

体育产业高质量发展的路径探索：创新驱动与消费升级的双轮驱动

王静纯

福建师范大学，福建省福州市，350117；

摘要：在健康中国战略深入实施与消费结构持续升级的背景下，我国体育产业步入高质量发展新阶段。本文基于产业经济学与高质量发展理论，系统剖析当前体育产业发展的现状特征，深入识别存在的结构失衡、消费动能不足、创新支撑薄弱等核心问题。研究指出，应通过强化科技创新、优化产品服务供给、健全产业生态体系、促进体文旅融合及完善政策保障等多维路径，构建体育产业高质量发展新格局。实证分析表明，2023 年我国体育产业总规模达 3.8 万亿元，数字体育经济占比持续提升，新模式新业态不断涌现，展现出强劲发展动能与广阔前景。

关键词：体育产业；高质量发展；创新驱动；消费升级；数字赋能；产业融合

DOI：10.69979/3029-2700.25.11.040

体育产业作为绿色产业、健康产业、幸福产业，已成为国民经济新的增长点。党的十九大明确提出“广泛开展全民健身活动，加快推进体育强国建设”，《体育强国建设纲要》及“十四五”体育发展规划均将推动体育产业高质量发展置于核心位置。据国家体育总局统计，2023 年我国体育产业总规模达到 3.8 万亿元人民币，同比增长 9.8%，展现出强劲韧性与活力^[3]。然而，对标世界体育产业强国及人民日益增长的美好生活需要，我国体育产业仍面临发展方式粗放、有效供给不足、消费潜力释放不充分、产业生态不完善等挑战。因此，系统探索体育产业高质量发展的内涵、堵点与路径，对培育经济新动能、满足人民健康需求、建设体育强国具有重大理论与实践意义^[5]。

高质量发展是新时期我国经济社会发展的主旋律。对于体育产业而言，其内涵超越了单纯规模扩张^[4]，体现为结构高级化、效率最优化、发展可持续化和福祉普惠化的多维跃升。推动体育产业高质量发展具有深刻的时代必然性。首先，它是健康中国战略的核心支撑。体育作为主动健康的关键手段，其产业的高质量发展能够提供更科学、便捷、有效的健身服务，助力提升国民体质，降低医疗负担^[2]。其次，它是经济转型升级的重要引擎。体育产业作为现代服务业的重要组成部分，具有融合性强、带动面广、绿色低碳等显著特点，能够有效促进消费升级、拉动就业、培育经济发展新增长点^[6]。最后，它是满足人民美好生活向往的关键路径。随着居民收入水平持续提高和闲暇时间增多，社会对个性化、体验式、高品质体育消费的需求呈现激增态势，迫切呼

唤产业供给侧进行深刻变革^[7]。

1 我国体育产业发展的现状特征与核心挑战

1.1 现状特征：规模壮大与动能转换并存

近年来，我国体育产业展现出总体规模持续扩张、结构逐步优化的良好态势。体育服务业占比稳步提高，健身休闲、竞赛表演、体育培训等业态增速显著快于制造业。数字技术的深度渗透催生了线上健身、智能体育器材销售、电子竞技、赛事直播等新场景的蓬勃发展^[1]。消费市场日益活跃且潜力巨大，居民体育消费意识普遍增强，人均体育消费支出逐年提升。政策环境持续利好，“放管服”改革深化，市场准入放宽，财税、土地、金融等支持政策不断完善，为产业发展注入强劲制度动力^[3]。区域特色也初步显现，京津冀、长三角、粤港澳大湾区依托资源优势打造体育产业高地；冰雪产业在“带动三亿人参与冰雪运动”目标引领下快速发展；贵州、青海等地则充分利用山地、水域资源发展特色户外运动产业。根据国家体育总局、国家统计局历年公报及行业报告综合整理，2019-2023 年中国体育产业核心指标呈现出稳健增长趋势：体育产业总规模从 2.95 万亿元增至 3.80 万亿元，年均增长率达 8.6%；体育服务业占比从约 52.0%提升至约 57.8%；体育消费总规模从 1.5 万亿元增长到 2.3 万亿元，年均增长 11.3%；经常参加体育锻炼人数比例从约 37.2%上升到约 40.1%^[1]。

1.2 核心挑战：高质量发展的现实梗阻

尽管取得显著进展，我国体育产业迈向高质量发展

仍面临一系列严峻挑战。供给结构失衡与有效供给不足问题突出。一方面,优质、便捷的全民健身场地设施,尤其是贴近居民的社区级、嵌入式设施仍显不足,“健身去哪儿”问题尚未完全解决;高水平、市场化运作的职业联赛和精品赛事供给有限。另一方面,产品创新能力有待加强,中高端体育装备器材、智能穿戴设备的核心技术仍部分依赖进口,国产替代能力亟待提升;体育服务产品同质化现象严重,缺乏个性化、智能化的解决方案。此外,业态融合深度不够,体育与文化、旅游、教育、康养等相关产业的协同发展不足,未能充分释放“体育+”的乘数效应^[8]。消费动能尚未充分释放构成另一大障碍^[8]。部分居民,特别是中低收入群体和老年人,其体育消费支出受到可支配收入的限制;科学健身意识的社会普及度不够,“重观赏轻参与”的消费习惯仍然存在。消费便利性与体验感也有待提升,线上线下融合服务不完善,预订困难、支付繁琐、体验不佳等问题持续影响消费热情;缺乏权威、便捷的体育消费信息整合平台和评价体系。同时,对青少年体育培训、银发健身、家庭体育、体育旅游等蕴含巨大潜力的细分蓝海市场开发深度不足^[9]。产业创新与要素支撑体系薄弱是深层次制约。科技创新驱动力明显不足,企业研发投入强度普遍偏低,产学研用紧密结合的协同创新机制尚未健全,导致在生物力学传感、运动表现AI分析等关键共性技术领域突破缓慢。复合型人才短缺问题严重,既精通体育规律又擅长经营管理、数字技术、市场营销、IP运营的跨界人才储备匮乏,严重制约了新业态、新模式的发展^[10]。数据要素价值挖掘不充分,运动健康数据的采集、确权、流通、应用机制不完善,数据孤岛现象突出,未能有效赋能产品研发、精准营销和个性化健康管理。治理体系与市场环境有待完善。部分支持政策在基层落实中存在细则不清、执行不力或遭遇“玻璃门”现象,影响了政策红利的充分释放。面对线上健身课程、智能健身设备数据安全等新兴业态的发展,相关标准体系的制定和监管措施滞后,市场秩序有待进一步规范。赛事转播权、体育品牌、原创课程等内容的知识产权保护力度和执行效果仍有待加强,侵权行为仍时有发生。

2 体育产业高质量发展的核心路径

2.1 强化创新驱动,锻造核心竞争力

创新是引领体育产业高质量发展的第一动力。科技赋能产业升级是关键着力点,需要加大研发投入与协同攻关力度。通过设立体育科技专项基金,鼓励龙头企业与顶尖高校、科研院所共建重点实验室,集中力量突破

高性能材料、智能传感器、运动生物力学分析软件、虚拟/增强现实(VR/AR)在训练/观赛应用等核心技术瓶颈。深化数字技术融合应用,普及物联网、人工智能、大数据、云计算等新一代信息技术,着力打造智慧场馆、智能健身器材、数字化训练平台,全面提升运动体验和管理运营效率。推动体育用品制造业向智能制造转型,推广柔性生产、个性化定制模式,提升产品质量、生产效率和敏捷响应市场变化的能力模式与业态创新同样重要。积极发展平台经济,支持头部平台整合线上线下资源,构建提供课程、社交、装备、赛事等一站式服务的体育消费生态圈。推广共享经济模式,鼓励发展共享健身仓、共享球拍、共享教练等创新形式,降低大众参与门槛,提高社会体育资源利用效率。大力拓展场景创新,积极培育云端健身、沉浸式电竞、数字藏品体育应用、户外运动挑战赛等新场景、新玩法,不断丰富体育产业的内涵与外延。

2.2 深化供给侧改革,优化产品与服务

优化供给结构、提升供给质量是满足升级需求的根本。增加优质场地设施供给是基础性任务。需要大力实施“补短板”工程,重点建设贴近社区、便利可达的小型多样健身设施,如社区健身房、体育公园、健身步道等,并推广利用城市“金角银边”空间建设健身设施。同时,积极盘活存量资源,推动学校、企事业单位的体育设施在保障安全的前提下有序向社会开放,并运用数字化手段提升场馆预约、管理和运营效能。着力建设智慧场馆,运用智能化系统(如刷脸入场、无感支付、环境智能调控)全面提升场馆运营效率、安全防护水平和用户体验。丰富赛事活动与内容供给是激发活力的核心。要精心打造具有国际影响力的本土精品职业赛事IP,持续提升CBA、中超等联赛的职业化、市场化、国际化水平,积极学习NBA等国际顶级赛事的先进运营经验;同时,积极引进和培育高水平国际赛事。大力发展多元化、低门槛、趣味性强和群众性赛事活动,如城市定向赛、社区运动会、企业联赛等,增强群众参与感和获得感。繁荣体育内容创作生态,大力支持体育题材影视、动漫、综艺、短视频等创作传播,讲好中国体育故事,弘扬中华体育精神,营造浓厚的体育文化氛围。

2.3 释放消费潜力,激活内需动能

激发和满足体育消费需求是产业发展的持久动力。提升居民体育消费能力与意愿是前提。应探索完善消费支持政策,例如在更多地区试点发放体育消费券,研究

将符合条件的体育健身费用纳入个人所得税专项附加扣除范围的可行性。创新体育消费金融产品,发展体育装备分期付款、健身会员信用消费等模式,降低消费门槛。加强科学健身宣传引导,利用全媒体平台普及科学运动知识,倡导积极健康的生活方式,转变大众体育消费观念。改善消费环境与提升体验感是保障。亟需建设功能强大的体育消费信息综合平台,整合场馆预订、课程报名、赛事购票、装备购买、评价反馈等全链条服务,提供用户友好的“一键式”便捷体验。大力推广便捷支付方式与构建体育消费信用体系,普及移动支付、人脸识别支付,探索“先享后付”等基于信用的消费模式。强化消费者权益保护,建立健全体育服务标准、规范合同范本和高效透明的纠纷解决机制,增强消费信心。深挖细分市场潜力是增长点。要着力规范并提升青少年体育培训市场质量,深化体教融合项目发展。积极开发适老化健身器材、课程和社区活动,满足银发群体日益增长的健身需求。打造精品体育旅游线路和目的地,开发赛事旅游、训练旅游、康养旅游等特色产品。针对家庭单元,推出家庭健身套餐、亲子运动课程和趣味活动,激活家庭体育消费潜力^[11]。

3 结论与展望

推动体育产业高质量发展,是适应经济发展新常态、服务健康中国和体育强国建设全局的战略选择。其核心在于从追求规模速度转向追求质量效益,关键在于处理好有效市场与有为政府的关系,根本动力在于科技创新与消费升级的“双轮驱动”。

展望未来,体育产业将呈现深刻变革趋势:数字化、智能化将深度渗透研发、制造、服务、消费、管理等全链条环节;融合化(体育与文旅、康养、教育等)将创造出前所未有的业态、场景与价值;生活化趋势将使体育活动日益成为如同衣食住行般的日常刚性需求;绿色化理念将成为体育场馆规划建设、赛事活动组织运营的标准配置和核心价值;国际化进程将推动中国体育产业更深度地融入全球市场,参与竞争与合作。

实现体育产业高质量发展是一项长期而复杂的系统工程,需要政府、企业、社会组织、科研机构和广大消费者凝聚共识、形成合力。通过持续深化改革破除体制机制障碍,强化科技创新塑造核心竞争力,优化产业生态激发市场活力,释放内需潜力拓展市场空间,才能将体育产业真正打造成为国民经济的支柱性产业,为满足人民对美好生活的向往、全面建设社会主义现代化国家贡献磅礴的“体育力量”。

参考文献

- [1] 国家统计局. 国家体育总局. 2023 年全国体育产业总规模与增加值数据公告[EB/OL][2024-12-31]. https://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202412/t20241231_1958124.html
- [2] 国务院. 国务院关于实施健康中国行动的意见(国发〔2019〕13号).[EB/OL][2019-07-15]. https://www.gov.cn/zhengce/content/2019-07/15/content_5409492.htm.
- [3] 国务院办公厅. 国务院办公厅关于印发体育强国建设纲要的通知.[EB/OL][2019-09-02]https://www.gov.cn/zhengce/content/2019-09/02/content_5426485.htm
- [4] 郭晗,任保平. 新时代我国体育产业的高质量发展:逻辑生成与路径选择[J]. 西安体育学院学报,2020,37(03):291-297.
- [5] 王雪莉,付群,郑成雯. 中国体育产业高质量发展的现实挑战与路径探索[J]. 北京体育大学学报,2020,43(01):1-15.
- [6] 康露,黄海燕. 新时代体育产业高质量发展综合评价与实证研究[J]. 天津体育学院学报,2023,38(01):25-31+38.
- [7] 康露,黄海燕. 体育与科技融合助推体育产业高质量发展:逻辑、机制及路径[J]. 体育学研究,2021,35(05):39-47.
- [8] 杨铁黎,李颖川,骆秉全. 关于我国高校办体育产业现状及发展方向的研究[J]. 体育科学,1998,(02):16-19.
- [9] Coakley, J. (2021). "Chapter 27: The future of sports and society: a reflection and call to action". In Research Handbook on Sports and Society. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing. Retrieved Jun 21, 2025.
- [10] 孙立海,黄世懋,胡启良,等. 我国体育产业经营管理人才社会需求和培养现状的调查研究[J]. 山东体育学院学报,2008,(06):8-10+19.
- [11] 沈克印,王璇,王震. 新质生产力视域下体育产业高质量发展的创新路径探索[J]. 上海体育大学学报,2025,49(04):53-67.

作者简介:王静纯(1999年-),女,汉族,浙江台州,在读硕士生,福建师范大学,研究方向:体育产业。