第二章 体育市场营销环境分析

**一、基础知识训练**

1.单项选择题

（1）体育企业的微观环境主要指供应者、营销中介、竞争对手、公众和（ ）。

A、消费者 B、政治与法律 C、自然物质环境 D、社会文化

（2）恩格尔系数是根据恩格尔论述消费支出中食物支出与总支出之间的比例关系，一般来说，（ ）。

A、恩格尔系数越小，生活水平越高

B、恩格尔系数越小，生活水平越低

C、恩格尔系数越大，生活水平越高

D、恩格尔系数不变，生活水平越高

（3）从国家与企业层面，市场营销学认为，体育企业市场营销环境包括（ ）。

A、人口环境与经济环境 B、自然环境与文化环境

C、政治环境与法律环境 D、微观环境与宏观环境

（4）机会水平和威胁水平均很高的体育企业的业务属于 (　 )。

A理想业务 B困难业务 C冒险业务 D成熟业务

（5）一种商品完全由一家或极少数几家体育企业所控制的市场状态叫(　 )。

A、完全竞争 B、完全垄断 C、不完全竞争 D、不完全垄断

2.多项选择题

（1）以下哪些属于体育营销宏观环境（ ）。

A、法律环境 B、人口环境 C、经济环境 D、自然环境

（2）体育市场宏观环境调查主要包括（ ）。

A、政治法律环境调查 B、经济环境调查 C、企业内部环境调查

D、社会文化调查 E、消费者人口状况调查

（3）体育企业的SWOT环境分析是指（ ）。

A、优势 B、劣势 C、机会 D、威胁

3.判断题

（1）体育企业宏观环境是指哪些作用于间接营销环境，并因此而造成市场机会或环境威胁的主要社会力量。（ ）

（2）体育企业微观环境是指对企业服务及目标市场的营销能力构成直接影响的各种力量。（ ）

4.简答题

（1）体育市场营销宏观环境包括哪些？

（2）体育市场营销微观环境包括哪些？

**二、案例分析训练**

**国内度假型高尔夫俱乐部及特点**

以下是国内度假型高尔夫俱乐部的分布及各自特点，福州市某企业意欲建一所度假型高尔夫俱乐部。

表1 国内度假型高尔夫俱乐部及特点

|  |  |
| --- | --- |
| **球场** | **特点** |
| 云南昆明春城湖畔度假村 | 有“亚洲高尔夫天堂”美誉的旅游度假型球场的典型代表 |
| 云南丽江古城湖畔高尔夫俱乐部 | 定位为“国内第一休闲度假型高尔夫球场” |
| 海南亚龙湾高尔夫球会 | 定位为“滨海地冠军赛度假型球场” |
| 海南博鳌亚洲论坛国际会议中心高尔夫球会 | 依托于“博鳌亚洲论坛”的国内典型“商务度假型球场” |
| 桂林乐满地高尔夫俱乐部 | 依托于国家5A级旅游景区桂林乐满地度假世界的旅游度假球场 |
| 珠海万盛乡村俱乐部 | 在珠三角最适合人居的滨海旅游城市珠海，多数为外地旅游、度假客户 |
| 肇庆高尔夫度假村 | 处于珠三角相对欠发达区域，本地市场小，主要依赖外地市场 |

【分析与探讨】

（1）结合以上素材，对福州这所度假型高尔夫俱乐部进行市场营销环境分析？