

2015-2020年中国体育俱乐部市场趋势预测及趋势预测报告

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

《2015-2020年中国体育俱乐部市场趋势预测及趋势预测报告》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/tiyu1502/P74380O2TT.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2025-02-06

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：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

报告目录：

第一章 2012-2014年中国体育俱乐部行业发展综述 19

第一节 体育俱乐部行业概述 19

一、体育俱乐部的界定 19

二、体育俱乐部的分类 19

(1) 按照体育本身的分类划分 19

(2) 按照体育产业化的角度划分 20

(3) 本报告对体育俱乐部的分类 20

三、体育俱乐部的产业定位 21

四、体育俱乐部产品的特征 22

五、体育俱乐部经营的内涵 23

六、体育俱乐部的作用 23

第二节 体育俱乐部行业发展环境分析 24

一、政策环境 24

(1) 管理体制分析 24

(2) 发展政策与法律法规 24

二、经济环境 25

(1) 国际宏观经济走势分析 25

(2) 国内宏观经济走势分析 28

三、社会环境 34

(1) 中国城市化进程分析 34

(2) 城镇居民收入及支出水平 34

(3) 中国居民消费结构升级分析 35

第二章 2012-2014年中国体育俱乐部行业总体发展状况分析 47

第一节 国际体育俱乐部行业发展经验借鉴 47

一、国际体育俱乐部行业发展总体状况 47

二、发达国家体育俱乐部行业发展经验借鉴 47

(1) 体育俱乐部的名称及分类 47

| | |
|-----------------------------|----|
| (2) 体育俱乐部的数量及规模 | 49 |
| (3) 体育俱乐部的宏观管理 | 49 |
| (4) 体育俱乐部的建立及经费筹措 | 50 |
| (5) 体育俱乐部的经营方式 | 50 |
| (6) 体育俱乐部的指导员的认证及内部管理 | 51 |
| 三、发达国家体育俱乐部行业发展对我国的启示 | 51 |
| 第二节 中国体育俱乐部行业发展总体状况 | 52 |
| 一、中国体育俱乐部行业发展概况 | 52 |
| 二、中国体育俱乐部行业发展特征 | 53 |
| 三、中国体育俱乐部行业发展影响因素 | 53 |
| (1) 行业发展的有利因素 | 53 |
| (2) 行业发展的不利因素 | 53 |
| 四、中国体育俱乐部行业市场结构分析 | 55 |
| 五、中国体育俱乐部行业区域分布情况 | 56 |
| 第三节 中国体育俱乐部行业发展问题及建议 | 56 |
| 一、中国体育俱乐部行业发展存在的问题 | 56 |
| (1) 数量有限，发展不够快 | 56 |
| (2) 俱乐部的性质和地位尚不明确 | 57 |
| (3) 俱乐部产权关系尚未理顺 | 57 |
| 二、中国体育俱乐部行业投资策略建议 | 57 |
| 第四节 中国体育俱乐部行业发展趋势及前景 | 58 |
| 一、中国体育俱乐部行业发展趋势分析 | 58 |
| (1) 更新经营理念，向体验经济转变 | 58 |
| (2) 改革经营模式，建立股份制体育俱乐部 | 59 |
| (3) 建立供需因素影响的体育俱乐部经营模式 | 60 |
| 二、中国体育俱乐部行业趋势预测分析 | 61 |
| 第三章 2012-2014年中国体育俱乐部运营管理分析 | 62 |
| 第一节 中国体育俱乐部运行机制分析 | 62 |
| 一、企业化运作模式分析 | 62 |
| 二、无形资产的开发 | 62 |
| 三、俱乐部经营经费来源分析 | 63 |
| 第二节 中国体育俱乐部运营管理模式分析 | 63 |

- 一、体育俱乐部利益相关者分析 63
- 二、体育俱乐部利益相关者导向管理 64
 - (1) 体育俱乐部的绩效分析 64
 - (2) 利益相关者与体育俱乐部的绩效关系 65
- 第三节 中国体育俱乐部运营情况分析 66
 - 一、中国体育俱乐部经营范围分析 66
 - 二、中国体育俱乐部经费来源分析 67
 - 三、中国体育俱乐部经营方式分析 67
 - 四、中国体育俱乐部行业市场规模分析 67
 - 五、中国体育俱乐部行业盈利情况分析 68
- 第四节 中国体育俱乐部连锁经营分析 69
 - 一、体育俱乐部连锁化经营的特色与优势 69
 - 二、体育俱乐部连锁化经营的必要性分析 69
 - 三、体育俱乐部连锁经营模式和发展趋势 70

- 第四章 2012-2014年中国职业体育俱乐部市场分析 72
 - 第一节 中国职业体育俱乐部发展综述 72
 - 一、职业体育俱乐部的构成要素 72
 - (1) 准公共性的竞赛产品 72
 - (2) 职业运动员 72
 - (3) 联营性的竞赛机制 73
 - 二、职业体育俱乐部的目的 73
 - (1) 提高运动技术水平 73
 - (2) 追求经济利益 73
 - 三、职业体育俱乐部的组织类型 74
 - (1) 企业类职业体育俱乐部的主要类型 74
 - (2) 非营利组织类职业体育俱乐部的主要类型 75
 - 第二节 中国职业体育俱乐部经营效益分析 77
 - 一、职业体育俱乐部经营收益分析 77
 - 二、职业体育俱乐部经营成本分析 77
 - (1) 固定成本 77
 - (2) 可变成本 77

- (3) 总成本 77
- 三、中外职业体育俱乐部收益比较 78
 - (1) 收益比较分析 78
 - (2) 收益差距原因分析 78
- 第三节 中国职业体育俱乐部管理模式分析 78
 - 一、中国职业体育俱乐部管理模式概述 78
 - 二、中国足球俱乐部管理模式 79
 - 三、中国篮球俱乐部管理模式 79
 - 四、中国乒乓球俱乐部管理模式 79
 - 五、中国排球俱乐部管理模式 80
- 第四节 中国职业体育俱乐部融资分析 81
 - 一、职业体育俱乐部融资途径分析 81
 - (1) 发行股票并上市交易 81
 - (2) 发行公司债券 82
 - 二、中国职业体育俱乐部融资现状分析 82
 - (1) 资金供需矛盾突出 82
 - (2) 融资渠道狭窄 83
 - (3) 融资方式单一 83
 - (4) 融资结构不合理 84
 - 三、中国职业体育俱乐部融资影响因素分析 84
 - (1) 缺少相应的扶持发展政策 84
 - (2) 外源性融资条件苛刻 84
 - (3) 缺少健全的风险投资机制 85
 - (4) 国家职业体育管理体制不健全 85
 - (5) 职业体育俱乐部运作机制不合理 85
 - (6) 职业体育俱乐部经营状况不理想 86
 - (7) 职业体育俱乐部缺乏现代企业制度 86
 - 四、中国职业体育俱乐部融资对策及建议 86
 - (1) 建立多元化融资渠道 86
 - (2) 从中小企业板市场融资 87
 - (3) 优先选择股权融资 87
 - (4) 适当比例的债务融资 88

| | |
|-----------------------------|-----|
| 五、中国职业体育俱乐部上市机遇与挑战分析 | 89 |
| (1) 中国职业体育俱乐部上市机遇分析 | 89 |
| (2) 中国职业体育俱乐部上市挑战分析 | 95 |
| (3) 中国职业体育俱乐部上市创业板市场建议分析 | 96 |
| 第五节 中国职业体育俱乐部竞赛发展分析 | 96 |
| 一、职业体育赛事概况 | 96 |
| 二、职业体育俱乐部赛事运作模式分析 | 97 |
| (1) 赛事管理体制 | 97 |
| (2) 赛事市场运营 | 99 |
| 三、职业体育俱乐部赛事发展趋势及建议 | 101 |
| (1) 开发职业联赛市场 | 101 |
| (2) 完善俱乐部市场化运作 | 101 |
| (3) 实施联赛品牌战略 | 102 |
| (4) 加强国际交流 | 102 |
| 第六节 中国职业体育俱乐部发展存在的问题及建议 | 102 |
| 一、中国职业体育俱乐部发展存在的问题分析 | 102 |
| (1) 足球俱乐部发展存在的问题分析 | 102 |
| (2) 排球俱乐部发展存在的问题分析 | 104 |
| (3) 篮球俱乐部发展存在的问题分析 | 107 |
| 二、中国职业体育俱乐部投资策略建议 | 107 |
| (1) 加大政策扶持力度 | 107 |
| (2) 建立科学的监管制度 | 108 |
| (3) 加强职业体育俱乐部自身建设 | 108 |
| (4) 选择合理的融资形式 | 108 |
| | |
| 第五章 2012-2014年中国业余体育俱乐部市场分析 | 109 |
| 第一节 中国业余体育俱乐部发展综述 | 109 |
| 一、业余体育俱乐部的形成与发展 | 109 |
| 二、业余体育俱乐部的分类 | 109 |
| 三、业余体育俱乐部对大众体育的影响 | 110 |
| (1) 对大众体育活动向终身化发展的影响 | 110 |
| (2) 对中等强度的大众体育活动的影响 | 110 |

- (3) 带动体育人口的增长和素质的提高 110
- (4) 比赛推动大众体育的普及和发展 111
- 四、业余体育俱乐部对当今社会的影响 111
 - (1) 建立健康的新型生活方式 111
 - (2) 创建和谐的社区文化 112
 - (3) 建立新型的人际关系 112
- 第二节 中国业余体育俱乐部细分市场分析 112
 - 一、高校体育俱乐部发展概况 112
 - (1) 高校体育俱乐部的概念界定 112
 - (2) 高校体育俱乐部的特点 113
 - (3) 高校体育俱乐部对学生的影响 114
 - (4) 高校体育俱乐部发展不利因素 114
 - (5) 高校体育俱乐部发展建议分析 115
 - 二、青少年体育俱乐部发展概况 117
 - (1) 青少年体育俱乐部运营模式的概述 117
 - (2) 青少年体育俱乐部的社会定位 117
 - 三、社区体育俱乐部发展概况 118
 - (1) 社区体育俱乐部发展阶段分析 118
 - (2) 社区体育俱乐部的构成要素与地域差异分析 119
 - (3) 社区体育俱乐部发展的主要影响因素分析 121
 - (4) 社区体育俱乐部存在与发展的动力机制分析 125
- 第六章 2012-2014年中国商业体育俱乐部市场分析 130
 - 第一节 中国商业体育俱乐部发展综述 130
 - 一、商业体育俱乐部内涵及分类 130
 - 二、商业体育俱乐部的“硬件”状况 130
 - (1) 经营规模和投资规模均较大 130
 - (2) 市场品质定位 130
 - (3) 经营项目多样化、综合化 131
 - (4) 拥有国内外先进健身器械与附属设施 131
 - 三、商业体育俱乐部的“软件”环境 131
 - (1) 服务队伍专业化、知识化、年轻化 131
 - (2) 提供多种形式的高质量服务 131

- (3) 经营模式多元化 131
 - (4) 广告宣传媒体以网络为主 132
 - (5) 营销手段多样化 132
 - (6) 经营管理连锁化 132
- 四、商业体育俱乐部的经营特征 132
- (1) 向品牌化、专业化、综合型发展 132
 - (2) 服务产品不断扩展与创新 133
 - (3) 经营理念由国内化向国际化发展 133
 - (4) 经营方向由贵族化向大众化转型 133
 - (5) 收费方式以会员制为主 133
- 五、商业体育俱乐部的细分市场分析 134
- (1) 健身俱乐部发展状况分析 134
 - (2) 高尔夫俱乐部发展状况分析 135
- 第二节 中国商业体育俱乐部发展存在的问题及建议 136
- 一、商业体育俱乐部经营发展存在的问题 136
- (1) 体育健身的科学监控欠缺 136
 - (2) 健身教练整体水平有待提高 136
 - (3) 营养师短缺 136
 - (4) 健身教练缺乏专业化和细分 136
 - (5) 网络营销未能得到很好的利用 137
 - (6) 适用人群年龄限制性强 137
- 二、商业体育俱乐部经营对策与建议 137
- (1) 建立并细化俱乐部经营管理体系 137
 - (2) 加强营销手段的整合与创新 137
 - (3) 加强服务上的科技创新 138
 - (4) 加强人才培育, 制定政策法规 138
 - (5) 加快推进运动营养指导员的相关建设 138
 - (6) 加快与金融机构合作推出新支付方式 138
- 第三节 中国商业体育俱乐部消费调查与分析 139
- 一、商业体育俱乐部消费者行为分析 139
- (1) 商业体育俱乐部与消费者 139
 - (2) 政治法律环境与商业体育俱乐部消费者行为 140

| | |
|-------------------------------|-----|
| (3) 经济环境与商业体育俱乐部消费者行为 | 141 |
| (4) 文化环境与商业体育俱乐部消费者行为 | 142 |
| (5) 人口环境与商业体育俱乐部消费者行为 | 144 |
| (6) 社会群体环境与商业体育俱乐部消费者行为 | 145 |
| 二、北京市商业体育俱乐部消费者群体的调查研究 | 148 |
| (1) 北京市商业体育俱乐部消费者群体消费现状分析 | 148 |
| (2) 阻碍消费者参与商业体育俱乐部活动的因素分析 | 150 |
| (3) 消费者参加商业体育俱乐部活动的动机分析 | 151 |
| (4) 社会因素对消费者参与商业体育俱乐部活动的影响 | 151 |
| 三、上海市商业体育俱乐部消费者群体的调查研究 | 153 |
| (1) 商业健身俱乐部消费者群体的消费现状分析 | 153 |
| (2) 影响消费者参与商业体育俱乐部活动的因素分析 | 155 |
| (3) 消费者参加商业健身俱乐部活动的动机分析 | 155 |
| (4) 消费者参加商业健身俱乐部的消费行为分析 | 156 |
| 四、深圳市商业体育俱乐部经营现状的调查研究 | 156 |
| (1) 深圳市商业体育俱乐部经营行业的现状 | 156 |
| (2) 深圳市体育健身娱乐业存在的主要问题 | 159 |
| (3) 发展深圳市商业体育俱乐部经营行业的构想 | 160 |
| 第七章 2012-2014年中国领先职业体育俱乐部经营分析 | 162 |
| 第一节 山东鲁能泰山足球俱乐部 | 162 |
| 一、俱乐部简况介绍 | 162 |
| 二、俱乐部主场设施 | 162 |
| 三、俱乐部人力资源 | 163 |
| 四、俱乐部球队所获战绩 | 166 |
| 五、俱乐部梯队建设 | 167 |
| 六、俱乐部经营理念 | 167 |
| 七、俱乐部最新发展动态 | 168 |
| 第二节 大连实德足球俱乐部 | 169 |
| 一、俱乐部简况介绍 | 169 |
| 二、俱乐部主场设施 | 170 |
| 三、俱乐部人力资源 | 170 |
| 四、俱乐部球队所获战绩 | 175 |

| | |
|---------------------|-----|
| 五、俱乐部梯队建设 | 176 |
| 六、俱乐部经营理念 | 177 |
| 七、俱乐部最新发展动态 | 177 |
| 第三节 上海申花足球俱乐部 | 178 |
| 一、俱乐部简况介绍 | 178 |
| 二、俱乐部主场设施 | 178 |
| 三、俱乐部人力资源 | 179 |
| 四、俱乐部球队所获战绩 | 180 |
| 五、俱乐部梯队建设 | 180 |
| 六、俱乐部经营理念 | 181 |
| 七、俱乐部最新发展动态 | 181 |
| 第四节 北京国安足球俱乐部 | 181 |
| 一、俱乐部简况介绍 | 181 |
| 二、俱乐部主场设施 | 182 |
| 三、俱乐部人力资源 | 183 |
| 四、俱乐部球队所获战绩 | 186 |
| 五、俱乐部梯队建设 | 189 |
| 六、俱乐部经营理念 | 189 |
| 七、俱乐部最新发展动态 | 189 |
| 第五节 天津泰达足球俱乐部 | 191 |
| 一、俱乐部简况介绍 | 191 |
| 二、俱乐部主场设施 | 191 |
| 三、俱乐部人力资源 | 192 |
| 四、俱乐部球队所获战绩 | 193 |
| 五、俱乐部梯队建设 | 196 |
| 六、俱乐部经营理念 | 196 |
| 七、俱乐部最新发展动态 | 197 |
| 第八章 中国领先商业体育俱乐部经营分析 | 199 |
| 第一节 中航健身会 | 199 |
| 一、俱乐部简况介绍 | 199 |
| 二、俱乐部基础硬件设施 | 199 |

| | |
|--------------------------------|-----|
| 三、俱乐部相关配套服务设施 | 199 |
| 四、俱乐部服务项目 | 200 |
| 五、俱乐部最新发展动态 | 200 |
| 第二节 中体倍力健身俱乐部 | 201 |
| 一、俱乐部简况介绍 | 201 |
| 二、俱乐部基础硬件设施 | 201 |
| 三、俱乐部相关配套服务设施 | 202 |
| 四、俱乐部服务项目 | 202 |
| 五、俱乐部最新发展动态 | 203 |
| 第三节 星之健身俱乐部 | 203 |
| 一、俱乐部简况介绍 | 203 |
| 二、俱乐部基础硬件设施 | 204 |
| 三、俱乐部相关配套服务设施 | 204 |
| 四、俱乐部服务项目 | 204 |
| 五、俱乐部最新发展动态 | 204 |
| 第四节 浩沙健身俱乐部 | 205 |
| 一、俱乐部简况介绍 | 205 |
| 二、俱乐部基础硬件设施 | 205 |
| 三、俱乐部相关配套服务设施 | 206 |
| 四、俱乐部服务项目 | 206 |
| 五、俱乐部最新发展动态 | 207 |
| 第五节 英派斯健身俱乐部 | 207 |
| 一、俱乐部简况介绍 | 207 |
| 二、俱乐部基础硬件设施 | 207 |
| 三、俱乐部相关配套服务设施 | 208 |
| 四、俱乐部服务项目 | 208 |
| 五、俱乐部最新发展动态 | 208 |
| 第九章 2015-2020年中国体育俱乐部行业投资分析及建议 | 209 |
| 第一节 中国体育俱乐部行业投资特性分析 | 209 |
| 一、中国体育俱乐部行业进入壁垒分析 | 209 |
| 二、中国体育俱乐部行业盈利模式分析 | 209 |
| 三、中国体育俱乐部行业盈利因素分析 | 210 |

第二节 中国体育俱乐部行业投资机会与风险分析 210

一、中国体育俱乐部行业投资机会分析 210

二、中国体育俱乐部行业投资前景分析 210

第三节 中国体育俱乐部行业投资建议 211

一、中国体育俱乐部行业投资价值 211

二、中国体育俱乐部行业可投资方向 212

三、中国体育俱乐部行业投资方式建议 212

图表目录：

图表 1：体育俱乐部分类 21

图表 2：各类体育俱乐部设立适用的法律一览表 25

图表 3：2014年1~3季度国内生产总值增速（%） 29

图表 4：2014年1~3季度规模以上工业增加值增速月度对比（%） 30

图表 5：2014年1~3季度固定资产投资（不含农户）增速同比（%） 31

图表 6：2014年1~3季度房地产开发投资增速（%） 32

图表 7：2014年1~3季度社会消费品零售总额名义增速（%） 33

图表 8：2014年1~3季度居民消费价格上涨增速（%） 33

图表 9：2014年1~3季度工业生产者出厂价格涨幅同比（%） 34

图表 10：2014年1~3季度城镇居民人均可支配收入实际增速（%） 36

图表 11：2014年1-4季度农村居民人均收入实际增速（%） 36

图表 12：1952-2014年我国人均GDP（单位：元） 37

图表 13：1978-2014年我国城镇和农村居民家庭恩格尔系数 37

图表 14：1980-2014年我国城镇和农村消费占比 38

图表 15：1978-2014年我国城镇和农村居民人均收入（单位：元） 39

图表 16：2014年我国城镇居民家庭消费结构 40

图表 17：2014年我国农村居民家庭消费结构 40

图表 18：2014年农村和城镇每百户耐用品拥有量 41

图表 19：2014年城镇每百户其他耐用品拥有量 41

图表 20：1978-2014年我国消费和投资对GDP增长的贡献率（单位：%） 42

图表 21：1949-2014年我国城镇化率 42

图表 22：1994-2014年城镇居民主要消费支出增速 43

图表 23：1994-2014年农村居民主要消费支出增速对比 43

- 图表 24：适婚人口和老龄人口占比急剧增加 45
- 图表 25：我国职业体育俱乐部经营管理模式 55
- 图表 26：2014年中国体育俱乐部区域分布情况 57
- 图表 27：休闲时代体育俱乐部的经营模式 61
- 图表 28：职业体育俱乐部利益相关者模型 64
- 图表 29：BERMAN 利益相关者战略模型 66
- 图表 30：体育产业塔式结构图 93
- 图表 31：全民健身对体育产业链的完善 94
- 图表 32：中超联赛组织机构示意图 98
- 图表 33：C B A 联赛组织机构示意图 99
- 图表 34：乒超联赛组织机构示意图 100
- 图表 35：社会阶层分类数量和类别的变化 147
- 图表 36：深圳市商业体育俱乐部经营行业投资规模、场地面积、从业人数 158
- 图表 37：深圳市商业体育俱乐部经营行业从业人员结构 159
- 图表 38：深圳市民体育消费结构比例 161
- 图表 39：2014赛季山东鲁能泰山足球俱乐部球员名单 164
- 图表 40：2014赛季山东鲁能泰山足球俱乐部青年阵容 166
- 图表 41：2014年山东鲁能泰山足球俱乐部中超联赛战绩 169
- 图表 42：上海申花足球俱乐部球队阵容 180
- 图表 43：上海申花足球俱乐部所获战绩 181
- 图表 44：2014赛季北京国安足球俱乐部球员名单 184
- 图表 45：北京国安足球俱乐部所获战绩 187
- 图表 46：2014赛季天津泰达阵容（现役） 193
- 图表 47：天津泰达足球俱乐部国内联赛战绩 194
- 图表 48：天津泰达足球俱乐部亚冠联赛战绩 196
- 图表 49：中体倍力健身俱乐部服务项目 203

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tiyu1502/P74380O2TT.html>