



新建 Sixers 球馆 新增活动 经济影响分析

2024 年 7 月

2024 年 7 月



Sam Rhoads
执行副总裁
费城工业发展组织
1500 Market Street, Suite 3500 West
Philadelphia, PA 19102

尊敬的 Rhoads 先生：

Conventions, Sports & Leisure International (下文简称“CSL”)很高兴向费城工业发展组织(下文简称“PIDC”)提交这份有关在费城市中心为费城 76 人篮球队(下文简称“76ers”或“Sixers”)开发建设新球馆(下文简称“球馆”)并在该球馆举行一系列新增活动的经济与财政影响分析。附件中的报告总结了我们的研究和分析,旨在帮助项目利益相关者理解新球馆的可行性并对新球馆的影响进行量化。

本报告所含信息基于从对市场的研究、对体育和娱乐行业的了解以及其他因素得出的估计、假设和其他信息,包括其他人提供的某些信息。我们提供的所有信息均未经审计,且根据我们的专业判断和经验,假设这些均为正确信息。由于程序有限,因此我们不对本文所含任何预测信息的可实现性发表任何意见或作出保证,并且不应将本报告用于此目的。此外,预测结果与实际结果之间也会有差异。这是因为活动和环境经常不会按预期发生,而且这些差异可能会很大。我们不承担根据本报告日期之后发生的活动和环境来更新本报告的责任。

我们真诚地感谢能够有机会协助您完成这个项目,并且很高兴能够对研究结果的解释和应用提供进一步的帮助。

谨上,

A handwritten signature in black ink that reads "CSL International". The signature is written in a cursive, flowing style.

CSL International

执行摘要

1. [简介](#)
2. [当地市场状况](#)
3. [预计第三方活动利用率](#)
4. [财务分析](#)
5. [经济和财政影响](#)
6. [竞争球馆评估](#)



目录

这些章节标题是交互式的



执行摘要

执行摘要：研究概述与方法

项目主要目标



估计由于出现新增体育馆，费城大都会区对新增活动和观众利用率的需求



评估相关新增活动的年度财务表现以及对费城市政府、学区和宾夕法尼亚联邦的直接经济和税收收入影响。



评估费城大都会区支持两个大联盟球馆的潜力

研究方法

市场调查：用于分析新球馆的市场潜力，以评估其表现



历史活动
分析



当地市场
状况



竞争设施
分析



多球馆市
场评估

评估和建议：为影响建模提供球馆表现的基准



预计活动与观众利用率

财务和影响建模：提供对财务、经济和税收收入影响的评估



财务分析



经济和财政影响

执行摘要：市场概况

当地市场状况（费城 CBSA）

费城大都会区/市场被定义为费城-卡姆登-威尔明顿, 宾夕法尼亚州 (PA) - 新泽西州 (NJ) - 特拉华州 (DE) - 马里兰州 (MD) CBSA (“费城 CBSA”)。CBSA 是一个由美国管理和预算办公室 (U.S. Office of Management and Budget) 规定的美国地理区域, 基于至少有 10,000 人的城市中心和通过通勤与城市中心建立社会经济联系的邻近地区。费城 CBSA 包括费城和许多县郡, 包括费城 (PA)、特拉华 (PA)、切斯特 (PA)、蒙哥马利 (PA)、巴克斯 (PA)、伯灵顿 (NJ)、卡姆登 (NJ)、格洛斯特 (NJ)、塞勒姆 (NJ)、纽卡斯尔 (DE) 和塞西尔 (MD)。



CBSA 人口众多

按照人口数量而言, 费城 CBSA 是美国的第八大市场 (并且包括美国第六大城市)。在拥有多个球馆的美国 CBSA 中, 费城将成为人口第五大城市 (共 9 个城市)。



高于企业基数平均值

费城 CBSA 拥有近 5,500 家公司*, 在七个类似规模的 CBSA 中排名第三, 并且在 9 个多球馆 CBSA 中位居第四。



高收入和低收入居民占很大比例

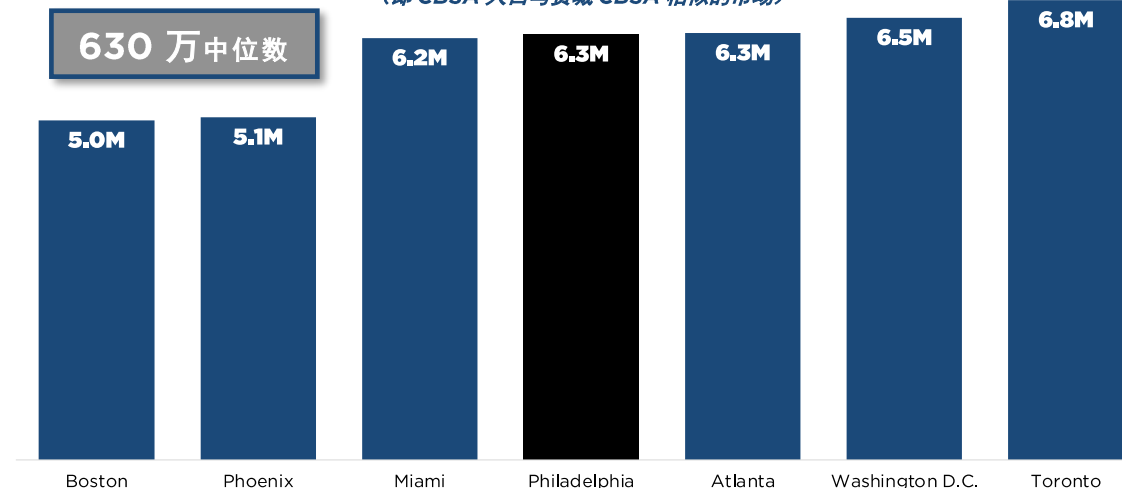
费城 CBSA 的高收入家庭 (超过 15 万美金) 比例比其他前 20 个 CBSA (按人口计算) 高 19%, 而在多球馆 CBSA 与其他类似规模的 CBSA 中经生活成本调整后的家庭收入中位数方面位居第三。在美国前 20 个 CBSA 中, 费城 CBSA 是第八大最贫困的地区, 而在美国前 20 大城市 (非 CBSA) 中, 费城的贫困率也位居榜首。

要点

预计球馆的大部分观众都来自费城 CBSA, 其拥有各种积极的市场指标, 包括强大的市场规模和高收入家庭基础, 使其成为支持多个专业领域的其他市场之一, 并且展示其吸纳新活动的潜力。CBSA 面临一些挑战, 包括低收入居民比例较高, 但总体人口统计数据在其他多球馆市场的范围内。

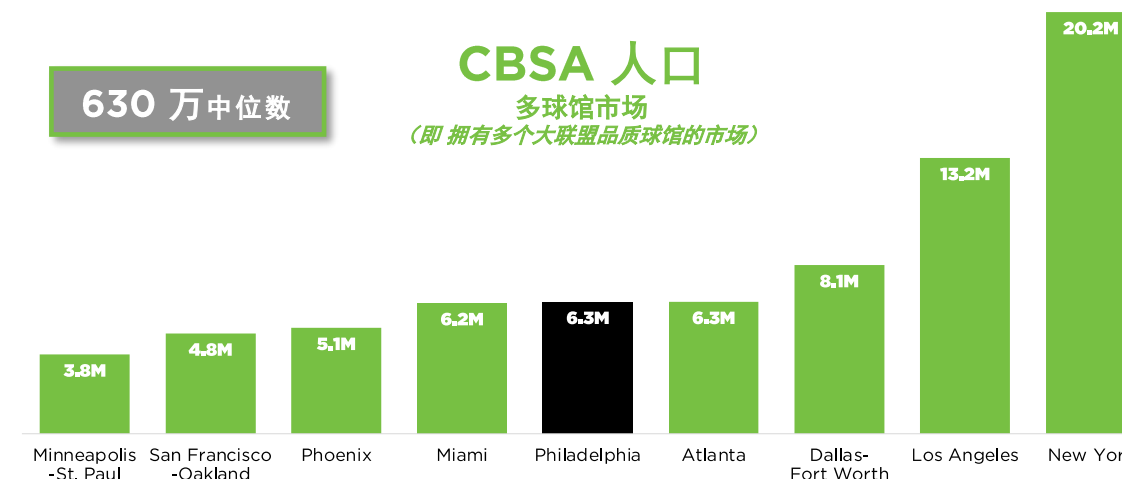
CBSA 人口

规模相似的市场
(即 CBSA 人口与费城 CBSA 相似的市场)



CBSA 人口

多球馆市场
(即拥有多个大联盟品质球馆的市场)



执行摘要：预计活动与观众利用率

估计新增活动方法



费城 CBSA 与拥有超过 2 个球馆的其他市场进行对比费城 CBSA 是 9 个拥有双球馆的市场之一，其市场人口和企业基数均接近中位数，表明有潜力安排更多球馆。



评估活动的市场渗透水平

对于 CBSA 人口而言，有关每位 CBSA 居民在每个球馆内可享的音乐会数量上，费城 CBSA 位居倒数第三（每场音乐会 13.1 万名居民），这表明音乐会利用率还有增长空间。在渗透水平排名前 8 位中，其他多球馆 CBSA 占据了 7 个席位（即人均举办更多的音乐会）。



评估同类球馆的第三方活动利用率在拥有多个球馆的市场中，每个球馆举办的音乐会平均数量为 48 场。平均而言，只有一个球馆的市场每年平均举办 40 场音乐会，而拥有两个球馆的市场每年平均举办 78 场音乐会。对于家庭节目而言，双球馆市场每年举办的活动数量比单球馆市场多 85%。这表明，市场上额外的球馆可以增加整体活动总量。



活动推广方的直接投入

作为分析的一部分，CSL 收到了来自推广方关于费城市场实力以及市场吸纳新活动能力的反馈。总体而言，推广方对费城大都会区支持增建一个球馆并举办更多活动（如音乐会、家庭节目和其他体育赛事）的能力持乐观态度。

为市场推出新活动

根据左侧突出显示的综合分析，下图显示了由于建设新球馆，费城 CBSA 每年预计增加的售票活动数量，这将补充目前 Wells Fargo Center 现有的约 100 场第三方活动



35 场音乐会

约 463,000 名观众



15 场家庭节目

约 118,000 名观众



3 场其他体育赛事

约 32,000 名观众

要点

CSL 估计，随着第二个大联盟球场的出现，费城 CBSA 可以每年举办 53 场新增的售票活动并吸引约 613,000 名观众（不包括非门票或私人活动）

执行摘要：经济和财政影响

根据新球馆新增活动的财务运营情况，CSL 评估了 对费城市政府、学区和宾夕法尼亚联邦所带来的“净增”经济和财政（即税收收入）影响。

针对置换（原本会花掉的资金）和流出（离开被衡量经济体的资金），“净增”影响会调整与这些新增活动相关的直接支出总额。

经济影响通过以下措施体现出来：

- **直接支出：**由于球馆的建设和运营而花费且与球馆内的新增活动和支出直接相关的净增支出总额。
- **工作机会：**直接支出创造的全职当量 (FTE) 就业岗位（注：FTE 假设每周工作 40 小时）。
- **个人收入：**因创造的 FTE 工作岗位而获得的个人收入。

注：经济影响仅反映直接影响，不包括间接或诱导支出。

要点

在建设和为期 30 年的运营过程中，预计拟建球馆的建设和新增活动将为费城产生 19 亿美元的现值净增直接支出并创造出 710 个工作岗位，并为费城市政府、学区和宾夕法尼亚联邦创造出 3.90 亿美元的综合净新税收收入。

ECONOMIC IMPACT SUMMARY		
	City	Commonwealth
Construction Impacts (3 Years)		
Direct Spending	\$303.8M	\$615.6M
Jobs (FTE)	260	520
Personal Earnings	\$67.1M	\$136.0M
Annual Impacts (2032)		
Direct Spending	\$107.5M	\$131.6M
Jobs (FTE)	450	550
Personal Earnings	\$34.9M	\$42.7M
Construction + 30-Year Impacts (Present Value 2025\$)		
Direct Spending	\$1.90B	\$2.51B
Jobs (FTE)	710	1,070
Personal Earnings	\$593M	\$767M

Note: Economic impacts are not additive across City and Commonwealth.

注：现值假设 5% 的折扣率。

FISCAL IMPACT SUMMARY			
	City	School District	Commonwealth
Construction Impacts (3 Years)			
Sales Tax	\$16.0M	--	\$48.0M
Wage Tax	\$17.5M	--	\$14.7M
Total	\$33.5M	--	\$62.7M
Annual Impacts (2032)			
Sales Tax	\$1.9M	--	\$5.6M
Wage Tax	\$0.5M	--	\$0.4M
Amusement Tax	\$3.9M	--	--
Business Tax	\$2.9M	--	--
Parking Tax	\$0.4M	--	--
Beverage Tax	\$0.04M	--	--
Liquor Tax	--	\$1.0M	--
PILOT	\$2.2M	\$2.8M	--
Use & Occupancy Tax	--	\$0.5M	--
Total	\$11.9M	\$4.3M	\$6.0M
Construction + 30-Year Impacts (Present Value 2025\$)			
Sales Tax	\$41.7M	--	\$123.3M
Wage Tax	\$20.5M	--	\$17.4M
Amusement Tax	\$61.2M	--	--
Business Tax	\$42.2M	--	--
Parking Tax	\$7.0M	--	--
Beverage Tax	\$0.4M	--	--
Liquor Tax	--	\$15.3M	--
PILOT	\$24.1M	\$30.7M	--
Use & Occupancy Tax	--	\$5.8M	--
Total	\$197.0M	\$51.8M	\$140.7M

3.90 亿美元
PV 税收总额

执行摘要：经济和财政影响 - 情景分析

右侧图表显示的是敏感性分析，表明如果拟建球馆的第三方活动数量与 CSL 估计的数量（共计 53 场净增活动）不同时，会对费城市政府 32 年的经济和财政造成的影响。

展示的场景（与基准场景相比）包括：

- 增加的音乐会（额外增加 12 场音乐会）
- CSL 主场场景：（包括所有估计的新增活动）
- 削减的音乐会：（减少 8 场音乐会）
- 其他削减的音乐会：（减少 19 场音乐会）
- 削减的音乐会和家庭节目：（减少 19 场音乐会和 8 场家庭节目）
- 大量削减（减少 23 场音乐会和 12 场家庭节目）

如图所示，在增加音乐会的情况下，影响力上升约 17%，而在大量削减的情况下，影响力下降约 39%。

值得注意的是，在所有情况下，球馆都会产生净增收入。

THIRD-PARTY EVENT SCENARIO ANALYSIS Impact to City of Philadelphia						
Scenario	Increased Concerts	Base CSL Scenario	Reduced Concerts	Additional Reduced Concerts	Reduced Concert & Family Shows	High Reduction
<i>Annual Third-Party Events</i>	65	53	45	34	26	18
Construction + 30-Year Impacts (Present Value)						
Direct Spending	\$2.3B	\$1.9B	\$1.7B	\$1.3B	\$1.3B	\$1.1B
Total Jobs	810	710	640	550	530	490
Personal Earnings	\$709M	\$593M	\$513M	\$405M	\$386M	\$337M
% Difference from Base	+19%	--	-13%	-31%	-34%	-42%
Construction + 30-Year Impacts (Present Value)						
Sales Tax	\$50.4M	\$41.7M	\$35.6M	\$27.5M	\$26.1M	\$22.3M
Wage Tax	\$21.2M	\$20.5M	\$20.1M	\$19.5M	\$19.3M	\$19.0M
Amusement Tax	\$79.3M	\$61.2M	\$48.5M	\$31.6M	\$28.9M	\$21.3M
Business Tax	\$51.3M	\$42.2M	\$35.9M	\$27.4M	\$25.6M	\$21.5M
Parking Tax	\$9.0M	\$7.0M	\$5.6M	\$3.7M	\$3.4M	\$2.5M
Beverage Tax	\$0.5M	\$0.4M	\$0.3M	\$0.2M	\$0.2M	\$0.1M
Liquor Tax*	\$19.5M	\$15.3M	\$12.5M	\$8.6M	\$7.5M	\$5.4M
PILOT*	\$54.7M	\$54.7M	\$54.7M	\$54.7M	\$54.7M	\$54.7M
Use & Occupancy Tax*	\$5.8M	\$5.8M	\$5.8M	\$5.8M	\$5.8M	\$5.8M
Total	\$291.8M	\$248.8M	\$219.1M	\$179.1M	\$171.6M	\$152.6M
% Difference from Base	+17%	--	-12%	-28%	-31%	-39%

* Includes School District impacts.

执行摘要：竞争球馆评估

作为分析的一部分，CSL 评估了在 CBSA 内拥有多个球馆对各个主要球馆和球队绩效指标的影响，如下所示。

拥有多个大联盟品质球馆的市场

亚利桑那州菲尼克斯*

*注：包括 *Desert Diamond Arena*，这是一处大联盟品质的音乐会场馆

明尼阿波利斯-圣保罗， 明尼苏达州

纽约市，纽约州

加利福尼亚州旧金山*

*注：包括 *Oakland Arena*，这是一处大联盟品质的音乐会场馆

德克萨斯州达拉斯- 沃思堡*

*注：包括 *Dickies Arena*，这是一处大联盟品质的音乐会场馆

佐治亚州亚特兰大*

*注：包括 *Gas South Arena*，这是一处大联盟品质的音乐会场馆

迈阿密， 佛罗里达州

洛杉矶， 加利福尼亚州

评估影响的因素



大联盟观众人数

由于存在竞争，多球馆市场的大联盟球队对年度主场观众人数造成的负面影响不到 **3%**。



票价

在多球馆和单球馆市场中，两支球队的票价几乎相同 **(+1%)**。



音乐会利用率

在多球馆市场中，音乐会利用率略高 **(+8%)**，更有效地渗透到更大的市场群体中



包厢定价

包厢定价在多球馆市场中平均低 **12%**，因为多个球馆的存在提升了市场中包厢销售的竞争水平



冠名权价值

平均而言，多球馆市场中每个球馆的冠名权价值略高 **(+8%)**，因为这些市场拥有相当深厚和广泛的企业基数。具体来说，在费城，*Wells Fargo Center* 未来的冠名权收入不会在下次续约时实现最大化，但加上第二个体育馆，预计总冠名权收入将超过单个球馆的收入总和。

要点

根据这一证据以及 CSL 在球馆财务模型方面的行业经验，*Wells Fargo Center* 很可能受到负面影响，特别是在下次续约时包厢收入的产生（收入减少 15% 到 25%）和潜在冠名权收入最大化（价值减少 20% 到 30%）方面，以及因取消年度 *Sixers* 比赛而造成的一般损失，包括租金、特许经营权、停车费和门票收入（对这些球馆收入造成约 25% 到 35% 的负面影响）。然而，预计新球馆的出现并不会影响 *Wells Fargo Center* 的第三方活动利用率，或其剩余的 NHL 租户 (*Flyers*) 的观众人数和票价。虽然新球馆将加剧费城球馆市场的竞争，但 CSL 预计费城市场将能够支持两个球馆，而且两个球馆都将具备财务可行性。



简介

简介

费城 76 人队和费城飞人队 (NHL) 当前在位于南费城 South Philadelphia Sports Complex 的 Wells Fargo Center 参加主场比赛，该地点还包括 Lincoln Financial Field (NFL) 和 Citizens Bank Park (MLB)。最近，Sixers 公开表示考虑计划将自有球馆建在靠近唐人街并且属于当前时尚区（位于 Jefferson SEPTA 站上）的费城市中心。

虽然潜在的球馆计划要到 2031 年才开放，但该市及其代表（包括该市的公私经济发展公司 PIDC）一直在评估 Sixers 的提议。市政府和 PIDC 一直与 Sixers 进行积极讨论，以了解项目的几个组成部分，包括租赁条款、设计和城市规划、交通和停车、社区影响、财政影响以及其他与该市规划和发展相关的项目。Sixers 已经与市政府签订了自己的税收影响分析协议。

为了评估第二个球馆对该市可能产生的影响，PIDC 聘请了 CSL 负责开展市场和财务分析及影响评估。作为这一进程的一部分，正如右侧所述，CSL 分析了 Wells Fargo Center 的历史活动，确定了费城 CBSA 关键的人口和社会经济因素特征，并将其与其他规模相似的 CBSA 以及目前拥有多个大联盟球馆的其他 CBSA 进行了比较，分析了该市场中主要娱乐场馆的竞争格局和单一市场中多个竞争性场馆的影响。根据本次市场调查，CSL 评估了新球馆的新增活动数量和观众利用率，以此来指导运营和经济状况预设。利用这些评估结果，CSL 评估了对当地社区在财务、经济和税收收入方面的新增影响。

本报告概述了 CSL 的新球馆经济分析中的主要调查结果，并且应该完整阅读以了解这些调查结果的背景、方法和预设。

研究方法

市场调查：用于分析新球馆的市场潜力，以评估其表现



历史活动分析



当地市场状况



竞争设施分析



多球馆市场
评估

评估和建议：为影响建模提供球馆表现的基准



预计活动与观众利用率

财务和影响建模：提供对财务、经济和税收收入影响的评估



财务分析



经济和财政影响



当地市场状况

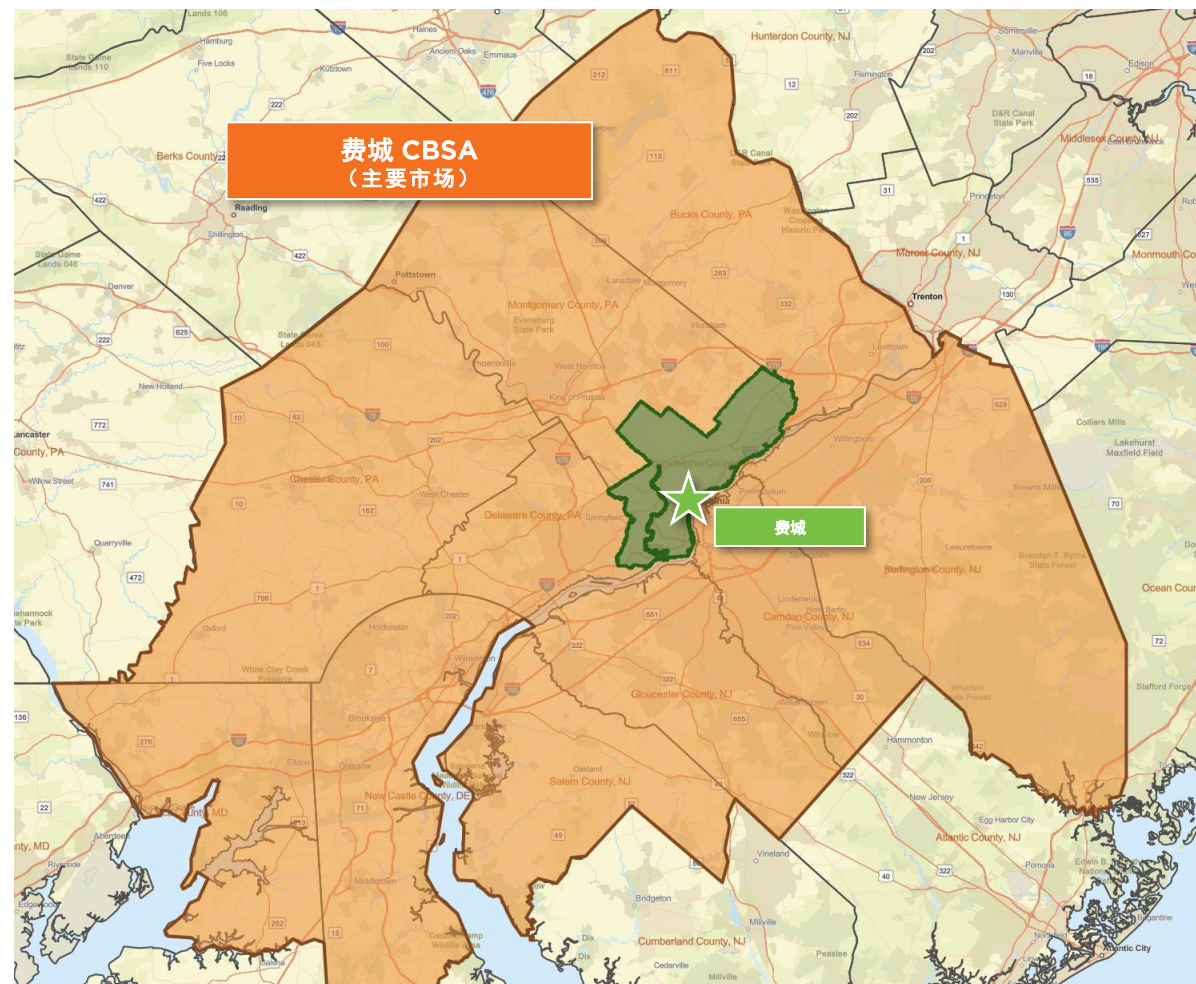
当地市场状况

市场支持新球馆举办其他活动的的能力部分取决于当地市场的人口和社会经济特征。

对 **Wells Fargo Center** 观众的历史邮政编码分析表明，**Wells Fargo Center** 有 **80%** 以上的观众来自大都会区，新球馆（以下简称“球馆”）开发项目的主要市场被定为费城-卡姆登-威尔明顿、**PA-NJ-DE-MD** 大都会统计区（以下简称“费城 CBSA”或“主要市场”）。CBSA 是一个由美国管理和预算办公室（U.S. Office of Management and Budget）规定的美国地理区域，基于至少有 10,000 人的城市中心和通过通勤与城市中心建立社会经济联系的邻近地区。费城 CBSA 包括费城和许多周边县，包括费城（PA）、特拉华（PA）、切斯特（PA）、蒙哥马利（PA）、巴克斯（PA）、伯灵顿（NJ）、卡姆登（NJ）、格洛斯特（NJ）、塞勒姆（NJ）、纽卡斯尔（DE）和塞西尔（MD）。

对比美国其他排名前列的 CBSA*，包括与费城规模相似的其他市场以及目前或计划支持多个大联盟品质球馆的市场，本节的其余部分将评估主要市场以及费城市的关键人口指标。

* 美国按人口排名前 20 位的 CBSA 包括：纽约（2,020 万）、洛杉矶（1,320 万）、芝加哥（960 万）、达拉斯-沃斯堡（810 万）、休斯顿（750 万）、华盛顿特区（650 万）、亚特兰大（630 万）、费城（630 万）、迈阿密（620 万）、菲尼克斯（510 万）、波士顿（500 万）、旧金山-奥克兰（480 万）、河滨市-圣贝纳迪诺-安大略（470 万）、底特律（440 万）、西雅图（410 万）、明尼阿波利斯-圣保罗（380 万）、坦帕（330 万）、圣地亚哥（330 万）、丹佛（310 万）和圣路易斯（280 万）。



注：使用 CBSA BasWFC 观众的历史邮政编码数据

费城 CBSA 市场特征

对比美国以及美国前 20 个 CBSA（按人口计算）的中位数（“前 20 中位数”），右侧的图表描述了费城 CBSA 的主要人口统计和社会经济变量。

市场规模

如图所示，费城 CBSA 拥有约 630 万居民，是美国第八大人口最多的大都市区，比前 20 中位数高出 25%。该市场比美国市场略老（年龄中位数 39.9 岁对比 39.1 岁），预计增长速度较慢（0.13% 对比 0.30%）。预计前 20 中位数的增长速度将比费城 CBSA 快 1.8 倍。

收入

在费城 CBSA 内，家庭收入中位数为 83,525 美元，比前 20 中位数高出 3%，比美国高出 15%。费城 CBSA 的贫困指数比前 20 中位数高出 9%（94 对比 86），高收入家庭（150,000 美元）的比例高出 10%，近四分之一的家庭处于这一收入水平，比整个美国高出 29%。

企业基数

企业对现场表演设施的支持包括购买门票和优选座位、团体出游、广告、赞助和冠名权，这些将成为新球馆成功的关键因素。如图所示，费城 CBSA 拥有约 5,500 家企业，比前 20 中位数（4,601 家）高出 19%。

种族与族裔

费城 CBSA 的多元化程度比美国整体低约 7%，比前 20 中位数低 15%。然而，黑人人口数量明显更多，比前 20 中位数高出 73%。

Demographic Variable	Philadelphia CBSA	Rank	Median of Top 20 U.S. CBSAs (By Population)	United States
Market Size & Residents				
2023 Population	6,292,945	8	5,017,305	337,470,185
Projected Population Growth Rate (2023-28)	0.13%	15	0.36%	0.30%
Median Age	39.9	14	38.2	39.1
Income & Socioeconomics				
Median Household Income	\$83,525	10	\$81,148	\$72,603
Total High Income Households (\$150K+)	607,537	8	515,861	24,876,284
% High Income Households (\$150K+)	24.8%	10	22.6%	19.2%
Poverty Index (to 100)	94	13	86	100
Poverty Rate	11.7%	13	10.7%	12.4%
Corporate Base				
Total Corporations*	5,462	7	4,601	1,980,299
Race & Ethnicity				
Diversity Index (out of 100)	67.0	16	78.6	72.1
White Population (%)	60%	7	48%	61%
Black Population (%)	21%	4	12%	12%
Hispanic Population (%)	11%	17	24%	19%

*企业基数包括行业内最有可能支持本地体育和娱乐行业的企业（例如不包括宗教、政府、教育和/或非营利实体）。这些企业还拥有 25 名或以上员工，并且年销售额超过五百万美元。

注：多元化指数是指两个人属于不同种族的概率的百分比，100 表示多元化程度最高。

资料来源：ESRI、Hoovers。

费城市场特征

对比美国以及美国前 20 大城市（按人口计算）的中位数（“前 20 大城市中位数”），右侧的图表描述了费城的主要人口统计和社会经济变量。

市场规模

如图所示，该市人口为 160 万，是美国第六大城市，比前 20 大城市中位数高出 59%。费城 CBSA 人口中约有 25% 居住在内市（而其他前 20 个市场的比例约为 32%）。预计该市的增长速度将比前 20 大城市中位数和美国分别慢 72% 和 58%。该市比美国整体人口更年轻（年龄中位数为 35.9 岁对比 39.1 岁），但高于前 20 大城市中位数（35.6 岁）。

收入

费城的家庭收入中位数（55,402 美元）远低于美国平均水平（72,603 美元，低 24%）和前 20 大城市中位数（70,967 美元，低 22%），贫困率高（比美国高 74%），而高收入家庭（150,000 美元）的比例较低，为 13.9%，比美国低 27%。与前 20 大城市相比，费城的家庭收入中位数最低，贫困率最高。

企业基数

该市的企业基数为 931 家，占大都市区企业基数的 17%，比前 20 大城市中位数低 23%。

种族与族裔

该市的多元化程度比整个美国高出 8%，黑人人口数量明显较高（2.1 倍）。与前 20 大城市中位数相比，该市的多元化程度略低（7%），黑人人口数量则是其他城市的 1.8 倍。

* 美国按人口排名前 20 位的城市包括：纽约（870 万）、洛杉矶（390 万）、芝加哥（270 万）、休斯顿（240 万）、菲尼克斯（160 万）、费城（160 万）、圣安东尼奥（140 万）、圣地亚哥（140 万）、达拉斯（130 万）、圣何塞（100 万）、奥斯汀（100 万）、杰克逊维尔（100 万）、沃斯堡（100 万）、哥伦布（90 万）、夏洛特（90 万）、印第安纳波利斯（90 万）、旧金山（90 万）、西雅图（80 万）、丹佛（70 万）和俄克拉荷马城（70 万）。

Demographic Variable	City of Philadelphia		Median of Top 20 U.S. Cities (By Population)	United States
Market Size & Residents		Rank		
2023 Population	1,602,840	6	1,007,847	337,470,185
Projected Population Growth Rate (2023-28)	0.14%	15	0.35%	0.30%
Median Age	35.9	11	35.6	39.1
Income & Socioeconomics				
Median Household Income	\$55,402	20	\$70,967	\$72,603
Total High Income Households (\$150K+)	92,437	11	103,522	24,876,284
% High Income Households (\$150K+)	13.9%	15	20.0%	19.2%
Poverty Index (to 100)	174	20	113	100
Poverty Rate	21.6%	20	14.0%	12.4%
Corporate Base				
Total Corporations*	931	15	1,210	1,980,299
Race & Ethnicity				
Diversity Index (out of 100)	78.2	14	83.8	72.1
White Population (%)	35%	15	44%	61%
Black Population (%)	39%	1	14%	12%
Hispanic Population (%)	16%	16	31%	19%

*企业基数包括行业内最有可能支持本地体育和娱乐行业的企业（例如不包括宗教、政府、教育和/或非营利实体）。这些企业还拥有 25 名或以上员工，并且年销售额超过五百万美元。

注：多元化指数是指两个人属于不同种族的可能性的百分比，100 表示多元化程度最高。

资料来源：ESRI、Hoovers。

市场比较指标

作为将主要市场（费城 **CBSA**）与维系 **NBA** 品质球馆的其他市场进行比较的一种方式，**CSL** 开发了两个同类 **CBSA**。具有相似 **CBSA** 人口的市场，以及有两个或两个以上大联盟品质球馆竞争举办音乐会和活动的 **CBSA**。拥有相似人口的 **CBSA** 包括：多伦多、华盛顿特区、亚特兰大、迈阿密、菲尼克斯和波士顿。支持两个或两个以上大联盟品质球馆竞争举办活动的 **CBSA** 包括：纽约、洛杉矶、达拉斯-沃斯堡、亚特兰大、迈阿密、菲尼克斯、旧金山和明尼阿波利斯-圣保罗。本节其余内容将这些 **CBSA** 的主要人口统计数据和社会经济特征和费城 **CBSA** 进行了比较，以说明费城凭借新的市中心球馆吸纳新活动的市场潜力。

类似规模的 CBSA

亚特兰大
 波士顿
 迈阿密
 菲尼克斯
 多伦多
 华盛顿特区

多球馆 CBSA

亚特兰大
 达拉斯-沃思堡
 洛杉矶
 迈阿密
 明尼阿波利斯-圣保罗
 纽约
 菲尼克斯
 旧金山-奥克兰

市场比较指标 | 人口

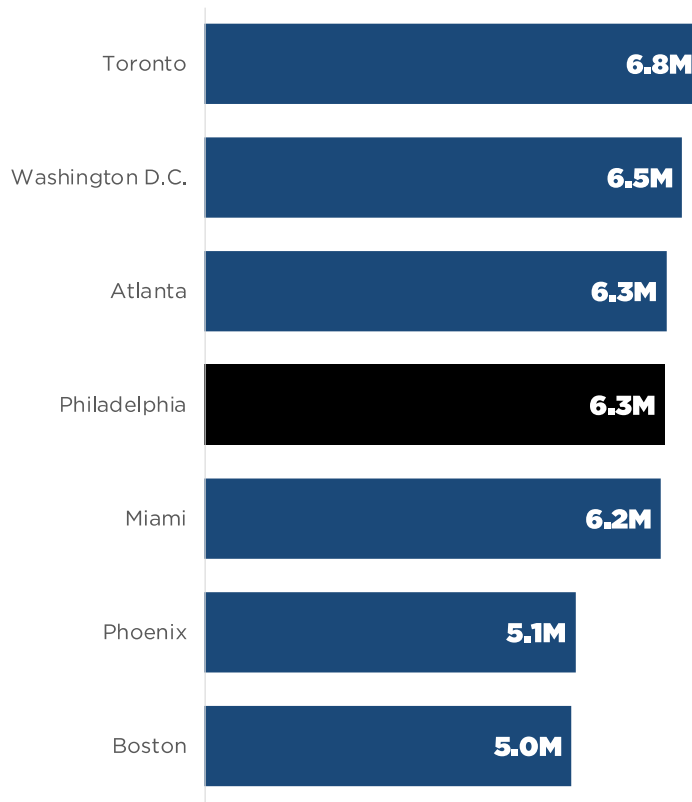
如图所示，在类似规模的 CBSA 中，费城 CBSA 是人口最大的第四大 CBSA，大约等于中位数（630 万）。

注：这里设定的人口是专门针对这种品质而选择的，因此费城有意接近中位数。

在支持多个球馆的 CBSA 中，费城 CBSA 在九个 CBSA 中排名第 5，也大约等于中位数（630 万）。费城在同类中稳居前列，这印证了以下结论：市场能够整合第二个球馆的活动影响力。

费城 CBSA 人口与其他人口众多的 CBSA 以及支持多个球馆的 CBSA 相当。

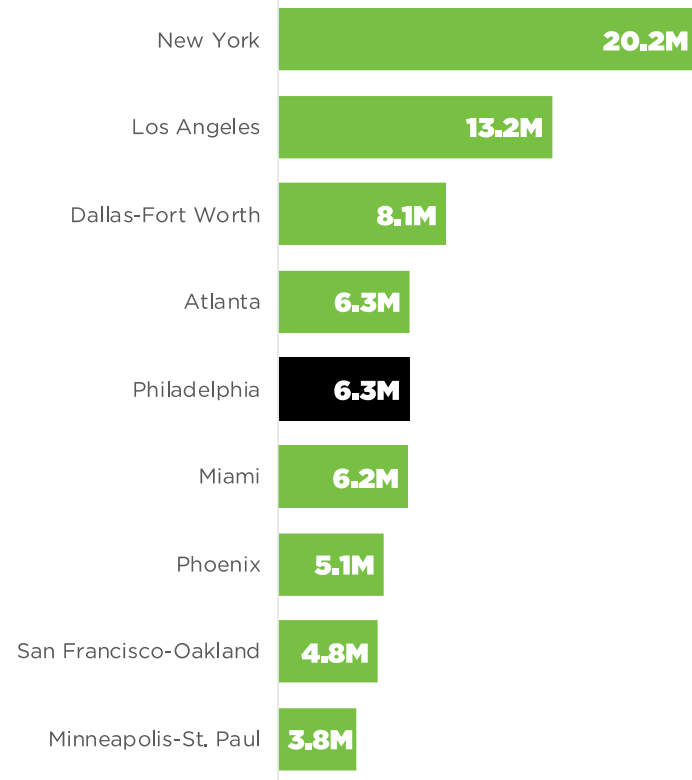
市场人口 规模相似的市场



6.3M
中位数

第 4 | +0%
PHL 排名 | 中位数

市场人口 多球馆市场



6.3M
中位数

第 5 | +0%
PHL 排名 | 中位数

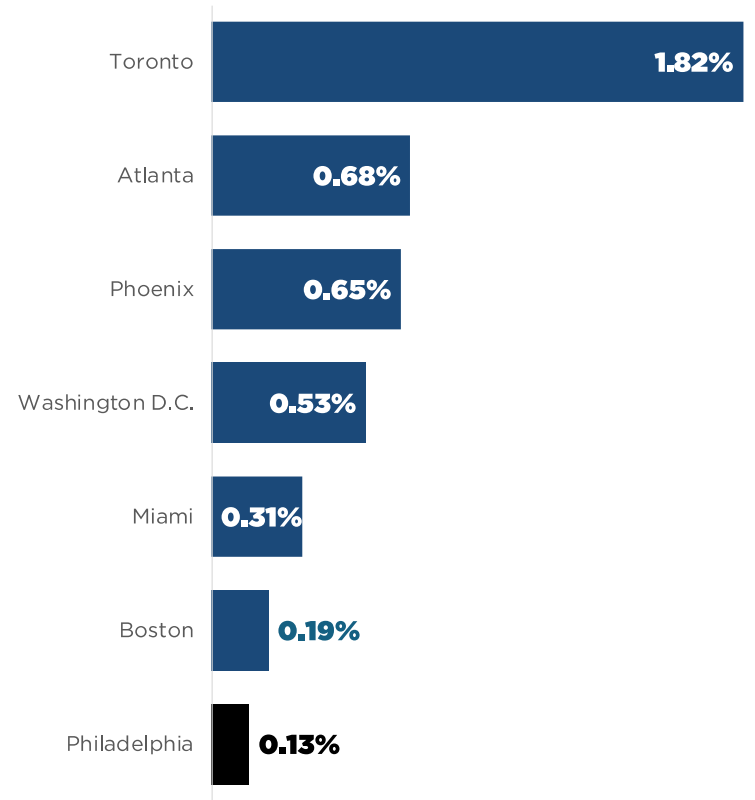
市场比较指标 | 人口增长

在类似规模的 CBSA 中，费城 CBSA 预计人口增长率排名最后，为 **0.13%**，比中位数 (**0.59%**) 低 **78%**。

在多球馆 CBSA 中，费城 CBSA 排名第 **7**，比中位数 (**0.41%**) 低 **68%**，仅高于预计人口呈负增长的纽约和洛杉矶。

预计费城 CBSA 的人口增长相对有限，但接近旧金山 CBSA (2 个球馆)，并且高于纽约 (4 个) 和洛杉矶 (4 个)。

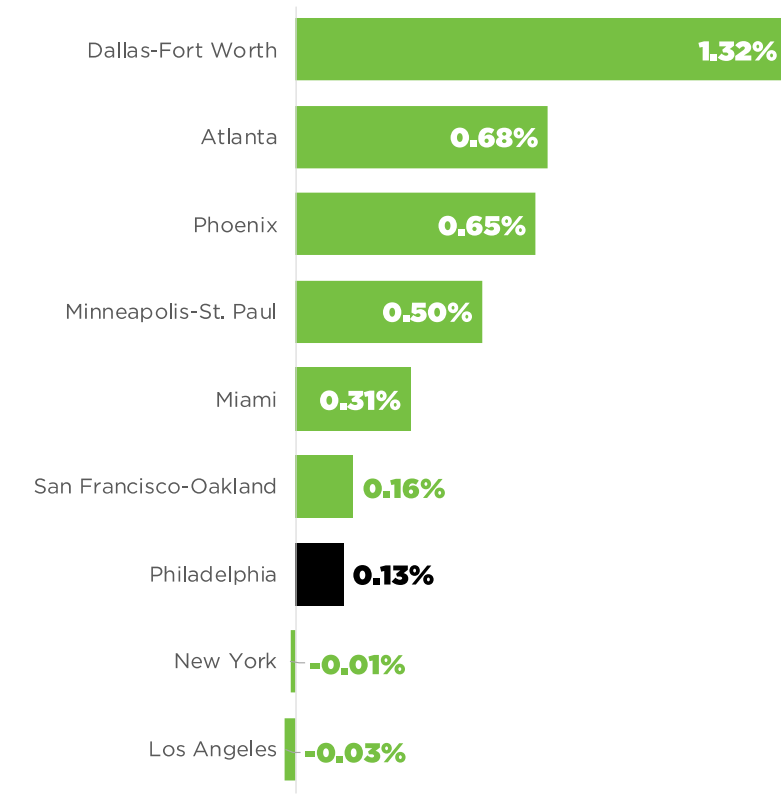
预计人口增长 (2023-2028) 规模相似的市场



0.59%
中位数

第 7 | -78%
PHL 排名 | 中位数

预计人口增长 (2023-2028) 多球馆市场



0.41%
中位数

第 7 | -68%
PHL 排名 | 中位数

资料来源: ESRI。注: 中位数不包括费城

市场比较指标 | 家庭收入

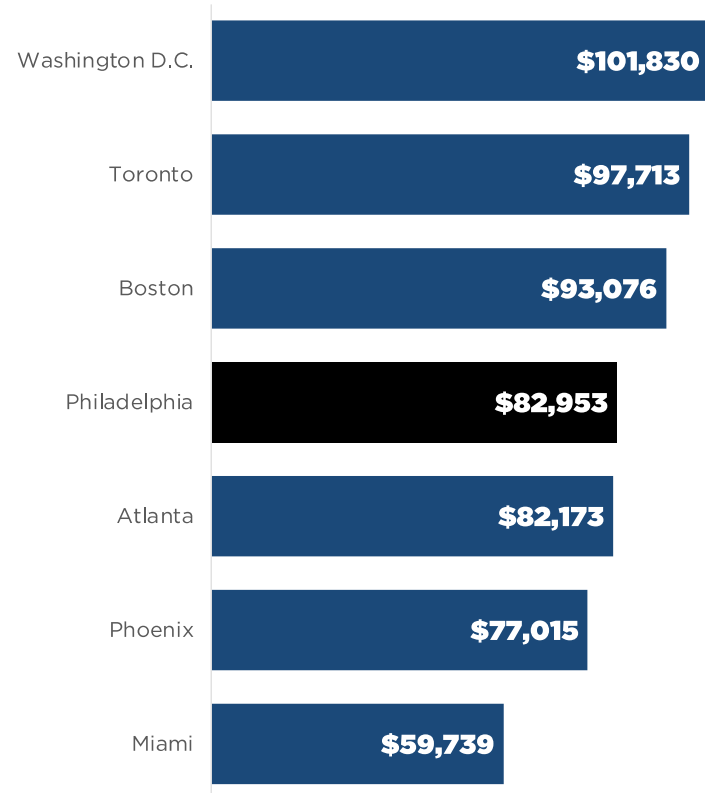
根据经济分析局 (BEA) 制定的区域价格平价估算, 右侧的图表显示了根据生活成本调整后的家庭收入中位数。

如图所示, 与规模类似的 CBSA 相比, 费城 CBSA 在家庭收入方面排名第 4, 仅比中位数 (87,624 美元) 低 5%。

在多球馆 CBSA 中, 费城 CBSA 排名第 3, 比中位数 (77,396 美元) 高出 7%。

费城 CBSA 调整后的家庭收入中位数在其他同类和多球馆 CBSA 中处于中等偏上水平。

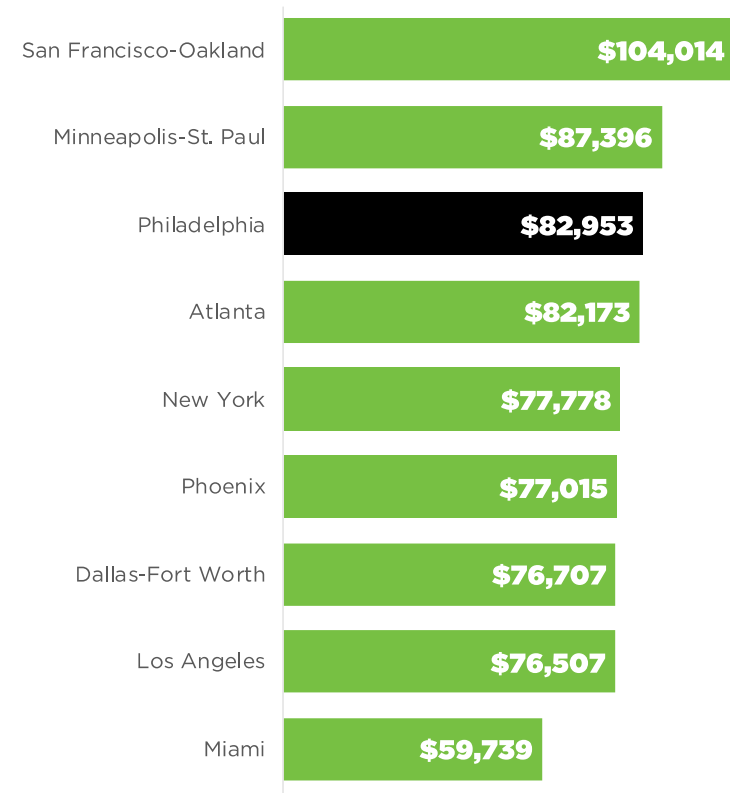
调整后家庭收入中位数 规模相似的市场



\$87,624
中位数

第 4 | -5%
PHL 排名 | 中位数

调整后家庭收入中位数 多球馆市场



\$77,396
中位数

第 3 | +7%
PHL 排名 | 中位数

资料来源: ESRI、BEA。多伦多的生活成本数据来源于 Numbeo。注: 多伦多调整后家庭收入中位数从加元转换为美元。中位数不包括费城

市场比较指标 | 贫困指数

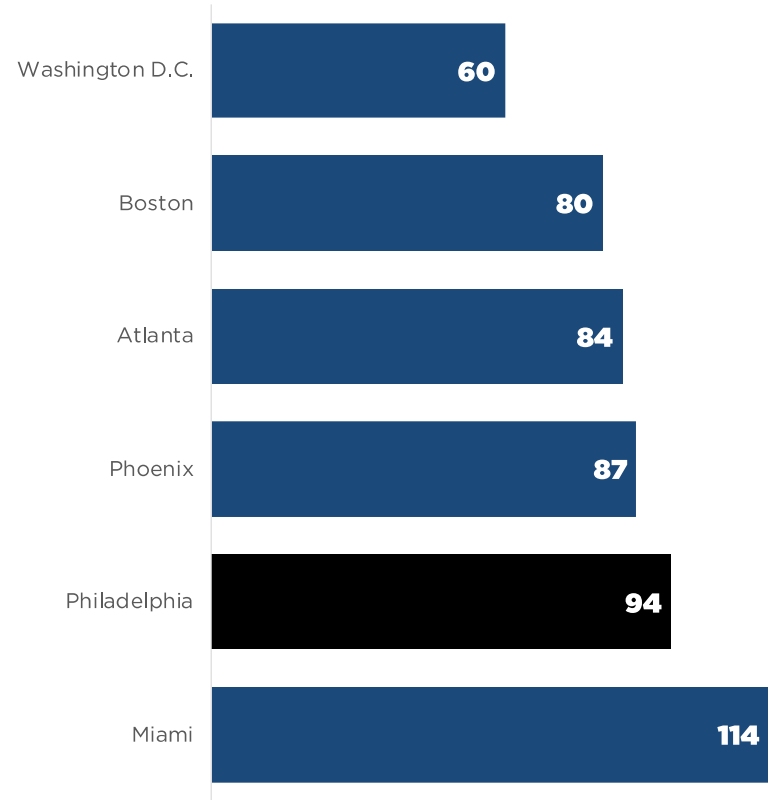
右侧的图表描述了每个 **CBSA** 的贫困指数。每个 **CBSA** 对标指数 **100**，即整个美国的平均贫困水平，因此当指数低于 **100** 时，就意味着贫困程度低于美国平均水平。贫困指数与实际贫困率成正比，用于简化比较过程。

如图所示，与规模类似的六个 **CBSA** 相比，费城 **CBSA** 在贫困指数方面排名第 **5**，比中位数 **(84)** 低 **12%**。

在多球馆 **CBSA** 中，费城 **CBSA** 排名第 **6**，比中位数 **(86)** 高出 **10%**。

费城 CBSA 的贫困率与其他人口众多且多球馆的 **CBSA** 相似，高出中位数 **10% 到 12%**。

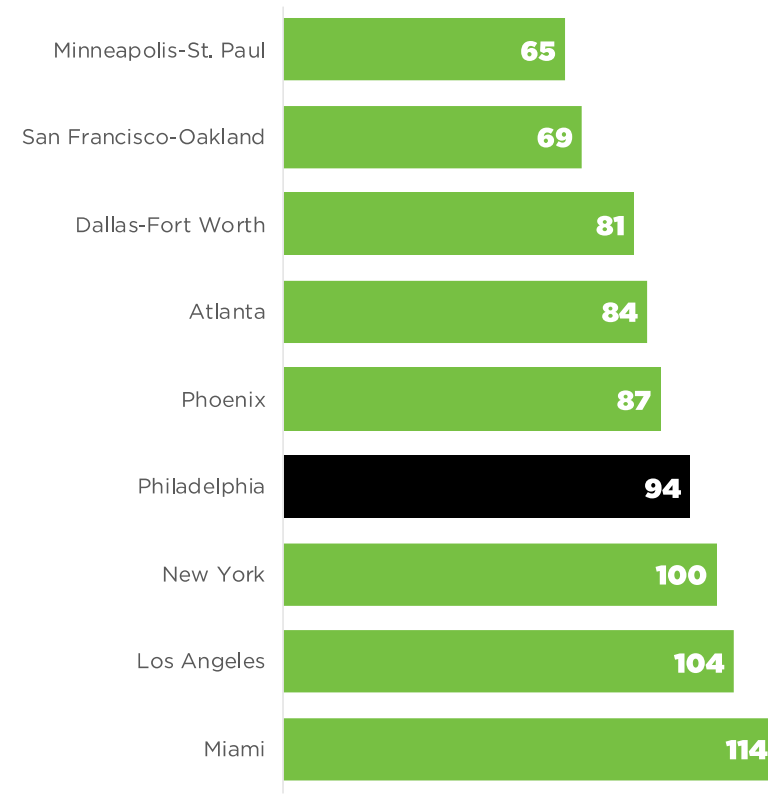
贫困指数 (以 100 为基准) 规模相似的市场



84
中位数

第 5 | +12%
PHL 排名 | 中位数

贫困指数 (以 100 为基准) 多球馆市场



86
中位数

第 6 | +10%
PHL 排名 | 中位数

资料来源: ESRI。注: 由于数据可用性, 多伦多被排除在外。中位数不包括费城

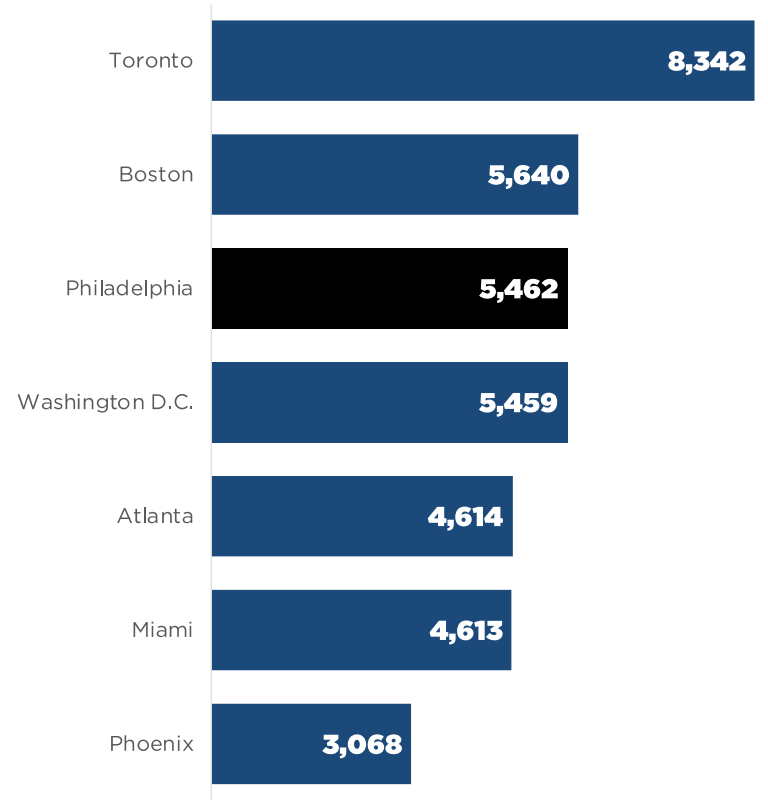
市场比较指标 | 公司基数

如图所示，在类似规模的 CBSA 中，费城 CBSA 是第三个企业基数最大的 CBSA，大约高出中位数 (5,037) 8%。

在支持多个球馆的 CBSA 中，费城 CBSA 在九个 CBSA 中排名第 4，高出中位数 (4,614) 18%。

费城 CBSA 与其他人口众多且多球馆的 CBSA 类似，拥有较高的企业基数。

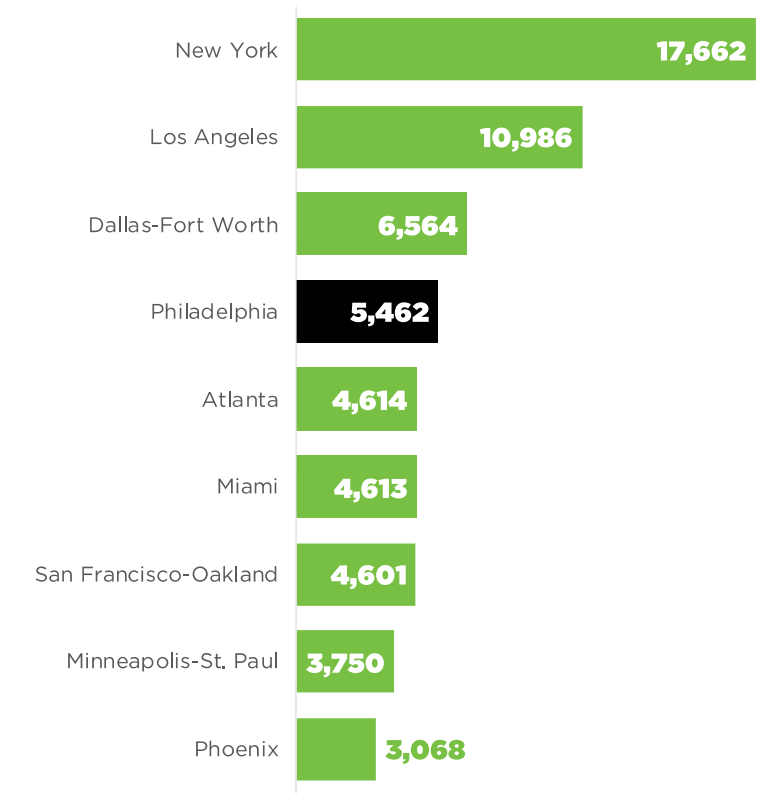
企业基数 规模相似的市场



5,037
中位数

第 3 | +8%
PHL 排名 | 中位数

企业基数 多球馆市场



4,614
中位数

第 4 | +18%
PHL 排名 | 中位数

注：企业基数包括行业内最有可能支持本地体育和娱乐行业的企业（例如不包括宗教、政府、教育和/或非营利实体）。这些企业还拥有 25 名或以上员工，并且年销售额超过五百万美元。中位数不包括费城资料来源：Hoovers。

要点

下图概括了主要市场的主要人口和社会经济状况。



人口众多的 CBSA

按照人口数量而言，费城 CBSA 是美国的第八大 CBSA（并且包括美国第六大城市）。在拥有多个球馆的 CBSA 中，费城位居第六（共 10 个）。



高于平均水平企业基数

费城 CBSA 拥有近 5,500 家公司*，在类似规模的 CBSA 中排名第三，并且在多球馆 CBSA 中位居第四。



高收入和低收入居民占很大比例

费城 CBSA 的高收入家庭（超过 15 万美元）比例比其他 20 个大都市地区高 19%，但是其贫困率位居第八。在全美所有前 20 大城市中，费城的贫困率最高。然而，对比多球馆 CBSA 和其他类似规模的 CBSA，费城 CBSA 的调整后家庭收入中位数位居第四。



市场坚挺多元化

费城 CBSA 的黑人居民比例明显高于美国和其他前 20 大美国大都市区。

市场排名

Variable	Philadelphia CBSA	Rank Among Similarly-Sized Markets (of 7)	Rank Among Multi-Arena Markets (of 9)
Market Population	6,292,945	4th	5th
Population Growth	0.13%	7th	7th
Adjusted Median Household Income	\$82,953	4th	3rd
Poverty Rate	94	5th*	6th
Corporate Base	5,462	3rd	4th



要点

费城 CBSA 拥有各种积极的市场指标，包括强大的人口规模和高收入家庭基础，使其成为支持多个专业球馆的其他 CBSA 之一，并且展示其吸纳新活动进入市场的能力。

* 由于不包括多伦多，贫困率的排名对象包含 6 位

竞争分析：概要

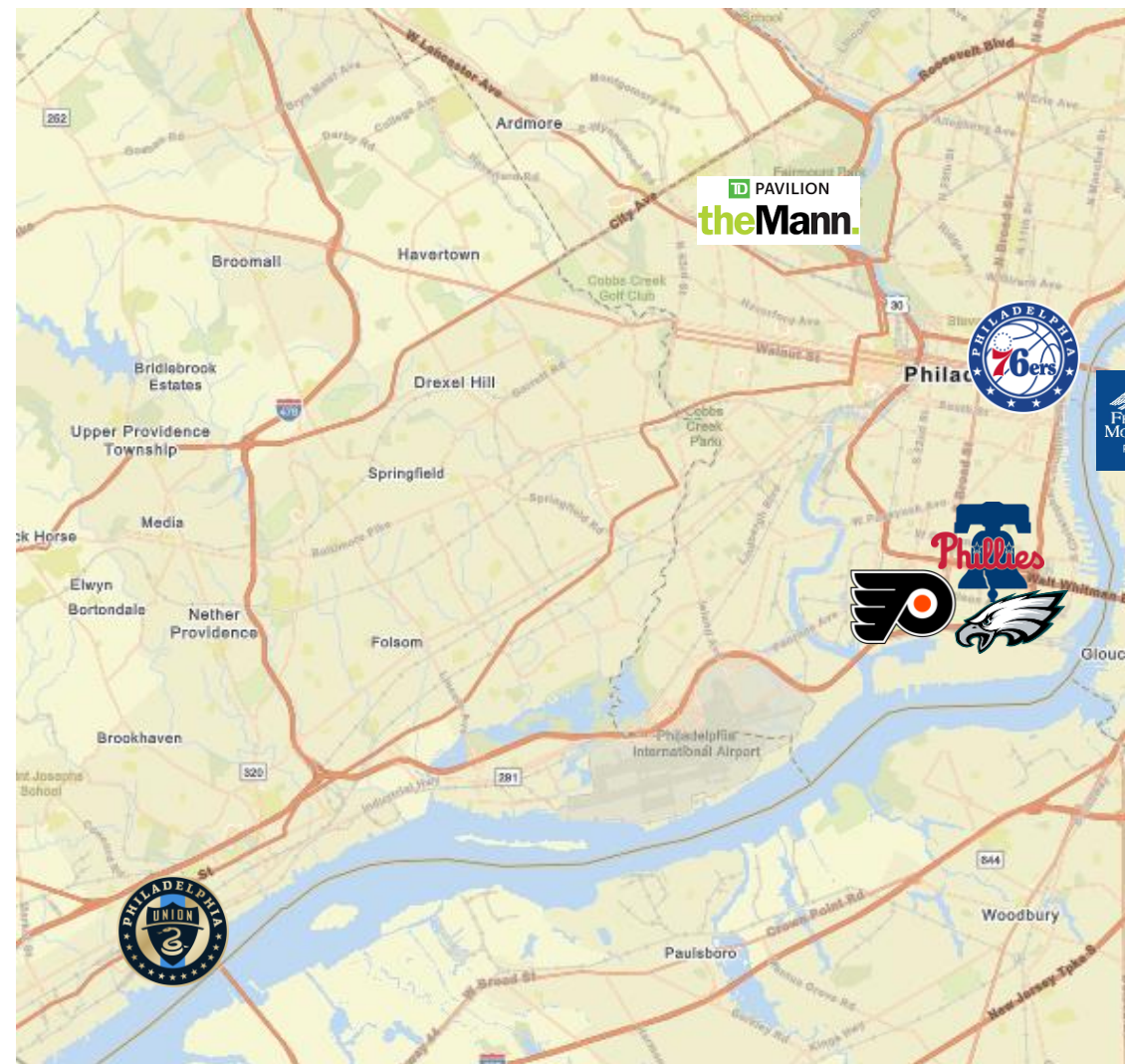
新球馆的长期可持续性和运营可能会在一定程度上受到当地和地区设施的影响，这些设施将会竞争市场中有限的活动、观众、可支配收入和企业资金。费城 **CBSA** 拥有各种不同规模和市场重点的体育和娱乐设施。当地市场的某些设施服务于共同的细分市场，并将与新球馆直接竞争举办相同的活动。下表总结了当地市场内的竞争设施。

Competitive Venue Summary						
Venue	Primary Tenant	Indoor / Outdoor	Capacity	Premium %	Third Party Events	Average Attendance
Lincoln Financial Field	Eagles (NFL)	Outdoor	68,532	16.6%	4	53,140
Citizens Bank Park	Phillies (MLB)	Outdoor	42,901	20.6%	4	37,921
Subaru Park	Union (MLS)	Outdoor	18,500	12.9%	1	--*
Wells Fargo Center	Flyers (NHL)	Indoor	20,318	17.9%	88	10,210
Freedom Mortgage Pavilion	--	Outdoor	25,000	1.0%	25	16,373
TD Pavilion at The Mann Center	--	Outdoor	14,000	0.0%	68	11,426
Average	--	--	31,542	11.5%	32	12,958

注：Project Glow Festival 的观众人数不对外公开，也不纳入平均观众人数中。

如图所示，费城市场包括四个主要专业体育场馆和支持音乐会类型活动的 **Freedom Mortgage Pavilion** 以及位于 **Mann Center for Performing Arts** 的 **TD Pavilion**。 **Wells Fargo Center** 是唯一类似且适合开展各个季节活动的室内场馆，所有其他场馆都根据季节性和规模满足其他细分需求。

本节的其余部分详细介绍了这些场馆的主要运营和活动细节。



WELLS FARGO CENTER: 历史活动分析

分析 **Wells Fargo Center** 目前的租户和第三方活动为新球馆举办活动的 ability 提供了重要背景信息。鉴于 **Wells Fargo Center** 将成为最有可能与新球馆一争高下的场馆，下表概述了在过去三个未受到新冠疫情影响的赛季中（18、19、22 财年）在 **Wells Fargo Arena** 举办的售票活动（采用了可用的数据）。

活动类型	2018 财年	2019 财年	2022 财年	平均值
费城 76 人队	44	40	46	43.3
费城飞人队	45	38	47	43.3
音乐会	49	40	37	41.3
家庭节目	32	27	37	32.0
其他体育活动	30	27	12	23.0
喜剧表演	4	0	2	2.0
总额	204	172	181	185
其他/非售票活动	41	74	N/A	58

资料来源：观众平均数量根据 Pollstar 计算得出；活动数量由 Comcast 提供。“N/A”表示报告发布时未获得活动数据。

如上所示，在过去三个未受新冠疫情影响的年份里，**Wells Fargo Center** 平均每年举办 185 场活动。约 48% 的活动为租户活动（24% 为费城 76 人队的主场比赛，24% 为费城飞人队的主场比赛）。音乐会占大型活动的 22%，而家庭节目、其他体育活动和喜剧表演则分别占 17%、12% 和 1%。此外，这三年来，该球馆平均举办了 58 场其他/非售票活动。这使得平均活动总数达到 243 个。

竞争分析：第三方利用情况概要

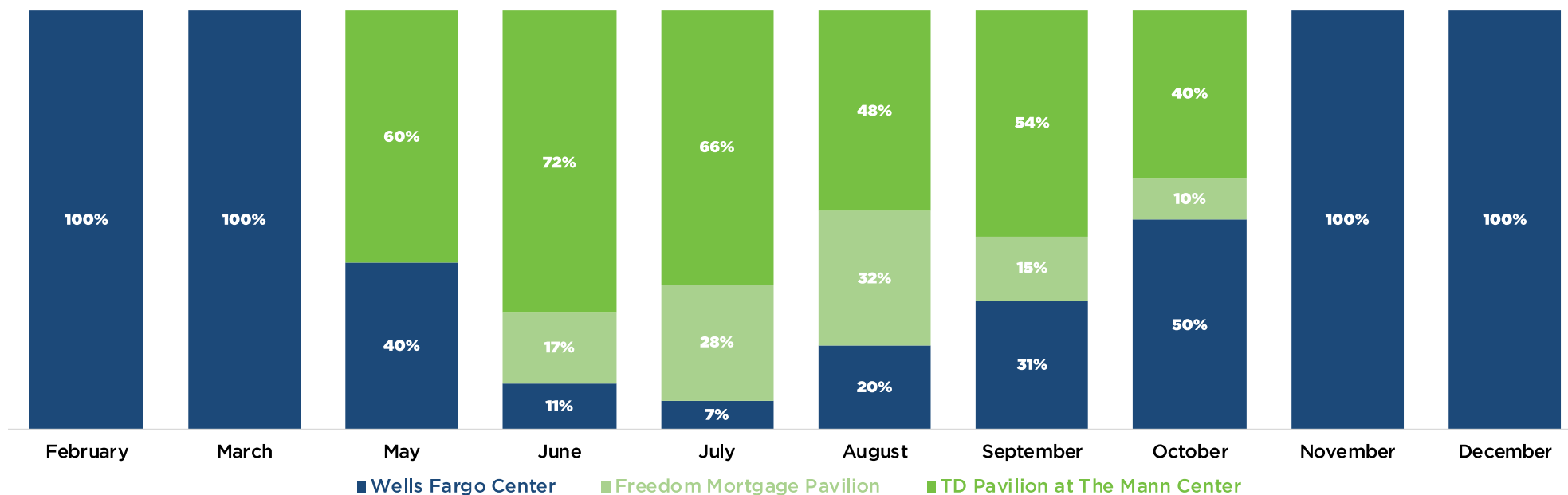
下图概述了 2022 年竞争场馆的第三方活动利用情况。如图所示，这些竞争场馆总共举办了 190 项活动，平均观众人数为 13,000。虽然 Wells Fargo Center, Freedom Mortgage 以及 The Mann Center 的 TD Pavilion 举办的活动大约有 10,000 和 16,000 名观众，但 Citizen's Bank Park 和 Lincoln Financial Field 平均举办的大型活动的观众人数更多，大约分别有 37,900 和 53,100 名观众。该地区的其他体育场馆（NFL、MLB 和 MLS）在 2022 年共举办了九 (9) 场音乐会，这表明在举办音乐会上，这些场馆与球馆和露天剧场场馆相比竞争力很小。

Third-Party Event Analysis						
Venue	Number of Events	Concerts	Family Shows	Other Sports	Comedy	Average Attendance
Lincoln Financial Field	4	4	0	0	0	53,140
Citizen's Bank Park	4	4	0	0	0	37,921
Subaru Park	1	1	0	0	0	--
Wells Fargo Center	88	37	37	12	2	10,210
Freedom Mortgage Pavilion	25	25	0	0	0	16,373
TD Pavilion at The Mann Center	68	67	1	0	0	11,426
Average	32	23	6	2	0	12,890
Total	190	138	38	12	2	—

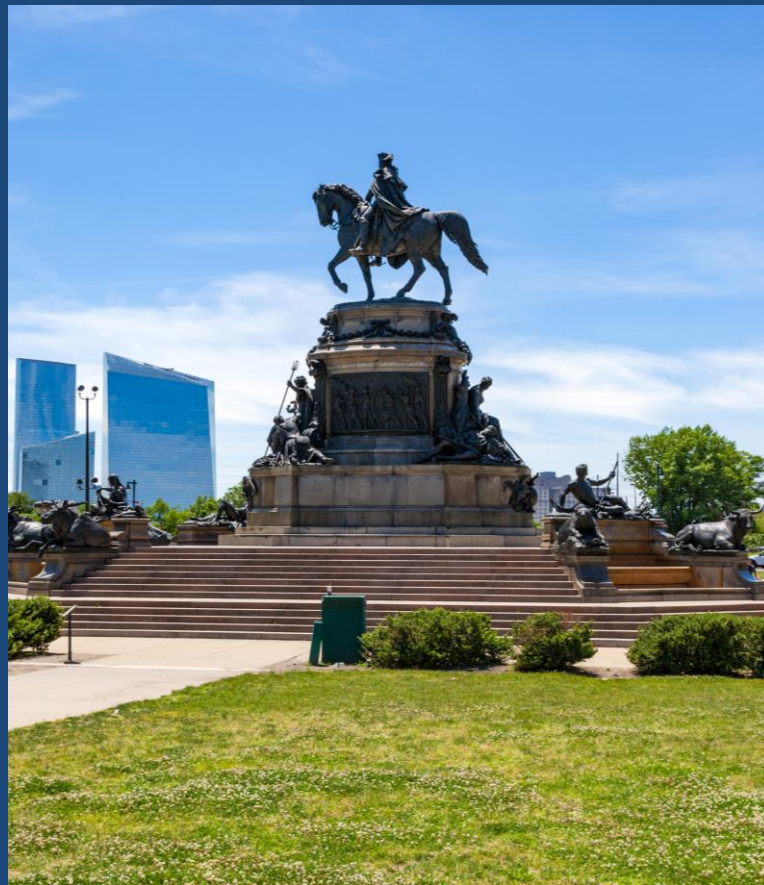
注：在 Subaru Park 参加 Project Glow Festival 的观众数量无法获得

竞争分析：季节性

球馆和露天剧场虽然在为相似规模的现场活动提供场地方面的能力相差无几，但两者之间存在的差异却使得它们无法相互直接竞争举办现场活动。第一个差异与为巡演提供支持的能力有关。球馆和露天剧场要求并允许针对舞台进行不同的索具配置。巡演通常会选择“露天剧场巡演”或“球馆巡演”，因为这些不同类型的场馆在音乐会设置和运营上通常会有很大差异。此外，露天剧场和球馆的市场季节性不同，露天剧场在夏季的利用率较高，而在冬季的利用率较低。下图按月列出了2023年Wells Fargo Center和当地露天剧场在音乐会市场份额方面的具体情况。如图所示，Wells Fargo Center全年举办音乐会，而露天剧场举办的所有活动均在5月至10月之间。露天剧场适合的季节正好是在夏季，主要集中在六月至八月。此外，在Wells Fargo Center演出较少的季节里，露天剧场的音乐会最为频繁。这表明，虽然露天剧场是音乐会市场的重要组成部分，但它们与球馆不同，因此并不与球馆直接竞争预约活动。



注：2023年1月或4月无任何活动数据。



预计第三方活动利用率

简介

本节的目的是估计拟建球馆可能为费城市场增加的潜在新增第三方活动利用率。本文中的估算基于对全国各地类似球馆的活动和观众人数的可比基准以及当地市场特征（包括费城市场内体育和娱乐活动的竞争格局）。

本节将按以下顺序介绍：



音乐会



家庭节目



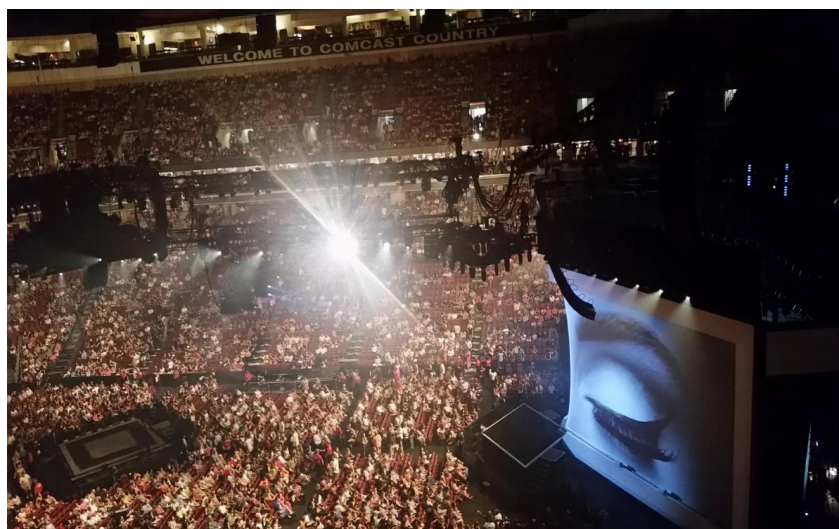
大学篮球赛



格斗运动



其他活动



音乐会：历史活动

右侧图表概述了 **Wells Fargo Center** 自 2018 年以来的历史音乐会利用率。如图所示，自 2018 年以来，由于受到新冠疫情的影响（不包括 2020 年和 2021 年），**Wells Fargo Center** 每年平均举办约 42 场音乐会（2018 年至 2023 年平均为 31 场）。这些音乐会平均观众人数约为 10,200 人。

在此期间，该球馆迎来了包括 **Childish Gambino**、**Harry Styles**、老鹰乐队在内的多位知名艺术家的表演。

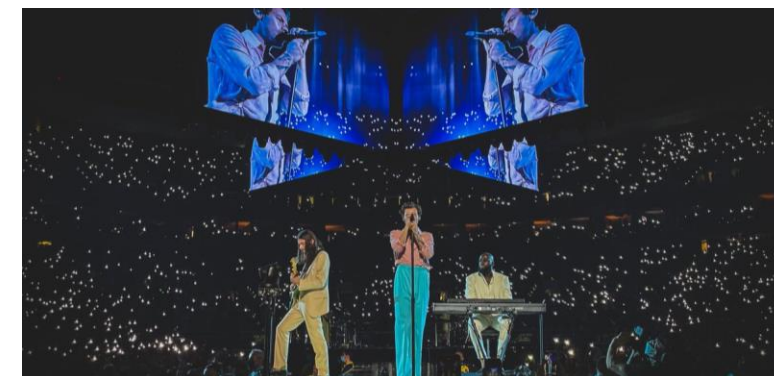
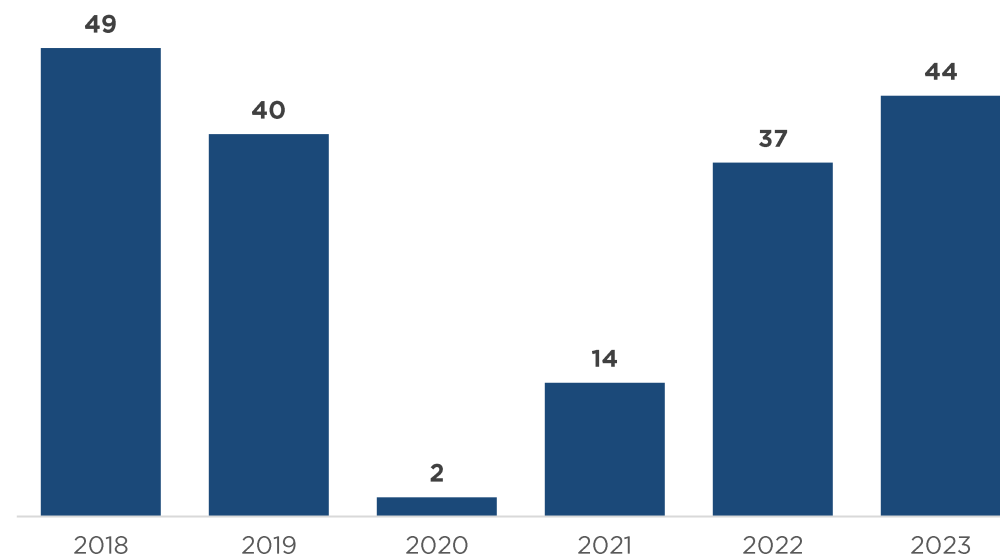
42

经疫情调整后的
平均音乐会场次

31

2018-2023 年
平均音乐会场次

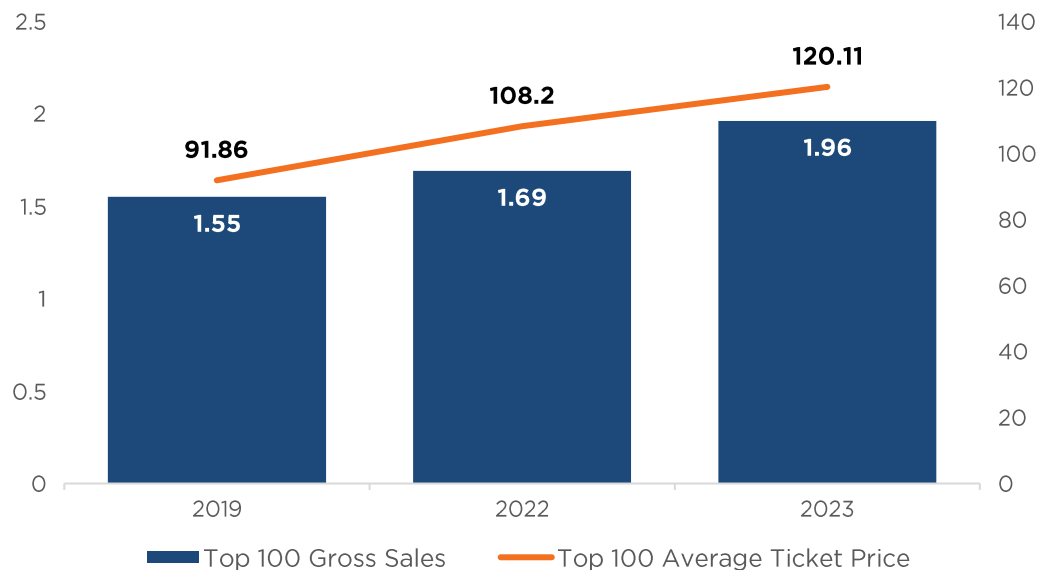
WELLS FARGO CENTER 自 2018 年以来的历史音乐会利用率



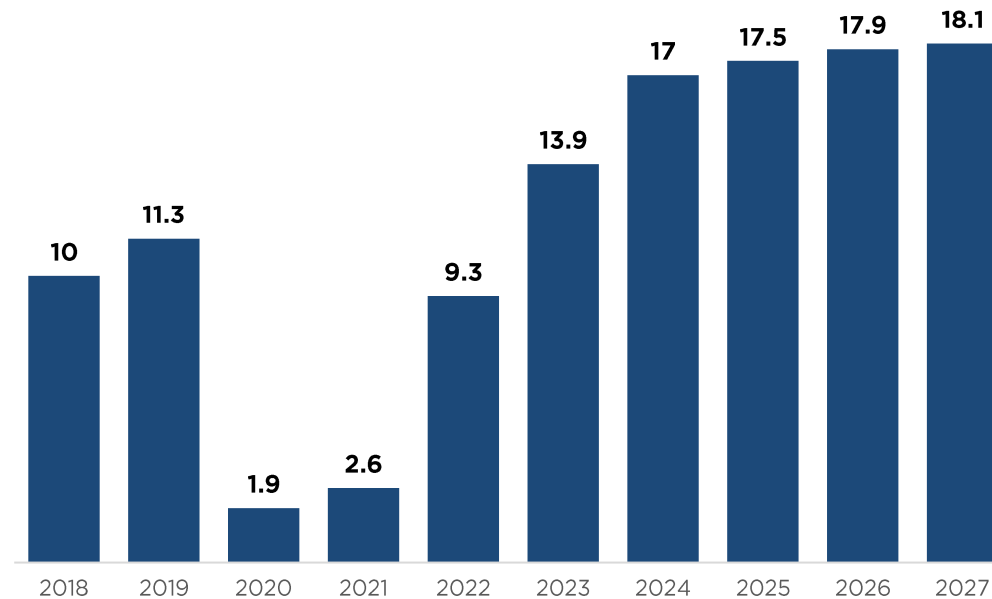
音乐会：行业概览

近年来，北美音乐会市场呈现强劲增长。例如，在 2008 年到 2022 年期间，美国最大的音乐会推广商之一 **Live Nation** 推广的音乐会数量年均增长率达到 **5%**。在新冠疫情爆发后，这一增长势头依然强劲。根据现场活动出版物 **Pollstar** 的数据，2022 年北美排名前 100 的巡演总销售额约为 **16.9 亿美元**，比 2019 年增长了约 **9%**。此外，他们的 2023 年中期报告估计，到当年年底，排名前 100 的北美巡演的总销售额将达到约 **19.6 亿美元**，增长幅度为 **16%**。这些总销售额是基于 2022 年票价较 2019 年上涨 **18%** 以及 2023 年票价较 2022 年上涨 **11%** 得出的。预计这一增长势头将持续下去，2018 年至 2027 年期间美国音乐活动门票总收入预计将实现 **6.1%** 的年均增长率。近年来，**Live Nation** 的观众人数和音乐会活动数量年均增长 **20%**。总的来说，音乐会行业经历了历史上最强劲的增长，并且在新冠疫情后强势复原。

平均票价和总销售额
排名前 100 的北美巡演



美国音乐盛会
门票收入

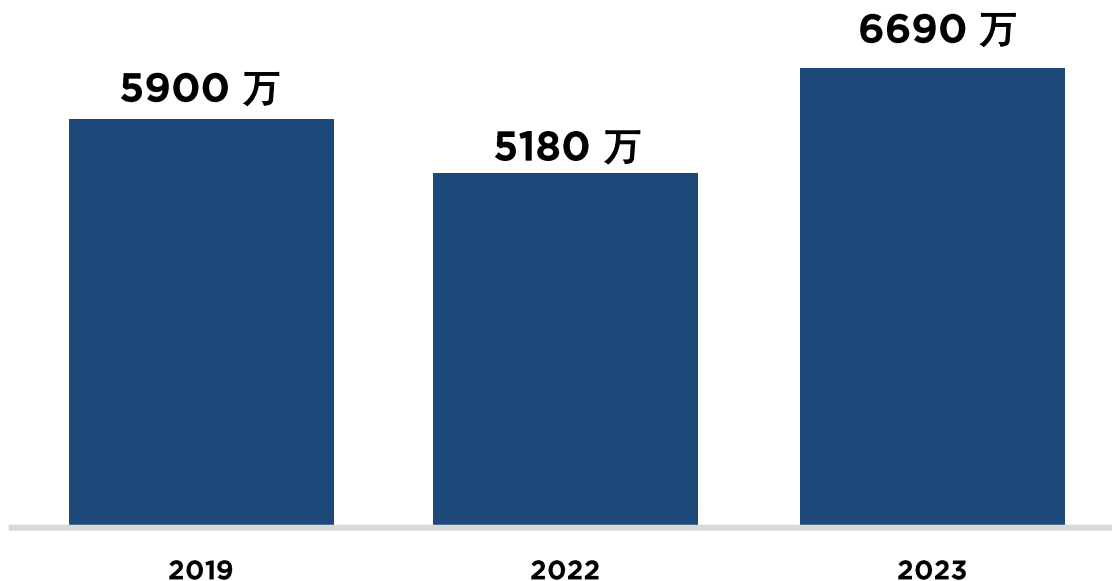


资料来源：Statista。

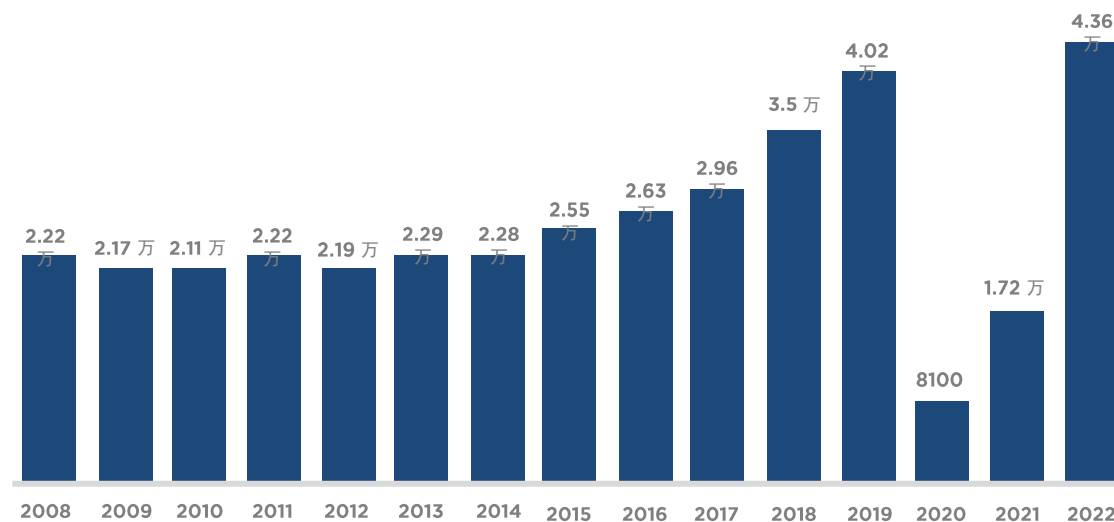
音乐会：市场增长情况

下面的图表就近年来音乐会市场的增长情况提供了更多数据。左下方的图表汇总了 2019 年、2022 年和 2023 年全球排名前 200 的场馆售出的门票数量。如图所示，2023 年的门票销售额为近年来最高（6,690 万），显示出新冠疫情后市场回暖。右侧的图表汇总了 Live Nation 每年推广的音乐会和音乐节的数量。Live Nation 是全球最大的现场娱乐公司之一，2023 年 CNBC 预计，该公司控制着约 70% 的票务和现场活动场馆市场，这实际上使其成为整个行业的合理代表。自 2008 年以来，Live nation 的推广活动数量每年增长 5%，与排名前 200 的场馆的门票销售额增长幅度相当。2008 年至 2014 年的活动数量保持稳定，但过去 9 年间年增长率达到 8%。总体而言，巡回音乐会有所增加是由于音乐行业迎来了变化，例如流媒体的出现和专辑销量的下降，这导致艺术家收入更多地依赖巡演。此外，由于成本增加给举办音乐会等高收入活动带来了更大压力，全国各地的体育和娱乐场地在预订音乐会方面变得更加积极。

门票销售（售票量）
全球前 200 大场馆



LIVE NATION 全球推广的音乐会和音乐节（活动数量）



音乐会：市场渗透水平

为了确定费城音乐会市场是否能够支持额外的球馆，考虑该市场的渗透水平（每个球馆在每场音乐会上能够容纳的居民数量）是很有帮助的。右侧图表概述了美国全部 38 个 NBA 和 NHL 市场的球馆-音乐会渗透水平。

如图所示，费城每个球馆的每场音乐会的渗透水平为 **131,054** 名居民。这一渗透水平比 NBA 和 NHL 市场平均渗透水平 **56,456** 人高出近 **132%**，表明费城的市场相对饱和度不足。拥有两个球馆的市场的平均渗透水平为 **38,055**，这表明即使费城拥有两个球馆，它也将是双球馆市场中饱和度最低的一个。

根据这一分析，考虑到拥有两个球馆的市场平均渗透水平和费城的人口，这意味着费城需要举办 **83** 场球馆音乐会，比目前平均 **42** 场增加 **41** 场。

类似规模的音乐会场馆（即 露天剧场、体育馆等）不纳入本次分析中，由于巡演一般都选择某一类型的场馆，例如球馆和露天剧场之间很少重叠。这在一定程度上是由于巡演的规模、日程和时间安排，以及不同类型场馆的演出需要不同的设置。

83

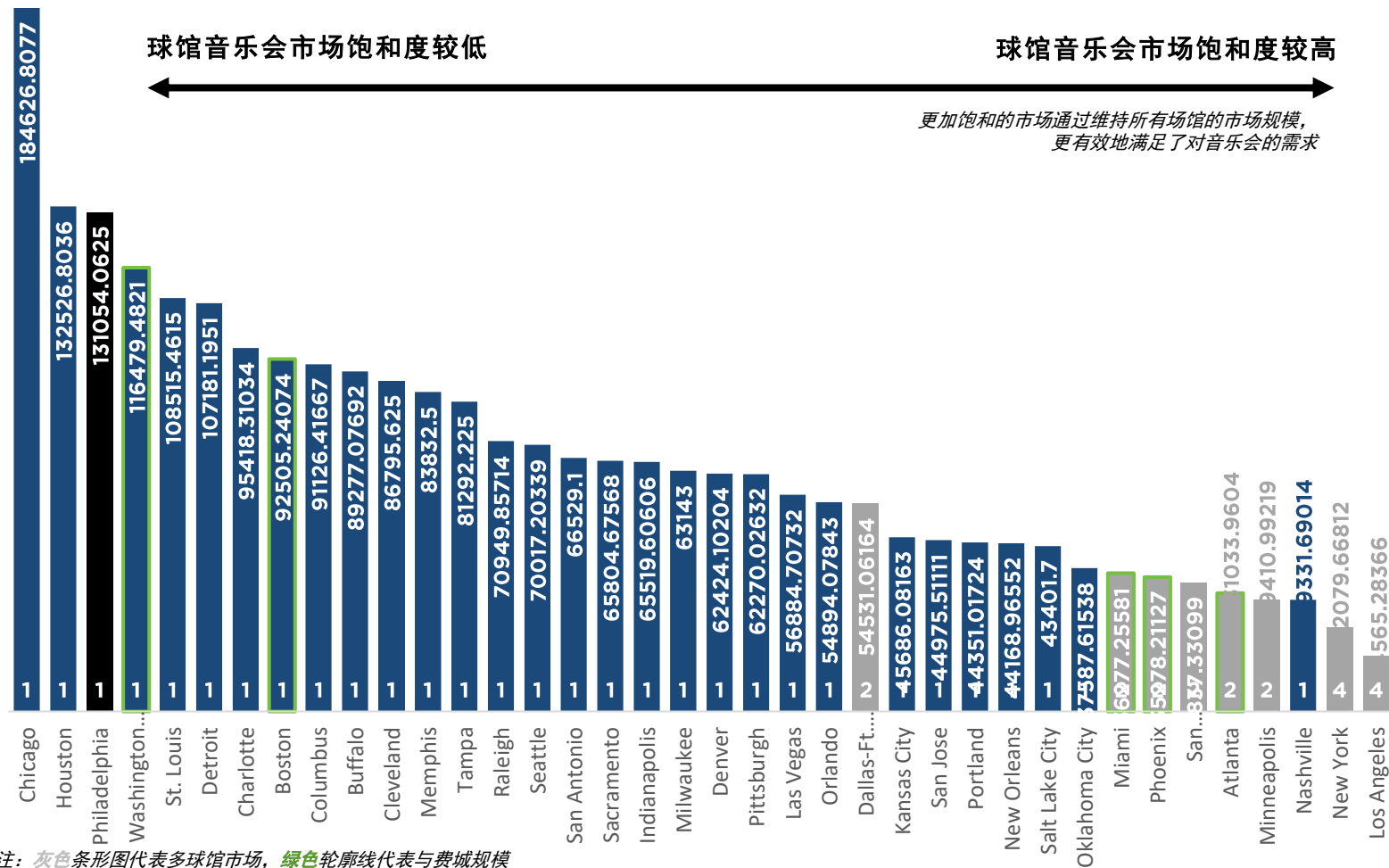
渗透水平计算球馆总
市场规模

41

渗透水平计算的新
球馆音乐会

渗透水平=人口/球馆音乐会/球馆

NBA 和 NHL 市场中每个球馆中每场音乐会的居民人数



注：灰色条形图代表多球馆市场，绿色轮廓线代表与费城规模相似的市场。平均值不包括费城。
资料来源：Pollstar, ESRI。

音乐会：露天剧场分析

虽然露天剧场并不与球馆直接竞争举办音乐会，但鉴于费城已经拥有一座大型且成功的露天剧场，研究其他拥有 **NBA** 和 **NHL** 球馆以及露天剧场的市场可能会有所帮助。右侧的图表概述了全球排名前 50 位的露天剧场是否位于 38 个国内 **NBA** 和 **NHL** 市场之一。

从中可以看出，在拥有 **NBA** 或 **NHL** 球馆的 38 个国内市场，其中 23 个 (61%) 拥有全球排名前 50 的露天剧场。如图所示，其中包括每一个拥有多个球馆的市场（除明尼阿波利斯外）。

最终，基于此分析以及之前对露天剧场季节性的评估，主要市场中表现喜人的露天剧场的存在不会对室内大联盟球场的音乐会业务产生重大影响。

61%

美国 拥有排名前 50 的露天剧场的 NBA/NHL 市场所占百分比

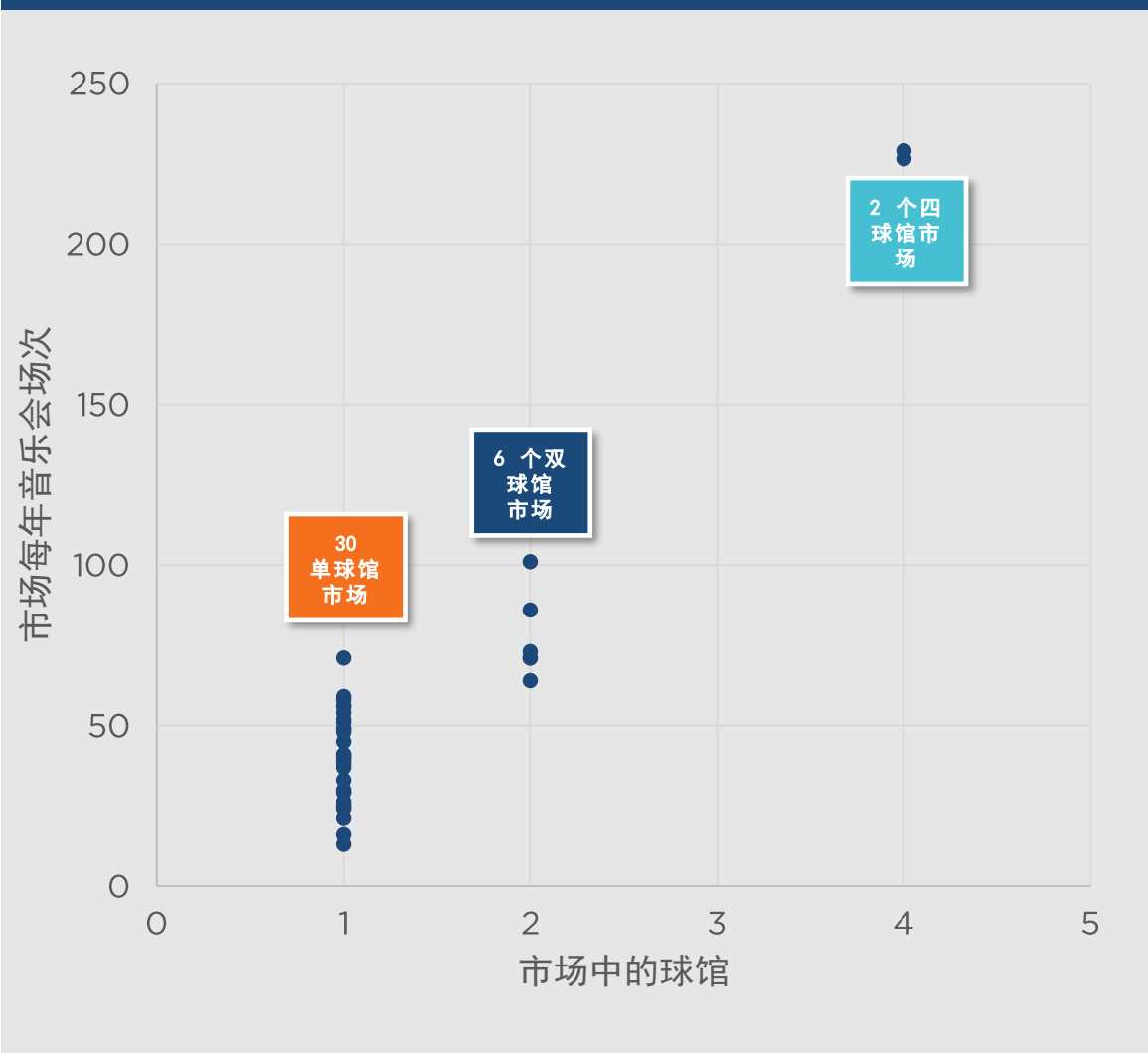
88%

拥有排名前 50 的露天剧场的多球馆市场所占百分比

饱和度等级	市场	球馆数量	拥有排名前 50 的露天剧场
1	洛杉矶	4	是
2	纽约	4	是
3	纳什维尔	1	否
4	明尼阿波利斯	2	否
5	亚特兰大	2	是
6	旧金山-奥克兰	2	是
7	菲尼克斯	2	是
8	迈阿密	2	是
9	俄克拉荷马城	1	否
10	盐湖城	1	是
11	新奥尔良	1	否
12	波特兰	1	是
13	圣荷西	1	是
14	堪萨斯城	1	否
15	达拉斯-沃斯堡	2	是
16	奥兰多	1	否
17	拉斯维加斯	1	否
18	匹兹堡	1	否
19	丹佛	1	是
20	密尔沃基	1	是
21	印第安纳波利斯	1	是
22	萨克拉门托	1	否
23	圣安东尼奥	1	否
24	西雅图	1	否
25	纳罗利	1	是
26	坦帕	1	是
27	孟菲斯	1	否
28	克利夫兰	1	否
29	布法罗	1	否
30	哥伦布	1	否
31	波士顿	1	是
32	夏洛特	1	是
33	底特律	1	是
34	圣路易斯	1	是
35	华盛顿特区	1	是
36	费城	1	是
37	休斯顿	1	是
38	芝加哥	1	是

音乐会：球场基准

市场中的球场对比球场音乐会总数



注：平均值不包括费城
资料来源：Pollstar

左侧图表概述了所有 **38** 个美国 **NBA** 和 **NHL** 市场上的市场球馆总数与该市场的球馆音乐会数量。如图所示，单一球馆市场平均举办约 **39.5** 场球馆音乐会，而双球馆市场平均举办 **77.7** 场球馆音乐会（每个球馆 **38.9** 场）（高出 **95%**）。虽然对于 **NBA** 或 **NHL** 而言，不存在拥有三个球馆的市场，但拥有四个球馆的市场平均举办 **227.8** 场音乐会（**56.95** 场/球馆）（比双球馆市场高出 **193%**）。

39.5
单球馆市场音乐会
平均场次

77.7
双球馆市场音乐会
平均场次

227.8
四球馆市场音乐会
平均场次

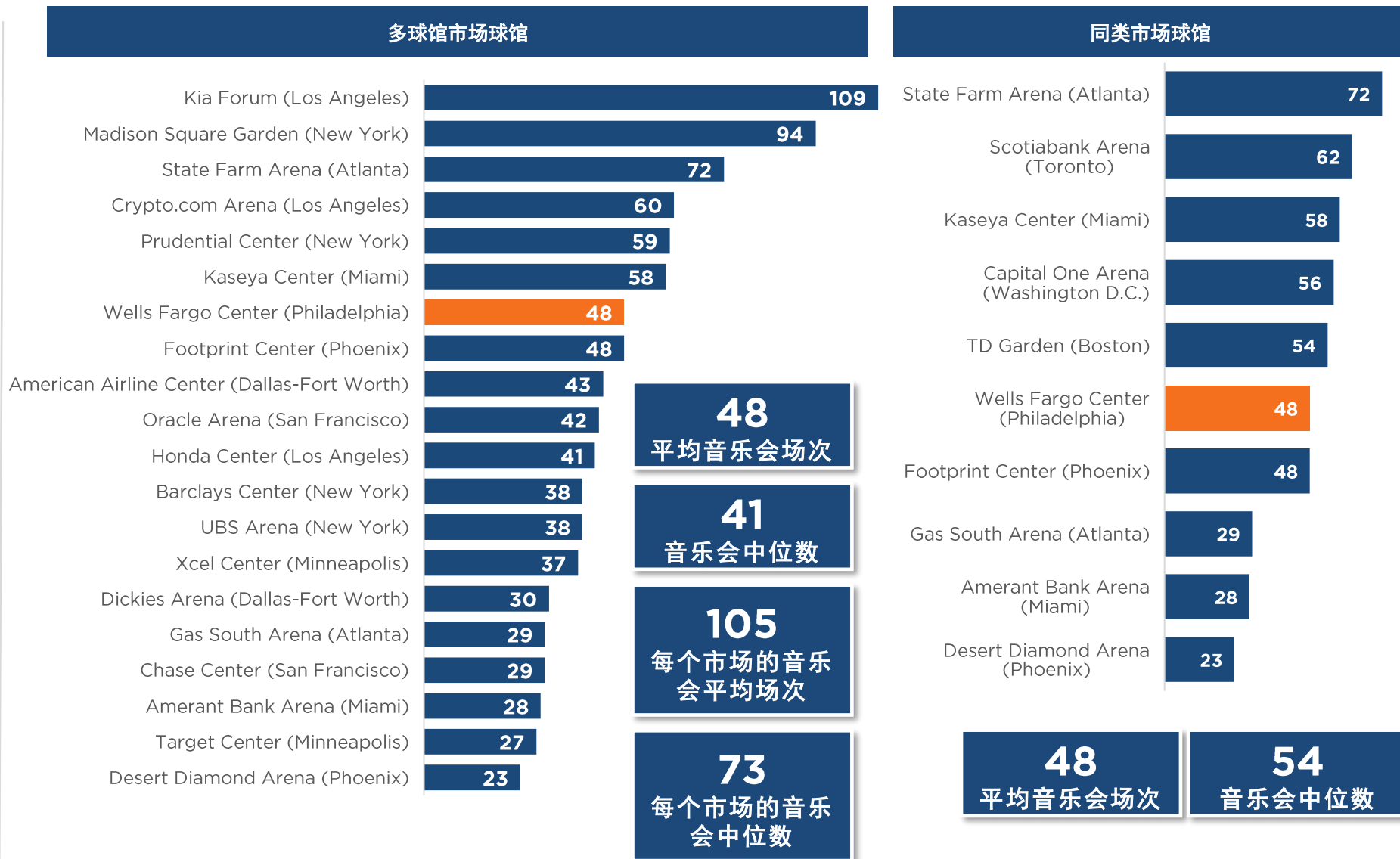
音乐会：球场基准

除了评估费城市场外，了解全国同类市场上的球馆的典型音乐会利用率也很重要。右侧的图表概述了在多球馆市场和同类市场上的球馆中举行的音乐会情况。

最左边的图表概述了 2022 年在多球馆市场上的球馆中举行的音乐会情况。如图所示，多球馆市场上的球馆平均举办 48 场音乐会，数量最高的为 **Kia Forum** 的 109 场，最低的为 **Desert Diamond Arena** 的 23 场。

在同类市场中，这些球馆平均举办 48 场音乐会，数量最高的是 **State Farm Arena** 的 72 场，最低的则是 **Desert Diamond Arena** 的 23 场。此外，其中许多活动计数并不是相同的活动。例如，波士顿的 **TD Garden** 在过去未受新冠疫情影响的三年中平均举办了 11 场未在费城市场举办的第三方巡演，其中 2023 年举办了 19 场。

根据此分析，在多球馆市场运营的球馆有能力维持相当水平的音乐会活动。



注：中位数和平均值不包括 **Wells Fargo Center**
资料来源：Pollstar

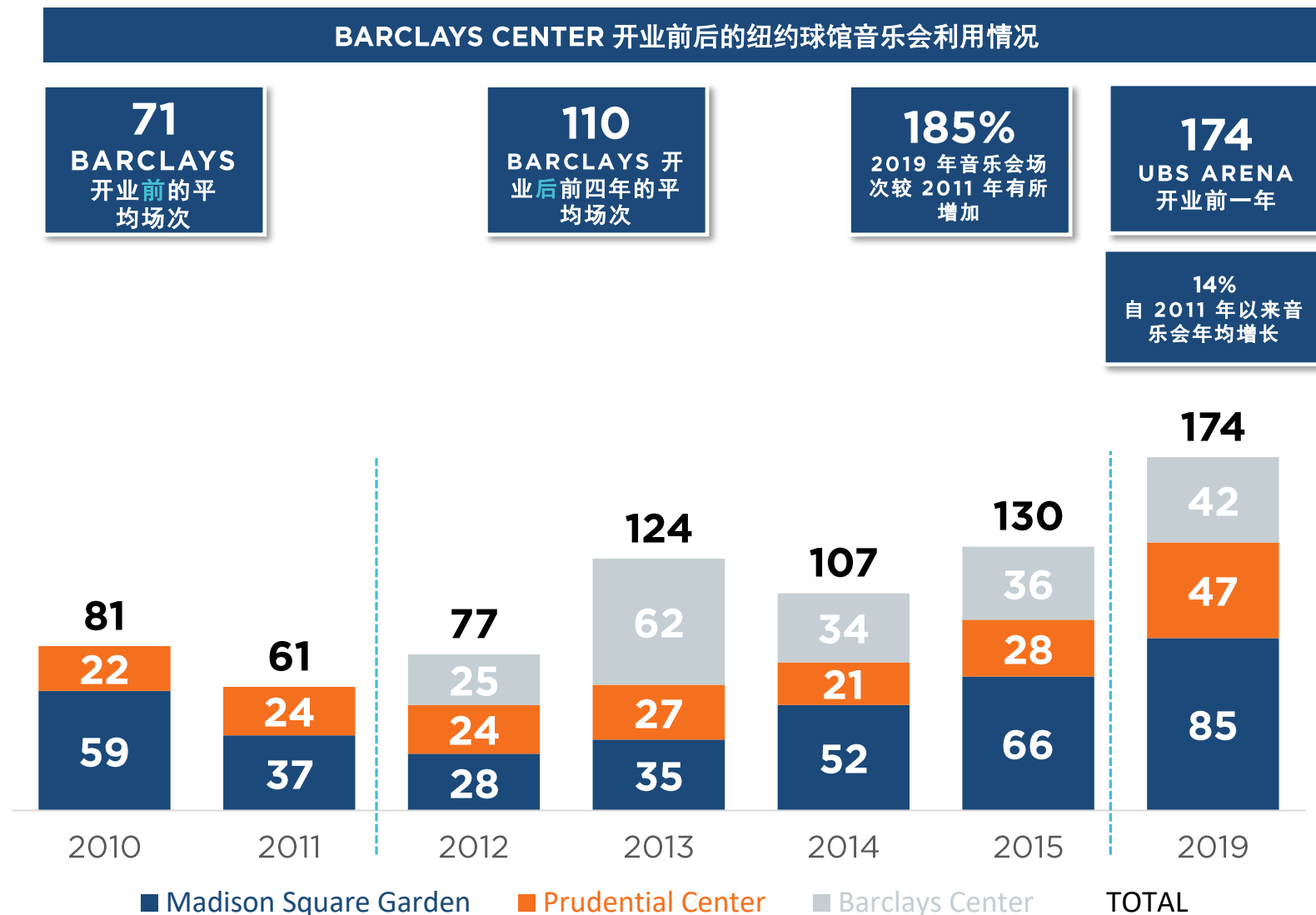
音乐会：新球馆效果分析 纽约

拟建球馆将会在已经有另一个主要球馆的市场中开放。为了了解新增球馆对音乐会市场的影响，分析其他新增球馆的市场情况非常重要。

Barclays Center 于 2012 年在纽约布鲁克林开业，随即进入了一个与 **Madison Square Garden** 和 **Prudential Center** 等已有球馆竞争举办活动的市场。为了评估现有市场竞争对拟建球馆的潜在影响，右侧图表概述了 **Barclays Center** 开业前后纽约市球馆音乐会市场的情况。

如图所示，在 **Barclays Center** 开业之前，纽约市平均举办 71 场球馆音乐会。**Barclays Center** 开业后的四年内，市场规模增长至平均每年举办 110 场音乐会（增长 55%）。到 2019 年，即 **UBS Arena** 开业前的最后一年，市场已增至 174 场音乐会（增长了 145%）。**Barclays Center** 不仅在 2019 年额外举办了 42 场年度音乐会，而且没有蚕食已有 **Madison Square Garden** 和 **Prudential Center** 的音乐会，后两者的音乐会数量在 2019 年分别比 2011 年增长了 129% 和 95%。

BARCLAYS CENTER 开业前后的纽约球馆音乐会利用情况

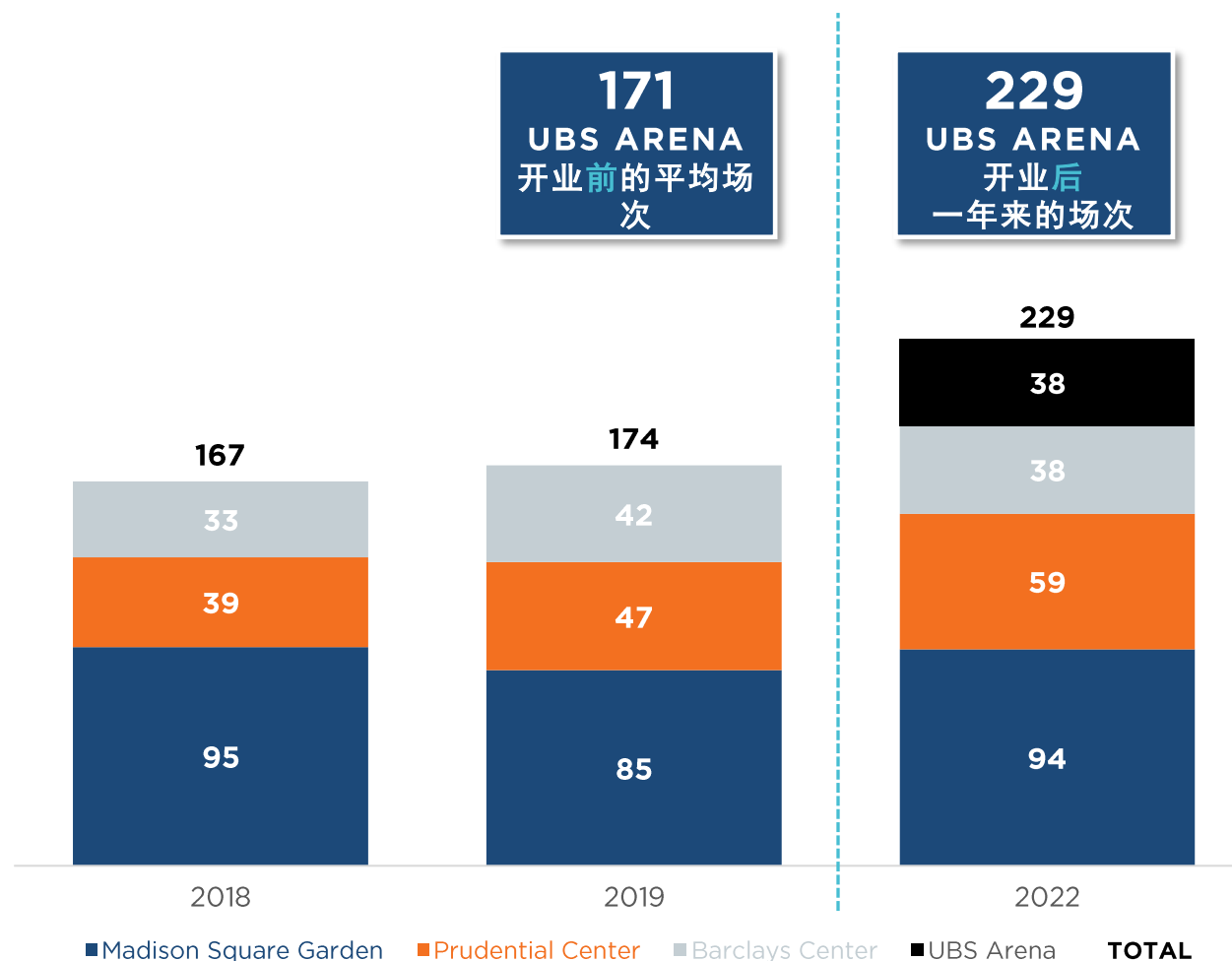


注：所示年份代表 **Prudential Center** 开业前后的几年，以及 **UBS Arena** 开业前且未受新冠疫情影响的最近一年。
资料来源：Pollstar

音乐会：新球馆效果分析 纽约

随着长岛上 UBS Arena 的开业，纽约市于 2021 年再次迎来了新的球馆。对 UBS Arena 影响的分析很复杂，因为它最近才开放，而且是在仍受到新冠疫情影响的一年里开放的。在本分析中，2018 年和 2019 年被视为之前两个未受到新冠疫情影响的年份，而 2022 年是 UBS Arena 唯一实现全年运营的年份。考虑到该年的情况，在 UBS Arena 开业之前，纽约市平均举了 171 场球馆音乐会，而在 UBS Arena 开业后则达到了 229 场，增幅为 34%。2022 年在 UBS Arena 举办了 38 场音乐会，这似乎表明其并未受到其他球馆的冲击。在此期间，Madison Square Garden 的音乐会场次增加了 4%，Prudential Center 增加了 37%，Barclays Center 增加了 1%。

UBS ARENA 开业前后的纽约市球馆音乐会利用情况

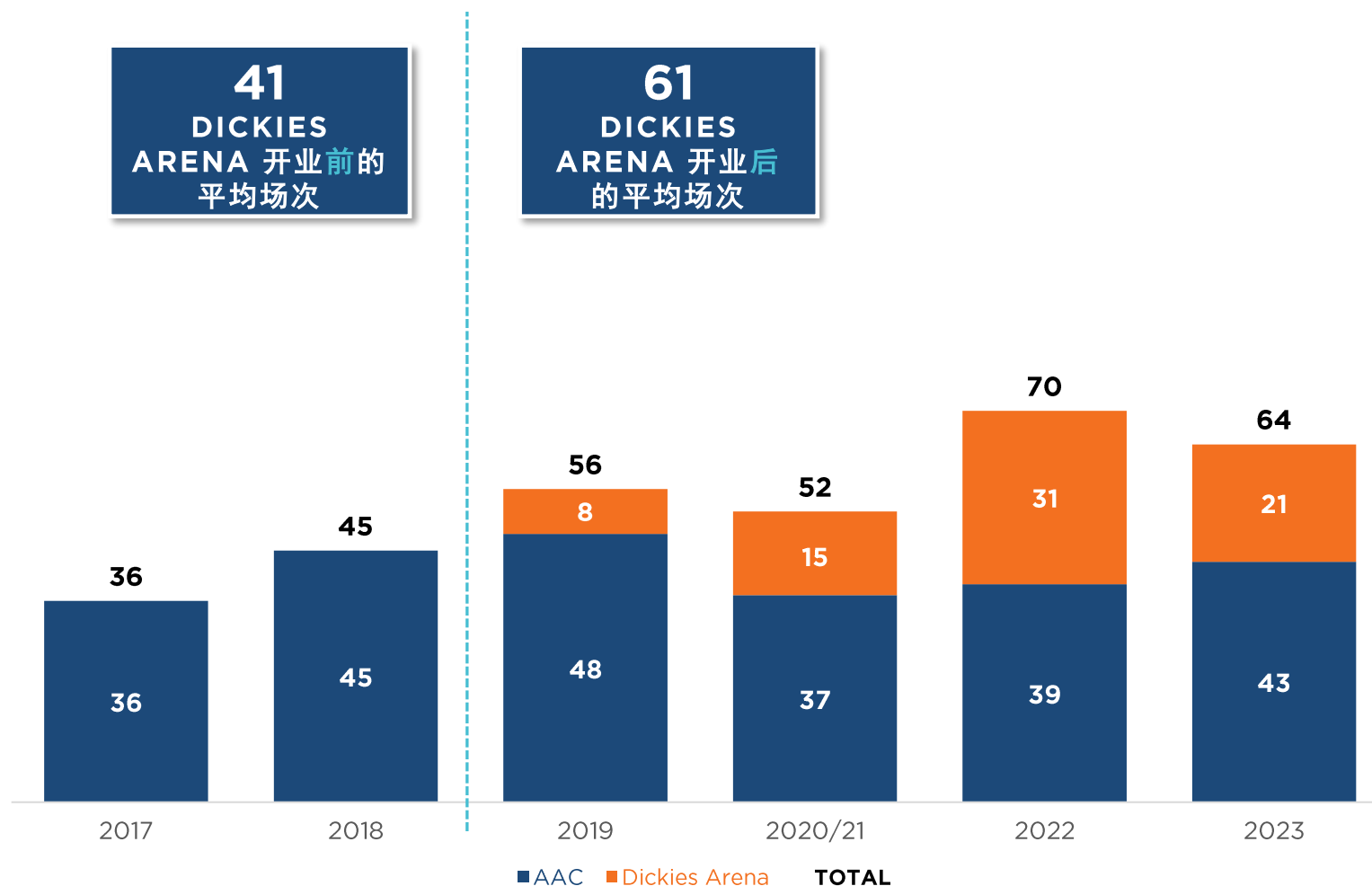


注：所示年份代表 UBS Arena 开业前后的几年。
资料来源：Pollstar

音乐会：新球馆效果分析 达拉斯-沃斯堡

与纽约市类似，达拉斯-沃斯堡（简称“DFW”）市场最近也新增了一个球馆。2018年，沃斯堡的 Dickies Arena 开业，直接与 American Airlines Center（简称“AAC”）竞争举办活动。在 Dickies Arena 开业之前，AAC 平均每年举办 41 场音乐会。Dickies Arena 开业后，DFW 市场的球馆音乐会数量增加到 61 场，其中 Dickies Arena 平均举办 19 场新的音乐会，AAC 平均举办 42 场音乐会，比 Dickies 开业前增加了 1 场。与纽约市的类似市场，DFW 市场并未因开设新的球馆而受到冲击。

DICKIES ARENA 开业前后的达拉斯-沃斯堡球馆音乐会利用情况



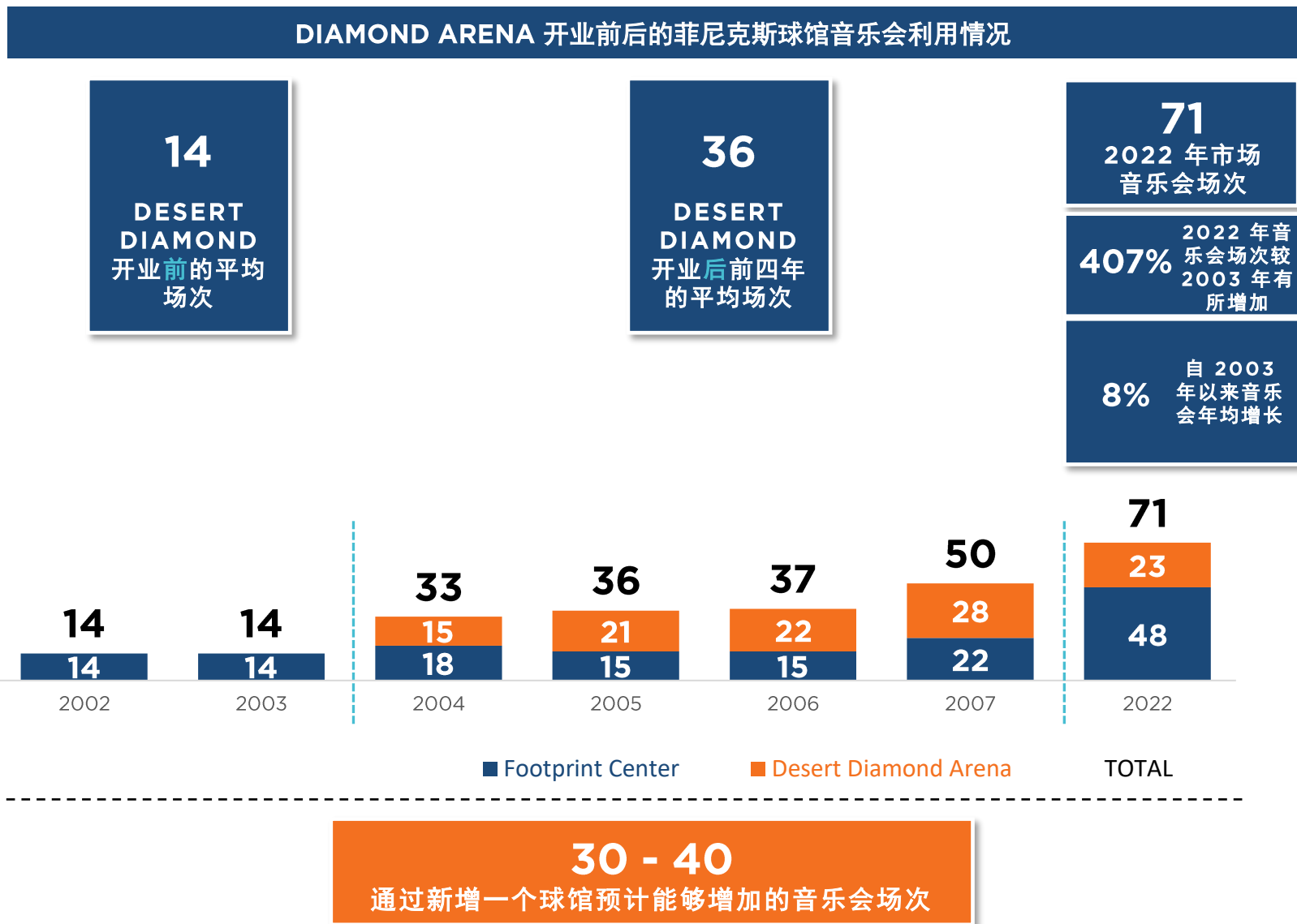
注：所示年份代表 Dickies Arena 开业前后的几年。
资料来源：Pollstar

音乐会：新球馆效果分析 菲尼克斯

右侧图表概述了菲尼克斯的球馆音乐会市场在 **Desert Diamond Arena** 开业前后的情况。如图所示，在 **Desert Diamond Arena** 开业之前，**Footprint Center** 每年平均举办 **14** 场音乐会。**Desert Diamond Arena** 开业后，菲尼克斯地区的球馆音乐会总数在头四年内增加到 **39** 场，其中 **Footprint Center** 举办了 **17.5** 场音乐会（增长 **25%**），**Desert Diamond Arena** 举办了 **21.5** 场新的音乐会。与前面的例子一样，菲尼克斯也表明，增加新的球馆可以提升整个球馆音乐会市场。

新建球馆概述

从这四个例子来看（纽约增加了 **Barclays** 和 **UBS**，DFW 增加了 **Dickies**，而菲尼克斯增加了 **Desert Diamond**），一个市场在增加新球馆之前和之后举办的球馆音乐会数量平均增加了约 **79%**（如不包括增加了第三和第四个球馆的纽约，则增加了 **129%**）。在调整了美国音乐会市场的自然增长（每年约 **5%**）后，考虑到费城球馆音乐会市场的当前规模，**CSL** 得出结论：新建一个 **Sixers** 球馆将会使球馆音乐会的场次增加约 **30** 至 **40** 场。



注：所示年份代表 **Desert Diamond Arena** 开业前后的几年，以及新冠疫情爆发后的第一年。
资料来源：**Pollstar**

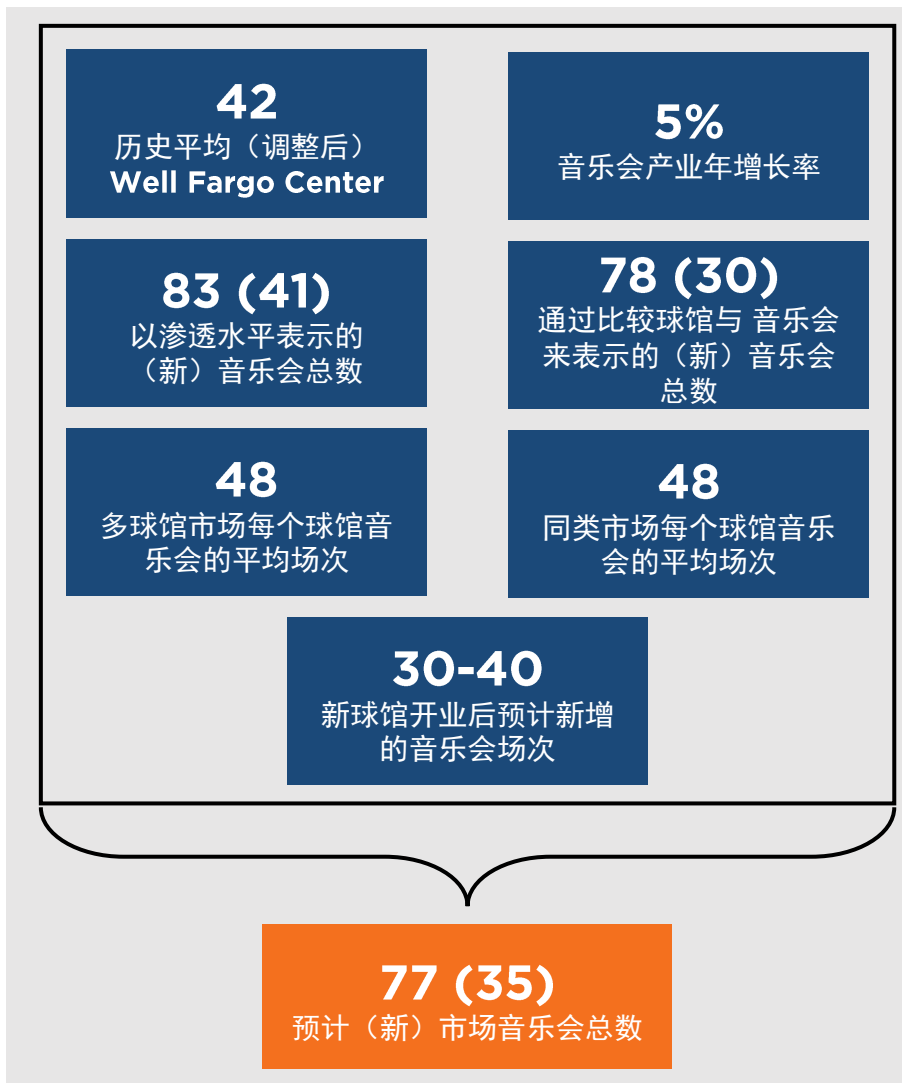
音乐会：概算

分析表明，费城 **CBSA** 有空间举办更多球馆音乐会，而 **Wells Fargo Center** 在单球馆情况下无法举办如此多的音乐会。虽然费城市场存在其他场馆，但这些露天场馆为观众和巡演提供了与球馆不同的体验，因此不能充分满足这种市场类型的需求。此外，由于费城位于东北走廊，预计不会对市场可支持的音乐会数量产生任何不利影响，**CSL** 预计普通巡演不会错过庞大的费城市场，因其在东北部的其他大型市场上具有影响力。例如，波士顿的 **TD Garden** 在过去几年中举办的音乐会比 **Wells Fargo Center** 多出约 **15** 场，两者均是大东北地区表现喜人的场馆。波士顿历来举办的活动数量要高于费城，因为某些市场对音乐会的偏好和倾向自然而然地有所不同。相反，费城与其他市场的连通性增强可以增加进入该市场的巡演数量，从而提升巡演便利性和连通性。

Wells Fargo Center 自 **2018** 年以来每年平均举办 **42** 场音乐会（由于受到新冠疫情的影响，**2020** 年和 **2021** 年除外）。但这一数字长期保持相对稳定，从 **2018** 年的 **47** 场开始，到 **2023** 年仅略微下降到 **44** 场，尽管球馆门票销售和 **Live Nation** 推广的音乐会和音乐节的年均增长率为 **5%**。

此外，对 **38** 个 **NBA** 和 **NHL** 市场的渗透表明，如果费城市场增加一个球馆，则可以支持另外 **38** 场音乐会。对单个市场中球馆音乐会数量与球馆数量的分析表明，在多球馆市场中，每个球馆平均举办 **39** 场音乐会。此外还对同类球馆进行了分析，发现双球馆市场中的两个球馆以及同类市场中的球馆在 **2022** 年平均举办了 **48** 场音乐会。最后，对在市场上新增球馆的影响的分析表明，一个新的球馆可以为市场增加 **30** 到 **40** 场新的音乐会。

CSL 预计，费城新增一家球馆总共可以为市场带来 **35** 场新的音乐会。



家庭节目：概述和推广方反馈

FELD ENTERTAINMENT

家庭节目是新建的 **Sixers** 球馆可以举办的另一大潜在活动来源。作为研究过程的一部分，**CSL** 与 **Feld Entertainment** 的代表进行了交谈，后者是美国最大的家庭节目推广公司之一，也是 **Disney On Ice**、**Marvel Universe Live**、**Monster Jam** 等节目的推广公司。

代表们表示，费城是家庭节目的强大市场，能够定期举办有 **7,000** 至 **8,000** 名观众参加的活动。代表们进一步指出，尽管目前取得了成功，但目前在单球馆配置的 **Wells Fargo Center** 预订演出日期仍然很困难。

Feld 表示，如果再开设一个球馆，并且能够增加活动日期，那么他们将能够增加目前的活动量，预计每年可以在两个球馆举办 **16** 到 **20** 场活动。他们预计每年能够向市场推出至少四部不同的作品，每部作品的演出高达 **10** 场。

其他节目

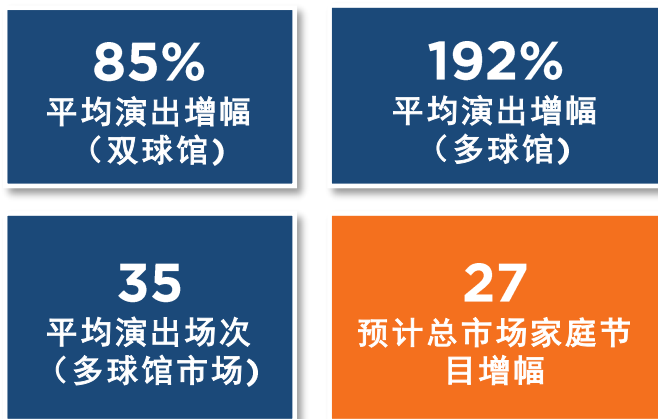
除了 **Feld Entertainment** 举办的演出外，还有许多其他演出可以利用新的 **Sixers** 球馆。除了 **2021** 年因新冠疫情影响外，**Harlem Globetrotters** 篮球队至少自 **2018** 年以来每年都会 **Wells Fargo Center** 打一场比赛。此外，自 **2018** 年以来，**Cirque Du Soleil** 马戏团已在 **Wells Fargo Center** 演出两轮，共计 **11** 场。新建 **Sixers** 球馆将可用于举办这些活动，但这可能代表着市场的变化，而不一定会催生净增活动。



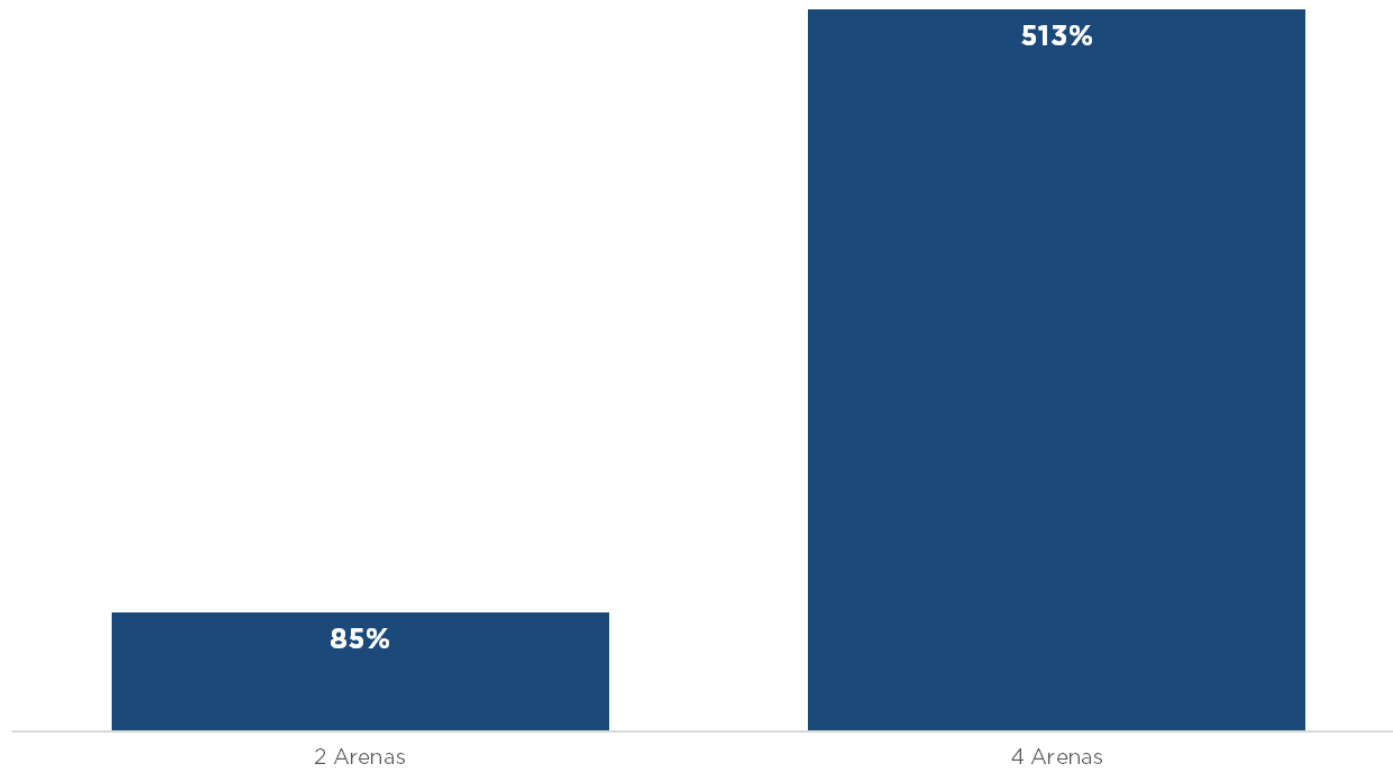
家庭节目：新建球馆带来的影响

右侧的图表概述了多球馆市场与单球馆市场相比在家庭节目平均数量上的增幅情况。如图所示，平均而言，双球馆市场的家庭节目比单球馆市场多**85%**。随着球馆数量的增加，市场上可供选择的日期也随之增加，从而促进家庭节目的增长，拥有四个球馆的市场（即 纽约和洛杉矶等规模更大的市场）的家庭节目数量比单球馆市场多出**513%**。

利用这一指标，结合费城目前家庭节目利用率**32**，意味着家庭节目总数约为**59**场（增加了**27**场）。

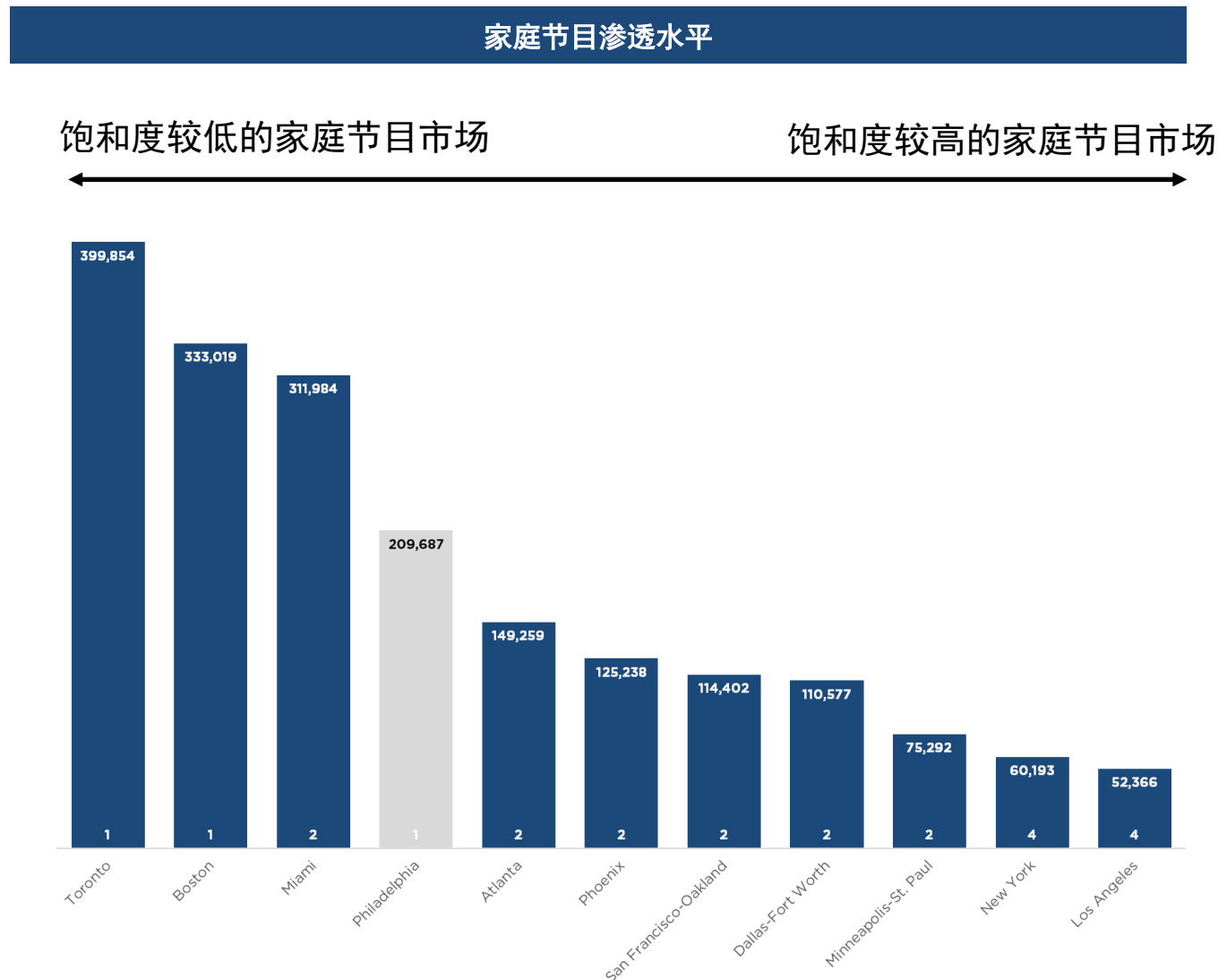


家庭节目数量增幅对比单球馆市场



家庭节目：市场饱和

右侧的图表概述了费城以及拥有规模相似或两个以上球馆的 NBA/NHL 竞技场的 10 个市场的球馆家庭节目渗透水平（每个球馆的每场球馆家庭节目上的居民人数）。从中可以看出，除费城外，这些市场的平均渗透水平为每个球馆的每场球馆家庭节目对应 **173,218** 名居民。与其他 10 个市场相比，费城的渗透水平为 **209,687** 人，是排名第 4 的饱和度最低市场，比平均水平的团队的饱和度低 **21%**。



注：华盛顿特区因球馆家庭节目数量异常而被排除在外。

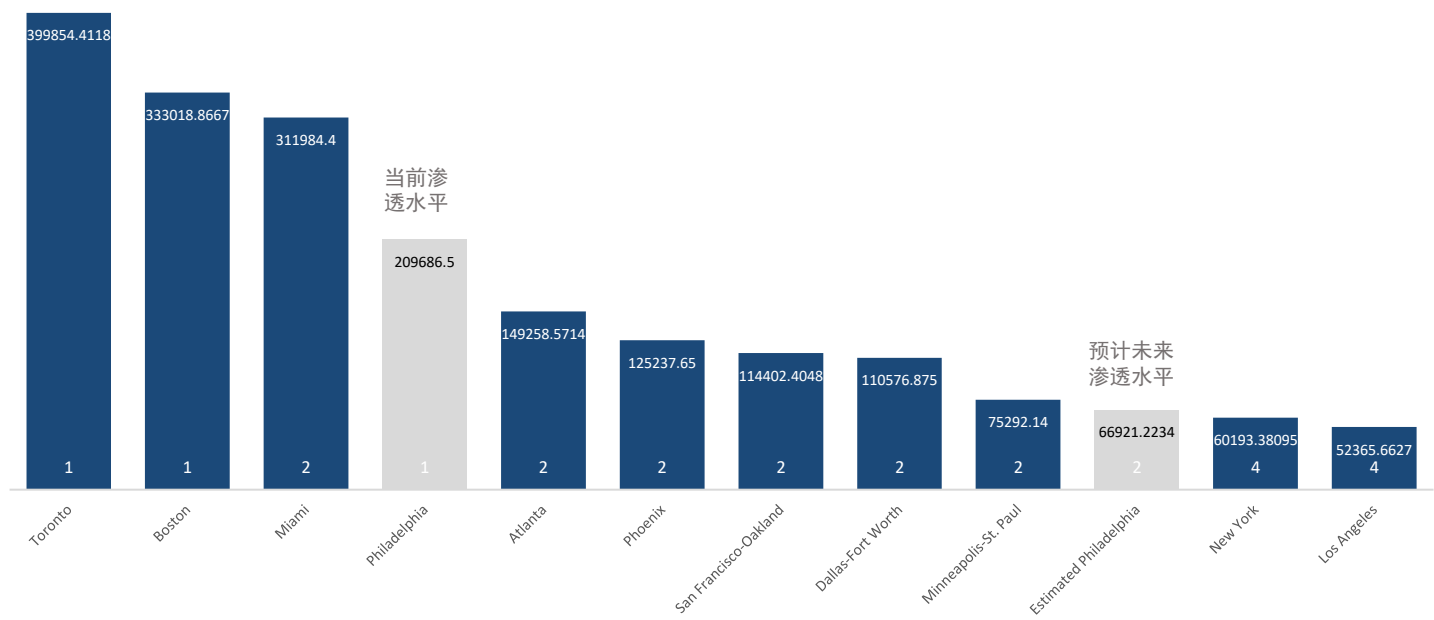
家庭节目：概算

费城市场还具有举办更多球馆家庭节目的潜力，而 **Wells Fargo Center** 目前还无法容纳这些演出。传统上，非球馆场地很少用于家庭节目，较大的足球场偶尔会举办大型赛车赛事，但较小的体育馆和露天剧场无法提供其他家庭节目所需的场地。

虽然 **Wells Fargo Center** 自 2018 年以来举办了 27-37 场家庭节目，每年平均举办 32 场（由于受到新冠疫情的影响，2020 年和 2021 年除外）。

分析表明，多球馆市场的平均演出数量比单球馆市场高出 85%。尽管费城目前在家庭节目方面表现良好，但对 10 个类似规模或拥有多个球馆的 **NBA** 和 **NHL** 市场的渗透水平表明，费城目前在家庭节目方面尚未达到饱和。此外，与 **Feld Entertainment** 等家庭节目推广方的对话表明，如果第二个球馆开放，可能会为市场新增 16 到 20 场家庭节目。

总体而言，**CSL** 估计费城的新球馆将为市场带来总共 15 场新的家庭节目，以及最多三 (3) 场家庭泥地赛车表演（例如 Monster Jam）。



16-20 以上
Feld 估计整个市场家庭节目利用率将增加

85%
双球馆市场对比单球馆市场的平均演出增幅

35
多球馆市场的平均演出数量

排名第 4 低
当前家庭节目渗透水平排名

21%
饱和度低于平均水平

47 (15)
预计 (新) 家庭节目总数

COLLEGE BASKETBALL

新球馆有机会举办 **College Basketball** 比赛。自 2018 年以来，维拉诺瓦大学每年平均在 **Wells Fargo Center** 举办五场比赛，平均观众人数约为 **16,200** 人。新的 **Sixers** 球馆可以竞争承办其中一些比赛。其他当地学院和大学还可以在新的 **Sixers** 球馆偶尔举办比赛。

此外，新的 **Sixers** 球馆还有机会举办 **NCAA** 一级男子和女子篮球锦标赛。自 2000 年以来，**Wells Fargo Center** 举办这些比赛已经长达六年。尽管预计新的 **Sixers** 球馆将参与这些赛事的承办竞争，但预计这些赛事不会占据该球馆活动利用率的很大一部分。



格斗运动

格斗运动（例如拳击、综合格斗（“MMA”）或摔跤）是未来可能会在新建的 **Sixers** 球馆举办的赛事。自 **2018** 年以来，费城没有举办过一场拳击赛事，仅举办过一场 **UFC** 赛事，该赛事于 **2019** 年在 **Wells Fargo Center** 举办。

另一方面，**WWE** 自 **2018** 年以来已在 **Wells Fargo Center** 举办了 **14** 场活动，平均观众人数约为 **15,300** 人。此外，**2024** 年，**Lincoln Financial Field** 将举办 **WWE** 标志性的 **WrestleMania 40** 赛事。展望未来，预计新的 **Sixers** 球馆将会竞争承办这些摔跤比赛以及其他任何格斗运动比赛。



其他活动

全国各地的主要球馆还会举办各种其他活动。其他类型的售票活动包括喜剧表演、演讲系列、宗教活动、牛仔竞技表演、骑牛、电子竞技比赛等。考虑到费城并不是牛仔竞技或骑牛活动的主要市场，因此牛仔竞技、骑牛或电子竞技不会成为新建的 **Sixers** 球馆的主要活动项目。尽管如此，该球馆偶尔也会面临举办其他类型活动的竞争。



概要

下图显示了拟建的新 **Sixers** 球馆的预计第三方活动和观众利用率。为了更好地展示音乐会的细微差别和演出的相对规模，音乐会根据观众平均人数和平均票价分为两个层级。所有活动的观众人数的估算均基于 **CSL** 对费城以及全国同类活动的观众人数的评估。如图所示，**CSL** 预计该球馆将一共举办 **53** 场第三方活动，每年的购票观众人数约为 **613,000**。以下活动预测预计的是费城市场上新的活动和新增活动。总体而言，据估计，新的 **Sixers** 球馆开放后，费城 **CBSA** 将举办 **77** 场音乐会（**35** 场新音乐会 | 增幅为 **83%**）和 **47** 场家庭节目（**15** 场新节目 | 增幅为 **47%**）。值得注意的是，音乐会根据观众人数和票价分为两类（第 1 层级和第 2 层级）（即 第 1 层级音乐会的观众人数较多，票价也较高），因为根据同类球馆的历史活动，由于球馆巡演和受欢迎程度的差异，并非所有音乐会的表现都一样。

新增第三方活动利用率			
活动类别	一年举行的活动数量	观众平均人数	观众总数
售票活动			
音乐会 - 第 1 层级	20	14,088	281,760
音乐会 - 第 2 层级	15	12,066	180,990
其他运动/泥地赛车表演	3	10,585	31,755
家庭节目	15	7,880	118,200
总计	53	11,560	612,705

注：不包括非售票或其他私人活动。



财务分析

财务分析

此项分析的目的在于展示拟建球馆新增活动的预计运营收入和支出，为经济和财政影响分析提供背景信息。**CSL** 确定在本分析中所使用的假设基于以下内容：行业趋势、同类球场基准、对市场的了解以及同类球馆的财务结果。该分析旨在帮助项目代表评估新球馆新增活动的财务属性，不能将该分析视为预期的未来结果。因此，此分析可能无法用于任何其他目的。本文披露的假设并不包括所有假设，但都被视作非常重要的假设。然而，估算结果和实际结果之间会存在差异，因为活动和环境经常不会按预期发生，而且这些差异可能会很大。

本节的其余部分描述了球馆**第一年**的预计新增财务运营 (**2032**)。根据国家历史通货膨胀率，由于通货膨胀，估计未来几年财务运营每年将增长 **3%**。

关键性预设

- 该球馆将在 **2031** 年 **NBA** 赛季前开放；
- 该市场将产生与费城市场背景下其他新球馆的近期历史一致的支出；
- 与许多其他专业球馆一样，该球馆将对大多数售票体育活动收取 **2.00** 美元的设施费；
 - 拟建球馆将被开发成一个高品质、最先进的场馆，并有利于提供愉快的观众体验（例如：高效的交通出入口、方便实惠的停车场、带有顶棚的座位等）；
- 该场馆将由费城 **76** 人队运营，并将积极推广，提供有竞争力的保证和适用的租赁价格；
- 市场上现有球馆的供应或质量不会发生重大或实质性变化，也不会与竞争球馆的活动推广方达成新的优先或独家预订协议
- 该场馆需缴纳代替税收的款项，即每年需缴纳 **500** 万美元的 **PILOT** 款项（**30** 年内平均为 **600** 万美元）以及 **30** 年内 **50** 万美元的使用和占用税（每十年均上涨 **10%**），因此不需缴纳财产税；
- 体育和现场娱乐行业的当前趋势不会发生重大或实质性变化，未知的未来经济状况不会对市场及其对球馆活动的反应（例如：人口水平、就业水平等）产生不利影响。

活动与观众利用率

右侧的表格概括了新球馆预计的新增活动和观众人数。

预计每年将新增 **53** 场第三方活动，包括 **35** 场音乐会和 **15** 场家庭节目。

总体而言，**CSL** 预计该球馆每年将接待约 **613,000** 名新增观众。据估计，每年将有大约 **567,000** 名检票观众人数——检票观众人数是指预计实际亲自出席活动的人数（因此会在特许经营、商品等方面花钱），而不仅仅是购买门票；通常情况下，从购票者到实际参加活动的观众期间较少出现流失。

值得注意的是，除了 **44** 场 **Sixers** 的比赛外，该球馆预计每年还将举办超过 **53** 场活动，但预计只有这 **53** 场活动成为费城市场的**新增**活动。

活动和观众

	年度活动	每场活动的购票观众平均人数	购票观众总数	每场活动的检票观众平均人数	检票观众总数
音乐会 - 第 1 层级	20	14,088	281,760	13,109	262,188
音乐会 - 第 2 层级	15	12,066	180,990	11,187	167,805
其他运动/泥地赛车表演	3	10,585	31,755	9,780	29,341
家庭节目	15	7,880	118,200	7,211	108,162
总计	53	11,560	612,705	10,707	567,496

门票收入

右表显示了拟建新球馆的第三方（即非 **Sixers**）活动在投入运营后第一年的预计票价。

门票收入基于对类似费城的市场中同类球馆的第三方活动定价的评估。如图所示，平均票价（包括优选座位）预计为 **58 美元**（家庭节目）至 **171 美元**（第 1 层级演唱会）。总体而言，预计球馆运营第一年的第三方门票收入将达到约 **8,270 万美元**。

应该注意的是，球馆不会保留绝大部分的门票收入，而是与第三方活动的组织者、艺术家或推广方分摊。这些门票收入仍需纳税。预计球馆将以固定费用或门票销售额一定百分比的形式向所有第三方活动收取租金，如右图所示。如图所示，预计球馆将产生约 **660 万美元** 的第三方活动租金。

第三方活动票务

	一年举行的活动数量	平均值 票价 (2032) ⁽¹⁾	平均值 门票收入 (每场活动) ⁽¹⁾	门票总收入 ⁽¹⁾	租金结构	年租金
音乐会 - 第 1 层级	20	\$171	\$2,411,000	\$48,229,000	150,000 美元或门票销售额的 8%	\$3,858,000
音乐会 - 第 2 层级	15	\$139	\$1,675,000	\$25,131,000	90,000 美元或门票销售额的 8%	\$2,010,000
其他运动/泥地赛车表演	3	\$79	\$833,000	\$2,498,000	50,000 美元或门票销售额的 8%	\$200,000
家庭节目	15	\$58	\$455,000	\$6,824,000	15,000 美元或门票销售额的 8%	\$546,000
总计	53	--	--	\$82,682,000	--	\$6,614,000

⁽¹⁾ 包括普通座位和优选座位的销售额。

特许经营

下表显示了估计的人均食物和饮料支出（按座位类型和活动划分）。为了得出预计的特许经营收入，**CSL** 将人均计算方法应用于检票观众人数，即预计在活动当天实际进入球馆的观众（而不是购票或报到的观众）。

特许经营人均额

一般特许经营

音乐会 - 第 1 层级	\$25.00
音乐会 - 第 2 层级	\$25.00
其他运动/泥地赛车表演	\$25.00
家庭节目	\$10.00

特别特许经营

包厢		用餐俱乐部席位	
音乐会 - 第 1 层级	\$115.00	音乐会 - 第 1 层级	\$40.00
音乐会 - 第 2 层级	\$115.00	音乐会 - 第 2 层级	\$40.00
其他运动/泥地赛车表演	\$115.00	其他运动/泥地赛车表演	\$40.00
家庭节目	\$115.00	家庭节目	\$15.00

特许经营净收入

\$7,015,000

注：食品和饮料的利润率从 **35%**（优选座位）至 **45%**（一般特许经营）。

如上所示，扣除销售商品成本（费用相当于总销售额的 **55%** 到 **65%**）后，预计球馆将从新增活动中产生 **\$700** 万的特许经营净收入。根据其他大联盟球馆的历史运营情况，估计酒精饮料支出约占食品和饮料支出的 **70%**。

商品销售

右侧的图表显示了按活动类型估算的人均商品销售支出。为了得出预计的商品销售收入，**CSL** 将人均计算方法应用于检票观众人数，即预计在活动当天实际进入球馆的观众（而不是购票或报到的观众）。

据估计，在将大部分的商品销售总收入与活动推广方或艺术家分摊后，球馆将获得 **30%** 的商品销售总利润率。如图所示，球馆预计将从新增的第三方活动商品销售中产生总计 **588,000** 美元的收入。

商品销售人均额

音乐会 - 第 1 层级	\$11.50
音乐会 - 第 2 层级	\$11.50
其他运动/泥地赛车表演	\$11.50
家庭节目	\$5.50
商品销售净收入	\$588,000
注：商品销售的利润率为 30% 。	

门票费用

服务费

球馆通常会利用第三方票务服务（例如 **Ticketmaster** 或 **SeatGeek**）来处理场馆内某些活动的门票销售事宜。售票服务机构通常会对售出的每张门票收取便利费，其中一部分与演出场地分摊。便利费是根据对费城市场上当地和地区设施收费情况的审查估算出来的。据估计，由场馆票务合作方出售的每张票的平均便利费约为 **17.50** 美元（家庭节目）至 **47.00** 美元（音乐会），具体取决于活动本身。拟建球馆预计将保留由这些便利费生成的总收入的 **25%**。如下表所示，拟建球馆的新增活动产生的总门票回扣估计总计约为 **470** 万美元。

设施费

该表还列出了运营第一年设施费产生的收入。据估计，在所有售票球馆活动中，每位购票观众需要缴纳 **2.00** 美元的设施费，与费城其他地区和 **NBA** 场馆的设施费相当。如图所示，据估计，设施费用可以为拟建球馆带来约 **120** 万美元的收入，用于运营第一年举办的新增活动。

门票费用

活动	一年举行的活动数量	购票观众平均人数	购票观众总数	门票费用				设施费	
				在适用票数中的百分比	金额 ⁽¹⁾	在球队/场馆中的占比	在球队/场馆中的总额	每位购票观众需要支付的费用	总费用
音乐会 - 第 1 层级	20	14,088	281,760	81%	\$47.42	25%	\$2,713,000	\$2.00	\$564,000
音乐会 - 第 2 层级	15	12,066	180,990	80%	\$39.18	25%	\$1,414,000	\$2.00	\$362,000
其他运动/泥地赛车表演	3	10,585	31,755	78%	\$22.61	25%	\$141,000	\$2.00	\$64,000
家庭节目	15	7,880	118,200	74%	\$17.49	25%	\$384,000	\$2.00	\$236,000
总计	53	11,560	612,705				\$4,652,000		\$1,226,000

(1) 约占票价的 25%。



经济和财政影响

经济和财政影响：直接支出

拟建场馆新增活动的建设和运营也将为当地经济带来可量化的效益。拟建球馆对当地经济之影响的量化衡量指标包括经济和财政影响，总结如下。

直接支出是指由于拟建球馆的建设及其举办的新增活动而产生的初期主要支出。直接支出以以下方式发生：



建设支出——建筑材料，物资，劳动力，在拟建球馆的规划和建设过程中会产生专业费用和其他软性成本支出。



设施运营支出——直接支出将由票务、特许经营和向参加球馆新增活动的观众销售的商品产生。球馆的运营还将通过优选座位、冠名权、赞助、薪资、福利支出、市场推广和其他此类来源产生直接支出。

下图显示了预计与拟建球馆的建设和运营相关的主要直接支出的来源。

经济和财政影响：直接支出调整

直接支出来源



建筑支出

建筑支出：

- 材料
- 物资
- 劳动力
- 专业费用



运营支出

球馆支出：

- 门票销售
- 优选座位
- 特许经营
- 商品销售
 - 赞助
 - 停车
 - 费用
 - 其他

直接支出总额将流向各种经济实体，包括球馆、服务提供商、零售企业和其他此类实体。然而，与球馆建设和持续运营相关的一些支出不会全面影响当地经济。因此，必须减少直接支出总额，以反映与场馆相关的、对费城市经济而言被视为净新增的直接支出金额。这些调整包括：

- **流出** ——流出代表预计在被衡量经济体（费城）之外发生的支出总额。当初始直接支出发生在当地区域之外时，就会出现流出，例如与位于被衡量经济体边界之外的提供商签订合同服务的球馆费用。当初始本地支出立即用于支付非本地商品、服务等时，也会出现流出。这种二次流出的例子包括分配给非本地推广方或艺术家的门票销售额，或由位于当地以外的公司保留的特许经营利润。
- **置换** ——置换指的是不存在拟建球馆的情况下，当地市场也可能会面对的支出。置换支出的例子包括当地居民前往球馆观看比赛而产生的支出，而这些支出本来是在当地用于其他项目（电影、餐厅、购物等）上，如果他们不前往球馆的话。这种置换概念通常被称为替代效应。值得注意的是，置换的影响是根据当地居民和外地游客的到访频率来衡量的。

经济和财政影响：净增直接支出

如右图所示，直接支出总额的流向有所调整，仅反映对当地经济而言被视为净新增的支出。如前所述，经过所有调整后产生的支出在本分析的其余部分中被称为**净增直接支出**。

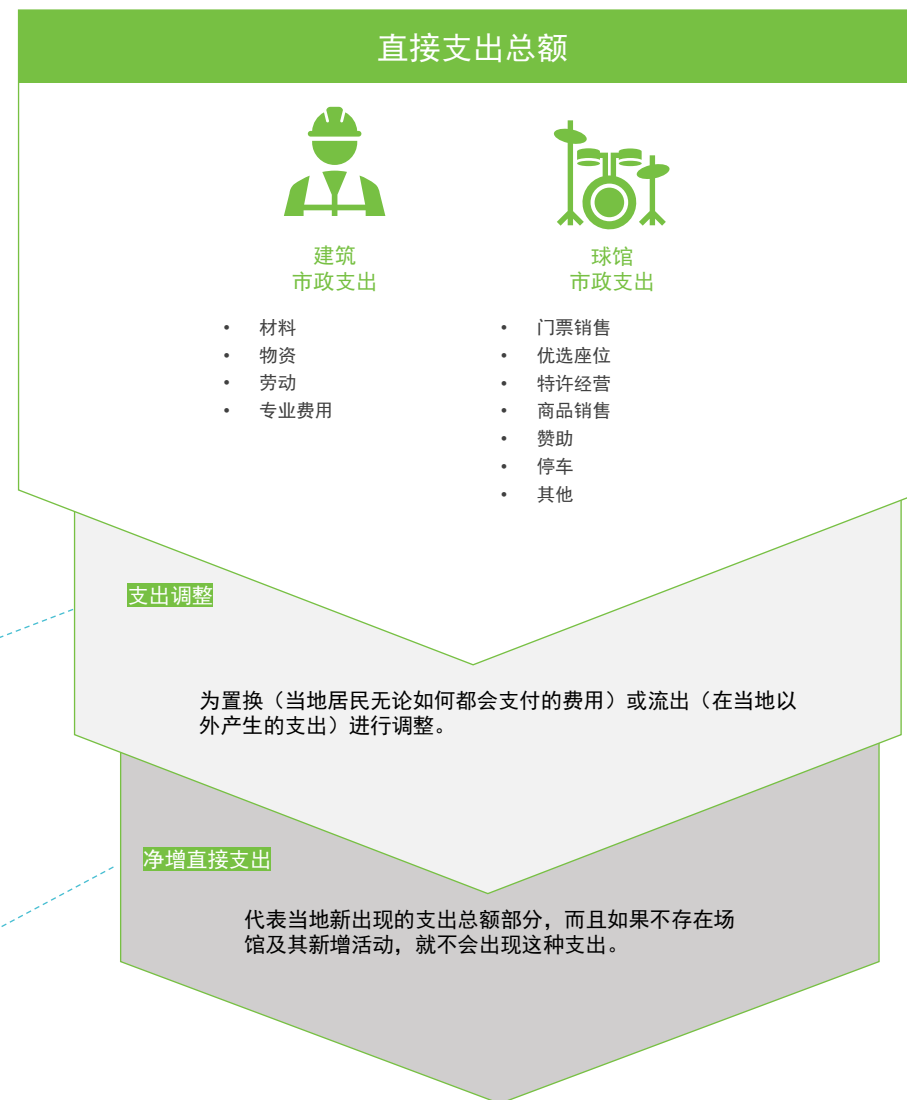
直接支出总额经过了调整：

为了估计对当地经济产生的**新增经济影响效益**

“净增”直接支出：

通过将置换和流出的支出调整应用于直接支出总额来计算

在本次分析中，估计净增活动的总支出中约有**59%**是费城净增活动。这代表了根据**CSL**历史调查和供应商来源得出的众多支出类别的置换和流出加权平均值。



净增经济影响总额

右侧表格总结了拟建球馆的新增活动对费城市政府和宾夕法尼亚联邦带来的净增经济影响。

经济影响通过以下指标体现出来：

- **直接支出**：由于球馆的建设和运营而花费且与球馆内的新增活动和支出直接相关的净增支出总额。
- **工作机会**：直接支出创造的全职当量 (**FTE**) 就业岗位。
- **个人收入**：因创造的 **FTE** 工作岗位而获得的个人收入。

注：经济影响仅反映直接影响，不包括间接或诱导支出。

就业岗位和个人收入是通过将支出乘数应用于直接支出来估算的。本分析中使用的乘数估算基于 **RIMS II** 系统，该系统是由经济分析局开发的区域经济模型，而全国各地的投资者、规划人员和民选官员都使用该模型来准确评估经济影响，并且该模型专门针对费城的情况。本分析中使用的乘数仅适用于直接支出，不包括再支出的影响（即间接支出和诱导支出）。

如图所示，在建设和 **30** 年的运营期间，预计球馆将对费城市政府产生大约 **19** 亿美元的净增直接支出，这些支出将总共产生 **710** 个工作岗位，产生 **5.93** 亿美元的个人收入。

此外，在建设和 **30** 年的运营期间，预计球馆将对宾夕法尼亚联邦产生大约 **25** 亿美元的直接支出，这些支出将总共产生 **1,070** 个工作岗位，产生 **7.67** 亿美元的个人收入。

ECONOMIC IMPACT SUMMARY		
	City	Commonwealth
Construction Impacts (3 Years)		
Direct Spending	\$303.8M	\$615.6M
Jobs (FTE)	260	520
Personal Earnings	\$67.1M	\$136.0M
Annual Impacts (2032)		
Direct Spending	\$107.5M	\$131.6M
Jobs (FTE)	450	550
Personal Earnings	\$34.9M	\$42.7M
Construction + 30-Year Impacts (Present Value 2025\$)		
Direct Spending	\$1.90B	\$2.51B
Jobs (FTE)	710	1,070
Personal Earnings	\$593M	\$767M

Note: Economic impacts are not additive across City and Commonwealth.

适用税费

除了预期由拟建球馆的建设和运营产生的经济影响之外，公共部门也将受益于税收收入的增长。在编制财政影响估算时，对拟建球馆产生的直接支出所产生的税收收入进行了估算。税收收入以当前的适用税率为准，因此这些税率未来的变化将对最终的税收产生影响。费城市政府、学区和宾夕法尼亚联邦的税费情况均在本分析中经过考量，如下所示。

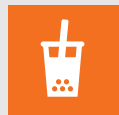
费城



2.0%
销售税



3.65%*
工资税
*加权平均



每盎司 **1.5 美分**
饮料税



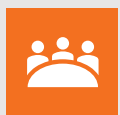
22.5%
停车税



5.0%
娱乐税



每年 **220 万美元**
PILOT* (占总额的
44%)
注：每 10 年上涨 10%



0.14% 总收入
5.81% 净收入
营业税

学区



10.0%
酒水税



每年 **280 万美元**
PILOT* (占总额的
56%)



每年 **50 万美元**
使用及占用税*
注：每 10 年上涨 10%

费城联邦



6.0%
销售税



7.0%
酒店税



3.07%
收入所得税

总财政影响

右侧图表显示了拟建球馆对费城市政府、学区和宾夕法尼亚联邦造成的估计调整后总财政影响。

如图所示，据估计，拟建球馆在建设和 30 年的运营期间，可以按净现值法从七个不同的来源为该市创造 **1.97 亿美元** 的净增税收收入（相当于累计总额 **5.63 亿美元**）。

此外，据估计，拟建球馆在建设和 30 年的运营期间，可以按净现值法从三个不同的来源为费城学区创造 **5,200 万美元** 的净增税收收入（相当于累计总额 **1.45 亿美元**）。

最后，据估计，拟建球馆在建设和 30 年的运营期间，可以按净现值法从两个不同的来源为宾夕法尼亚联邦创造 **1.41 亿美元** 的净增税收收入（相当于累计总额 **3.49 亿美元**）。

3.90 亿美元
PV 税收总额

FISCAL IMPACT SUMMARY			
	City	School District	Commonwealth
Construction Impacts (3 Years)			
Sales Tax	\$16.0M	--	\$48.0M
Wage Tax	\$17.5M	--	\$14.7M
Total	\$33.5M	--	\$62.7M
Annual Impacts (2032)			
Sales Tax	\$1.9M	--	\$5.6M
Wage Tax	\$0.5M	--	\$0.4M
Amusement Tax	\$3.9M	--	--
Business Tax	\$2.9M	--	--
Parking Tax	\$0.4M	--	--
Beverage Tax	\$0.04M	--	--
Liquor Tax	--	\$1.0M	--
PILOT	\$2.2M	\$2.8M	--
Use & Occupancy Tax	--	\$0.5M	--
Total	\$11.9M	\$4.3M	\$6.0M
Construction + 30-Year Impacts (Present Value 2025\$)			
Sales Tax	\$41.7M	--	\$123.3M
Wage Tax	\$20.5M	--	\$17.4M
Amusement Tax	\$61.2M	--	--
Business Tax	\$42.2M	--	--
Parking Tax	\$7.0M	--	--
Beverage Tax	\$0.4M	--	--
Liquor Tax	--	\$15.3M	--
PILOT	\$24.1M	\$30.7M	--
Use & Occupancy Tax	--	\$5.8M	--
Total	\$197.0M	\$51.8M	\$140.7M

敏感性分析

右侧图表显示的是敏感性分析，表明如果拟建球馆的第三方活动数量与 CSL 估计的数量（共计 **53** 场净增活动）不同时，会对费城市政府 **32** 年的经济和财政造成的影响。

展示的场景（与基准场景相比）包括：

- 增加的音乐会（额外增加 **12** 场音乐会）
- **CSL** 主场场景：（包括所有估计的新增活动）
- 削减的音乐会：（减少 **8** 场音乐会）
- 其他削减的音乐会：（减少 **19** 场音乐会）
- 削减的音乐会和家庭节目：（减少 **19** 场音乐会和 **8** 场家庭节目）
- 大量削减（减少 **23** 场音乐会和 **12** 场家庭节目）

如图所示，在增加音乐会的情况下，影响力上升约 **17%**，而在大量削减的情况下，影响力下降约 **39%**。

值得注意的是，在所有情况下，球馆都会产生净增收入。

THIRD-PARTY EVENT SCENARIO ANALYSIS						
Impact to City of Philadelphia						
Scenario	Increased Concerts	Base CSL Scenario	Reduced Concerts	Additional Reduced Concerts	Reduced Concert & Family Shows	High Reduction
<i>Annual Third-Party Events</i>	<i>65</i>	<i>53</i>	<i>45</i>	<i>34</i>	<i>26</i>	<i>18</i>
Construction + 30-Year Impacts (Present Value)						
Direct Spending	\$2.3B	\$1.9B	\$1.7B	\$1.3B	\$1.3B	\$1.1B
Total Jobs	810	710	640	550	530	490
Personal Earnings	\$709M	\$593M	\$513M	\$405M	\$386M	\$337M
% Difference from Base	+19%	--	-13%	-31%	-34%	-42%
Construction + 30-Year Impacts (Present Value)						
Sales Tax	\$50.4M	\$41.7M	\$35.6M	\$27.5M	\$26.1M	\$22.3M
Wage Tax	\$21.2M	\$20.5M	\$20.1M	\$19.5M	\$19.3M	\$19.0M
Amusement Tax	\$79.3M	\$61.2M	\$48.5M	\$31.6M	\$28.9M	\$21.3M
Business Tax	\$51.3M	\$42.2M	\$35.9M	\$27.4M	\$25.6M	\$21.5M
Parking Tax	\$9.0M	\$7.0M	\$5.6M	\$3.7M	\$3.4M	\$2.5M
Beverage Tax	\$0.5M	\$0.4M	\$0.3M	\$0.2M	\$0.2M	\$0.1M
Liquor Tax*	\$19.5M	\$15.3M	\$12.5M	\$8.6M	\$7.5M	\$5.4M
PILOT*	\$54.7M	\$54.7M	\$54.7M	\$54.7M	\$54.7M	\$54.7M
Use & Occupancy Tax*	\$5.8M	\$5.8M	\$5.8M	\$5.8M	\$5.8M	\$5.8M
Total	\$291.8M	\$248.8M	\$219.1M	\$179.1M	\$171.6M	\$152.6M
% Difference from Base	+17%	--	-12%	-28%	-31%	-39%

* Includes School District impacts.



竞争球馆评估

简介

随着项目利益相关者继续评估拟建 **Sixers** 球馆对社区的潜在影响，务必要考虑向市场增加第二个球馆对现有 **Wells Fargo Center** 的运营情况的影响。本节的目的是研究多球馆市场中的球馆相对于单球馆市场中球馆的关键表现趋势。出于本次分析的目的，拥有多个球馆的市场包括纽约、洛杉矶、菲尼克斯、明尼阿波利斯-圣 保罗和迈阿密（以及达拉斯-沃斯堡和旧金山-奥克兰以供选择比较）。

本节的其余部分评估了关键绩效指标，包括：



年度音乐会利用率



大联盟租户观众人数



大联盟租户门票平均价格



包厢定价



冠名权价值



年度音乐会利用率

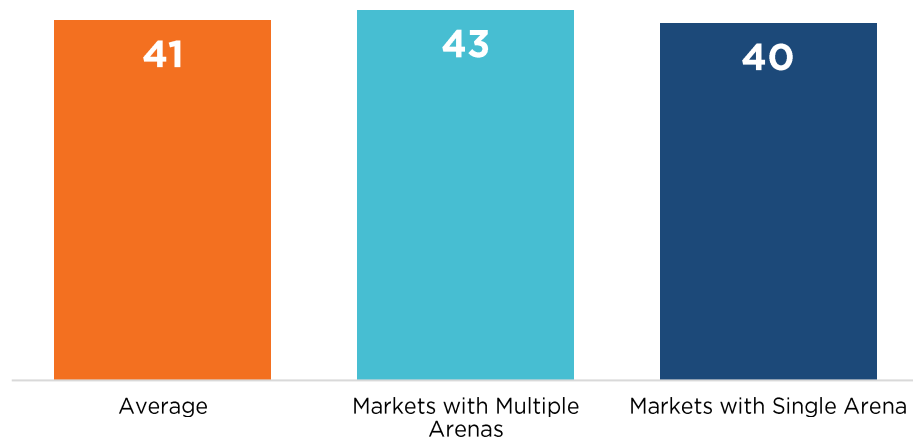
除了大联盟体育赛事之外，音乐会通常是专业球馆中最赚钱、最引人注目的活动类型，可以带来最高的场地租赁费以及最高水平的特许经营和停车收入。观看热门音乐会也是推动优选座位（尤其是包厢）销售的一个因素。

左下方的图表显示的是 **2022** 年在球馆举办的音乐会的平均场次。如图所示，大联盟球馆的音乐会场次平均为 **41** 场，多球馆市场中球馆的音乐会场次平均为 **43** 场，单球馆市场则为 **40** 场。这表明，随着市场上新增球馆的出现，对音乐会利用率的影响即使不能说是积极的，但也是微乎其微的。

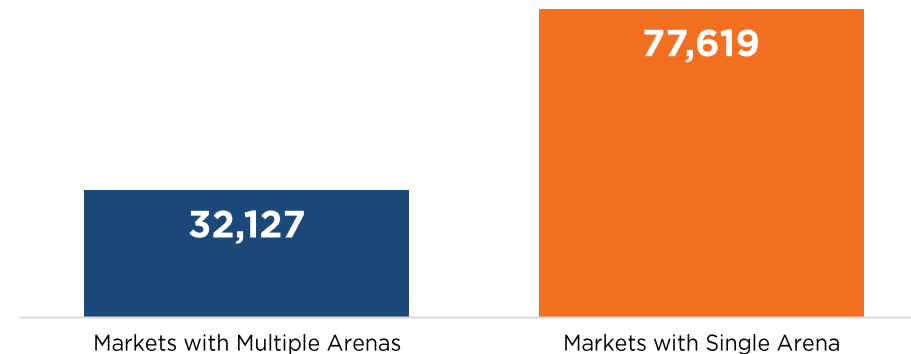
右下角的图表显示了特定市场人口基数下每个球馆的音乐会的平均“饱和度”。如图所示，多球馆市场的球馆饱和度比单球馆市场的球馆饱和度低 **59%**，这表明多个球馆（尤其是在较大的市场中）的存在可以更有效地渗透当地市场，为市场内的音乐会娱乐活动提供更多机会。

此外，如前文“预计第三方活动利用率”部分所述，基于市场规模和其他关键因素，费城 **CBSA** 有能力通过增加第二个球馆来提高其市场范围内的音乐会供应量，从而预计能为新场馆新增约 **35** 场音乐会。

2022 年各球馆的音乐会总数



音乐会饱和度：市场内每个球馆中每场音乐会上的居民人数



大联盟租户观众人数

专业球馆实现整体健康和成功的一个重要因素是其大联盟租户的观众数量，这推动了重要的收入来源，例如优选座位、赞助、特许经营、商品销售、停车和门票费用。右侧图表显示了 **NBA** 和 **NHL** 球队的平均观众人数，按多球馆和单球馆市场划分。

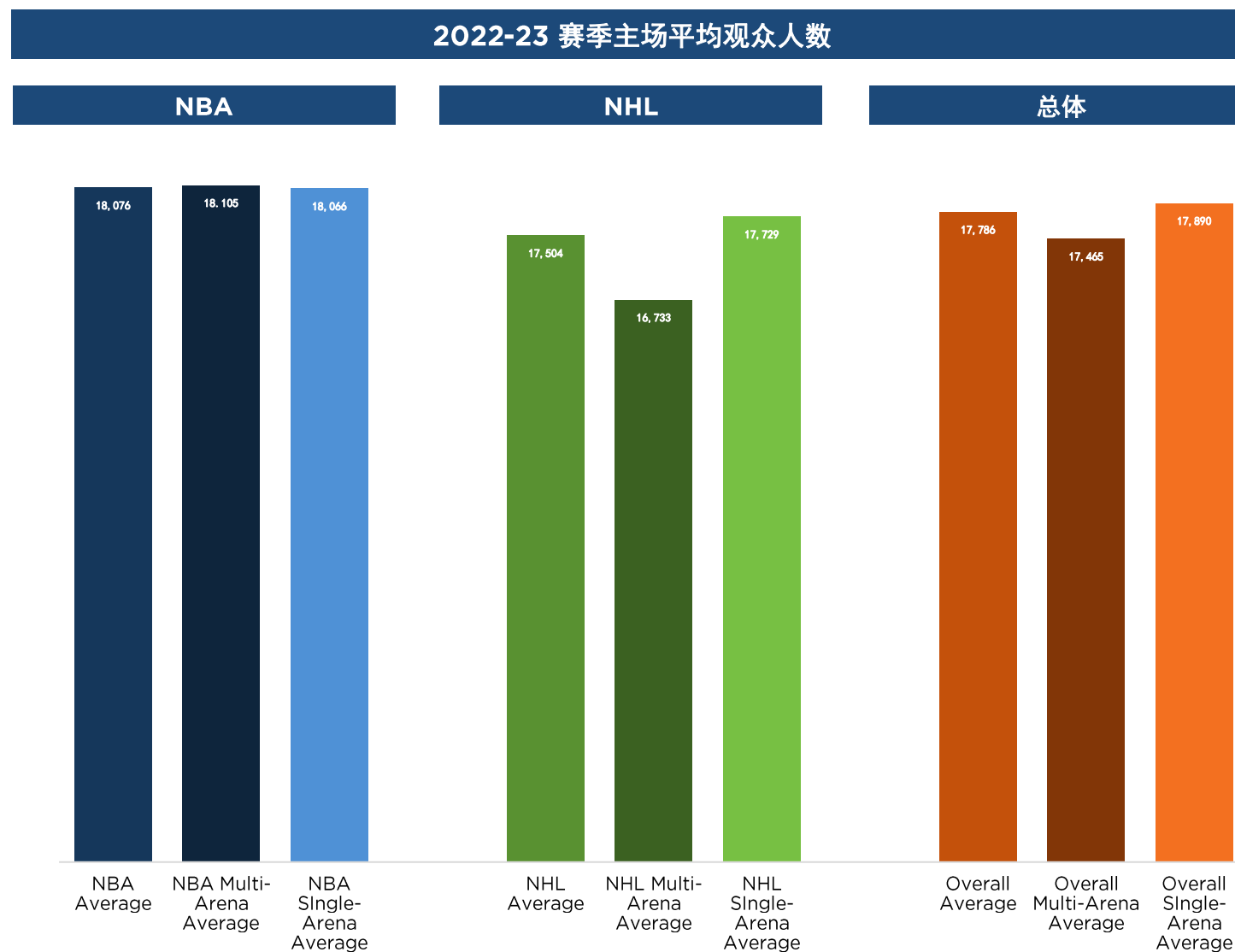
如图所示，**NBA** 在 **2022-23** 赛季的平均观众人数为 **18,076** 人。在多球馆市场的 **NBA** 球队中，观众人数略高，为 **18,105** 人，而单球馆市场的观众人数则为 **18,066** 人。相比之下，多球馆市场要高出 **0.2%**。

NHL 在 **2022-23** 赛季的平均观众人数为 **17,504** 人。在多球馆市场的 **NHL** 球队中，观众人数略低 **4.4%**，为 **16,733** 人，而单球馆市场的观众人数则为 **17,729** 人。相比之下，多球馆市场要低 **5.6%**。

综合考虑 **NBA** 和 **NHL** 的总体情况，多球馆市场的主场平均观众人数要比单球馆市场低 **2.4%**。总体而言，根据这些数据，费城市场新增一个球馆可能会对 **Wells Fargo Center** 的 **NHL** 观众人数的影响极小，甚至没有影响。

需要注意的是，观众人数是团队成功、受欢迎程度、市场动态等多种因素共同作用的结果，并且附近存在的球馆所带来的竞争只是其中一个因素。

注：为了进行比较，本分析仅使用美国队伍。



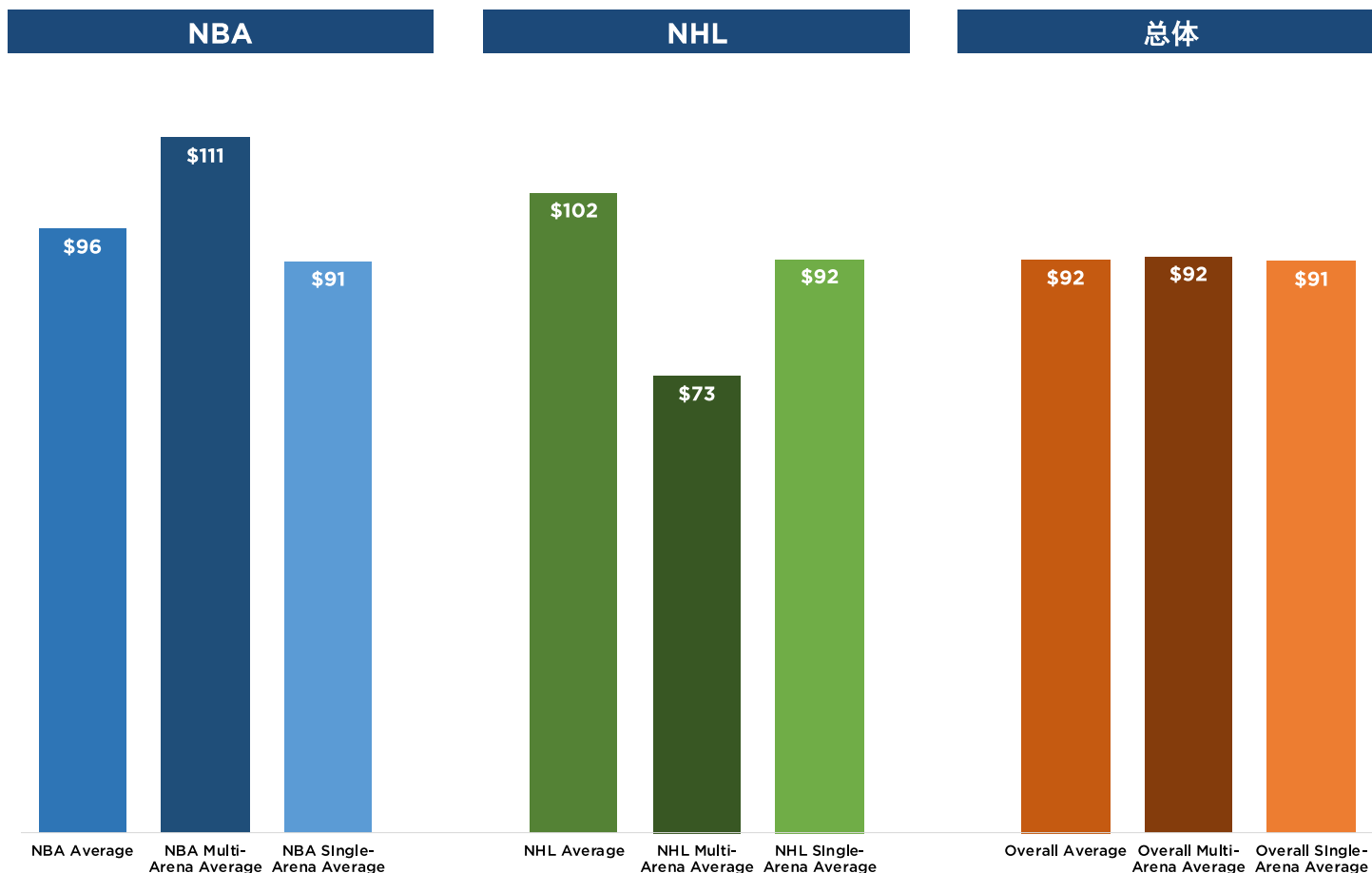
大联盟租户门票平均价格

门票收入是推动大联盟球队在职业球馆实现健康和成功的关键因素。右侧的图表显示了 **2022-23** 赛季 **NBA** 和 **NHL** 球队在大联盟球馆的平均票价，并根据生活成本进行了调整。值得注意的是，票价深受当地场馆数量以外多种因素的影响，其中包括场上/场下的成功、球队的长期受欢迎程度、接触明星球员的机会等。

如图所示，对于 **NBA** 而言，多球馆市场中球队的平均票价更高，为 **111** 美元，比单球馆市场中球队的票价高出 **22%**。对于 **NHL** 而言，多球馆市场中球队的平均票价（**73** 美元）比单球馆市场中球队的票价（**92** 美元）低 **20%**。平均而言，两个联盟的平均票价大致相同（分别为 **\$92** 和 **\$91**）。

根据这些数据，新 **Sixers** 球馆的建成可能会对 **Wells Fargo Center** 的 **NHL** 球队的门票定价产生极小影响/不产生影响，但这种影响可能会根据费城飞人队的受欢迎程度和表现而逐年产生很大差异。

2022-23 赛季平均票价根据生活成本调整



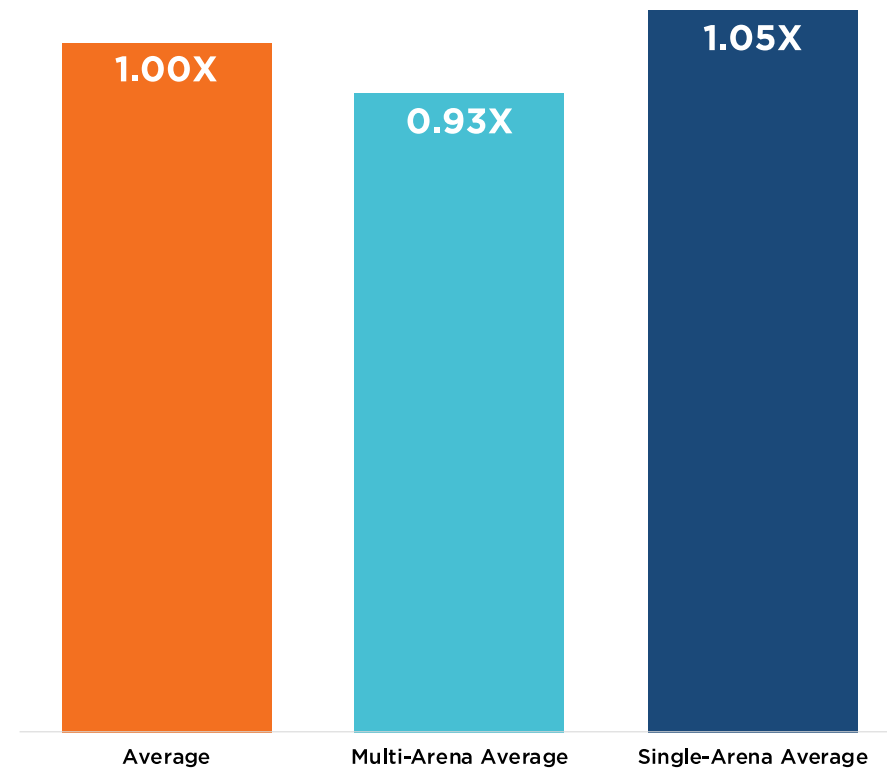
包厢定价

大联盟球队及其各自球馆的一个重要收入来源是豪华包厢的销售。豪华包厢的买家与众多本地和地区企业以及高净值个人展开竞争。在单球馆市场中，单个买家可能有机会为大联盟租户以及其他球馆活动购买他们的包厢，而多球馆市场中，买家必须购买多个球馆的多个包厢才能实现相同水平的活动利用率。

右侧的图表显示的是各个大联盟球馆中包厢的相对价格。如图所示，将平均包厢价格指数定为 **1.0**，则多球馆市场中球馆的包厢定价为 **0.93** 倍，比单球馆市场中球馆的包厢定价（**1.05** 倍）低 **12%**。

根据这些数据，在新 **Sixers** 球馆投入使用后，两个球馆的包厢价格会平均低于单个双租户球馆的包厢价格总和。具体来说，对于 **Wells Fargo Center** 来说，由于失去大联盟租户（**Sixers**），未来的包厢价格可能会平均下调。值得注意的是，仅为 **Flyers** 比赛（而非 **Sixers** 或第三方活动）出售的包厢不会受到影响。

NBA/NHL 包厢定价指数 根据生活成本调整



冠名权价值

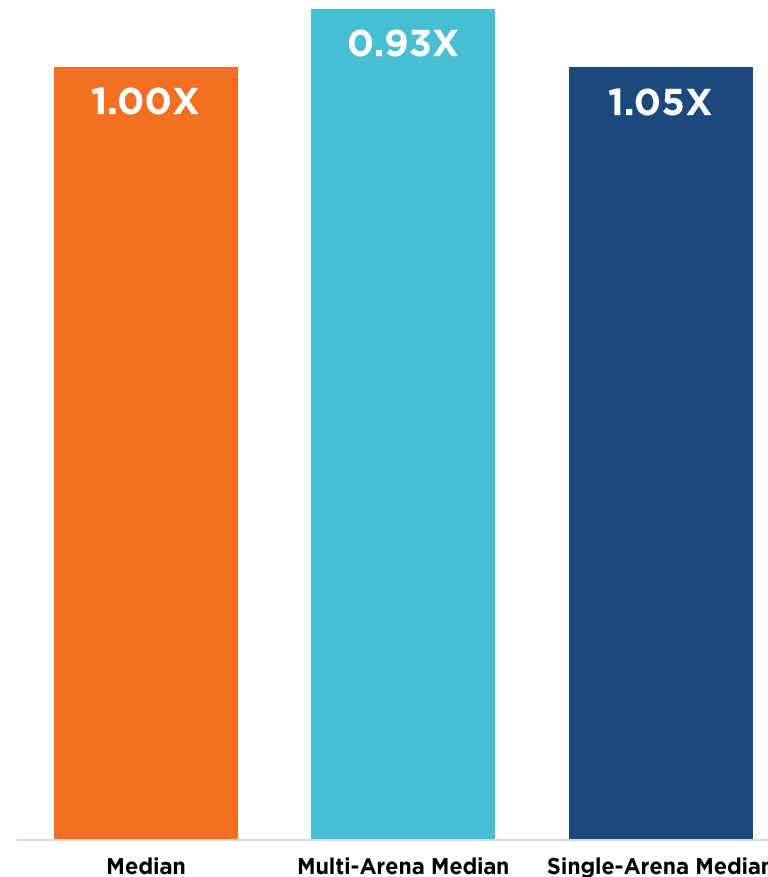
冠名权是专业球馆的主要收入来源，通常包括整个设施的单一最高价值赞助商。

右侧的图表显示的是各个专业球馆的冠名权价值的中位数。如图所示，冠名权价值在不同市场类型之间几乎没有差异，多球馆市场的冠名权价值平均要高出 **8.0%**。

多球馆市场的中位数较高，可能是因为这些市场通常比单球馆市场更大，并且通常包括联盟中一些更受欢迎的球队，并且有可能接触到在当地具有超大影响力的规模最大的公司。基于曝光度的提高，冠名权的价值也相应提高，能够抵消额外球馆带来的任何负面的竞争影响。

值得注意的是，尤其是在费城，**Sixers** 球队迁往新球馆肯定会对未来新冠名权交易的可能性产生**负面影响**，因为 **NBA** 收视率下降和观众人数减少将对未来冠名权合作伙伴的市场需求产生负面影响。

冠名权价值（2024 年，以美金计算）



概要

右边的图表概括了新的竞争球馆可能带来的影响。

根据这一证据以及 CSL 在球馆财务模型方面的行业经验，Wells Fargo Center 很可能受到负面影响，特别是在下次续约时包厢收入的产生（收入减少 15% 到 25%）和潜在冠名权收入最大化（价值减少 20% 到 30%）方面，以及因取消年度 Sixers 比赛而造成的一般损失，包括租金、特许经营权、停车费和门票收入（对这些球馆收入造成约 25% 到 35% 的负面影响）。然而，预计新球馆的出现并不会影响 Wells Fargo Center 的第三方活动利用率，或其剩余的 NHL 租户 (Flyers) 的观众人数和票价。虽然新球馆将加剧费城球馆市场的竞争，但 CSL 预计费城市场将能够支持两个球馆，而且两个球馆都将具备财务可行性。

影响概要



大联盟观众人数

由于存在竞争，多球馆市场的大联盟球队对年度主场观众人数造成的负面影响不到 3%。



票价

在多球馆和单球馆市场中，两支球队的票价几乎相同 (+1%)。



音乐会利用率

在多球馆市场中，音乐会利用率略高 (+8%)，更有效地渗透到更大的市场群体中



包厢定价

包厢定价在多球馆市场中平均低 12%，因为多个球馆的存在提升了市场中包厢销售的竞争水平



冠名权价值

平均而言，多球馆市场中的冠名权价值略高 (+8%)，因为这些市场拥有相当深厚和广泛的企业基数。具体来说，会对费城产生负面影响，因为当前的冠名权协议费用可能会在下次续约时上涨，但如果没有第二个租户，则涨幅较低。



感谢

