2024-2030年中国体育俱乐部市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制
www.bosidata.com

报告报价

《2024-2030年中国体育俱乐部市场分析与投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：http://www.bosidata.com/report/D57198AW92.html

【报告价格】纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元
【出版日期】2023-12-14
【交付方式】Email电子版/特快专递
【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630
博思数据研究中心

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2024-2030年中国体育俱乐部市场分析与投资前景研究报告》介绍了体育俱乐部行业相关概述、中国体育俱乐部产业运行环境、分析了中国体育俱乐部行业的现状、中国体育俱乐部行业竞争格局、对中国体育俱乐部行业做了重点企业经营状况分析及中国体育俱乐部产业发展前景与投资预测。您若想对体育俱乐部产业有个系统的了解或者想投资体育俱乐部行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

报告目录：

第1章：体育俱乐部行业发展综述16
1.1 体育俱乐部行业概述16
1.1.1 体育俱乐部的界定16
1.1.2 体育俱乐部的分类16
（1）按照体育本身的分类划分16
（2）按照体育产业化的角度划分16
（3）本报告对体育俱乐部的分类17
1.1.3 体育俱乐部的产业定位17
1.1.4 体育俱乐部产品的特征18
（1）非实物性18
（2）消费的排他性和非竞争性19
（3）外部性19
1.1.5 体育俱乐部经营的内涵19
1.1.6 体育俱乐部的作用20
1.2 体育俱乐部行业发展环境分析20
1.2.1 政策环境20
（1）管理体制分析20
（2）发展政策与法律法规22
1.2.2 经济环境23
（1）国际宏观经济走势分析23
（2）国内宏观经济走势分析30
1.2.3 社会环境34

（1）中国城市化进程分析35
（2）居民消费结构升级分析37
第2章：中国体育俱乐部行业总体发展状况分析39
2.1 国际体育俱乐部行业发展经验借鉴39
2.1.1 国际体育俱乐部行业发展总体状况39
（1）国际体育俱乐部行业发展概况39
（2）职业体育俱乐部行业发展总体状况39
（3）商业体育俱乐部行业发展总体状况43
2.1.2 国际体育俱乐部行业发展特征43
（1）体育俱乐部的数量及规模43
（2）体育俱乐部的宏观管理44
（3）体育俱乐部的建立及经费筹措45
（4）体育俱乐部的经营方式45
（5）体育俱乐部的指导员的认证及内部管理46
2.1.3 发达国家体育俱乐部行业发展对我国的启示46
2.2 中国体育俱乐部行业发展总体状况47
2.2.1 中国体育俱乐部行业发展概况47
（1）中国体育俱乐部发展概况47
（2）中国职业体育俱乐部发展概况48
（3）中国商业体育俱乐部发展概况50
2.2.2 中国体育俱乐部行业发展特征51
（1）体育俱乐部的社会化程度提高51
（2）俱乐部兼具体育与教育功能51
（3）俱乐部的经济功能初步显现52
（4）俱乐部出现群众自发的组织52
2.2.3 中国体育俱乐部行业发展影响因素52
（1）行业发展的有利因素52
（2）行业发展的不利因素54
2.2.4 中国体育俱乐部行业市场结构分析55
2.2.5 中国体育俱乐部行业区域分布情况55
（1）体育区域分布总体概况55
（2）体育俱乐部行业区域分布57

2.3 中国体育俱乐部行业发展问题及建议59
2.3.1 中国体育俱乐部行业发展存在的问题59
（1）中国职业体育俱乐部行业发展存在的问题59
（2）中国商业健身体育俱乐部行业发展存在的问题61
2.3.2 中国体育俱乐部行业投资策略建议62
（1）健全产权制度要进行俱乐部产权制度的改革62
（2）经营市场化62
（3）完善法律和内部规章制度62
2.4 中国体育俱乐部行业发展趋势及前景63
2.4.1 中国体育俱乐部行业发展趋势分析63
（1）股份制体育俱乐部趋势63
（2）经营模式注重供给与需求的市场化趋势64
（3）管理体制制度化趋势64
2.4.2 中国体育俱乐部行业趋势预测分析65
（1）新界定使行业投资与趋势预测明朗化65
（2）政策规划促进行业快速发展66
（3）商业健身俱乐部市场潜力巨大66
第3章：中国体育俱乐部运营管理分析68
3.1 中国体育俱乐部运行机制分析68
3.1.1 运作模式分析68
（1）职业体育俱乐部运作模式分析68
（2）商业体育俱乐部运作模式分析69
3.1.2 无形资产经营管理69
（1）冠名权经营69
（2）转播权经营70
（3）广告经营71
（4）球迷产品经营71
（5）俱乐部标志物的使用权的经营72
3.2 中国体育俱乐部运营情况分析72
3.2.1 中国体育俱乐部经营范围分析72
（1）职业体育俱乐部经营范围分析72
（2）其它体育俱乐部经营范围分析73

3.2.2 中国体育俱乐部经费来源分析73
（1）职业体育俱乐部经费来源分析73
（2）其它体育俱乐部经费来源分析73
3.2.3 中国体育俱乐部经营方式分析74
（1）职业体育俱乐部经营方式分析74
（2）商业体育俱乐部经营方式分析74
3.2.4 中国体育俱乐部行业市场规模分析77
3.2.5 中国体育俱乐部行业盈利情况分析77
3.3 中国体育俱乐部连锁经营分析78
3.3.1 体育俱乐部连锁化经营的特色与优势78
3.3.2 体育俱乐部连锁化经营的必要性分析78
3.3.3 体育俱乐部连锁经营模式79
第4章：国外体育俱乐部运营管理分析81
4.1 国外体育俱乐部运行机制分析81
4.1.1 运作模式分析81
（1）国外俱乐部管理体制分析81
（2）国外俱乐部主要运营模式分析82
（3）运营模式的其它分类84
4.2 国外体育俱乐部联赛运营案例分析85
4.2.1 NBA运营模式案例分析85
（1）NBA运营管理概况85
（2）NBA近年经营状况85
（3）NBA运营模式88
（4）NBA运作模式总结93
（5）CBA面临的压力94
4.2.2 英超运营模式案例分析96
（1）英超的背景与环境96
（2）英超经营状况97
（3）英超经营模式分析100
（4）英超经营模式对我国的启示102
4.3 中外职业体育俱乐部经营管理比较分析104
4.3.1 中外职业体育俱乐部管理结构比较分析104

（1）国外体育俱乐部的管理结构分析104
（2）我国体育俱乐部的管理结构分析105
4.3.2 中外职业体育俱乐部经营方式比较分析105
（1）国外体育俱乐部的经营方式分析105
（2）我国体育俱乐部的经营方式分析106
4.3.3 中外职业体育俱乐部收益比较分析106
（1）门票收入106
（2）广告和赞助收入107
（3）电视转播权收入108
（4）球员转会和商业性赛事收入108
（5）其它一些体育资源的开发性收入110
4.3.4 中外职业体育俱乐部收益差距原因分析110
第5章：中国职业体育俱乐部市场调研112
5.1 职业体育俱乐部的构成要素与性质112
5.1.1 职业体育俱乐部的构成要素112
（1）准公共性的竞赛产品112
（2）职业运动员112
（3）联营性的竞赛机制112
5.1.2 职业体育俱乐部的目的113
5.1.3 职业体育俱乐部的组织类型114
（1）企业类职业体育俱乐部的主要类型114
（2）非营利组织类职业体育俱乐部的主要类型115
5.2 中国职业体育俱乐部经营效益分析116
5.2.1 职业体育俱乐部经营收益分析116
5.2.2 职业体育俱乐部经营成本分析117
5.3 中国职业体育俱乐部管理模式分析117
5.3.1 中国职业体育俱乐部管理模式概述117
5.3.2 中国足球俱乐部管理模式118
（1）管理模式发展概况119
（2）管理性质归属119
5.3.3 中国篮球俱乐部管理模式120
5.3.4 中国乒乓球俱乐部管理模式121

5.3.5 中国排球俱乐部管理模式121
（1）中国排球俱乐部管理模式概述121
（2）中国排球运动管理机构概况122
5.4 中国职业体育俱乐部融资分析122
5.4.1 职业体育俱乐部融资途径分析122
（1）发行股票并上市交易122
（2）发行公司债券123
5.4.2 中国职业体育俱乐部融资现状分析123
（1）资金供需矛盾突出123
（2）融资渠道狭窄123
（3）融资方式单一124
（4）融资结构不合理124
5.4.3 中国职业体育俱乐部融资影响因素分析124
（1）缺少相应的扶持发展政策124
（2）国家职业体育管理体制与运作机制不健全125
（3）职业体育俱乐部经营状况不理想125
（4）职业体育俱乐部缺乏现代企业制度126
5.4.4 中国职业体育俱乐部融资对策及建议126
（1）建立多元化融资渠道126
（2）从中小企业板市场融资127
（3）优先选择股权融资127
（4）适当比例的债务融资127
5.4.5 中国职业体育俱乐部上市机遇与挑战分析128
（1）中国职业体育俱乐部上市机遇分析128
（2）中国职业体育俱乐部上市挑战分析133
（3）中国职业体育俱乐部上市创业板市场建议分析134
5.5 中国职业体育俱乐部竞赛发展分析135
5.5.1 职业体育赛事概况135
5.5.2 职业体育俱乐部赛事运作模式分析137
（1）赛事管理体制137
（2）赛事市场运营140
5.5.3 职业体育俱乐部赛事发展趋势及建议147

（1）开发职业联赛市场147
（2）完善俱乐部市场化运作148
（3）实施联赛品牌战略148
（4）加强与国际间交流148
5.6 中国职业体育俱乐部发展存在的问题及建议149
5.6.1 中国职业体育俱乐部发展存在的问题分析149
（1）足球俱乐部发展存在的问题分析149
（2）排球俱乐部发展存在的问题分析149
（3）篮球俱乐部发展存在的问题分析150
5.6.2 中国职业体育俱乐部投资策略建议151
（1）加大政策扶持力度151
（2）建立科学的监管制度151
（3）加强职业体育俱乐部自身建设151
（4）选择合理的融资形式152
第6章：中国业余体育俱乐部市场调研153
6.1 中国业余体育俱乐部发展综述153
6.1.1 业余体育俱乐部的形成与发展153
6.1.2 业余体育俱乐部的分类153
6.1.3 业余体育俱乐部对大众体育的影响154
（1）对大众体育活动向终身化发展的影响154
（2）对中等强度的大众体育活动的影响154
（3）带动体育人口的增长和素质的提高155
（4）比赛推动大众体育的普及和发展155
6.1.4 业余体育俱乐部对当今社会的影响156
（1）建立健康的新型生活方式156
（2）创建和谐的社区文化156
（3）建立新型的人际关系156
6.2 中国业余体育俱乐部细分市场调研157
6.2.1 高校体育俱乐部发展概况157
（1）高校体育俱乐部的概念界定157
（2）高校体育俱乐部的特点158
（3）校体育俱乐部的分类及管理159

（4）高校体育俱乐部对学生的影响160
（5）高校体育俱乐部发展不利因素161
（6）高校体育俱乐部发展建议分析161
6.2.2 青少年体育俱乐部发展概况162
（1）青少年体育俱乐部运营模式的概述163
（2）青少年体育俱乐部的社会定位163
6.2.3 社区体育俱乐部发展概况165
（1）社区体育俱乐部发展阶段分析165
（2）社区体育俱乐部的构成要素与差异分析168
（3）社区体育俱乐部发展的主要影响因素分析168
（4）社区体育俱乐部存在与发展的动力机制分析170
第7章：中国商业体育俱乐部市场调研172
7.1 中国商业体育俱乐部发展综述172
7.1.1 商业体育俱乐部内涵及分类172
7.1.2 商业体育俱乐部的“硬件”状况172
（1）经营规模和投资规模均较大172
（2）市场品质定位173
（3）经营项目多样化、综合化173
（4）拥有国内外先进健身器械与附属设施173
7.1.3 商业体育俱乐部的“软件”环境174
（1）服务队伍专业化、知识化、年轻化174
（2）提供多种形式的高质量服务174
（3）经营模式多元化175
（4）广告宣传媒体以网络为主175
（5）营销手段多样化176
（6）经营管理连锁化176
7.1.4 商业体育俱乐部的经营特征177
（1）向品牌化、专业化、综合型发展177
（2）服务产品不断扩展与创新177
（3）经营理念由国内化向国际化发展178
（4）经营方向由贵族化向大众化转型178
（5）收费方式以会员制为主179

7.1.5 商业体育俱乐部的细分市场调研180
（1）健身俱乐部发展状况分析180
（2）高尔夫俱乐部发展状况分析182
7.2 中国商业体育俱乐部发展存在的问题及建议183
7.2.1 商业体育俱乐部经营发展存在的问题183
（1）体育健身的科学监控欠缺183
（2）健身教练整体水平有待提高184
（3）营养师短缺184
（4）健身教练缺乏专业化和细分184
（5）网络营销未能得到很好的利用185
（6）适用人群年龄限制性强185
7.2.2 商业体育俱乐部经营对策与建议185
（1）建立并细化俱乐部经营管理体系185
（2）加强营销手段的整合与创新186
（3）加强服务创新管理186
（4）加强人才培育，制定政策法规186
7.3 中国商业体育俱乐部消费调查与分析186
7.3.1 商业体育俱乐部消费者行为分析186
（1）商业体育俱乐部与消费者186
（2）政治法律环境与商业体育俱乐部消费者行为187
（3）经济环境与商业体育俱乐部消费者行为188
（4）文化环境与商业体育俱乐部消费者行为189
（5）人口环境与商业体育俱乐部消费者行为191
（6）社会群体环境与商业体育俱乐部消费者行为193
7.3.2 北京市商业体育俱乐部消费者群体的调查研究196
（1）北京市商业体育俱乐部消费者群体消费现状分析196
（2）阻碍消费者参与商业体育俱乐部活动的因素分析198
（3）消费者参加商业体育俱乐部活动的动机分析199
（4）社会因素对消费者参与商业体育俱乐部活动的影响200
7.3.3 上海市商业体育俱乐部消费者群体的调查研究202
（1）商业健身俱乐部消费者群体的消费现状分析202
（2）影响消费者参与商业体育俱乐部活动的因素分析205

（3）消费者参加商业健身俱乐部活动的动机分析206
（4）消费者参加商业健身俱乐部的消费行为分析206
7.3.4 深圳市商业体育俱乐部经营现状的调查研究207
（1）深圳市商业体育俱乐部经营行业的现状207
（2）深圳市体育健身娱乐业存在的主要问题209
（3）发展深圳市商业体育俱乐部经营行业的构想210
第8章：中国体育俱乐部重点个案经营分析212
8.1 中国领先职业体育俱乐部经营分析212
8.1.1 广州恒大足球俱乐部212
（1）俱乐部简况介绍212
（2）俱乐部主场设施212
（3）俱乐部人力资源213
（4）俱乐部球队所获战绩214
（5）俱乐部梯队建设215
（6）俱乐部经营理念215
（7）俱乐部最新发展动态216
8.1.2 山东鲁能泰山足球俱乐部216
（1）俱乐部简况介绍217
（2）俱乐部主场设施217
（3）俱乐部人力资源218
（4）俱乐部球队所获战绩219
（5）俱乐部梯队建设219
（6）俱乐部经营理念220
（7）俱乐部最新发展动态220
8.1.3 大连一方足球俱乐部220
（1）俱乐部简况介绍220
（2）俱乐部主场设施221
（3）俱乐部人力资源222
（4）俱乐部球队所获战绩223
（5）俱乐部梯队建设223
（6）俱乐部经营理念224
（7）俱乐部最新发展动态224

8.1.4 上海绿地申花足球俱乐部224
（1）俱乐部简况介绍224
（2）俱乐部主场设施225
（3）俱乐部人力资源225
（4）俱乐部球队所获战绩226
（5）俱乐部梯队建设227
（6）俱乐部最新发展动态227
8.1.5 北京国安足球俱乐部228
（1）俱乐部简况介绍228
（2）俱乐部主场设施228
（3）俱乐部人力资源229
（4）俱乐部球队所获战绩230
（5）俱乐部梯队建设231
（6）俱乐部经营理念231
（7）俱乐部最新发展动态231
8.1.6 天津泰达足球俱乐部232
（1）俱乐部简况介绍232
（2）俱乐部主场设施232
（3）俱乐部人力资源233
（4）俱乐部球队所获战绩234
（5）俱乐部梯队建设235
（6）俱乐部经营理念235
（7）俱乐部最新发展动态235
8.1.7 长春亚泰足球俱乐部236
（1）俱乐部简况介绍236
（2）俱乐部主场设施236
（3）俱乐部人力资源237
（4）俱乐部球队所获战绩238
（5）俱乐部梯队建设239
（6）俱乐部经营理念239
（7）俱乐部最新发展动态240
8.1.8 杭州绿城足球俱乐部240

（1）俱乐部简况介绍240
（2）俱乐部主场设施241
（3）俱乐部人力资源241
（4）俱乐部球队所获战绩242
（5）俱乐部梯队建设243
（6）俱乐部经营理念243
（7）俱乐部最新发展动态244
8.1.9 辽宁宏运足球俱乐部244
（1）俱乐部简况介绍244
（2）俱乐部主场设施244
（3）俱乐部人力资源245
（4）俱乐部球队所获战绩246
（5）俱乐部梯队建设247
（6）俱乐部经营理念247
（7）俱乐部最新发展动态248
8.1.10 贵州人和足球俱乐部248
（1）俱乐部简况介绍248
（2）俱乐部主场设施249
（3）俱乐部人力资源249
（4）俱乐部球队所获战绩250
（5）俱乐部梯队建设251
（6）俱乐部经营理念251
8.2 中国领先商业体育俱乐部经营分析287
8.2.1 中航健身会287
（1）俱乐部简况介绍287
（2）俱乐部基础硬件设施287
（3）俱乐部相关配套服务设施288
（4）俱乐部服务项目288
（5）俱乐部最新发展动态289
8.2.2 中体倍力健身俱乐部289
（1）俱乐部简况介绍289
（2）俱乐部基础硬件设施289

（3）俱乐部相关配套服务设施290
（4）俱乐部服务项目291
8.2.3 星之健身俱乐部296
（1）俱乐部简况介绍296
（2）俱乐部基础硬件设施297
（3）俱乐部相关配套服务设施298
（4）俱乐部服务项目298
8.2.4 浩沙健身俱乐部299
（1）俱乐部简况介绍299
（2）俱乐部基础硬件设施299
（3）俱乐部相关配套服务设施300
（4）俱乐部服务项目300
（5）俱乐部最新发展动态301
8.2.5 英派斯健身俱乐部301
（1）俱乐部简况介绍301
（2）俱乐部基础硬件设施302
（3）俱乐部相关配套服务设施302
（4）俱乐部服务项目305
（5）俱乐部最新发展动态306
第9章：中国体育俱乐部行业投资分析及建议325
9.1 中国体育俱乐部行业投资特性分析325
9.1.1 中国体育俱乐部行业进入壁垒分析325
（1）政策壁垒325
（2）管理经验壁垒325
（3）客户资源壁垒326
（4）资金壁垒327
（5）技术与人才壁垒327
9.1.2 中国体育俱乐部行业盈利模式分析328
9.1.3 中国体育俱乐部行业盈利因素分析329
（1）职业体育俱乐部行业盈利因素分析329
（2）商业体育俱乐部行业盈利因素分析331
9.2 中国体育俱乐部行业投资机会与风险分析331

9.2.1 中国体育俱乐部行业投资机会分析331
（1）中国足球职业联赛331
（2）CBA职业联赛332
（3）健身俱乐部投资机会332
9.2.2 中国体育俱乐部行业投资前景分析334
9.3 中国体育俱乐部行业投资建议336
9.3.1 中国体育俱乐部行业投资价值336
（1）宏观视角下的投资价值336
（2）行业发展下的投资价值337
9.3.2 中国体育俱乐部行业可投资方向338
9.3.3 中国体育俱乐部行业投资方式建议339
图表目录
图表1：体育俱乐部的分类17
图表2：2016-2021年我国体育行业相关法规和政策22
图表3：2016-2021年世界经济增长率综合采购经理人产出指数（PMI）（单位：%）24
图表4：2016-2021年美国国内生产总值（GDP）（单位：十亿美元，%）25
图表5：2016-2021年欧盟27国国内生产总值（GDP）增速（单位：%）25
图表6：2016-2021年日本服务业采购经理人指数（单位：%）26
图表7：2022-2027年世界经济总量预测（单位：万亿元）28
图表8：2016-2021年中国GDP增长速度趋势图（单位：%）30
图表9：2016-2021年中国居民消费价格指数（单位：1978=100）31
图表10：2016-2021年中国城乡居民人均收入与人均GDP增长情况（单位：元，%）32
图表11：中国城镇居民各项消费支出（单位：%）32
图表12：2016-2021年农村居民家庭平均每人消费支出（单位：元，%）33
图表13：2014中国经济预测（单位：%）34
图表14：2016-2021年我国城镇人口和乡村人口一览图（单位：亿人）36
图表15：2016-2021年我国城镇恩格尔系数一览图（单位：%）37
图表16：其他国家体育俱乐部数量和规模44
图表17：2017-2021年赛季CBA联赛参赛俱乐部49
图表18：2016-2021年城镇居民文体支出在总支出中的比重（单位：%）53
图表19：各区域体育场地分布情况（单位：%）55
图表20：各区域体育场地隶属关系分布情况（单位：平方米）56

图表21：各区域体育场地隶属关系分布情况（单位：平方米）57
图表22：中国体育文化区划图57
图表23：主要体育俱乐部省级分布（单位：家，%）58
图表24：未来体育俱乐部的发展趋势64
图表25：NBA2013/14赛季总体经营状况（单位：亿美元，支）86
图表26：近年NBA电视转播合同金额（单位：亿美元）86
图表27：2016-2021年赛季NBA各球队平均上座率（单位：人）87
图表28：NBA各球队工资额（单位：美元）88
图表29：NBA组织结构图89
图表30：NBA运作模式示意图94
图表31：意甲近年来电视转播权出售情况（单位：亿欧元）108
图表32：中超各球队转会情况示意图109
图表33：我国体育俱乐部经营管理模式118
图表34：中超参赛球队120
图表35：体育产业金字塔结构图130
图表36：全民健身对体育产业链的完善132
图表37：中超联赛组织机构示意图138
图表38：CBA联赛组织机构示意图139
图表39：乒超联赛组织机构示意图139
图表40：2016-2021年参与各项联赛职业俱乐部数量（单位：支）140
图表41：2016-2021年中超联赛场均观众数（单位：人）141
图表42：2001/02赛季以来CBA联赛场均观众数（单位：人）142
图表43：我国中超联赛各年赞助情况一览表143
图表44：CBA联赛各年赞助情况一览表144
图表45：中超联赛各年电视转播权一览表145
图表46：2016-2021年中超联赛电视转播收视人次（单位：亿）145
图表47：大连市业余羽毛球俱乐部成员性别比例分析（单位：%）155
图表48：不同投资规模健身俱乐部分类173
图表49：不同地区与国家健身俱乐部基本情况191
图表50：北京市商业俱乐部消费者性别比例分析（单位：%）197
图表51：北京市商业俱乐部消费者年龄比例分析（单位：%）197
.....

详细请访问：http://www.bosidata.com/report/D57198AW92.html