

2023-2029年中国体育俱乐部行业发展态势与投资可行性报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国体育俱乐部行业发展态势与投资可行性报告》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.cction.com/report/202307/384809.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

二、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2023-2029年中国体育俱乐部行业发展态势与投资可行性报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

在一个供大于求的需求经济时代，企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求！

随着体育俱乐部行业市场竞争的不断升级，大型企业间战略投资与资本运作日趋频繁，国内优秀的体育俱乐部愈来愈重视对产业的研究，特别是对企业发展环境和客户需求趋势变化的深入研究。正因为如此，一大批国内优秀的体育俱乐部品牌迅速崛起，逐渐成为体育俱乐部行业中的翘楚！

本报告利用资讯长期对体育俱乐部行业跟踪搜集的一手市场数据，全面而准确地为您从产业的整体高度来架构分析体系。报告主要分析了中国体育俱乐部行业的发展环境；体育俱乐部行业的发展现状及发展趋势；体育俱乐部行业的国内外运营管理情况；职业体育俱乐部、业余体育俱乐部以及商业体育俱乐部的市场情况；领先体育俱乐部企业经营状况；体育俱乐部行业的投资建议；同时，佐之以全行业近年来全面详实的一手连续性市场数据，让您全面、准确地把握整个体育俱乐部行业的市场走向和发展趋势。

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发展策略建议	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发展前景预测	65
(1) 新界定使行业投资与发展前景明朗化	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分析	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发展策略建议	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分析	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分析	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分析	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分析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
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风险分析	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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202307/384809.html>