

体育产业2030年总规模将超7万亿元

“体育+”出圈 消费链出彩

2024年全年这组数据分别为9起、约10.49亿元。

对比来看,尽管今年融资节奏加快,但相对更“小”更“散”,大多数融资集中在千万元级别,亿元级“大单”稀缺。

对于体育产业当前的融资瓶颈,中央财经大学教授王裕雄表示,从直接融资看,已上市的企业集中在体育用品制造领域,而体育服务类企业中,小企业居多,企业体量小,缺乏明显的规模效应,因此很难通过公开市场融资;从间接融资看,很多体育服务类企业属于轻资产类企业,缺乏抵押物,从银行贷款难度大。因此,需要通过金融创新探索无形资产抵押等方式缓解融资难问题。

凯兴资本合伙人辛颖常年关注体育产业,他表示:“坦率说,这些年体育项目的回报一般。中国体育产业处于起步阶段,需求侧的运动消费文化、供给侧的商业人才、城市的场馆密度等都还在培育中,这些因素的改变都不是一蹴而就的。”

头豹研究院院长李政表示,体育消费市场的增长,非常依赖现金流,需要各方面的融资支持,如设立体育产业投资基金、推出体育类REITs等,支持更多优质企业上市、鼓励头部企业开展产业并购等。

好消息是,金融支持体育产业高质量发展的政策“及时雨”已在路上。国务院办公厅发布的《意见》提到,“支持符合条件的体育企业上市和再融资、发行债券、资产证券化。鼓励用好用足再贷款再贴现政策,稳步降低综合融资成本,确保体育产业相关经营主体及时享受政策优惠”。可以说,未来资本市场支持体育产业发展大有可为。

破局 潜力挖掘再探新径

在迈向高质量发展的过程中,国内体育产业上市公司面临着产业结构分散与国际竞争激烈的双重挑战。

目前A股和港股的体育板块上市公司,大多集中于制造业,即户外鞋服、器械装备。而更具增长潜力的赛事运营、体育培训等服务型公司,尚未成为体育产业的中坚力量。产业上游“小、散、弱”的现状,使得整个产业链的规模效应难以形成。

在王裕雄看来,目前在体育用品制造领域,户外运动、冰雪经济、材料创新和数字技术等领域的新兴企业具有较大的增长潜力,部分企业已具备“独角兽”企业的规模;在体育服务业方面,互联网健身、线上体育服务,以及借助数字化智能技术将制造与服务融合的企业也值得期待。

头部企业寻求破局的途径之一是“出海”。2025年上半年业绩报告显示,多家公司通过国际化布局打开新的增长空间。

例如,有的公司在海外设厂,实现产能“出海”。专注于健身器材的江苏康力源体育科技股份有限公司表示,马来西亚工厂即将投产,将更便于公司拓展国际市场。

也有公司采取“品牌与模式”战略。青岛英派斯健康科技股份有限公司表示,采取OEM/ODM(原始设备制造商/原始设计制造商)模式为国际健身器材品牌代加工健身器材,并开拓自主品牌国际业务。

对于聚焦本土市场的企业而言,破局之道在于通过数字化与智能化创新,提升产品附加值,创造新消费需求。

例如,户外用品公司探路者控股集团股份有限公司在2025年秋冬订货会上重磅发布下肢外骨骼等4款户外智能装备。公司有关负责人表示,公司推出户外智能装备产品,通过“户外+芯片”双主业发展战略的内生增长和外延式扩张方式,进行数字化赋能和多产业融合。

事实上,体育产业上市公司的高质量发展路径正呈现出多元化、精细化的特征。对于户外功能面料、器械装备等中游制造企业,核心在于技术突破与品牌升级;对于连锁健身房、体育旅游平台等下游服务企业,关键在于模式创新与生态构建。

田惠敏建议,未来,体育企业仍需加强技术创新,推动体育产品和服务的智能化、高端化发展;同时,资本市场应进一步优化资源配置,通过股权融资为体育企业提供长期稳定的资金支持,为体育产业核心竞争力提升注入持续动力。

王裕雄表示,可通过供给侧创新持续释放消费潜力,如加强传统体育用品制造业领域的转型升级;加强数字技术、人工智能和物联网技术在体育用品中的应用,推动体育用品制造业企业向服务业领域拓展延伸。

围绕释放体育消费更大潜力,科方得智库研究负责人张新原表示,一方面,持续出台税收减免、财政补贴、贷款贴息等专项扶持政策,降低企业运营成本,鼓励社会资本参与体育设施建设。另一方面,丰富赛事供给,进一步激发体育消费热情,加快足球、篮球等职业赛事改革,提升比赛的观赏性,打造主场文化,增强职业体育IP吸引力;丰富节假日体育赛事供给,将更多赛事向二三线城市拓展,满足群众观赛需求。此外,加快体育产品和服务生产、传播、消费的数字化、网络化进程,拓展新媒体体育消费,引领体育消费潮流。

重庆商报综合证券日报、北京商报、国际商报、时代财经等

近日,国务院办公厅发布《关于释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见》(以下简称《意见》),明确到2030年,培育一批具有世界影响力的体育企业和体育赛事,体育产业发展水平大幅跃升,总规模超过7万亿元,在构建新发展格局中发挥重要作用。

当前,体育产业正加速驶入高质量发展快车道。在此背景下,如何进一步释放体育消费潜力?资本市场又应如何精准发力,为体育产业注入新动能?

火热 体育消费活力尽显

体育产业正逐渐成为经济发展新亮点。一方面,体育制造业持续发展。国家统计局数据显示,今年前7个月,我国限额以上单位商品零售额同比增长5.8%,其中体育、娱乐用品类零售额同比增长21.1%。另一方面,体育服务业快速增长,占体育产业增加值的比重由2020年的68.7%增至2023年的72.7%。

体育消费的火热并非一蹴而就。2014年,国务院印发《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》。自此,我国体育产业迈入高速增长通道。近年来,各地体育赛事活动蓬勃开展,城乡居民对体育消费的需求持续攀升,更涌现出“村超”“苏超”接连走红、网球中国季门票紧俏等亮眼新景象,生动展现体育消费的旺盛活力。

日前,国家体育总局体育经济司司长杨雪鸪透露,今年上半年,河北、浙江、福建等7地监测了511场重点赛事活动,带动体育及相关消费超160亿元,场均带动超3000万元,在扩大内需方面发挥了重要作用。以“苏超”为例,其单场上座人数超6万人,带动江苏全域多场景消费380亿元。

体育用品的热销势头同样强劲。数据显示,上半年,京东、淘宝、天猫、抖音4家电商平台体育用品零售额达2181.67亿元,同比增长17.5%。

消费热情仍在持续。美团数据显示,7月以来,“运动健身”搜索量同比增长364%，“运动场馆”搜索量同比增长109%,消费需求的攀升带动运动周边消费增长。其中,“运动鞋”搜索量同比增长52%，“运动套装”搜索量同比增长291%。从搜索人群来看,年轻人对于新潮运动体验的需求激增,“室内潮玩运动馆”相关搜索量同比增长超40倍。从交易数据来看,运动相关团购订单同比增长32%。从消费场景来看,24小时自助健身房,以周卡、月卡为代表的小额次卡团购成为年轻人的运动首选,“运动健身次卡”搜索量同比增长超546%。

升温 利好政策持续发力

体育产业发展动能澎湃的背后,离不开政策的强力支持。近年来,国家相继发布《体育强国建设纲要》《关于促进全民健身和体育消费推动体育产业高质量发展的意见》《“十四五”体育发展规划》等重要文件,将体育产业及体育消费纳入顶层设计。

“政策的持续发力,为体育产业明确了发展方向,推动其从规模扩张向高质量发展转变。”北京改革和发展研究会特约研究员田惠敏表示,金融支持、资金保障等手段,为体育产业营造了良好的发展环境,激发了市场活力和创新动力。政策还推动扩大体育消费,形成了“体育+”的多元化发展格局,带动了文旅等相关产业的协同发展。

相关企业也受益于体育产业的蓬勃发展,以滑雪领域为例,记者从热雪奇迹处获悉,2025年热雪奇迹公开赛举办期间,各滑雪场客流环比提升21%。同时,热雪奇迹在广州、成都等地的运营数据显示,年滑雪30次以上人数年复合增长率超过了15%。

“国家高度重视全民健身,为行业发展创造了前所未有的良好环境。”杭州乐刻网络技术有限公司(以下简称“乐刻运动”)相关负责人表示,公司采用“月付制、无推销、24小时开放”的模式,降低大众健身门槛,凭借精细化运营实现了单店盈利,目前已拥有超1400万注册用户。未来,乐刻运动将继续拓展细分服务,满足多元化体育消费需求,培育新增长点。

谈及体育消费热情持续升温的原因,北京市社会科学院副研究员王鹏分析称:其一,政策层面的持续推动为体育消费营造了良好环境,增强了民众参与消费的信心;其二,体育文化的广泛传播与各类赛事的密集举办,营造了浓厚的体育氛围,激发了民众的消费意愿;其三,体育设施的不断完善与服务质量的提升,优化了消费体验;其四,民众健康意识显著增强,主动参与体育活动的需求增加,直接带动了体育消费的增长。

潜力 资本市场大有可为

最新统计显示,截至2025年9月4日,体育运动领域已披露一级市场投融资事件16起,总金额约5.59亿元;



市民观看足球比赛



小学老师指导学生抖空竹 新华社发



两位观众在展馆内参观展品

