

体育消费促进活动 将持续至2024年春节

本报讯 国家体育总局日前决定组织发起全国各地接续举办的体育消费促进活动(以下简称“消费活动”),持续至2024年春节。

一是突出赛事活动主题。要结合重大赛事、精品赛事、民族特色体育赛事,因地制宜组织开展各种消费活动,特别要抓住杭州亚运会、广西省运会、内蒙古冬运会等大型国际国内综合性运动会举办窗口期,举办消费季、消费月、消费周等活动,营造浓厚消费氛围。

二是丰富消费活动内容。要围绕满足青少年、女性、老年人、家庭等不同消费群体需求,聚焦新兴消费热点,新型消费业态、新消费场景,加强政企银商联动协同,广泛动员组织体育企事业单位、金融机构、电商平台、新媒体平台等,策划实施一批丰富多彩的体育消费惠民活动。

三是推出消费惠民措施。鼓励各地建立常态化促消费机制,

(综合)

因地制宜推出体育消费券等惠民举措,鼓励公共体育场馆延长向社会免费或低收费开放时间。支持各地在体育消费联动方面加强合作,实施消费互惠政策,联合举办消费活动。

四是创新消费活动形式。引导体育市场主体创新营销内容手段,应用大数据、云计算、人工智能等现代信息技术,打造数字消费场景,不断提升体育消费体验。鼓励有条件的地区建立体育消费电子地图和体育消费线上交易平台,为体育消费提供智慧支撑。

五是推动行业融合发展。密切与文化和旅游部门的沟通合作,加强文化、体育、旅游活动一体谋划、一体开展,推出一批“体育+文旅”优质文体旅融合产业项目。

六是加强活动宣传引导。加强对体育消费的统计监测分析,掌握体育消费规模和结构变化,清晰展现消费活动的效果。

(综合)

服贸会闭幕:

体育服务专题签约总额达18亿美元

本报讯 9月6日,为期5天的2023年中国国际服务贸易交易会体育服务专题在北京首钢园闭幕。本届服贸会专题展区面积达13200平方米,线下参展商138家、线下国际化企业机构78家、线下行业龙头企业58家,国际化率占比56%,签约总金额达到18亿美元,其中一年内执行金额拟达到8亿美元。

作为今年服贸会9个专题之一,体育服务专题以“精彩体育,相约北京”为主题,以“促进体育服务贸易对接合作,搭建国际体育产业沟通桥梁”为目标,推进展览展示、论坛会议、交易匹配和配套活动四大板块落地,突出“国际化、产业化、科技化”三大亮点,为体育产业深度交流提供了专业平台,促进全球范围资源参

(综合)

流动与共享,成为体育产业获得新发展的助推器。体育服务专题涵盖智慧体育服务、冰雪运动服务、体育消费服务、体育装备制造服务、体育赛事服务、体育融合服务等6个子展区,吸引了来自法国、澳大利亚、英国、意大利、荷兰、日本、芬兰等国家和地区在内的近400家体育品牌参展。

体育服务专题依托服贸会平台,多年来持续为推进体育产业服务、搭建体育服务领域交流合作提供新动能。2023年服贸会体育专题在世界体育产业升级变革、全民健身热潮席卷全球的背景下展开,将为产业融合发展开辟新的前景,也将成为建设体育强国、推进健康中国建设的加速器。

专家观点

体育消费的兴起是消费升级的重要表现

南开大学中国城市与区域经济研究中心主任周密认为,随着衣食住行等消费需求的满足,体育消费等多元化消费开始不断凸显。今夏体育消费持续火热,体现了人们对美好生活的向往,折射出公众的健康需求。

暑期时间比较长,适合家长带着孩子集中进行体育消费。要基于“体育+”,从大体育产业的视角进行快速发展,需要把体育旅游、购、娱、商、农、展、行等进行一体化发展,同时要加快专业的体育对大众体育的拉动。

(综合)

安徽合肥体育夜市带动消费金额达200余万元



以“皖美消费·夜健合肥”为主题的合肥体育夜市专场活动近日举办,活动人流量达15万余人次,带动消费金额达200余万元,为合肥夜经济增添一抹亮色。

活动现场设置体育消费节、体育嘉年华、全民体育健身大会三大板块,同

(中国体育报)

《关于恢复和扩大体育消费的工作方案的通知》发布 预计到2025年我国体育消费市场规模将增长至2.8万亿元

日前,国家体育总局办公厅印发《关于恢复和扩大体育消费的工作方案的通知》(以下简称《方案》),《方案》提出16条举措,进一步恢复和扩大体育消费,充分发挥体育在扩大内需、助力构建新发展格局上的重要作用。

16条举措内容涵盖加大优质体育产品和服务供给、丰富体育消费场景、夯实体育消费基础三个维度,提出要深化消费试点示范、组织开展促消费活动、加大高质量赛事供给、丰富群众健身活动、持续深化体教融合、深挖冰雪消费潜力、培育壮大市场主体、丰富体育彩票供给、提高场地设施质量、完善展览展示平台、培育精品示范工程、打造体育消费新业态、大力传播体育文化、普及推广运动技能、加强体育标准建设、完善体育消费统计等。

目前,在一系列政策措施的带动下,体育健身和体育消费潜力加快释放,体育产业迈上新台阶,体育消费已经成为人们日常生活中不可或缺的一部分,对于促进经济发展和提高人们的生活质量具有重要意义。

“十四五”期间总规模将达5万亿元

国家统计局最新数据显示,从产业规模来看,2021年全国体育产业总规模(总产出)为3.1175万亿元,增加值为1.2245万亿元。与2020年相比,体育产业总产出增长13.9%,增加值增长14.1%。

“十四五”期间,体育产业的发展目标是总规模达到5万亿元,增加值占国

内生产总值比重达到2%,居民体育消费总规模超过2.8万亿元,从业人员超过800万人,经常参加体育锻炼人数比例达到38.5%。体育产业到2025年产业规模将达到5万亿元,2020—2025年年均复合增长率需达到12.8%,宏观政策空间广阔,未来发展潜力巨大。体育产业发展将驶入“快车道”。

体育消费产业环节众多影响广泛

我国体育产业已形成结构多元、上下协同发展的完整产业链条,包括上游资源、中游运营传播、下游体育衍生产业。上游提供资源生产并带动全产业链繁荣,是产业链的核心与动力源;中游主要进行赛事培育、组织、运营及营销传播等,是产业发展的助推器;下游体育衍生业包括体育彩票、体育旅游、体育游戏、体育影视等,为产业相关企业提供变现出口。

体育用品是体育消费的核心环节之一,2021年体育用品及相关产品制造业总规模为1.3572万亿元,增加值为3433亿元,相比2020年增长9.2%,在重回增长路径的同时,创造体育用品行业增加值新高。

从体育用品行业内部结构看,运动服装、运动鞋、运动器材、运动防护用具和户外用品是主要的细分市场。

体育场馆是体育消费的重要载体。2022年中国场馆服务业实现增加值约为1.4万亿元,占体育产业的41.2%。相比2020年,该行业增加值同比增加16.7%。

从场馆服务业内部结构看,体育馆、

体育场、游泳馆仍然是主要的细分市场,占场馆服务业的58%左右。2022年中国体育馆市场规模约为5600亿元,同比增长16.7%;体育市场规模约为4200亿元,同比增长16.7%;游泳馆市场规模约为2800亿元,同比增长16.7%。

同时,体育休闲运动增长潜力较大。体育消费作为一种对人身的“投资”型消费,正获得越来越多的消费者青睐,推动体育消费发展,对城市发展、经济增长、国民健康和民族振兴均有裨益。

根据国家体育总局的数据,2022年中国健身休闲业实现增加值为1.3万亿元,占体育产业的38.2%。预计2023年该行业增加值将达到1.6万亿元,占体育产业的40%。

体育消费人群参与热情高消费意愿强。成都大运会成功举办、中国网球公开赛的回归、杭州亚运会接踵而至,大型赛事的举办进一步点燃了大众参与体育运动的热情,同时也会刺激体育消费市场的活力的提升。

根据公开数据显示,我国参与体育锻炼的人数已超过5亿人,这一数字显示出越来越多的人正在将运动作为一种生活方式。与此同时,全国体育场地数量也在不断增加,2023年上半年总数达到了450.9万个,同比去年增长约6.7%。线上运动健身订单量也在快速增长,同比增长120%。

我国已经成为全球最大的体育消费市场之一,全民健身的推动起到了重要的作用。目前,我国体育消费市场规模将迎更多、更大的发展机会。(中新)

约为1.5万亿元,预计到2025年将增长至2.8万亿元。

体育消费的火热也促进了体育相关初创企业的设立与融资。在体育产业万亿级别的蓝海之中,任何一个赛道所能创造的价值都是不可估量的,加之我国拥有庞大的基础人口数量,体育相关赛道被看好也是“理所应当”。

体育消费折射消费升级新活力

在近年来的消费市场中,多元、潮流、理性的消费趋势日益凸显,体育消费持续火热,正成为消费新亮点。体育消费的兴起,与我国经济发展水平和人均收入水平普遍提高的现实息息相关,折射出公众不断增长的健康需求,是消费升级的重要表现。

体育逐渐成为人们生活方式的一部分,以个人多元化诉求为主,凸显个性。强身健体是体育消费的基础需求。此外,体育消费还包含情感体验、场景融入、成长交际等多元化、个性化和非物质化的需求。也因此,当下的体育消费不仅表现为购买体育用品等产品本身,还衍生出很多新兴体育服务,比如热衷球队的粉丝团体进行集体活动、针对所喜欢运动员的文化产品形成关联消费等。

天眼查研究院认为,中国体育消费行业具有巨大的增长潜力,受益于人口红利、中产阶级消费升级以及政府支持等因素。随着体育产业链不断完善,体育赛事、健身休闲、体育用品等细分领域将迎来更多、更大的发展机会。(中新)

值占体育产业增加值的比重超过70%。要大力发展体育竞赛表演业,延伸扩大相关消费规模。促进农文体旅融合发展,创新体育消费场景,到2025年,全省城乡居民体育消费总规模超过3000亿元。

江苏还将进一步提升体育服务和治理水平。优化整合体育场馆、国民体质监测、体育赛事活动、体育社会指导员、体育社会组织、全民健身设施等管理和服务系统,打造一体化体育服务数字化新模式。同时强化对体育类校外培训机构、发行预付卡的健身企业的监管等。

(江报)

江苏:到2025年居民体育消费总规模超3000亿元

育场所供给,推动全省室外公共健身设施器材全部实现闭环管理。到2025年,新增体育公园(广场)130个、步道2000公里、室外灯光球场1000个,人均体育场地面积达到4.2平方米,并推动具备开放条件的学校体育场地全部向社会开放。

江苏将进一步深化体教融合,创新项目共同体学校协同合作机制。同时要推进各级各类学校设置教练员岗位,吸

纳优秀退役运动员到学校工作。此外还将推进各级各类校建设发展,到2025年参与县级体育督查的64个县(市、区)

少年儿童体育学校全部达到有组织机构、有教练队伍、有场馆设施、有经费保障、有训练竞赛、有人才输送的“六有”标准,并实现全省青少年运动员义务教育在普通中小学就读全覆盖。

计划提出,到2025年,江苏体育产业总规模超过7200亿元,服务业增加

山东体育消费总规模已达到2131.8亿元

体育培训等5类体育惠民消费券2867万元,直接拉动体育消费超过1.29亿元。二是搭建体育消费新场景。三是打造体育消费新平台。连续四年举办山东体育用品博览会,打造高水平、智能化的体育用品展示平台,引领体育消费的发展新方向。

山东省体育局副局长王强介绍,近年来,山东省体育局认真落实国家、省关于扩内需、促消费的工作部署,多措并举促进体育消费。

一是拓展体育消费新供给。组织

举办体育消费季系列活动,自2020年启动以来,已向社会发放体育健身服务、

培训、体育旅游等服务型消费占比达到55.43%,居民体育消费覆盖60余种体育运动项目,领域多样性、主体多元化趋势进一步凸显。

下一步,山东省体育局将积极响应《关于恢复和扩大消费的措施》的有关要求,重点在三方面发力,推进体育消费持续提质扩容,进一步释放体育消费潜力。

一是鼓励支持各地结合历史传

统文化底蕴和自然资源禀赋优势举办

特色品牌赛事活动,打造沿黄、沿海、沿

大运河、沿齐长城系列品牌赛事,支持“村超”“村BA”等群众业余联赛蓬勃发展。二是深化体育消费试点示范,支持有条件的市争创国家体育消费试点城市和示范城市,对纳入试点的21个省级体育消费试点县(市、区),在政策配套、要素配置、资金引导等方面进行重点扶持,着力打造体育消费示范典型面向全省推广。三是积极搭建体育消费平台,推动山东东博会扩大规模、提质升级,积极申办中国体育用品博览会、中国体育消费博览会等一系列国家级展会,常态化举办体育消费季、消费节等主题活动,继续扩大体育消费券发放规模,更好地激发和满足群众体育消费需求。

(山东)

地方动态

从竞技走向大众

河南积极构建航空运动产业消费生态圈

河南省体育局竞技体育处处长谢国臣日前在河南省政府新闻发布会上介绍,航空运动作为新兴、小众的体育运动项目,三十年来走过了一个从无到有、从小到大的发展过程。以安阳滑翔伞为例,从1991年到2022年,第一个十年,随着滑翔伞世界杯、海峡杯等国际赛事的成功举办,成为对外展示的窗口,让世界从侧面更多、也更深入地了解了正在发展奋进的中国。第二个十年,随着一批批教练员、飞行员的培养,飞行场地的建设和完善,为航空体育从“专业”走向大众积累了人才优势,奠定了硬件基础。在第三个十年,航空体育从竞技走向大众,开启了“体育+教育”“体育+旅游”“体育+文化”等多产业融合发展的新阶段。体育强国建设是时代发展所需,在树立文化自信、塑造国家软实力、加强与世界沟通等方面发挥着不可替代的作用。

谢国臣表示,对于航空运动产

业来说,“蓝天白云”是孕育飞行梦

想的摇篮,也是航空运动独有的竞

技场,蕴含着巨大的社会价值和经

济价值。结合我国低空空域管理政

策的不断深入,拓宽了航空运动项目的发展空间,打通了航空运动服务产品和大众航空运动消费需求之间的渠道,推进了户外运动消费场景与乡村旅游、休闲农业等融合,促进提升相关产业融合发展,构建航空运动产业消费生态圈。通过举办高水平赛事活动,彰显我国综合国力,加强航空科普,不断提高航空运动产业发展水平,引领各大通航企业充分发挥自身通航全产业链布局的产业效能,为新兴体育经济转型升级、蓬勃发展添砖加瓦。未来,借助低空空域改革和国家重视体育产业发展两个利好,在拉动地方经济发展,拉动产业发展,拉动消费发展中起到重要作用,成为新的GDP增长点。

河南省体育局对航空运动非常重视和支持,安阳航空运动文化旅游节被列为河南省“六赛两节两活动”品牌之一。《河南省促进体育产

业高质量发展方案》主要工作中,将积极发展航空运动产业作为一项重要的内容进行了独立而明确的表述,明确提出将安阳市、郑州市上街区推动成为有影响力的航空运动产

业基地,创建国际一流的林州市林虑山滑翔伞基地,并提出了要完善体制机制、强化政策支持、搭建服务平台、注重人才建设等一系列保障措

(大河网)