# 体育产业的发展前景广阔 未来大有可为

受新冠肺炎疫情影响，过去一年，体育产业一度被迫按下“暂停键”，但也迎来求新求变的转折点。业内人士指出，“十四五”时期，我国竞赛表演业、智能体育等领域大有可为，体育产业未来值得期待。

体育消费空间广阔

近日，围绕国家体育总局制定的“十四五”体育产业发展蓝图，国家体育总局体育经济司司长刘扶民表示，竞赛表演业依然是体育产业发展的一项重点。

2018年，国务院办公厅印发的《关于加快发展体育竞赛表演产业的指导意见》明确，到2025年，体育竞赛表演产业总规模达到2万亿元。根据国家统计局、国家体育总局公布的最新数据，2019年，我国体育竞赛表演活动的总产出为308.5亿元。我国体育竞赛表演产业仍有不小提升空间。

“‘十四五’时期，我国将举办一系列国际顶级赛事。这意味着我国体育场馆等硬件基础设施将进一步夯实。”刘扶民说。

赛事作为体育产业链上游，能够直接辐射影响下游的体育培训、体育用品等服务业和制造业，并间接影响旅游、娱乐等周边产业。业内专家表示，疫情防控常态化之下，随着民众运动热情逐步复苏，健身热有望进一步带动消费热。

北京体育大学中国体育政策研究院执行院长鲍明晓指出，当前我国居民体育消费的总量在1.5万亿元至1.8万亿元之间。但在体育消费结构中，75%左右来自体育用品装备消费，而体育服务消费占比不够高，这意味着我国居民体育消费增长空间广阔。

数字化转型提升档次

疫情期间，线上线下互动参与体育，成为健身活动的重要解决方案之一。尤其是直播健身、网络赛事、在线培训、线上销售等体育产业新模式发展迅猛。刘扶民介绍，由国家体育总局与中体产业集团合作，在抖音、快手上开展的3个居家健身活动和赛事累计播放量已超过40亿次。京东去年“双11”数据显示，平台内瑜伽服饰成交额增幅达407%，普拉提器械成交额增幅达368%，健身哑铃成交额增幅达134%。

随着数字技术对我国体育产业推动作用日益突出，体育产业领域数字化为发展新业态指出突破方向和路径实现的可能。在清华大学公共管理学院教授江小涓看来，在5G、人工智能、大数据、云计算、物联网和各种智能设备制造等技术及产业支撑下，体育数字化将沿着“数字技术+产业”和“传统产业+数字技术”两条路径快速发展，成为体育产业发展的主要增长点。

“目前，我国体育装备制造业虽然规模较大，但大多处于价值链中低端。数字化转型将加快提升体育制造业技术和质量档次。如消费者可自助下单，选择个性化图案印制在产品上；诸如手环、眼镜等可穿戴智能设备的生产，也将满足消费者多样化需求。”江小涓说。

精心谋划挖掘潜力

据了解，多个地区近期公布的“十四五”规划纲要或建议都提出体育产业未来发展布局，以期更好发挥体育产业在经济社会发展中的积极作用。如上海明确，要全面推动全球著名体育城市建设，充分挖掘时尚健身产业的消费潜力，建设一批集体育健身和休闲娱乐等多功能于一体的都市运动中心；成都提出，坚持健康第一、以体育人，深化体教融合，强化青少年身心健康教育，构筑世界体育名城的未来基础。

为应对新冠肺炎疫情对体育产业的影响，促进体育消费回补和潜力释放，2020年，国家体育总局在全国开展促进体育消费试点工作。2020年，10多个省份及相关地市组织发放了体育消费券，财政资金投入超过9亿元，参与市场主体5000多个，体育消费人次超过1100万，拉动体育消费近百亿元。

“十四五”时期，国家体育总局将发挥体育消费试点城市先行先试作用，推动体育消费机制创新、政策创新、模式创新、产品创新，用更便捷的方式引导广大民众扩大体育消费

体育局2021-2-20