

深化融合激发新动能

推动体育产业跑出高质量发展加速度

本报记者 王 辉

在5月21日举行的第十二届中国体育产业交流大会上，国家体育总局经济司相关负责人作了题为《总结经验 深化融合 激发体育产业高质量发展新动能》的主题演讲。近年来，体育产业在我国经济社会发展大局中的地位日益提高，其发展成果备受关注，在稳增长、促消费等诸多方面发挥着关键作用，该负责人在演讲中总结出近年来体育产业发展呈现出四大亮点。

一是赛事经济蓬勃发展。为全面反映赛事活动在促进消费方面的成效，国家体育总局今年在河北、江苏、浙江、福建、山东、广西、四川等地开展了赛事活

动带动消费的监测试点。监测数据显示，今年1至4月，7个试点省份的420场重点赛事活动共吸引454万人次参与，带动消费超104亿元。其中，无锡马拉松带动消费超5亿元，同比增长78%；在厦门举办的羽毛球苏迪曼杯吸引6.4万人次到场观赛，外地观众占比达83.6%，综合经济效益约4亿元。

二是户外经济释放巨大潜能。骑行、冲浪等新项目不断成为“爆款”，引领行业发展热潮，全国户外运动产业“五区三带”空间布局加速形成。相关研究机构数据显示，2024年我国户外运动线上消费人次约2亿，消费总额超3000亿元，20至44岁中青年群体占比超90%。冰雪运动领域同样成绩亮眼，2024至2025雪季全国

滑雪场累计接待客流量达2.56亿人次，同比增长13.5%，入境客流量81.7万人次，同比增长29.4%；滑雪场内消费笔数和金额分别达1.96亿笔和786.13亿元，同比分别增长72.53%和12.88%。

三是体育用品行业加速转型升级。截至2024年，体育领域国家级“专精特新”小巨人企业达146家，体育用品成为“中国智造”重要舞台，众多细分领域国产体育品牌超越国际品牌，还形成一批特色体育用品集聚区。2025年一季度，体育用品出口额达74.64亿美元，同比增长4.04%，健身器材和跑步机出口增长突出。

四是体育消费持续激发活力。国家统计局数据显示，2025年一季度全国社

会消费品零售总额同比增长4.6%，限额以上单位体育娱乐用品类同比增长25.4%，大幅高出整体增长率。各地通过发放消费券等创新举措，进一步激发体育消费热情，2024年全国22个省市区发放体育消费券6.45亿元，带动体育及相关消费超19.58亿元。

展望未来，体育产业工作需进一步拓宽发展思路，以多层次融合为强劲引擎，驱动体育产业迈向高质量发展新阶段。通过融合发展这一有力抓手，推动体育产业深度融入千行百业，实现与各领域的协同赋能、共同成长，为体育强国建设、助力构建新发展格局以及推进中国式现代化进程，贡献更为磅礴的力量。

(南昌5月21日电)



主办方供图

行业整体稳步增长 消费势头增长强劲
——2025中国体育用品趋势解读

本报记者 张小可

5月21日，由中国体育用品业联合会主办的第十二届中国体育产业交流大会在江西南昌举行。中国体育用品业联合会副主席兼秘书长罗杰发布了《中国体育用品业年度发展报告(2024)》(以下简称《报告》)，围绕产业增长、进出口贸易、消费市场、场地建设等核心领域，揭示行业发展态势。

行业规模稳步扩张
企业信心持续增强

《报告》显示，2023年体育用品制造及销售总产出首次突破2万亿大关，同比增长2.39%。其中，体育用品制造业总产出14696亿元，同比增长5.1%。同年，体育用品业增加值为6991亿元，同比增长2.73%。2020年以来，体育用品制造业增加值稳定增长，从2020年的3144亿元，增长到2023年的3832亿元，年均增长达到6.82%，呈现“小步快跑”的趋势。值得一提的是，2023年体育制造业增加值在全部制造业的占比为1.16%，自2021年以来

保持微幅上涨。

体育用品业占制造业比重稳步提升。体育用品制造业增加值在全部制造业增加值中所占比重2023年为1.16%，2021年以来保持微幅上涨态势，在国民经济中的战略价值愈发凸显。

体育用品企业方面，A股、港股的28家体育用品上市公司，总计总体收入增幅达到10.11%，其中实现增长的企业占比为71.43%。根据联合会会员企业调研，186家样本企业的2024年营业收入达到229亿元，同比增长10.59%，用工人数增长5.84%，显示出行业发展的强劲动力。

体育用品业的稳健发展态势，同样体现在体育用品业景气指数上。据会员企业景气指数调研显示，2024年体育用品业企业景气指数为143.8；预期企业景气指数显著高于即期企业景气指数，这意味着企业家对2025年的企业发展较之2024年更为乐观。

消费需求呈扩张态势
场地建设向品质转型

体育用品电商市场延续高增长态势，消费需求仍

处扩张期。为更好梳理体育用品的消费情况，《报告》特别引入了京东、淘宝、天猫、抖音四家电商平台的交易数据，总体来看，2024年全国体育用品电商销售额达到3337.45亿元，同比增长22.59%。近三年，体育用品电商零售市场总体呈现稳定增长态势，并且增速远高于全国电商零售整体水平，国内体育用品消费需求扩张态势显著。2024年电商平台健身器材销售额共计161.06亿元，呈现“止跌回稳”的趋势，有望在2025年重回增长轨道。

场地建设则进入“精细化发展”阶段。根据2024年全国体育场地统计调查数据，全国共有体育场地484.17万个，体育场地面积达42.3亿平方米，全国人均体育场地面积3平方米，完成了到2025年全国人均体育场地面积达到2.6平方米以上的发展目标。但需要注意的是，2024年体育场地面积增速较往年有所放缓，仅为3.91%，公共体育场地设施将从规模扩张进入精细化、品质化发展的新阶段，存量体育场地更新与公共健身设施的升级换代，将成为推动体育场地设施持续发展的关键。

(南昌5月21日电)

数字技术赋能

重塑体育产业新生态

本报记者 王 辉

在全球数字经济加速重构产业格局的当下，数字体育作为体育与科技深度融合的战略新兴领域，已然成为推动体育强国建设、助力竞技体育和全民健身事业发展、激活经济增长新动能的核心引擎。

5月21日，由中国体育用品业联合会主办、中国体育用品业联合会数字体育发展工作委员会承办的“2025中国数字体育产业大会”在江西南昌举行，来自政产学研界的代表共同探讨数字体育发展新范式。

国家体育总局科教司相关负责人表示，数字体育的发展不仅是单纯的技术革新，更是体育治理模式、产业形态和社会价值的全面跃迁与深刻变革。一方面，它能借助先进科技手段，为传统体育运动注入全新活力，为优秀运动员和体育爱好者提供更便捷、高效、安全的运动和健身体验；另一方面，数字体育对体育产业创新发展起到重要引领作用，催生线上体育赛事、虚拟体育竞技、无人值守健身房、智能体育场馆运营等众多新兴体育业态和商业模式。

中国体育用品业联合会副主席兼秘书长罗杰指出，近年来，数字体育赛事蓬勃发展，重塑了全球体育产业格局。但目前标准缺失等问题严重阻碍其进一步发展，可见标准化建设已迫在眉睫。数字体育赛事的标准化建设是体育产业可持续发展的基石。他呼吁，要通过统一技术规范、打破数据孤岛，构建具备国际竞争力的中国数字

体育标准体系，以此为数字体育赛事的公平性、专业性和规模化发展筑牢根基。

在产业融合领域，户外消费展现出强大的融合能力，尤其是越野赛，赛事能承载装备、体能训练、智能设备、市集、音乐、汽车、乡村文旅、食宿等8种业态。浙江省莫干山户外运动协会会长郎阳升介绍，智能设备为越野赛带来全新赋能，精准导航、心率监测、肌肉力量反馈等功能以及强大的实时数据分析，对精英选手帮助极大。例如，北斗导航与AR眼镜结合，可在夜间竞赛时实现有效导航；户外手表的医疗级监测功能保障选手参赛安全；便携轻薄备用电源以及满足衣服保暖、排汗等数字化需求的科技产品也纷纷涌现。从科技转化角度看，这些创新成为越野赛道消费创新发展的关键因素。

如今，人工智能已全方位融入大型体育赛事，涵盖辅助运动员训练、辅助判罚以及赛事提升转播效果等多个环节。商汤科技黑羊体育首席执行官程鹏以“奥运赛场科技的前沿认知”为主题，深入剖析人工智能如何重塑竞技体育边界。他详细阐述了计算机视觉、实时动作解析以及AR技术如何相互协作，共同为奥运赛场赋能。从AI驱动的智能训练模型，到为观众带来的沉浸式观赛体验，程鹏深入探讨了数字时代下体育赛事与科技相互依存、相互促进的新范式，充分展现了科技在提升竞技公平性、提高训练效率以及增强观众体验方面的巨大作用。

(南昌5月21日电)

从「广化扩容」到「体验升级」
解锁体育消费增长新空间