需求，如体育专卖店、足球博物馆等；

项　　对住宿、餐饮、户外运动场地等基础配套服务需求。

2）客群二：家庭亲子群体

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

1　客群画像

以家庭为单位，关注儿童的身心发展，注重亲子互动活动，家长需在孩子上课期间有消遣 项目。由于关乎孩子的成长，该客群价格敏感度较低，愿意跨区域前往，集中覆盖项目周边学 校，同时囊括许昌市内目标市场。

2　需求分析

周边区域家庭型消费客群潜在消费能力较强，对体育赛事、文化活动、亲子教育等需求会更加旺盛，社会的进步将推动家庭更加关注儿童健康发展，重视体育服务的安全性与质量水平，对于本项目主要有以下需求：

参与体育赛事、大型文化演艺、文化会展等活动；

文体培训、体育主题夏令营、研学等专业技术服务；

体育主题娱乐、家庭亲子体验需求；

家庭健身、休闲娱乐需求；

住宿、餐饮等配套服务需求。

3）客群三：年轻体验消费者

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

1 客群画像

年轻的单身或夫妻家庭，主要为建安区规划所吸引来的青年消费者，受教育水平高，价格 敏感度低。该客群偶有参与锻炼，但更注重在文化活动中的熏陶、潮流体育运动中的体验、小 众生活方式中的氛围营造，文体消费已升级为个人身份、品味与价值观的体现。该群体主要覆 盖从中原城市群流入的人才人口。

2 需求分析

随着建安区规划的推进，项目所在的片区将见证这股优质青年力量的壮大。他们的消费已突破对体育设施的需求，而上升为品质文体生活方式的追求。因此项目产品与服务要突出品质、体验主义、前沿、科技等特点，满足以下需求：

良好的运动设备设施；

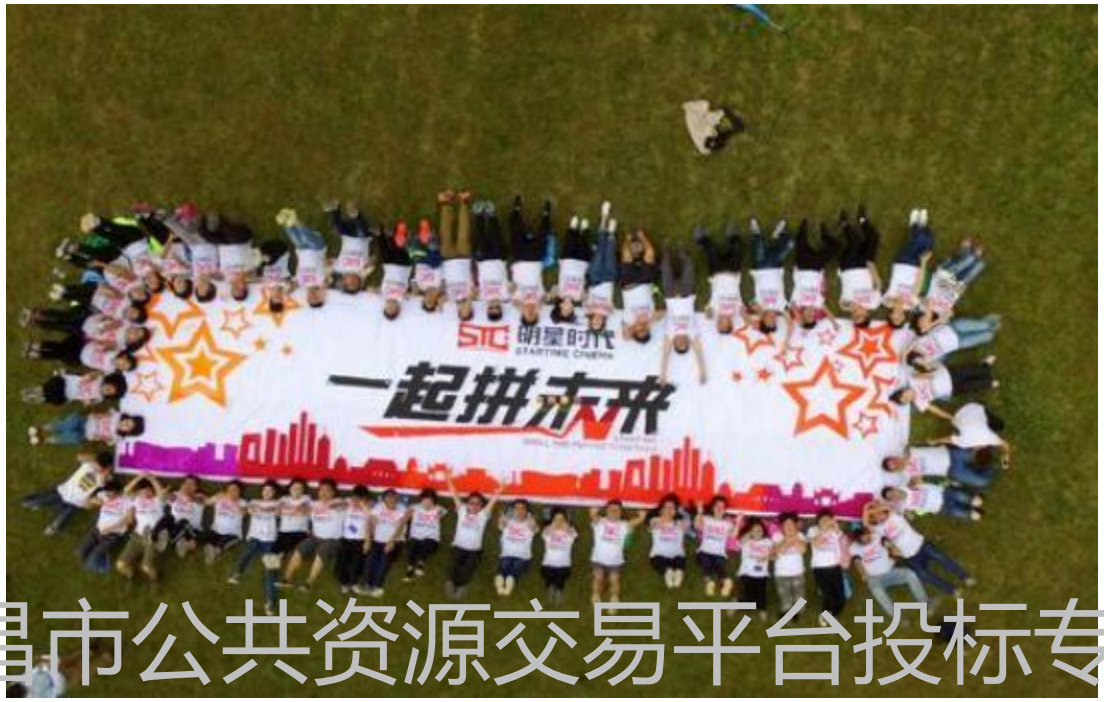
潮流的体育运动体验项目，高品质的文化活动；

与同圈层爱好者的交流平台；

沉浸式的休闲、购物、娱乐体验；

场馆的氛围营造与品牌格调、温度、归属感。

4）客群四：企业单位团体



许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

1 客群画像

B 端客群有举办单位体育赛事、产品展销会、商贸会展活动的需求，关注活动的保障落地。 由于 B 端消费者，该群体的价格敏感度较高，对流程的正规化、流畅性、安全性有明确诉求。 同时，该群体的需求不局限于场地保障这一基本服务，会务、安保、餐饮、交通、住宿等配套 服务的提供能加深对该群体的吸引力。

2 需求分析

许昌市与建安区的经济与产业稳步发展使得该群体亦成为项目的重要客源，在面向B 端客群时，场馆的产品与服务需聚焦正规化、流畅性、安全性、服务一体化的概念，并满足以下需求：

保障团体活动与商贸活动顺利开展；

活动策划、活动流程与场地动线优化等咨询类服务；

物料制作、会务、安保、运输、餐饮、住宿等附属产品；

体育休闲、购物、娱乐等需求。

5）客群五：旅游休闲群体

1 客群画像

参加全国性或国际级比赛、文化演出、旅游等活动的全国乃至世界客群，以寻求节假日的休闲放松之所为主。该客群不受地域限制，对项目通达性有一定要求，除关注体育核心产品外， 重视配套的文旅服务。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

2 需求分析

伴随着中国旅游消费人群的不断增长，对特色性旅游项目和地点的选择更为广泛，本案具有显著的吸引力，需强调项目周边的文旅资源，突出品牌性与知名度。该客群对于本项目主要有以下需求：

参与体育赛事、大型文化演艺、文化会展等活动；

体育休闲、购物、娱乐等需求；

优质住宿、餐饮等基础功能的需求；

周边配套优质的文旅资源；

体育运动体验、康体养生、个性空间等需求。

6）客群六：周边粘性客户

1 客群画像

项 每日活跃：周围 3-5 公里的居民

许昌市公共资源交易平台投标专用

被本项目所辐射的周围居民，是与本项目关系最直接的优质客群。只要空闲，他们每日都 能最快到达本项目，快速响应和参加各种活动，是最容易培养粘性的客户群。全年龄段，广消 费内容和多人同时消费是他们的特点。他们对本项目提供的服务的全面性有要求。

D3A9D074A34A4DD8B23B9D460D1951C5

项 节假日活跃：本区和周围县市的居民

也是被本项目所辐射的周围居民，但是由于生活距离，只在节假日到达本项目，使用场馆 和参加活动由于时间成本，本项目需要有对他们产生足够吸引力的产品才能稳定这个客户群。 他们同样是全年龄段的客户。

2 需求分析

周围 3-5 公里的居民：一切于生活相关的都是周围居民的需求

购物：鞋服配饰，书籍，电子产品；餐饮：餐馆，甜品，饮品；超市：便利店，精品超市；教育：学生课外培训，托管；休闲：运动，健身；娱乐：电影院，美容 SPA

会员活动

本项目不仅需要提供他们所需要的大部分服务，还需要培养他们本项目的联系，增强粘性，

最终实现不间断的引流效果。因此需要推出每日打卡活动和会员制度。

1 需要搭建相关小程序或者 APP，方便打卡活动的发布和推送，同时可以累积积分

打卡每日活动获得的积分，是会员等级升级的必须品。会员制度是将本项目内的场馆与商业连为一体的重要一环。会员体系可以培养客户的粘性和忠诚度，不同的会员等级可以享受相应的福利待遇。同时，积分可以兑换服务和商品，例如场馆设施免费使用权，场馆内项目体验课程，夏令营折扣，商业街店铺的产品和折扣等等。

1）会员积分兑换：

例如：可换取场馆设施免费使用权限

场馆课程折扣或体验课。

合作品牌运动产品。

与商业街与商业街内的店铺合作：单次在体育馆消费达到一定积分或金额之后，可获得商业街店铺的活动资格。

例如限定产品买一赠一，新品九六之类。活动可以每天更新，或者合作的几家店铺轮换，提前一周放出下周的优惠活动预热，引导客户来进行双重消费。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

夏令营项目示例

1）各类体育项目精英训练夏令营

依托场馆优势，和公司资源，可以开设不同运动项目，例如足球，篮球，羽毛球等项目的专项训练，请来国内外著名教练或者运动员作为导师，全程陪伴和指导，讲解运动知识，训练技巧，竞赛经验。

2）童子军夏令营

在军事化封闭环境下，让孩子和青少年深入体验军营生活作息，戒除拖拉懒散、沉迷电子产品、挑食厌食等不良习惯。同时可以学习一些野外常识和生存技巧，让他们对户外和自然产生兴趣。集体生活和团队合作可以增加自理能力，领导力，自信心和社交能力。

在学员保持自律提升学习专注力、改善学习方法、提升学习效率。采用军事思想去引导孩子一种行为，用行为铸就一种习惯，用习惯养成军人性格，

3）研学夏令营

与各类专业机构合作，开展研学夏令营，例如生物、化学、农业、人工智能、基因工程等。让孩子和青少年在假期中开阔视野，短时间内提高综合素养。结合周围的企业，学校，名胜，做实地游学。

4）民俗夏令营

建安区的有历史深远的文化传承。例如美食，豫剧等等。将传统艺术和手工艺做专题或者 集合夏令营，不仅对宣传当地文化有益，也对项目本身有文化升华。

5）科技夏令营

可涵盖各类生物物理化学数学的实验课程。

与建安区的高科技企业合作，邀请企业来做一些关于他们先进技术和产品的科学讲解，技术演示等等的课程。还可以有机会去企业实地参观。

许昌市公共资源交易平台投标专用

6）减肥夏令营/塑形夏令营

D3A9D074A34A4DD6B25B9D460D19516C5

儿童和青少年肥胖已成为 21 世纪、全世界面临的最严峻和公共卫生挑战之一。近年来，中国儿童、青少年肥胖增长率排在世界前列，最近一次全国学生体质与健康调研结果显示，7-18 岁学生的超重及肥胖检出率为 19.4%，仅肥胖率就比 1985 年增加了 55.8 倍。再加上人们健康 意识的觉醒，以及自我表达的追求，减脂和塑形的概念已经越来越普及了。减肥/塑形夏令营 会成为一个全年龄段都受欢迎的项目，尤其项目具备了在大规模场馆，齐全的设备以及专业的 教练这几个要素。

从体育消费需求角度，解析项目客群，则需要考虑 WHERE,WHO,WHEN 三个方面：

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

WHEN--什么时候服务？

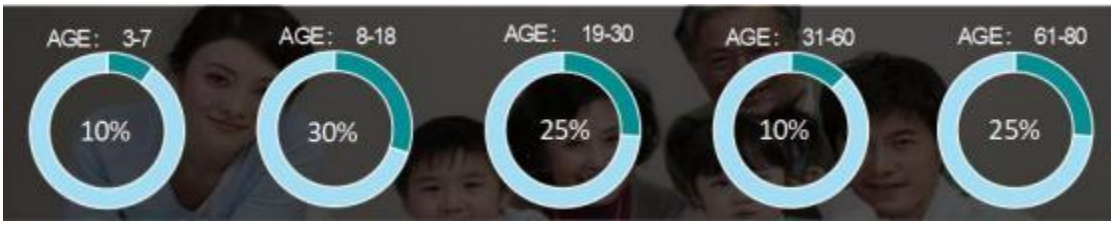
分析周一至周四，周五至周六，以及节假日和寒暑假。通过运营偏向使得不同年龄段全 周 期活力保持。

周一至周四就球类等项目提供相应的优惠，周五-周日以及节假日提供休闲结合赛事活动， 保证全周期活力

WHO--为谁服务？

根据《2017 互联网体育消费者行为报告》。不同年龄消费比例得出体育消费喜好。

9-80 岁年龄段为主要消费年龄，不同年龄层消费诉求有所差异



(1)学龄前：

到 2020 年我国学龄前儿童达到峰值，学龄前儿童将超过 1.26 亿人。庞大的人口带来大量 的市场。学龄前儿童体育教育需求旺盛，且大多取决于家长的引导。

(2)青少年：

随着二孩政策的开放，新一代父母逐渐中产化，使得青少年体育旅游市场成为一个新的风口。传统意义上的青少年体育教育市场，体育培训市场发展后，带动了父母经资金和精力投入到孩子身上，而等到孩子学有所长，到处参赛和游学必然成为一个选择，这也是中国青少年体育旅游发展的重要机遇。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D19516C5

(3)青年族：

青年一族对体育休闲旅游有着更高的要求。在经济条件允许的情况下。他们更乐意花钱在投资自己让自己更加健康，充满活力。同时对赛事的追逐有较高的热情度。同时体育活动更有 助于情侣之间的互动。挥洒汗水之间更容易增进感情。

(4)青年族：

上班族经济独立，且上有老下有小。平时忙于工作的同时，在休闲时更加乐于与家人一起以体育休闲和部分康养的方式进行度假。同时上班族也有公司对体育拓展有着需求。增进企业凝聚力。

(5) 退休族：

退休族有大量的业余时 间，他们更倾向于健康 的方式养生，并享受与下一代的互动，因 此催生了“活力老人”这一 群体。健康的生活方式有助于他们长期停留在一处。

WHERE--为哪里服务？

从交通、区位、锻炼分布、习惯等方面分别得出基础市场，目标市场以及机会市场。并测 算年平均客流量。

项目本体客群以许昌属地为主，辐射周边五市城市客群，有机会争取文旅商等人群，年均 目标客群人数达到 422.24 万人。

（1） 基础市场客群

许昌市常驻人口（438 万）×体育消费人次比例 30%=基础市场可能人群。

438 万×30%=131.4 万人。

（2） 目标市场客群

许昌市周边五市城区人口（郑州 471.05 万人+开封 161.89 万人+周口 71.64 万人+漯河 134.7 万人+平顶山 108.46 万人）×体育消费人次比例 15%= 目标市场可能人群。

947.74 万×15%=142.16 万人。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

（3） 机会市场客群

许昌年均文旅商接待人次×体育消费人次比例 5%=机会市场可能人群。

2973.6 万×5%=148.68 万人。

1.3 项目定位分析

1.3.1 整体定位

项目定位为“豫中南地区国家级文娱体服务综合体”，旨在打造成为许昌市集文化、旅游、休闲、娱乐等为一体的新型文娱目的地。进而使项目成为：

许昌靓丽的城市名片之一

拉动城市区域经济活力

打造中原城市群标杆性体育场馆

全国知名场馆

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

1.3.2 功能定位

项目在功能定位方面坚持以“体育+”为指引，在以体为本的基础上，通过市场化运营，发挥项目的平台示范效应，使其成为许昌市赛事活动发声平台、体育产业孵化平台、体育消费体验平台、全民健身运动平台。

赛事活动发声平台：以体育赛事、文娱演出为核心，打造许昌文体聚集平台；

许昌市公共资源交易平台投标专用

体育产业孵化平台：以体育产业论坛、展销为活动载体，以体育零售为特色，促产发展；

D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

体育消费体验平台：围绕不同年龄层客群，提供沉浸式、体验式、场景式“新娱奇特”项 目；

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

全民健身运动平台：承载城市发展功能，设置免低开放惠民项目，落地全民健身战略。

1.3.3 运营策略

以项目定位为出发点，坚持运动、文化为主题，以多元化演绎为目标。采用盛世化、科技 化、教育化、普及化的运营策略。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

（一）盛世化策略

在运动方面，项目内的各场馆拥有先天场地优势，举办大型体育赛事及体育类艺术演出， 市民可以就地欣赏国际竞技娱乐赛事及亲身参与大型活动。为此，未来在场地内以举办大型赛 事和文娱活动为主。积极协办国家体育赛事，承办省市级体育赛事和自主引入打造一批自主赛 事，最终实现项目“周周有活动、月月有比赛、全年不停歇”的经营景象。

在文化方面，除在馆内举办各种文艺活动以外，建议利用户外广场空间，设置户外文化剧场，可为文化艺术人士提供演出平台及演出机会，同时也可以利用舞台空间举行节庆活动。如 可在广场设置了一处露天音乐广场，上盖可缩放式穹顶，不定期出演，活跃了整个区域的氛围；利用户外空间亦可打造房车基地。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

（二） 科技化策略

在运动方面，以引流运动科技体验为策略，后期运营中可引入品牌跑步基地，并充分利用公共开放空间优势，打造许昌个“跑步基地” ，引领健康生活、科学运动潮流。如 Adidas runbase 装备实验室内拥有品牌最新的科技运动产品零售、展示、试用等功能，同时会有各类 科技设备，检测跑者的身体各项指标，如足底压力分布测试、脚形特征分析等，实验室同时也

是跑步基地，为跑步者提供寄存、更衣、休憩、测脚型、租装备等服务（上海Adidasrunbase西岸基地，面积 180 ㎡）。

在文化方面，邀请国际艺术团队，利用全息投影技术、以艺术装置或展览的形式设计专属 本项目的艺术品，既能增强与公众的互动引爆项目人气，又能树立地标形象拉升商业整体水平，打造许昌市独一无二的网红打卡点。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

（三） 教育化策略

在运动方面，以培养儿童/青少年运动兴趣为出发点，为青少年和儿童提供运动教育娱乐体验，建议引入与儿童运动娱乐相关的业态，从小培养儿童/青少年的运动技能及综合能力发展。

在文化方面，不定期邀请艺术大师，对儿童/青少年进行艺术鉴赏、创意探索等方面的短期课程；或者举行艺术互动体验活动如：颜料触感体验活动，在玩乐当中培养儿童及青少年的 文化修养。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

（四） 普及化策略

在运动方面，以推广全民健身运动为目的，在场馆内引入各类室内运动业态，比如复合型运动馆，店内综合各类运动特色，创造新的体育运动体验。同时建议设置一定数量的室外运动场地，布置不同类型活动设施，降低体育场馆与商业配套在空间上的疏远感，整体形成联动效 应，带动片区活力。

在文化方面，建议预留复合艺术空间，用于举办文化展览以外，也可以举办艺术鉴赏会、读书分享会、电影交流会，增强艺术家与公众、艺术家或公众之间的交流。亦可利用公共空间 不定期举办各类艺术主题市集，吸引区域内集合不同风格的文创类零售商家、文化艺术人士、 居民参与其中，进而提升全民艺术素养。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

1.3.4 营销策略

（一）主要模式

1、两种效益，均衡发展

综观目前国内外大型体育场馆设施的经营与管理模式，均作为社会公益性事业进行运作。

由于项目周边社区环境尚处开发建设阶段，在近几年内只能是在保证社会效益的前提下，通过 进行各种大型文体活动、开展全民健身性综合性运动等，不断扩大影响面，促进自身经济效益 的逐步提高，积累经营管理经验，积极开展招商，并在未来区域及周边环境得到不断优化的情 况下，实现社会效益与经济效益并重，追求经济效益最佳化的总体目标。

2、以体为本，多种经营

作为许昌市公共服务设施的标志性建筑，虽然在投入使用后的一定时期内难以实现全面的经营开发，尚不能达到实现自负盈亏和完全自我发展的理想状态，仍需政府在财政上给予一定 时期的扶持，以不断实现自身功能的完善。同时采用自主经营、合作经营等多种方式积极开展 会议展览、大型演出等项目，与体育项目形成互补，使许昌体育会展中心区域规划浑然一体， 又有自身鲜明特点，利用规模化及人文区域开发环境，提高自身的综合开发价值，同时也带动 周边社会环境的开发与完善。

3、聚集人气，塑造品牌

许昌市公共资源交易平台投标专用

由于场馆周边配套设施尚处于建设阶段，前期及未来 3-5 年内周边常住居民人口数量较为 有限。我们将充分发挥许昌市在经济、人文、地理、气候方面的环境优势结合我司丰富的场馆 运营经验，把竞赛表演、健身休闲和业余训练等业态与商业综合体、文化广场融为一体，积极 开展多种经营，聚集人气。积极承办国内外有影响力的体育竞赛和文化演出，策划品牌赛事及 活动，提升许昌体育会展中心在国内的知名度。通过专业的管理，精致的服务确保各项活动圆 满顺利举行，为广大市民提供环境优美、干净整洁的运动场地，将许昌体育会展中心打造成许 昌市的体育文化名片，塑造出“专业管理，精致服务，健康修身，娱乐休闲”的品牌形象。

D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

4、创新体验，智慧场馆

在社会发展日新月益的今天，拥抱科技、智慧生活的理念已深入人心，项目所在的建安区作为城市转型和发展的核心区域，也应同时跟上大数据、互联网+、智慧体育的步伐，加入智能场馆的行列。我司旗下济宁分公司投入研发的智慧体育场馆综合管理平台，已基本建设完成，并在下属项目部投入使用，运行情况良好。在便利经营者的同时，市民可通过手机端、网页端进行场馆预定、赛事活动查询、同城约战、健身定制、体育商城、健康管理、会员中心等业务 的咨询和办理，从而达到方便客户、拉动客源的目的。

（二） 主要手段

1、品牌化营销

随着人们生活水平的不断提高，消费者对品牌的认知及认可度的追求，使品牌消费的白热 化也深入人心，体育场馆也更加注重营销的品牌形象。良好的品牌形象是体育场馆保持良好发 展势头并走向成熟的标志，是核心竞争力的重要保障。引入知名的体育营销策划公司，策划设 计专业、特色的全民健身和青少年培训内容和产品，利用 3-5 年甚至更长时间将其塑造成许昌 体育会展中心的核心品牌，使之成为许昌市一张靓丽的名片。同时加强与媒体的合作，通过电视、报刊、网络，加大宣传和推广，扩大许昌体育会展中心品牌产品的知名度和影响力。

2、差异化营销

在产品高度同质化的今天，为了提升产品的竞争力，吸引消费者对产品的关注，采取差异 化营销策略，“人无我有，人有我精，人精我专”，根据自己的实际情况，重点开发自身独特 的、能满足消费者的首要需求并且具有明显利益优势资源，形成“以点带面”的消费格局。通 过产品差异化、营销渠道差异化两条路径，建立消费者数据库、以下五个方面建立“直效营销”渠道。一是，了解顾客的消费习惯和特点，以便更好地为消费者提供优质服务；二是建立一个场馆与消费者之间、消费者与消费者之间互相交流、沟通的“平台”，使场馆可以把服务等相 关的信息向目标消费者传递；三是实行会员制。按照会员级别（ 如金卡，银卡，VIP 等） 享有 不同级别的“特权” 。四是开通电话和网络订场地(票） 业务，为消费者节省时间和成本；五 是在场馆内部推行“一卡通”工程。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD6B25B5D460D1951C5

3、专业化营销

体育场馆运营必须是专业化。首先，许昌体育会展中心若由我公司运营管理，我公司可以利用多年来运营广州体育馆、广州奥运城综合体育馆、山东济宁体育中心等大型综合性体育场馆的运营管理经营和丰富的客户资源，在项目引进培育、场馆设施的维护保养、公益性保障方面提供专业化、高水准的管理和服务。其次，场馆采用规范化管理、人性化服务、信息化运营，探索场馆运营的科学手段和方法，延长场馆设施的使用年限，有效地提高场馆的管理水平和经济效益。

第二节 项目运营

2.1 运营目标

目标一：在这里，运动是最重要的功能

单体场所之间的互动，透过更多开放空间进行联系，刺激不同运动体验和社会活动的发生。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

目标二：在这里，文化是最重要的属性

通过文化引领，让创意、态度、思维在这里发生碰撞，提升场馆的文化属性，让运动与文 化在此互融互动。

目标三：借助文化与运动的社交属性，聚集不同类型客群

这里是活跃的城市界面，跨越体育和文化活动的界限，消费者能在多功能城市空间里进行互动。通过不断满足他们的需求，来实现客群粘性，从中不断创造商业价值。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

2.2 组织架构

2.2.1 项目公司

若我司中标，将与招标主体合资在许昌建安区成立项目运营公司，注册资本金暂定 500

万元；珠江文体占股 70%，招标主体占股 30%，共同推进项目招商运营。

2.2.2 股东会

1．项目公司设立股东会，由珠江文体和招标主体组成。

2．项目公司股东会会议由股东按照实缴出资比例行使表决权。

2.2.3 董事会及经营管理人员

1．项目公司拟设立董事会。 珠江文体委派1名董事长，其他董事人选由双方共同商议决定。董事会做出决议，必须经过全体董事的过半数通过。

2．项目公司设立总经理，由董事长兼任，由珠江文体委派。

3．项目公司法定代表人由珠江文体委派。

4．财务负责人由珠江文体委派。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

2.2.4 监事会

项目公司设立监事会，由 3 名监事组成。珠江文体与招标主体双方各提名 1 名监事，剩余 1 名监事为职工监事，由项目公司职工代表大会、职工大会或其他形式民主选举产生。

（五）项目公司设立运营管理团队，负责公司的日常经营管理工作。运营管理团队通过市场化引入部分专业人员。

（六）项目公司的运营管理实行总经理负责制。

2.2.5 项目公司组织架构

项目公司采取偏平化管理，由董事长兼任总经理，下设行政人事部、财务部、市场经营部、物业管理部。以此负责项目的正常运转，人员配置方面则主要依据业务发展需求，适度调配增减。

部门		岗位设置	岗位编制
领导班子		董事长兼总经理	
行政人事部		部门经理	
		部门文员	
		行政专员	
		人事专员	
		仓管员	
市场经营部	办公室	部门经理	
		部门文员	
	康体	康体主管	
		前台客服	
		场地管理员	
		培训主管	

源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5
许昌市公共资

		培训专员	
		救生员	
	文体活动	文体活动主管	
		文体活动专员	
	商业开发	商业开发主管	
		商业开发专员	
物业管理部	办公室	部门经理	
		部门文员	
	工程组	工程主管	
		高低压强电工程技术员	
		弱电工程技术员	
		空调工程技术员	
		综合维修工程技术人员	
	物管组	物管主管	
		绿化专员	
财务部		部门经理	
		会计	
		出纳	

2.3 业态布置

珠江文体依托珠江实业集团全产业链优势，充分利用集团资源承接大型体育场馆、全民健身中心以及体育公园等的规划咨询、设计、投资、建设、运营，以体育场馆为平台，串联体育 上下游产业链的同时，赋能其它产业，如旅游、文化、娱乐，让体育不止体育，共同成就城市 之美。

许昌体育会展中心在后期运营中，需要以体为本，通过场馆、区域的定位及需求，针对各 功能区开发其合适的体育场景，根据体育业态及场景的布局，有针对性地吸引优质的上下游体育企业与体育组织形成体育产业及其衍生产品基地，打造许昌体育会展中心的“场馆产业链”。

其次，根据其体育产业链的配套需要，针对商业区域及可开发的区域进行整体深度开发与 挖掘，制定许昌体育会展中心专属的“体育+”模式，通过挖掘开发核心产品之外的更多价值， 实现“本体经营”向“顾客导向”的转变。通过引入商业、餐饮、休闲娱乐、文化相关企业与 组织，形成一定规模的“体育+”产业园，打造许昌体育会展中心的“配套生态圈”。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

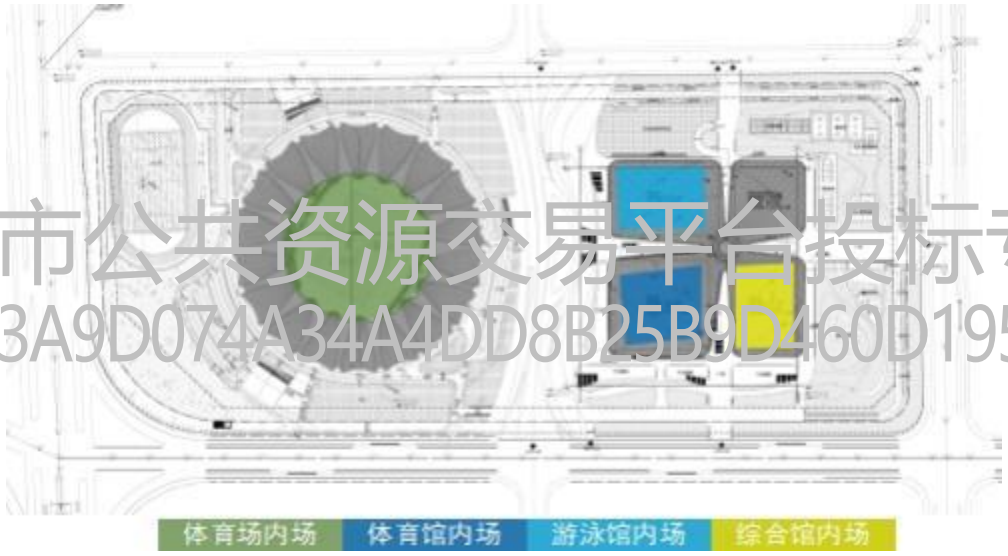
2.3.1 赛事活动

《完善促进消费体制机制实施方案（2018-2020 年）》 中明确指出“研究制定向社会力量购买全民健身赛事活动服务的办法”。依据政策指引，采取政企合作，积极引入专业赛事、体 育系统内赛事。

积极发动当地公会系统，组织单位员工参加“政府&企业赛事”，践行“健康中国，职工先 行”的口号。

发挥珠江文体资源优势和赛事自主策划优势，一方面协同业主引入一批国家级乃至国际级大型体育赛事，另一方面打造一批具有许昌特色的群众类赛事。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5



拟引进或举办赛事案例一览表

序号	赛事类型	赛事名称	举办场地
1	专业赛事	中超劲旅足球对抗赛	体育场内场
2		“中国之队”国际青年足球邀请赛	
3		CBA 季前赛	体育馆内场
4		“斯坦科维奇杯”洲际篮球赛	

5		“苏迪曼杯” 世界羽毛球锦标赛	
6		全国游泳冠军赛	游泳馆内场
7		全国春季游泳锦标赛	
8	体育系统内赛事	全国体校联合会篮球赛	体育馆内场
9		全国东南西北中羽毛球赛	
10	政府&企业赛事	机关篮球赛事	综合馆内场
11		职工拔河赛	
12		银行系统内羽毛球赛	
13	群众类赛事	健身操大赛、武术、太极大赛、	综合馆内场
14		少儿滑步车	
15		城市彩虹跑	户外场地

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

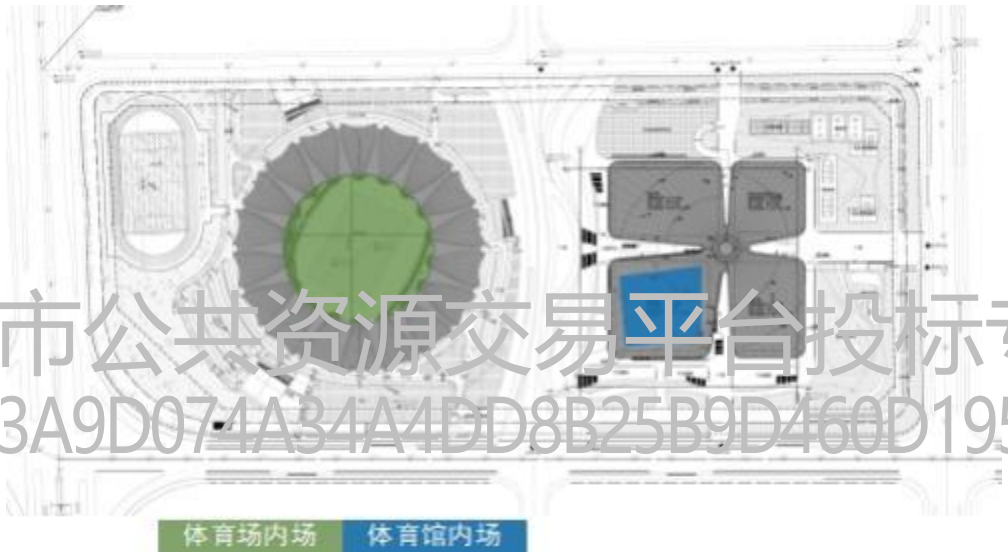
珠江文体拥有一批自主赛事 IP，未来可根据许昌体育会展中心运营需求予以资源导入，如城市铁人三项赛、“谁是球王”系列乒羽赛事、万人健步行；

以城市马拉松赛事为例，未来可融入许昌三国文化元素打造地区辨别度高的专项活动。

依托珠江文体的演艺和会展资源优势，引入演唱会、车展等市场运作好、观赏性强、群众 参与度高的演艺、会展类活动。

策划组织适合年轻人的音乐活动，例如：麦田音乐节、草地音乐节等，带动区域旅游经济 发展。

为许昌市企事业单位提供一站式活动定制方案，在活动策划、组织、执行、保障方面增加 服务供给，拓展活动资源



许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

珠江文体近些年成功打造了一批自主文化 IP 活动，如春节期间集吃、喝、玩、乐、逛一站式新春庙会、高端品牌啤酒节盛会 ，地区标志性的品牌活动“鸟巢啤酒节”等。

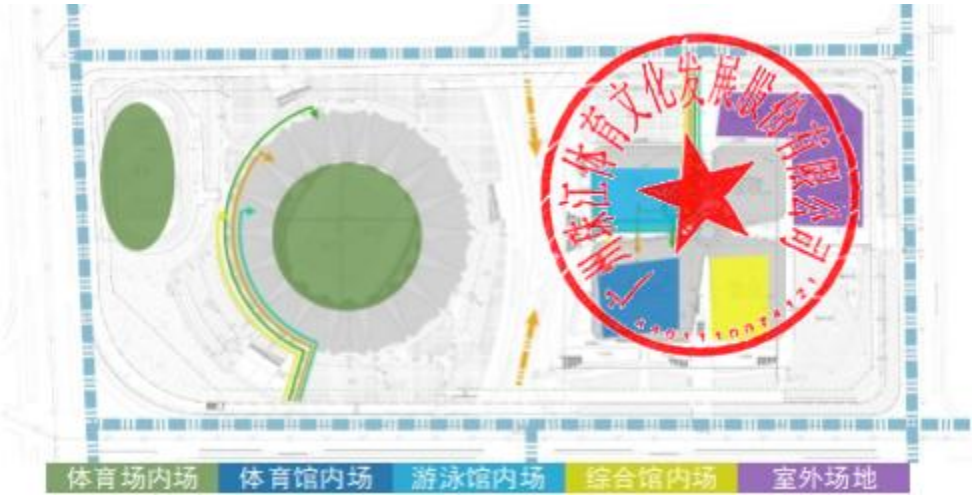
2.3.2 文体培训

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

依托珠江文体“青禾未来”培训平台，导入以张亚雯、林书豪等体育明星为品牌的体育培训资源。

打造自主青训品牌，推进青少年培训多维度发展：开展足球、游泳、小篮球、体育舞蹈、跆拳道、轮滑、平衡车、街舞等多种类青少年培训项目，建设成为许昌市体育项目齐全，运营 规范的青少年体育运动培训基地。

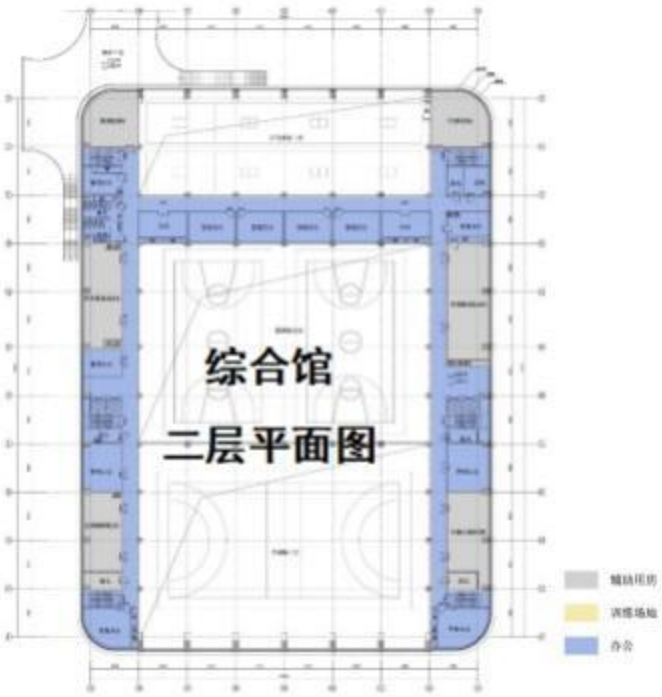
与场馆周边中小学合作，面向K12 群体，开设学生“第二课堂”，加强运动技能普及，培 养青少年体育后备人才，加强体教融合，打造专业的、有较大影响力的青少年青训基地。



许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

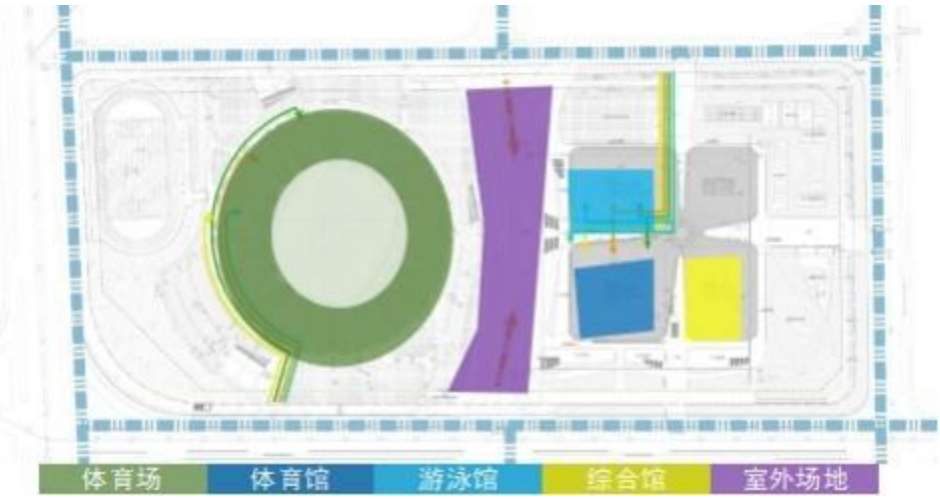
大量的企业将会选择更加多样化的场地为员工提供培训，会议、住宿、室内团建、户外拓 展等功能于一体的场地能够满足其培训需求。为此，未来可锁定许昌市大型企业，为其提供有 针对性的场地服务，多样化的产品选择等。

综合馆二层具备办公、会议、团建等场地及设备设施，面向许昌潜在大客户公司开展企业培训业务。



许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

充分利用体育会展中心各单体场馆功能性用房，采取“合办-引进-自办”等多种商业模式， 积极开展艺术培训类、早教兴趣类、智力运动类以及户外运动类培训项目。

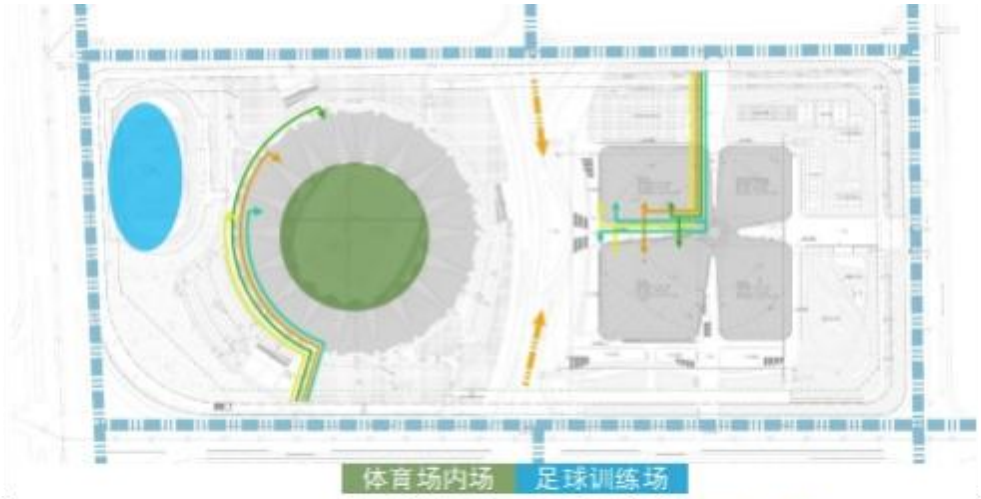


许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9B460D1951C5

2.3.3 新奇游乐

大力拓展许昌地区的早教机构、培训机构、学校、教育部门等资源，可以承办宝贝运动会， 儿童趣味挑战赛、学校运动会等多种类型的游乐赛事；

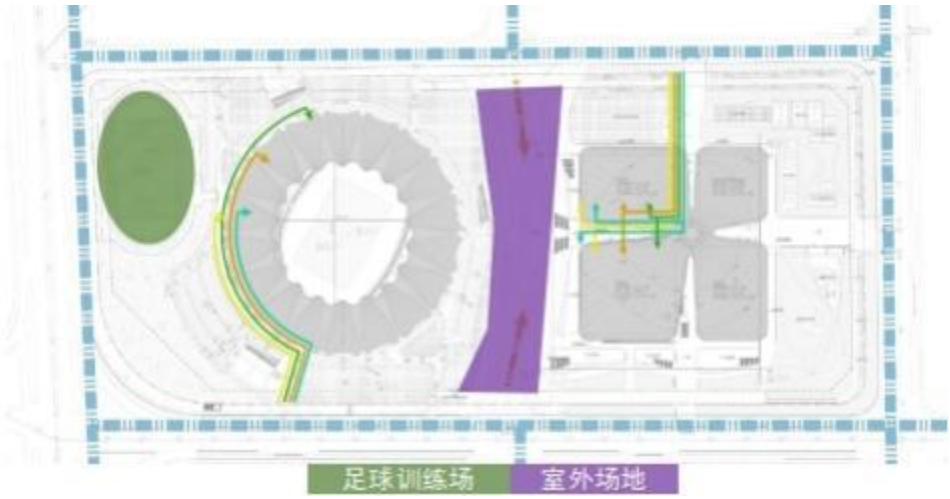
主要时段选在春夏季赛事和活动的闲暇时段，可以提高场地利用率的同时阶段性家庭人流的导入也能增强项目的商业消费。



许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

春季、秋季利用空闲公共空间，举办集合运动、音乐、科技、娱乐等新型运动体验系列主 题的嘉年华活动。

打造许昌市特有自主活动 IP，导入诸如全天候 LIVEDJ 表演，顶级运动导师现场授课，多 家合作品牌帐篷“集市”等丰富多彩的业态组合形式。



嘉年华活动

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

2.3.4 商业配套

一、项目背景分析

（一）项目优势

1、项目所在城市具备较强的经济及产业基础。

项目位于许昌市，位于省会郑州南部，是河南省辖地级市，交通和物流枢纽城市、全国重要先进制造业基地、汉魏历史文化名城。

许昌市具备较强的产业基础，2021 年经济总量为 3655.4 亿元，居全省第 4 位，已形成装 备制造、食品、假发制品三大优势产业。

2、项目为市属重点工程项目，具备客群基础。

项目由一期体育馆、二期由体育馆、游泳馆、综合馆、体育运动中心组成，总建筑面积 18.9 万㎡ ，规划商业位于二期体育馆。一期预计完工时间为 2023 年 5 月，二期预计完工时间 为 2024 年 6 月中旬完工。

项目未来填补市内大型比赛场地的空白，承办国家级专业赛事、体育系统内赛事，引入演 艺、会展类活动，预计每年举办活动 50-60 场次，带来 10-30 万客流量。

图 1：项目一二期规划示意图

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

（二） 项目劣势

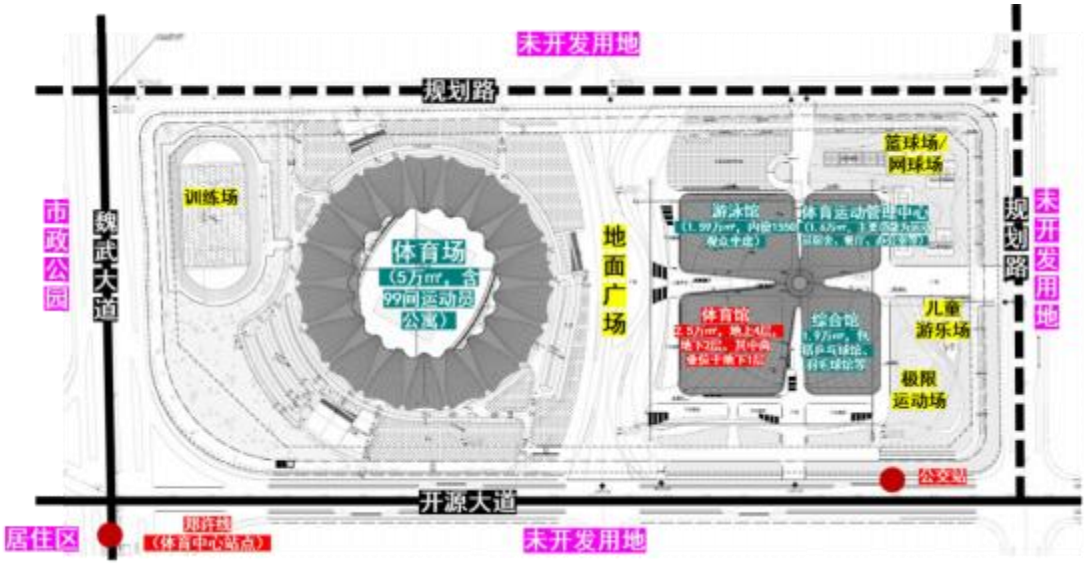
1、项目区域商业处于起步阶段，周边现状人流量较少。

项目位于河南省许昌市北部建安区，距离许昌城区中心约 18 公里，距离郑州机场约 44 公里，属于城市近郊新区。项目 3 公里范围内分布 25 个居住小区，1 所高校，2 所职业学院，2 座写字楼，以家庭消费需求为主， 目前小区整体入住率 40-60%，处于人口导入阶段。

区域内社区商业平均租金为 30-40 元/㎡/月，约为中心区租金的 50-60%（中心区社区商业租金 60-70 元/㎡/月），区域商业市场属于起步发展阶段。

从四至来看，项目距离建安区区府约 2 公里。北侧、东侧、南侧均为未开用地，现状人流 量较少。

图 2：规划商业（位于二期体育馆）四至示意及实景图



许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

2、项目以地下商业为主，地上经营条件未明确，规划难度大。

商业初步规划范围为体育馆负一、负二层及一、二层连廊空间。负一层大部分空间由车库 改造，以封闭式空间为主，对外昭示性弱；配套用房主入口受防火分区影响，无法灵活隔断， 难以形成洄游动线。首二层连廊均为公共区域部分，与人行动线交叉，经营属性尚未明确。

其中负一层面积为 24428 ㎡，包含配套用房 10678 ㎡，及地下车库改造商业 13750 ㎡，层高 5.6m。负二层面积为 6540 ㎡ ，层高 3.8m。

图3：体育馆负一层商业布局示意图

图4：体育馆负二层商业布局示意图

地上一层连廊为四个场馆中间的空间，面积约为 9546 ㎡，层高 5.7m。二层面积约为 5479 ㎡，层高 4.5m。

图5：体育馆一层连廊商业布局示意图

图6：体育馆二层连廊商业布局示意图

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D0Z4A34A4DD8B25B9D460D1951C5

（三） 项目机会

1、项目通过轨道交通有机会实现客群扩容。

项目现状临近两条交通大动脉，京港澳高速、主干道文峰路，30 分钟可达许昌市中心区。项目 500 米范围内有 5 个公交站点，10 多条线路，交通通达性佳。

项目距离年底开通的地铁线-郑许线体育中心站约200 米，该线路以许昌东站为起点，北至郑州航空港区长安路北站，连通许昌市区及郑州，未来有机会为项目带来消费客群。

2、项目所在城市消费层次及消费需求正在升级转变。

许昌市人口基数稳定，2021 年常住人口 438 万人。根据许昌市人社局数据显示，2021 年 全市从业人员月薪集中 3000 元至 7000 元， 占比约 75%。7000 元至 1 万元的占 5.3%，超过 1 万元的占 11.3%，其中月薪超万元职位同比增幅 7%。

根据 2021 年统计局公布许昌市居民消费价格，城市居民教育文化和娱乐的价格同比涨幅 2.2%，处于领先位置。

高层次消费需求正在提升，对于教育文化与娱乐的接受度也在提升。

3、项目所在城市集中商业模式趋向同质，儿童培训、运动类业态存在整合补缺机会。

许昌市以万达广场、胖东来旗下商场及商超为代表的购物中心，商场模式趋向同质，以超 市+店中店+餐饮休闲娱乐配套模式为主，缺乏主题型的购物中心。业态上着重餐饮、商超零售， 儿童培训类、运动类体验类业态布局较少。

表：许昌市代表集中式商业基本情况

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

项目	规模	开业时间	业态配比	主力品牌及业态细分类别
万达广场	10 万㎡	2018 年	餐饮：30% 零售：51% 儿童：10% 娱乐：4% 服务：5%	【餐饮】海底捞、绿茶、麦当劳、星巴克、 【零售】屈臣氏、迪卡侬、阿迪达斯、海澜之家、ONLY 【儿童】万达宝贝王 【娱乐】网咖、密室逃脱、瑜伽馆、万达影城
新田 360 广场	4 万㎡	2015 年	餐饮：32% 零售：48%	【餐饮】巴奴毛肚火锅、黄记煌、星巴克

			儿童：3% 娱乐：3% 服务：15%	【零售】屈臣氏、耐克、阿迪达斯、UR、优衣库 【娱乐】舞蹈室、华谊兄弟影院
胖东来时代广场	8 万㎡	2009 年	餐饮：15% 零售：70% 儿童：6% 服务：9%	【餐饮】胖东来美食城 【零售】胖东来超市、雅诗兰黛、鄂尔多斯、UNDER ARMOUR 【儿童】好孩子、LEGO 【娱乐】游戏厅、胖东来影院

（四） 项目威胁

项目所在城市集中式商业竞争激烈。

许昌市公共资源交易平台投标专用

本项目所在建安区由于消费力及消费需求相对薄弱，昌南故区域内仅有胖东来超市、王盛生活超市两家商业超市。

D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

而中心城区已汇集万达广场、胖东来时代广场、生活广场、超市、新田 360 广场 6 个集中 式商业项目。此外，仍有 7 万㎡的许昌吾悦广场，11 万㎡的奥体花城中心正在招商，预计将 于 2023 年-2024 年开业，届时市内集中式商业竞争越发激烈，中心城区商圈集聚效应进一步 提高。

综上，本项目属于三线城市、近郊新区的地下商业项目，如何把握主题优势，紧抓市内业态补缺机会，通过主力业态引流，成为项目破局关键。

二、项目案例分析

全国范围内选取运营成功的体育商业综合体进行分析，主要结论如下：

1、从主力店选取上，该类项目均引入运动体验业态的首店作为引流的基础。如苏体中心引入首个真冰场、日系精品超市。西安城市立方引入首个室内滑雪场、国家级青少年击剑俱乐部万国体育、空中足球场。

2、从业态布局上，体育主题集中式商业，餐饮类业态占比更高，注重快餐、轻餐、茶饮、

中餐等多品类的搭配。此外，为延长客户的逗留时长，项目增加养生会所、推拿、茶馆等服务 类业态的设置。

3、从目标客群上，挖掘“孩子教育”的消费力，聚焦青少年培训业态，如竞技体育、素 质教育培训类等。

表 2：体育商业综合体案例基本情况

项目	苏州奥体商业广场	宁波中体 SPORT 城	西安城市立方
示意图			
规模	苏州奥体中心总建面积 约38.6 万m² 其中商业 约10 万m²	总建面 14 万m²，由全民健身中心和体育主题商 业综合体组成，其中商业 约4 万m²	体育主题的商业中心，商业盒子+街区约 9 万m²
开业时间	2018 年	2019 年	2017 年
整体定位	体育公园式购物中心	全民健身中心定期举办 赛事，集休闲、购物、娱乐、赛事、教育于一体的体育文化综合体	以文化和体育教育为核 心为主题的综合性商业中心，引入万国体育击剑运动中心，定期举办赛事活动
业态配比	餐饮：35% 零售：37% 儿童：15%	餐饮：29% 零售：35% 儿童：11%	餐饮：30% 零售：38% 儿童：9%

许昌市公共资源交易平台投标专用
074A34ADD8B25B9D46
1951C5

	娱乐：5% 服务：9%	娱乐：14% 服务：11%	娱乐：7% 服务：16%
主力店	【餐饮】星巴克、肯德基、 要德火锅、地下美食连廊 【零售】泉屋精品超市、名创优品、阿迪达斯、耐克 【儿童】超级乐园、乐高 【娱乐】冰上运动、KTV、 私教工作室	【餐饮】星巴克、肯德基 【零售】屈臣氏、回力、森马 【娱乐】蹦床、拳击馆、CS馆、健身房、击剑俱乐 部、茶馆	【餐饮】星巴克、必胜客、 河东小馆、肯德基 【零售】屈臣氏、迪卡侬、 唯品会 【服务】月子中心、养生会所、推拿 【娱乐】运动中心、电竞、 游戏厅、搏击俱乐部、KTV

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

三、项目定位及业态规划

（一）项目整体定位

响应全民健身国家战略，推动体育产业高质量发展，项目将打造集运动、教育、娱乐、购 物于一体的许昌首个体验式体育教育商业体。

（二） 项目业态规划

负一层、负二层以体育+教育培训为主力业态，主题餐饮、运动零售、为特色业态，休闲娱乐、生活服务为补充业态，划分五大功能区，具体落位情况如下：

图7：体育馆负一层业态布局示意

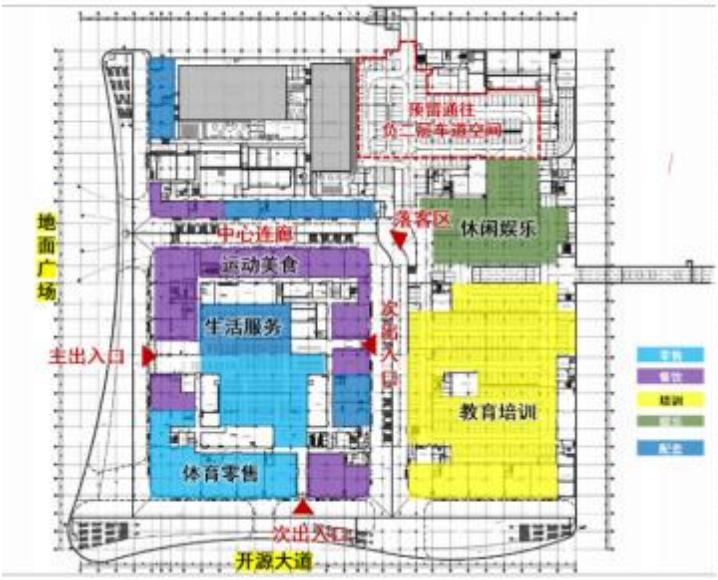


图8：体育馆负二层业态布局示意

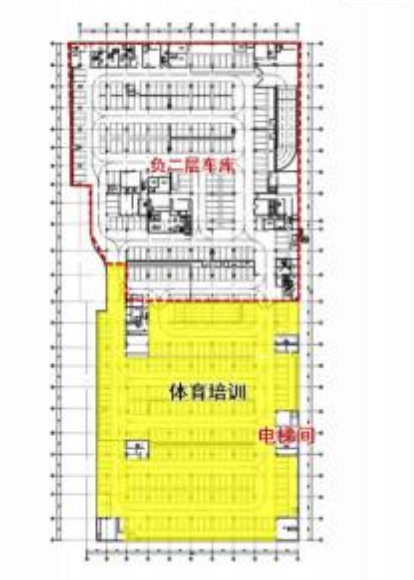


表 3：负一层/负二层商业面积汇总表

业态	负一层 面积（㎡）	负二层 面积（㎡）	合计 （㎡）	布局原因
教育培训	6708	6540	13248	独立空间，独立门户，环境不受噪声影响
体育零售	3364	/	3364	昭示性强，主入口具备外广场条件
运动美食	3363	/	3363	昭示性强，临近主力业态，有客流支撑，具备烟道、上下水、隔油池等基础条件
生活服务	2425	/	2425	临近主力业态，

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

				有客流支撑
休闲娱乐	1905	/	1905	临近餐饮、文教区等人流量较大的业态，独立空间
合计	17765	6540	24305	/

教育培训以青少宫或青少年活动中心分馆为驱动，包括智慧潜能开发、舞蹈艺术、语言文学等课程，面积需求约 4000-5000 ㎡ ，以此吸纳少儿运动中心、儿童乐园等相关业态的引入； 并依托周边高校、职业学校需求，规划自习室、职业教育培训中心等业态，并为项目提供固定 的客群来源。

表 4：代表青少宫/青少年活动中心面积需求及课程内容

参考项目	建成时间	面积	项目背景	课程内容
许昌市青少年活动中心	2019 年	9500 ㎡	许昌市政府建设，位于东城区	安全/文化体验展厅，少儿舞蹈、美术、棋类、跆拳道教室，斯诺克 馆、少儿演艺厅等
许昌市青少宫禅城分馆	2018 年	4000 ㎡	百花集团与许昌青 少年文化宫共建，补 缺禅城区内无 少年 宫空缺。	课程包括舞蹈(含中国舞、拉丁舞、及街舞)、语言艺术(含戏剧、播音及语言艺术)，书法(硬笔书法及毛笔书法)等。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

体育培训规划为许昌首个射击俱乐部，为市内及周边城市院校提供训练场所，让不同年龄段人群能够在更广范围、更高层次、更深程度上体验国防和军队现代化力量。以济宁射击馆为例，该场馆为市国内先进的射击场馆之一，可满足国际单项射击比赛，预赛馆设有 10 米靶位、25 米靶位和 50 米靶，面积约为 9000-10000 ㎡。

体育零售业态拟引入迪卡侬、奥库运动为代表的综合型运动超市为主力品牌，需求面积约

2000-3000 ㎡。

表 5：代表体育运动超市面积需求及选址要求

品牌	拓展需求面积	客单价	布局城市	选址要求
迪卡侬	2600-3000 ㎡	200-300 元	河南洛阳、许昌具有布局	1、项目必须位于主干道； 2、主入口前需要设约 300 方的运动场，方便日后活动的举行； 3、承租楼层为一楼，主入口门面要临主路，临街面要 30 米以上；
奥库户外超市	300-2000㎡	200-400 元	目前已布局河南洛阳、漯河市等市	/

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

运动美食业态将引入休闲餐饮、茶饮、快餐等，满足场馆休闲体育消费、教育培训的客群 的便捷需求；以中式餐饮满足周边居民、办公人群的宴请需求；以火锅、烧烤等品类丰富的特 色美食作为补充，打造以本土品牌为主的美食汇，营造夜间经济餐饮文化。

休闲娱乐业态将引入电竞场馆、保龄球俱乐部、私人影院等业态，作为区域内业态的补充，延长客户消费时长。

生活服务业态将引入生活超市、便利店，并配置健身工作室及运动康复中心、养生及按摩馆等业态。

体育馆一层、二层连廊为公共空间，为保证体育消费客群往来通畅，最大化商业经营价值，可在扶手梯旁设置固定的多经点位，主要经营生活配套类如便利店、体育彩票、电子烟经营店， 以及茶饮、咖啡、小食店、烘焙店等轻餐饮业态。

同时，在一层中庭位置可设置非固定摊位，用于设置周末集市活动、儿童游乐设施、活动 举办等场地的预留。

图9：体育馆一层业态布局示意图

图10：体育馆二层业态布局示意图

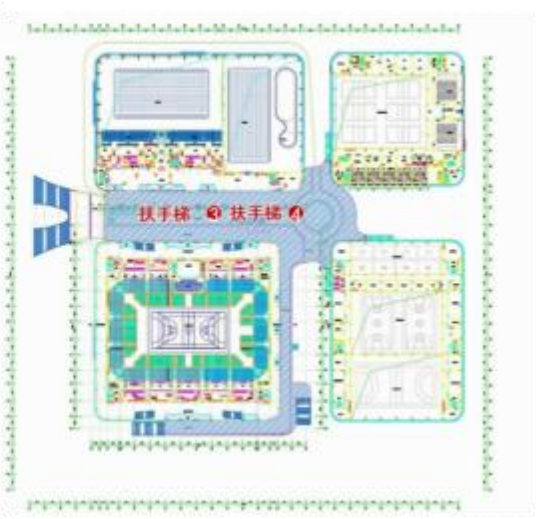


表 6：地上一层/二层商业经营业态建议

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

位置	业态布局	布局原因
地上一层①/②	固定多经点位：生活配套、轻餐饮类业态，如茶饮、咖啡、小食店、共享 K 吧等	承租能力较高，具备固定人流量
地上一层⑤	非固定多经点位：主要用于活动举办场地及儿童游乐设施等	灵活性较高，非长期占用
地上二层③/④	固定多经点位：生活配套类如体育彩票展示柜、电子烟展示柜等	承租能力次之，具备一定的消费目的性

四、项目经营效益

（ 一）经济效益

项目商业规模超 2 万平，引进过百家商户，为当地创造近千个就业岗位，有效推动区域商

圈升级，提升城市的形象和品质，成为拉动经济增长、提升城市竞争力的新载体。

（二） 社会效益

项目作为公共基础设施的有益补充，通过定期社会参与性的赛会、活动的举办，为群众提 供一个近距离交往、交流的平台，增强人民群众的满足感、获得感、幸福感、安全感。

（三） 文化效益

通过商业业态的引入，对体育文化、本土文化进行全方位的展示，有利于促进本地群众及 往来游客，感受城市文化的魅力，通过结合项目地标式的建筑形象，形成又一城市名片。

五、项目招商工作

（ 一）招商筹备阶段

招商筹备阶段主要进行租赁准备，包括但不限于招商策划方案深化，招商工具及文件的筹备完成；招商队伍的组建、招商管理体系及制度的建立；指定招商工作计划书、宣传推广方案 和计划等工作。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

（二）招商执行阶段

招商执行阶段主要进行招商中心改造，招商团队进场，并分阶段完成招商目标。招商预热 阶段进行意向洽谈及主力业态的签约，完成签约仪式及招商大会。招商强势阶段启动异地招商。

（三） 招商收尾及开业筹备阶段

招商收尾阶段跟进商户装修工作，进行多经点位规划及招商，进行掉铺补招及优化调整， 完成二次招商。

开业筹备阶段跟进商户开业验收及二次装修调整工作，完成二次招商，筹备商场开业活动，并组织商户进行消防培训及联合消防演练等工作。

2.4 运营规划

根据政策理解、市场研判、项目分析的结论，许昌体育会展中心将以“许昌市独具一格的 城市体育服务综合体，打造近悦远来的城市生活第三空间”的定位为核心，着力打造区域赛事

演艺中心、全民健身示范点、青少年教育培训基地、文体消费潮流体验场、体育特色旅游目的 地、智慧服务管理引擎六个功能业态。

2.4.1 区域赛事演艺中心

得益丰富的赛演资源，未来珠江文体拟向许昌体育会展中心导入全体系、多元化的活动体系（见下表）。疫情前，珠江文体每年举办、承办的各类体育赛事、大型文娱活动、会议展览 活动 400 余场次。

资源类体育赛事	自有 IP 体系赛事	演艺活动	商业会展
国际级乒乓球、羽毛球系列赛事（体育馆）	中国击剑俱乐部 联赛（许昌站）	城市音乐节（体育场）	新品发布会、产品推介会
全国青少年无人机大赛（体育馆）	全国青少年游泳 [illegible] 系列比赛（许昌站）	[illegible]house/ 中小型演唱会（体育馆）	科学文化科普展
全国田径类赛事（体育 场）	谁是球王争霸赛		企业活动（培 训、团建、户 外拓展）
青少年 足球赛（体 育场）、篮球赛（体育馆）	建安区铁人三项 赛（游泳馆 & 湘 湖）		
青少年航空模型赛（体 育场）	城市趣味跑		

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

	全民健身类活动：“下楼即赛”、建安社区篮球赛、老		

	年人运动会、线上运动会等		

资源类体育赛事。植根于二十多年来拥有的丰富的顶级赛事、高级别活动的保障经验，珠 江文体是目前唯一成功保障过区域级—市级—省级— 国家级— 国际级全赛事链的专业体育公司，资质领跑行业，合作伙伴网络完善。例如，珠江文体可凭借在南沙体育馆举办的全国青少 年无人机大赛与在衢州市体育中心举办的衢州有礼 • 2022 年全国田径大奖，维系拓展协会关 系，积极向本项目导入相似的赛事资源。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D469D1951C5

全国青少年第六届无人机大赛

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

自有 IP 体系赛事。在多年的经验沉淀下，珠江文体积极拓宽赛事活动的发展思路，探索 赛事 IP 的投资经营与培育孵化，打造区县级、省市级、国家级的自主 IP 体系。2021 年自营 赛事活动达 124 场次。特别地，在路跑运动快速发展的背景下，珠江文体先后举办城市铁人三 项赛与珠江花城广州快乐趣跑系列赛，培育湾区路跑 IP。因此，拟向本项目导入中国击剑俱 乐部联赛（许昌站）、建安区铁人三项赛（基于项目游泳馆与湘湖环线的硬件设施）、城市趣味 跑、全民健身类活动。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8D25B9D469D1951C5

“珠江文体”杯击剑俱乐部联赛—— 中国击剑协会认证 A 级比赛

（晋江市第二体育中心）

城市铁人三项赛（广州体育馆）

珠江花城广州快乐趣跑系列赛

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A0D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

演艺活动：利用项目体育场举办草地音乐节。导入珠江文体演艺资源，策划举办小型现场演出，利用项目体育馆中小体量的特点，重点打造 LIVE HOUSE 演出形式，突出沉浸式与互动 性艺术体验，让年轻消费者“躁动”、释放。

热浪音乐节（枣庄文体中心）

Live house 示例

商业会展。囊括小型新品发布会、商品推介会、科普文化展览、企业活动。特别地，项目将注重建立与政府、周边企事业单位、协会建立密切联系，提供一站式活动定制方案，在活动策划、组织、执行、保障方面增加服务供给，拓展活动资源，同时提供集培训，会议、室内团建、户外拓展等功能于一体的企业团建产品。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

职工亲子嘉年华（晋江第二体育中心）

2.4.2 全民健身示范点

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B23B9D460D1931C5

2022 年 3 月，中办、国办印发了《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》，文体中心运营将紧紧围绕提供“更绿色的健身载体，更丰富的赛事活动，更广泛的群众参与，更科学的运动方式，更浓厚的社会氛围”推动全民健身服务供给的均等化、多元化、标准化、 智慧化。珠江文体始终秉承国企初心，持续深化“准公益+市场化”大型场馆管理理念，响应 国家政策，助力全民健身事业发展。2022 年，在落实疫情防控要求的基础上，全国范围内在 管的 20 多个体育场馆，全年向社会免费或低费开放场地及设施共计 75 片，开放全民健身场地 面积约 153.2 万平方米， 日均服务全民健身人数 8650 余人次。在全民健身月，珠江文体各场馆分别推出惠民开放、赛事活动、健身指导等举措，包括举办大众田径健身达标系列赛、残疾人健身周活动、健步走活动、大众广场舞比赛等。

在许昌体育会展中心的运营中，珠江文体将切实落实“健身有场地、活动有组织、锻炼有指导”三个保障，着力“公益”和“社群”两个属性。

健身有场地、活动有组织、锻炼有指导

健身有场地。(1) 始终坚持主要场馆低免开放，让惠于民，满足市民运动健身需求，保障 少体校训练用地。(2)与县(区)-街道(乡镇)-社区(村)各类型协会组织、俱乐部社团建立联系，

形成良好互动。利用场馆零碎的户外场地为广播体操、健身排舞、太极拳、剑、操舞、交际舞、 国标等习练项目规划晨晚练活动点与体育辅导站。

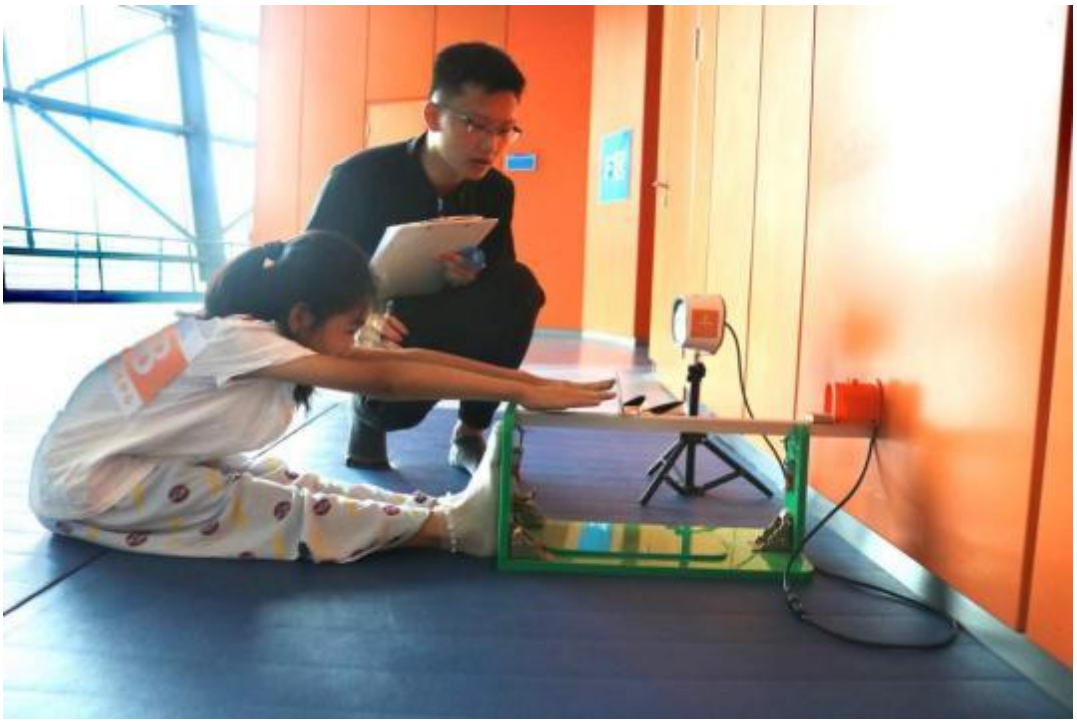
活动有组织。(1) 利用体育协会与组织的号召力，组织社区运动会与单项赛事，包括①周 期性举办羽毛球、乒乓球、网球“下楼即赛”的社区活动、专业选手擂台挑战赛；②以珠江文 体主办多年的番禺区村篮赛为经验基础，以贵州村 BA 为学习典范，举办建安区篮球赛。赛事 采用积分淘汰赛体系，在社区体育场地举行积分赛（赛事辐射、用活社区嵌入式体育场地）， 于许昌体育会展中心体育馆举行淘汰赛。健身有指导。(2) 开发“互联网+”思维下的全民健身公共服务，组织线上全民健身运动会，满足不同年龄段健身人群需求，广大健身爱好者可以 根据自己的时间和喜好报名参赛，同时作为“运动会”，赛事活动融入竞技属性，着力打造参 与人群的互动体验，推出以“参加赛事，赢取积分”等营销宣传活动，如以积分兑换场地优惠 券的形式实现赛事与日常开放的互相引流。(3) 丰富全民健身月系列活动，推出多种形式、丰 富多彩的健身惠民举措，包括亲子趣味活动、体育夏令营等。

许昌市公共资源交易平台投标专用

健康有指导。积极开展社会体育指导员技能培训课程，鼓励社区体育骨干站点场馆体育辅导站，提高全面健身水平。同时，定期开展免费提供国民体质监测服务，并邀请专业教练对体 测数据进行分析和讲解。通过体测，有针对性地向运动群体开出“运动处方”，提供科学健身 指导。

D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

广州市番禺区村级篮球赛



南沙体育馆开展“全民体测活动”

许昌市公共资源交易平台投标专用
B3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

项　公益性

推出日常体育公益服务，包括（1）科学健身科普。包括举办运动康复、运动营养、运动 风险防范等领域的公益性讲座。同时，有效利用线上宣传渠道，推出“科学健身指导”专栏， 涵盖定时播放“工间操”带动久坐、伏案的人群缓解疲劳。推出大量科学健身指导视频，指导 广大群众足不出户开展科学健身；(2) 体育健身技能课堂。每 1-2 个月邀请明星教练或民间高 手于综合训练馆举办乒乓球、羽毛球以及其它群众喜爱的体育运动技能普及类培训；(3) 急救课堂进校园。珠江文体始终践行公益精神，回馈社会，以晋江市第二体育中心开展的“蓝泡泡”防溺水公益课和济宁中小学生普及游泳培训及游泳安全公益公开课培训项目为例，积极走进周边校园，推出如防溺水、海姆立克、人工呼吸等急救课堂；(4) 公益服务进社区。积极配合区域内协会组织对老年人、残疾人、农民、农民工和妇女等重点人群的提供公益性健身指导工作。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

珠江文体—蓝泡泡防溺水公益课

项　社群性

日常运用社群运营理念，利用场馆宣传大使活动、会员卡优惠活动、周期性社区活动（如“周五狂欢——热汗派对”“周六能量——唤醒瑜伽”“周日热练——晨跑1小时”），实现用户拉新-聚集-留存，增强社区用户对体育中心的黏性。

体育会展中心社群运营示例

体育会展中心线下社群活动示例		
日期	场地	活动
11 月 3 日	足球场	飞盘新手局
11 月 8 日	综合训练馆	“下楼即战”乒乓球社区赛
11 月 17 日	综合训练馆	羽毛球明星教练公益课堂
11 月 25 日	室外场地	周五狂欢—热汗派对
12 月 6 日	瑜伽室	周六唤醒—唤醒瑜伽
12 月 11 日	体育中心—湘湖	周日热练—晨跑 1 小时

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

2.4.3 青少年教育培训基地

珠江文体始终坚持“因材施教、以质取胜”的宗旨，发展特色文体艺术培训项目，打造一 站式青少年培训基地，年培训人次超 5 万人。奥运城滑冰球馆为广州市冰球队输送的队员，在 河南省第十六届运动会上勇夺冠、亚军等成绩。

项　　青少年文体培训俱乐部

紧跟体育产业发展潮流，重点发展特色化文体项目培训，引入“珠江青禾未来”培训品牌， 重点发展游泳、篮球、羽毛球、武术、击剑、桨板、体适能、体育中考、音乐、绘画、舞蹈、 少儿编程等课程，引入冠军教练培训品牌。在日常培训的基础上，体育培训项目进校园（重点 推动游泳、足球、武术）、开发体育艺术文化课后托管、假期训练营等业务。

珠江文体培训品牌—青禾未来

项　　游泳普及点与人才梯队集训地

紧跟许昌政策指引，擦亮“游泳金招牌”，开展游泳普及培训项目。同时，采用“区队企业办”的模式，聘请专业教练，选拔优秀游泳专业人才，组建建安区游泳队，代表建安区走出许昌，走向河南。

项　　文体研学游目的地

融合建安区生态资源、历史沉淀、文化底蕴，依托周边酒店配套，结合珠江文体多地场馆 资源，组织足球、跨湖桥文化、徒步营主题研学游，在提升青少年文体技能的同时，拓展视野。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

体育研学

徒步营

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

2.4.4 文体消费潮流体验场

项 体验性文化业态

以体育场底商与项目户外场地为空间载体，结合草坪电影院、室内城市露营、不打烊书店、 咖啡工作室、文化集市等体验性文化业态，为项目客群与周边学生群体提供休闲娱乐、逃离工

作生活、放松自我的好去处。如结合体育中心体育场空间与大屏设施，每月组织草坪电影院活 动，提升场地使用价值。

夜间经济是现代城市经济的重要组成部分，丰富的体育元素是夜经济的重要支撑和驱动力之一。许昌体育会展中心未来可成为建安区夜经济主题活动的重要分站，

融合了多项体育运动体验和室内文创市集活动，实现夜健康、夜健身、夜消费和文化产业 的有机融合：(1) 适当延长场馆夜间开放时间，探索 24 小时健身房的营业模式；(2) 组织荧 光夜跑、夜间健身操公开课、小型路演等社群活动；(3) 场馆灯光秀 (4) 结合体育文化系列主题夜市，囊括体育、潮流装备、美食、文创艺术等产品，使得夜经济系列活动集合运动、购 物、娱乐、文化为一体，提升人气，促进消费，成为跨界的产业融合。

室内露营咖啡厅（衢州市体育中心）

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

“人才”夜市（晋江市第二体育中心）

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

体育场露营节（衢州市体育中心）

车尾箱集市（衢州市体育中心）

项　　小众精品文化活动

在项目的室外空间布置小规模文化美学场景，举办如夜间小剧场、创意美陈展、sneaker 潮流荟等小众精品文化活动，为小众圈层搭建会友、交流、社群归属与价值认同的场景空间。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

潮流文化市集

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

木偶小剧场

项 潮运动的破圈玩法

珠江文体在 20 余年的运营经验基础上，时刻洞察体育消费前沿趋势，能结合项目的硬件设施，因地制宜为项目周边年轻客群提供潮运动的破圈玩法，如在体育场举办飞盘与腰旗橄榄球活动，利用游泳馆设施开设桨板培训活动等。利用体育场底商空间，借力奥运会对电竞赛事的推广，引进 VR 体验中心与电竞文化体验中心，打造黑科技引领的智慧运动体验。

桨板培训（晋江市第二体育中心）

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

飞盘活动（广州奥运城综合体育馆）

VR 体验中心

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

线下电竞体验馆

项　　复合文体消费街区

（1） 文体产业集聚

以体育馆商业区域为据点，引进许昌市乃至区域性赛事相关协会入驻，同时支持本土特色体育组织在项目设立办公点，组织训练工作，助力项目培育自有赛事的孵化打造。同时，招募 文化体育旅游非培训性质小微企业抱团进驻，吸引体育产业上下游企业覆盖广告制作、安保公

司、策划行业、体育传媒，为举办赛演活动搭建产品一体化的合作伙伴网络，打造体育+旅游+ 文化产业集聚创业平台，推动文化体育旅游各领域、多方位、全链条深度融合发展。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

亚体文体旅众创空间（广州奥运城综合体育馆）

（2） 体育品牌联盟

依托珠江文体在晋江市第二体育中心与温州瓯海奥体龙舟运动中心两个体育场馆超大商 业街区的招商运营经验，以及在各个场馆积累的商业资源，引进体育品牌店于许昌体育会展中 心，为品牌提供与与终端消费者的交互平台及产品研发与创新的先行阵地。

由于许昌体育会展中心布局有专业田径场，项目本身路跑氛围浓厚。结合珠江文体在体育用品之乡晋江积累的品牌资源，建议在体育场底商引进特步跑步俱乐部，打造集赛事、社交、装备、服务、零售为一体的一站式跑步服务基地，植入 X-lab 运动科学实验室体验。一方面，满足体育中心内跑者衍生的直接消费需求。另一方面，让商家与目标消费者建立直接联系，为其提供新品发布会、品牌活动、社区路跑活动的场景。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

特步跑步俱乐部

（3）少儿教育乐动

引入儿童游乐、亲子体验工坊、职业模拟城等业态，与少儿培训业态形成互补关系，承接儿童、青少年的课余时间对休闲娱乐的需求，引入类似哈里小屋 ABC cooking studio、baby boss 儿童职业体验乐园。

儿童职业体验乐园（少儿娱乐）

（4） 轻食生活便利

在体育场底商以及体育馆人流聚集点穿插如咖啡店、饮品店、甜品店、便利店、充电宝租赁点、自动售卖机等便利设施（参考品牌：Megarden 鲜花贩卖机、瑞幸咖啡、711 便利店、街电），满足文体消费后衍生的需求，同时为周边居民提供生活休憩场。另外，可吸引运动酒吧进驻，把体育和休闲娱乐充分且有序地结合，为上班族群提供打发时间的好选择，为体育粉丝 提供共享体育盛事的狂欢场景。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A0D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

MEGARDEN 鲜花贩卖机

瑞幸咖啡

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5

CAGES（运动酒吧）

2.4.5 体育特色旅游目的地

以奥运场馆为品牌资产，奥运展厅为场馆亮点，场馆商业配置为配套服务，未来依托大型 体育赛事的举办，与周边酒店形成战略合作，打造以体育赛事为核心，建安文旅资源为支撑的 特色体育生态/亲子/文化旅游产品。

2.4.6 智慧服务管理引擎

珠江文体充分依托“互联网+”优势，以竞技体育、全民健身、文体培训等为基础框架，将许昌体育会展中心各项资源统一融入互联网平台，营造“互联网+”环境下的全新文体场馆智慧运营产业形态，推动产业向高质量、内涵式的良性方向发展。未来，许昌体育会展中心一 体化智慧平台将围绕 4 大体系、18 大板块，创新数字化全体育产业新模式。

许昌市公共资源交易平台投标专用
D3A9D074A34A4DD8B25B9D460D1951C5