

全民追赛带动文旅消费

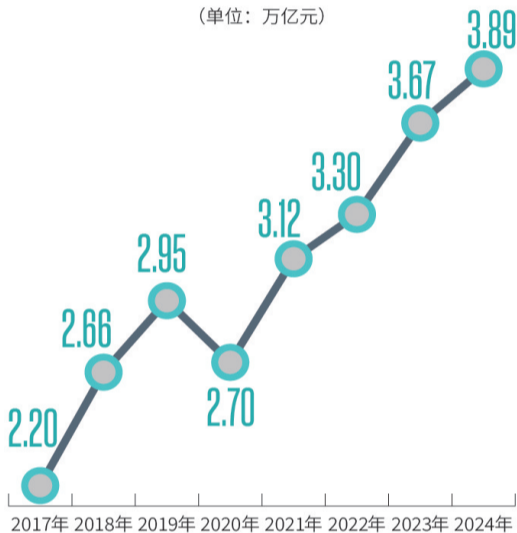
中国体育产业规模接近4万亿元

体育,正在成为一种流行的新生活方式。十五运会的带动,粤港澳大湾区处处拉满体育气氛,而这离不开基础坚实、蓬勃发展的体育产业。数据显示,2024年中国体育产业规模达3.89万亿元,国内有体育场地数量约484.2万个,体育相关企业1700万多家。到2030年,更将培育一批世界级的体育企业和赛事,体育产业总规模将超过7万亿元。

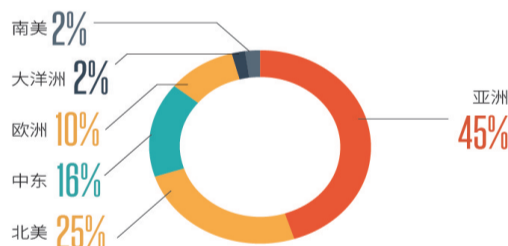
■ 策划:新快报记者 罗韵
■ 采写:新快报记者 罗韵
■ 制图:廖木兴

2024年中国体育产业规模达3.89万亿元

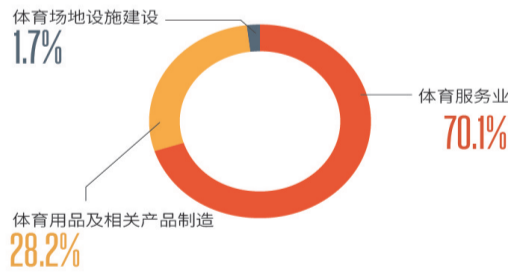
(单位:万亿元)



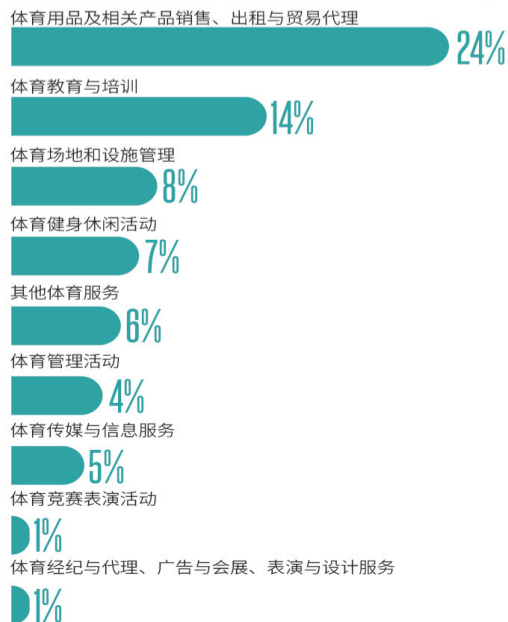
未来3—5年体育投资最活跃的市场是亚洲



中国体育服务业占产业份额七成以上



体育服务业以产品贸易和教育培训为主



1 体育从小众兴趣迈向支柱产业 1700万+企业参与竞争

如今,体育早已突破传统赛场局限。“体育赛事进景区、进街区、进商圈”成为常态,“跟着赛事去旅行”成新玩法,“村BA”“浙BA”“苏超”等草根赛事频频火爆出圈——“苏超”前十轮60场比赛,场均2.5万观众挤满现场,线上直播观看人次更突破13亿。全民“追赛”的热情,让体育消费市场充满烟火气。

近年来,中国体育产业正以惊人速度从小众兴趣领域向国民支柱产业跨越。数据显示,2017年中国体育产业总规模仅2.20万亿元,2024年已攀升至3.89万亿元;按照国家规划,2025年将突破5万亿元,2030年更将跃升至7万亿元。

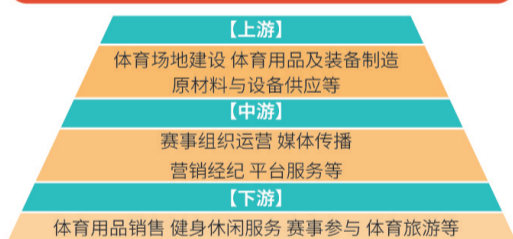
这条产业链覆盖“生产—赛事运营—营销—消费”全环节,既包括运动鞋服、健身器材等实体产品制造,也涵盖赛事组织、媒体转播、培训服务等软性环节,最终指向大众参与消费,成为提消费、促就业、强国民体质的核心领域。

横跨制造业、服务业与消费市场的体育产业,未来发展要通过从供给端优化产业生态、从需求端激活消费热情,既为体育产业高质量发展注入强劲动力,更让体育逐步落地为大众可感知的生活场景。

企查查数据显示,截至9月4日,国内体育相关企业现存量达1702.18万家,主要分布在华东地区、华南地区、华中地区。从成立年限分布来看,超六成相关企业成立于近三年,其中成立年限在1—3年的相关企业,占比达34.78%。注册量方面,2024年注册量达456万家。截至目前今年已注册329.41万家,其中前八月注册量达323.4万家,同比增长10.08%。

从产业链上看,围绕“供给—中枢—需求”形成完整且功能互补的架构。上游为行业提供硬件与物料保障,涵盖体育场地建设、体育用品及装备制造、原材料与设备供应等板块;中游承担“连接上游生产与下游消费”的关键传导功能,通过内容创造与价值转化激活产业活力,涵盖赛事组织运营、媒体传播、营销经纪和平台服务等环节;下游是产业链价值实现的最终出口,对接大众消费需求,涵盖体育用品销售、健身休闲服务、赛事参与、体育旅游等领域。

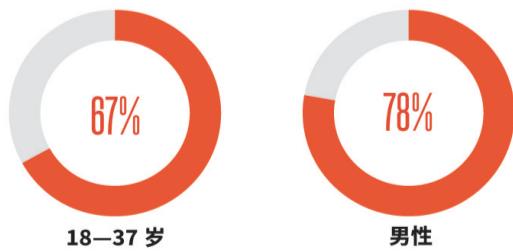
体育产业链



2025年全球体育产业核心领域和预估数据

美国	职业联赛、健身	6200亿美元
中国	冰雪经济、赛事经济	5万亿元人民币
欧洲	足球、体育旅游	3000亿欧元
日本	棒球、电子竞技	400亿美元

全球体育消费者画像



全球体育消费者的激励因素 TOP3



全球体育消费者的顾虑因素 TOP3

