

2024-2030年中国体育俱乐部 部行业发展趋势与发展趋势研究报告

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

《2024-2030年中国体育俱乐部行业发展趋势与发展趋势研究报告》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.cction.com/report/202404/454300.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《2024-2030年中国体育俱乐部行业发展趋势与发展趋势研究报告》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，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。 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 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 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 图表52：阻碍消费者参与体育俱乐部的因素分析（单位：%）199 图表53：消费者参与体育俱乐部的首要原因分析（单位：%）200 图表54：消费者参与商业体育俱乐部的最初带动者的分析（单位：%）201 图表55：上海市商业俱乐部消费者性别比例分析（单位：%）202 图表56：上海市商业俱乐部消费者年龄段比例分析（单位：%）203 图表57：上海市商业俱乐部职业和学历比例分析（单位：%）204 图表58：上海市阻碍消费者参与体育俱乐部的因素分析（单位：%）205 图表59：深圳市商业体育俱乐部经营行业的项目分布207 图表60：广州恒大足球俱乐部基本资料212 图表61：广州恒大足球俱乐部球队阵容213 图表62：广州恒大足球俱乐部球队荣誉214 图表63：2016-2021年赛季广州恒大足球俱乐部战绩215 图表64：山东鲁能泰山足球俱乐部基本资料217 图表65：山东鲁能泰山足球俱乐部球队阵容218 图表66：2016-2021年赛季天津泰达足球俱乐部战绩219 图表67：大连阿尔滨足球俱乐部基本资料221 图表68：大连阿尔滨足球俱乐部球队阵容222 图表69：大连阿尔滨足球俱乐部历史战绩223 图表70：上海申花足球俱乐部基本资料224 图表71：上海申花足球俱乐部球队阵容225 图表72：2016-2021年赛季上海申花足球俱乐部中超联赛成绩226 图表73：北京国安足球俱乐部基本资料228 图表74：北京国安足球俱乐部球队阵容229 图表75：2016-2021年北京国安足球俱乐部战230 图表76：天津泰达足球俱乐部基本资料232 图表77：天津泰达足球俱乐部球队阵容233 图表78：2016-2021年赛季天津泰达足球俱乐部战绩234 图表79：长春亚泰足球俱乐部基本资料236 图表80：长春亚泰足球俱乐部球队阵容238 图表81：2016-2021年赛季长春亚泰足球俱乐部战绩239 图表82：杭州绿城足球俱乐部基本资料240 图表83：杭州绿城足球俱乐部球队阵容241 图表84：2016-2021年赛季杭州绿城足球俱乐部战绩243 图表85：辽宁宏运足球俱乐部基本资料244 图表86：辽宁宏运足球俱乐部球队阵容245 图表87：2016-2021年赛季辽宁宏运足球俱乐部战绩（单位：支）246 图表88：贵州人和足球俱乐部基本资料248 图表89：贵州人和足球俱乐部球队阵容249 图表90：贵州人和足球俱乐部基本资料250 图表91：广东宏远篮球俱乐部基本资料252 图表92：2017-2021年赛季广东宏远篮球俱乐部球队阵容253 图表93：广东宏远俱乐部历年冠军一览表254 图表94：新疆广汇篮球俱乐部基本资料255 图表95：2017-2021年赛季新疆广汇篮球俱乐部球队阵容256 图表96：新疆广汇俱乐部历年战绩一览表256 图表97：江苏南钢篮球俱乐部基本资料258 图表98：2017-2021年赛季江苏南钢篮球俱乐部球队阵容259 图表99：江苏南钢俱乐部历年战绩一览表259 图表100：2017-2021年赛季东莞新世纪篮球俱乐部球队阵容261 图表101：东莞新世纪俱乐部历年战绩一览表262 图表102：2017-2021年赛季浙稠州篮球俱乐部球队阵容263 图表103：2016-2021年赛季八一富邦男子篮球俱乐部球队阵容265

图表104：2016-2021年赛季八一富邦男子篮球俱乐部球队阵容265 图表105：山西中宇篮球俱乐部基本资料267 图表106：2017-2021年赛季山西中宇篮球俱乐部球队阵容（暂定）268 图表107：2016-2021年赛季山西中宇篮球俱乐部球队战绩269 图表108：山东高速篮球俱乐部基本资料270 图表109：2017-2021年赛季山东黄金篮球俱乐部球队阵容271 图表110：山东黄金篮球俱乐部历年战绩272 图表111：北京首钢篮球俱乐部基本资料273 图表112：2017-2021年赛季北京首钢篮球俱乐部球队阵容274 图表113：2016-2021年赛季北京首钢篮球俱乐部历年战绩275 图表114：2017-2021年赛季辽宁衡业捷豹篮球俱乐部球队阵容277 图表115：辽宁衡业篮球俱乐部球队历年战绩278 图表116：2016-2021年赛季辽宁衡业捷豹篮球俱乐部球队阵容280 图表117：星之健身俱乐部全国各区域分布情况297 图表118：浩沙俱乐部全国各区域分布情况（家）300 图表119：英派斯健身的Wellness私人计划305 图表120：国内外体育俱乐部盈利结构比例对比（单位：%）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202404/454300.html>