

2025-2030 年中国体育产业发展趋势与 投资战略研究报告

China's Sports Industry Development Trends and Investment
Strategies Research Report (2025-2030)

(中国企业高层战略决策参考必备)



关注微信，
行业干货，
财经资讯，
一手掌握。

2025 年度版
中国行业研究咨询报告系列
中研普华决策参考

● 行业研究咨询报告 (推荐指数★★★★★)

《中国行业研究咨询报告》是中研普华依托国家统计局、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。凭借中研普华在其多年的行业研究经验基础上建立起的完善产业研究体系，一整套的产业研究方法始终处于行业领先地位，是目前国内覆盖面最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的行业研究报告系列。

《中国行业研究咨询报告》充分体现了中研普华所特有的与国际接轨的咨询背景和专家智力资源的优势，以客户需求为导向，以行业为主线，全面整合行业、市场、企业等多层面信息源，依据权威数据和科学的分析体系，在研究领域上突出全方位特色，着重从行业发展的方向、格局和政策环境，帮助客户评估行业投资价值，准确把握行业发展趋势，寻找最佳营销机会与商机，具有相当的预见性和权威性，是企业领导人制定发展战略、风险评估和投资决策的重要参考。

我们的优势：

丰富的专家资源和信息资源：中研普华依托国家发展改革委和国家信息中心系统丰富的数据资源，建成了独具特色和覆盖全面的产业监测体系。同时，与国内众多研究机构和专家有着密切的合作关系。

《中国行业研究咨询报告》全部由国内一流经济学家、行业专家作为顾问，由多年从事相关行业的资深研究员撰写，他们长期专门从事行业研究，掌握着大量的第一手资料，加上我们严格的审稿制度，使报告的质量都有充分的保证。

行业覆盖范围广、针对性强：中研普华《中国行业研究咨询报告》的入选行业普遍具有市场前景好、行业竞争激烈和企业重组频繁等特征。我们在对行业进行综合分析的同时，还对其中重要的细分行业或产品进行单独分析。其信息量大，实用性强是任何同类产品难以企及的。

内容全面、论述生动：中研普华《中国行业研究咨询报告》在研究内容上突出全方位特色，报告以本年度最新数据的实证描述为基础，全面、深入、细致地分析各行业的市场供求、进出口形势、投资状况、发展趋势和政策取向以及主要企业的运营状况，提出富有见地的判断和投资建议；在形式上，报告以丰富的数据和图表为主，突出文章的可读性和可视性，避免套话和空话。报告附加了与行业相关的数据、政策法规目录、主要企业信息及行业的大事记等，为投资者和业界人士提供了一幅生动的行业全景图。

深入的洞察力和预见力：我们不仅研究国内市场，对国际市场也一直在进行职业的观察和分析，因此我们更能洞察这些行业今后的发展方向、行业竞争格局的演变趋势以及技术标准、市场规模、潜在问题与行业发展的症结所在。我们有 100 多位专家的智慧宝库为您提供决策的洞察这些行业今后的发展方向、行业竞争格局的演变趋势以及技术标准、市场规模、潜在问题与行业发展的症结所在。

有创造力和建设意义的策略：对行业或具体产品的投资特性、市场规模、供求状况、行业竞争状况（结构与主要竞争企业）、发展趋势等进行分析和论证，寻求规律、发展机会、现存问题的解决方案、做大做强的对策等等。

一、报告简介 PROFILE

2025-2030 年中国体育产业发展趋势与投资战略研究报告

China's Sports Industry Development Trends and Investment Strategies Research Report
(2025-2030)

【出版日期】 2025 年 5 月

【报告页码】 235 页

【图表数量】 43 个

【中文价格】 RMB 13000

【英文价格】 RMB 27000

【中英文价】 RMB 37000

【全国热线】 400-856-5388 400-086-5388 全国免费热线

[中研普华公司介绍](#)

【订阅热线】 0755-25425716 25425726 25425736

[了解中研普华的实力](#)

【订阅热线】 0755-25425756 25425776 25425706

[下载征订表](#)

【版权声明】 本报告由中国产业研究院出品，报告版权归中研普华公司所有。本报告是中研普华公司的研究与统计成果，报告为有偿提供给购买报告的客户使用。未获得中研普华公司书面授权，任何网站或媒体不得转载或引用，否则中研普华公司有权依法追究其法律责任。如需订阅研究报告，请直接联系本网站，以便获得全程优质完善服务。中研普华公司是中国成立时间最长，拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构，公司每天都会接受媒体采访及发布大量产业经济研究成果。在此，我们诚意向您推荐一种“[鉴别咨询公司实力的主要方法](#)”。

体育产业是指与体育运动相关的一切生产经营活动的总和。从广义上来说，它涵盖了体育组织、体育赛事、体育培训、体育健身、体育用品制造与销售、体育场馆运营、体育传媒、体育旅游等多个领域，是一个涉及面广、产业链长的综合性产业。从狭义上讲，体育产业主要指体育服务业，即直接为体育消费者提供各种服务的行业，如体育赛事运营、体育健身服务、体育培训服务等。

与发达国家相比，我国体育消费仍有较大差距。我国的体育产业占 GDP 仅约 1%，发达国家的占比普遍在 2%-3%之间，美国体育产业占 GDP 比重甚至超过 3%，人均体育消费约为中国的 10 倍。此外，我国体育消费结构仍以实物消费为主，体育用品销售占比高达 60%，而赛事观赏、健身服务等高附加值产品占比不足 20%。这表明我国的体育消费释放潜力巨大，尤其是在服务型体育消费领域。

当前，全球体育用品行业发展态势良好，呈现出多方面的现状特征。在市场规模上，尽管 2023 年全球经济发展不平衡，体育用品行业面临挑战，但仍展现出发展韧性，全年收入增长率为 6%，高于 2022 年的 2%。不同地区市场表现存在差异，西欧、亚太、北美、拉丁美洲在 2023 年均有所增长，其中拉丁美洲表现突出，继 2022 年增长 20%后，2023 年增长 22%。从市场分布看，美国是全球最大体育用品市场，消费者对高品质运动产品需求旺盛；欧洲市场发展成熟，消费者注重产品质量与环保性能；中国市场增长迅速，2025 年规模预计超 3000 亿元人民币，未来发展空间广阔。

国产运动品牌崛起，安踏、李宁、特步、361° 等四大品牌 2024 年总营收突破 1230 亿元，首次超越耐克、阿迪达斯中国区总和。安踏以 708 亿元营收居首，多品牌战略成效显著；李宁牵手中国奥委会，回归专业赛道；特步聚焦跑步，净利润增长快；361° 营收首破百亿，连续 4 年双位数增长。这些品牌加大研发投入，安踏研发投入约 20 亿元创新高，361° 专利数量增加，产品专业竞争力强化。

“一带一路”沿线国家正处于基础设施建设高峰期，对体育场馆、健身路径、运动器材等体育设备的需求持续增长。例如，东南亚、中东欧等地区对标准化体育场馆和社区健身设施的需求旺盛。。

本研究咨询报告由中研普华咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据国家统计局、商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、工信部、中国行业研究网、全国及海外多种相关报纸杂志的基础信息等公布和提供的大量资料和数据，客观、多角度地对中国体育市场进行了分析研究。报告在总结中国体育发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国体育的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。报告资料详实，图表丰富，既有深入的分析，又有直观的比较，为体育企业在激烈的市场竞争中洞察先机，能准确及时的针对自身环境调整经营策略。

二、报告目录 CONTENTS

第一章 体育产业综述 1

第一节 体育产业基本情况 1

一、体育产业定义 1

二、体育产业产业链分析 3

三、体育产业在国民经济中的地位 5

第二节 体育产业经济与政策解读 7

一、国内经济形势分析 7

二、《体育产业发展纲要》解读 14

三、《“十四五”体育发展规划》解读 15

四、《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》解读 16

五、《关于加快发展健身休闲产业的指导意见》解读 17

六、《关于加快发展体育竞赛表演产业的指导意见》解读 17

第三节 国际体育产业发展分析 20

一、国际体育产业总体情况 20

二、国际体育产业供需情况 21

三、国际主要国家和地区市场情况 22

第二章 中国体育产业运行现状分析 25

第一节 中国体育产业发展状况分析 25

一、中国体育产业发展阶段 25

二、中国体育产业发展现状 25

三、中国体育产业发展特点 26

四、中国体育产业总体规模 27

五、中国体育产业市场需求 29

第二节 国家体育产业基地发展概况 30

一、国家体育产业基地发展概况 30

二、国家体育产业示范基地数量 31

三、国家体育产业示范单位数量 32

四、国家体育产业示范项目数量 33

五、国家体育产业基地发展概况 34

第三章 中国体育用品市场发展分析 39

第一节 全球体育用品行业发展分析 39

一、全球体育用品发展现状	39
二、全球体育用品发展规模	40
三、全球体育用品市场竞争	41
四、全球体育用品趋势预测	42
第二节 中国体育用品行业国内发展现状	43
一、中国体育用品发展现状	43
二、中国体育用品市场规模	43
三、中国体育用品制造市场情况	44
三、中国体育用品销售市场情况	45
三、中国体育用品贸易市场情况	46
四、中国体育用品出租市场情况	48
第三节 中国体育用品行业发展趋势预测	49
一、行业发展趋势分析	49
二、行业发展前景预测	50
第四章 中国体育竞赛市场发展分析	52
第一节 全球体育竞赛行业发展分析	52
一、全球体育竞赛发展现状	52
二、全球体育竞赛发展规模	53
三、全球主要体育竞赛发展概况	54
四、全球主要国家体育竞赛发展概况	55
第二节 中国体育竞赛行业发展现状	57
一、中国体育竞赛发展历程	57
二、中国体育竞赛发展现状	58
三、中国体育竞赛市场规模	58
四、中国体育竞赛运营模式	59
五、主要体育竞赛发展概况	61
第三节 中国体育竞赛行业细分市场分析	62
一、周期性综合竞赛分析	62
二、职业联赛分析	63
三、单独运作商业竞赛分析	63
第四节 中国体育竞赛行业发展趋势预测	64
一、行业发展趋势分析	64
二、行业发展前景预测	65
第五章 中国体育健身市场发展分析	67

第一节 全球体育健身行业发展分析 67

一、全球体育健身发展规模 67

二、全球体育健身市场竞争 68

三、全球体育健身趋势预测 69

第二节 中国体育健身行业国内发展现状 70

一、中国体育健身发展历程 70

二、中国体育健身发展特点 71

三、中国体育健身市场规模 72

四、中国体育健身运营模式 73

第三节 中国体育健身行业发展趋势预测 75

一、行业发展趋势分析 75

二、行业发展前景预测 76

第六章 中国体育场馆市场发展分析 78**第一节 体育场馆建设运营模式 78**

一、体育场馆投资建设模式 78

二、体育场馆运营模式 80

三、运营内容分析 81

四、体育场馆运营案例 82

五、中国体育场馆建设融资模式分析 85

第二节 中国体育场馆行业发展状况 89

一、中国体育场馆行业发展现状 89

二、中国体育场馆总体规模情况 90

三、体育场馆收入支出分析 95

四、中国主要类型体育场馆发展分析 96

第三节 中国公共体育场馆发展分析 99

一、大型体育场馆建设分布情况 99

二、大型体育场馆经营管理情况 100

三、大型体育场馆对外开放情况 101

四、大型体育场馆冠名权开发现状 102

第四节 中国高校体育场馆发展分析 102

一、中国高校体育场馆建设现状 102

二、中国高校体育场馆开发利用现状 103

三、高校体育场馆经营管理的现状 104

第五节 中国体育场馆行业发展趋势预测 105

一、行业发展趋势分析 105

二、行业发展前景预测 106

第七章 中国体育培训发展分析 108

第一节 体育培训种类 108

一、体育舞蹈培训 108

二、篮球培训 108

三、足球培训 109

四、跆拳道培训 110

五、轮滑培训 110

六、棋类培训 111

七、羽毛球培训 111

八、游泳培训 112

九、乒乓球培训 112

十、其他培训 113

第二节 参加体育培训学生的情况 113

一、培训学生年龄结构 113

二、参加体育培训的目的 115

三、参加体育培训的项目种类 116

第三节 体育培训机构情况 118

一、体育培训机构数量分布情况 118

二、体育培训机构办学资质情况 119

三、体育培训机构培训收费情况 120

四、体育培训机构教练员的情况 121

五、家长对体育培训的满意程度 122

第四节 体育培训市场存在的问题与健康发展的对策 122

第八章 中国其他体育市场发展分析 125

第一节 中国体育传媒行业发展现状 125

一、中国体育传媒发展现状 125

二、中国体育传媒市场规模 125

三、中国体育传媒发展优势 125

四、中国体育传媒发展短板 126

五、中国体育传媒细分情况 127

六、行业发展前景预测 129

第二节 中国体育彩票行业发展现状 129

一、中国体育彩票发展历程 129

二、中国体育彩票发展现状	130
三、中国体育彩票市场规模	132
四、中国体育彩票区域分布	132
五、中国体育彩票细分市场	133
六、中国体育彩票行业发展前景预测	134
第三节 中国体育中介业市场发展现状	136
一、体育中介概念	136
二、中国体育中介业市场发展现状	136
三、制约中国体育中介市场发展的因素	138
四、中国体育中介业发展存在的问题	139
五、中国体育中介市场发展前景	140
第四节 中国体育旅游行业发展现状	142
一、中国体育旅游发展概况	142
二、中国体育旅游发展规模	143
三、中国体育旅游市场竞争	143
四、中国体育旅游前景趋势	143

第九章 中国体育产业部分区域市场分析 145

第一节 华东地区体育产业市场发展分析 145

一、山东体育产业市场发展分析	145
二、江苏体育产业市场发展分析	145
三、浙江体育产业市场发展分析	146
四、福建体育产业市场发展分析	147
五、上海体育产业市场发展分析	147

第二节 华中地区体育产业市场发展分析 148

一、河南体育产业市场发展分析	148
二、湖北体育产业市场发展分析	149
三、湖南体育产业市场发展分析	150
四、江西体育产业市场发展分析	151

第三节 华北地区体育产业市场发展分析 152

一、北京体育产业市场发展分析	152
二、天津体育产业市场发展分析	153
三、河北体育产业市场发展分析	154

第四节 其他地区体育产业市场发展分析 155

一、广东体育产业市场发展分析	155
二、四川体育产业市场发展分析	155

三、重庆体育产业市场发展分析 156**第十章 2025-2030 年体育产业领先企业经营形势分析 158****第一节 李宁（中国）体育用品有限公司 158**

- 一、企业发展简介 158
- 二、企业主营业务 159
- 三、企业经营情况 159
- 四、企业产业布局 160
- 五、企业发展动态 161

第二节 安踏体育用品有限公司 161

- 一、企业发展简介 161
- 二、企业主营业务 161
- 三、企业经营情况 162
- 四、企业产业布局 162
- 五、企业发展动态 163

第三节 特步（中国）有限公司 163

- 一、企业发展简介 163
- 二、企业主营业务 163
- 三、企业经营情况 164
- 四、企业产业布局 165
- 五、企业发展动态 165

第四节 匹克（中国）有限公司 165

- 一、企业发展简介 165
- 二、企业主营业务 166
- 三、企业经营情况 166
- 四、企业产业布局 167
- 五、企业发展动态 167

第五节 华润文化体育发展有限公司 168

- 一、企业发展简介 168
- 二、企业主营业务 168
- 三、企业经营情况 168
- 四、企业产业布局 169
- 五、企业发展动态 169

第六节 华体集团有限公司 170

- 一、企业发展简介 170
- 二、企业主营业务 170

三、企业经营情况	170
四、企业产业布局	171
五、企业发展动态	171
第七节 万达体育有限公司	172
一、企业发展简介	172
二、企业主营业务	173
三、企业经营情况	173
四、企业产业布局	174
五、企业发展动态	174
第八节 中体产业集团股份有限公司	175
一、企业发展简介	175
二、企业主营业务	175
三、企业经营情况	176
四、企业产业布局	177
五、企业发展动态	177
第九节 深圳市佳兆业文体科技集团有限公司	178
一、企业发展简介	178
二、企业主营业务	179
三、企业经营情况	179
四、企业产业布局	180
五、企业发展动态	180
第十节 广州珠江体育文化发展股份有限公司	181
一、企业发展简介	181
二、企业主营业务	181
三、企业经营情况	182
四、企业产业布局	183
五、企业发展动态	183
第十一章 中国体育产业投资分析	185
第一节 体育产业投资特性分析	185
一、体育产业进入壁垒分析	185
二、体育产业盈利因素分析	186
三、体育产业盈利模式分析	187
第二节 体育产业投资情况	189
一、体育产业投资现状	189
二、体育产业投资机会	189

三、体育产业投资风险	190
第三节 体育产业投资前景	191
一、体育产业投资前景	191
二、体育产业投资建议	193
第十二章 中国体育产业前景展望	194
第一节 体育产业发展的影响因素	194
一、有利因素	194
二、不利因素	195
第二节 体育产业存在的问题与对策	196
一、行业存在的问题	196
二、行业发展的对策	198
第三节 2025-2030 年体育产业发展预测	199
一、2025-2030 年体育产业市场规模预测	199
二、2025-2030 年体育产业供给预测	200
三、2025-2030 年体育产业需求预测	200
第四节 2025-2030 年体育产业发展前景	201
一、体育产业发展趋势	201
二、体育产业发展前景	203
第十三章 中国体育产业企业品牌竞争策略	204
第一节 中国体育产业品牌的重要性	204
一、体育产业品牌的重要性	204
二、体育产业实施品牌战略的意义	205
第二节 中国体育产业企业品牌建设对策	206
一、强化品牌战略意识，树立品牌营销观念	206
二、强化品牌管理团队，完善品牌管理体系	206
三、强化品牌保护意识，准确把握品牌定位	207
四、深入挖掘文化内涵，创建品牌核心价值	207
五、提高质量管理意识，完善质量管理体系	208
六、加强品牌形象塑造，推进品牌有效传播	208
七、强化品牌创新意识，提升企业创新能力	209
第三节 中国体育产业企业升级图谱	209
一、产业链升级	209
二、品控升级	210
三、产品升级	211

四、渠道升级	211
五、形象升级	212
六、定位升级	212
七、管理升级	213
八、社会责任感升级	213
九、战略升级	214

第十四章 研究结论及发展建议 215

第一节 中国体育产业政府引导资金健康发展对策研究	215
一、中国体育产业政府引导资金的发展现状	215
二、中国体育产业政府引导资金存在的主要问题	215
三、推动中国体育产业政府引导资金健康发展的对策建议	216
第二节 体育产业的集群式发展路径分析	218
一、体育服务业集群的发展路径	218
二、体育用品业集群的发展路径	219
三、体育产业的链式发展路径	220
第三节 “一带一路”战略下体育产业发展的机遇与对策	221
一、体育产业在“一带一路”战略下的新机遇	221
二、体育产业发展在“一带一路”战略下的解决方案	222
第四节 冬奥会带给中国体育产业的机遇与挑战	223
一、冬奥会为体育产业发展带来的机遇	223
二、冬奥会为体育产业发展带来的挑战	225

图表目录

图表：2021-2024 年国内生产总值及其增长速度	7
图表：2021-2024 年三次产业增加值占国内生产总值比重	8
图表：2024 年分行业固定资产投资（不含农户）占比	9
图表：2021-2024 年国内社会消费品零售总额及其变动情况（单位：万亿元）	10
图表：2021-2024 年国内居民消费价格指数变动情况	11
图表：2021-2024 年全国人民币贷款存款余额与贷款余额（单位：万亿元）	12
图表：2021-2024 年国内对外贸易总额及其增长情况	13
图表：2022-2024 年全球体育用品发展规模	40
图表：2025-2030 全球体育用品市场规模预测	42
图表：2022-2024 年中国体育用品市场规模	44
图表：2022-2024 年全球体育竞赛发展规模	53
图表：2022-2024 年中国体育竞赛市场规模	59

图表：2022-2024 年全球体育健身发展规模	67
图表：中国体育健身发展规模	73
图表：2022-2024 年全国体育场地总数量	90
图表：2022-2024 年全国体育场地总用地面积	91
图表：2022-2024 年全国体育场地总建筑面积	92
图表：2022-2024 年全国体育场地总场地面积	93
图表：2022-2024 年全国体育场地人均体育场地面积	94
图表：2022-2024 年全国每万人拥有体育场地数量	94
图表：2022-2024 年中国体育彩票市场规模	132
图表：2024 年中国体育彩票区域分布情况	133
图表：2022-2024 年李宁主要经营指标	159
图表：2022-2024 年安踏体育主要经营指标	162
图表：2022-2024 年特步主要经营指标	164
图表：2022-2024 年中体产业主要经营指标	177
图表：2025-2030 年体育产业市场规模预测	199
图表：2025-2030 年体育产业供给预测	200
图表：2025-2030 年体育产业需求预测	201

订阅报告，请来电咨询 400-856-5388 400-086-5388

- ①.请详细填写封底客户征订表后传真给我们
- ②.通过银行转帐、邮局汇款形式支付购买报告款项
- ③.我们收到汇款凭证后，特快专递报告或者发送报告邮件
- ④.款项到帐后快递款项发票
- ⑤.大批量采购报告可享受会员优惠，详情来电咨询

全程配有客服专员为您提供贴心服务

第三章 中国体育用品市场发展分析

第一节 全球体育用品行业发展分析

一、全球体育用品发展现状

当前，全球体育用品行业发展态势良好，呈现出多方面的现状特征。在市场规模上，尽管 2023 年全球经济发展不平衡，体育用品行业面临挑战，但仍展现出发展韧性，全年收入增长率为 6%，高于 2022 年的 2%。不同地区市场表现存在差异，西欧、亚太、北美、拉丁美洲在 2023 年均有所增长，其中拉丁美洲表现突出，继 2022 年增长 20% 后，2023 年增长 22%。从市场分布看，美国是全球最大体育用品市场，消费者对高品质运动产品需求旺盛；欧洲市场发展成熟，消费者注重产品质量与环保性能；中国市场增长迅速，2025 年规模预计超 3000 亿元人民币，未来发展空间广阔。

消费需求方面，消费者偏好发生转变，从有组织体育运动转向更易上手、社交性强的运动，匹克球/板网球、场外高尔夫等细分市场受欢迎程度激增，2019-2022 年两大市场分别增长 159% 与 57%。同时，代际消费转变也在进行，部分年龄较大人群愿为喜爱运动投入更多，品牌需制定年龄包容性战略。可持续发展受关注度不断提升，消费者对环保产品需求增加，愿意为使用有机或可持续投入材料的产品支付溢价，众多体育用品品牌也在解决运营和供应链中的社会与治理问题。此外，数字化与智能化兴起，生成式人工智能与虚拟现实技术和体育用品行业结合，有望带来更友好、可定制化、个性化的健康和健身体验，智能运动手环等高科技运动设备逐渐进入市场。

在竞争格局上，品牌竞争激烈。国际知名品牌如耐克、阿迪达斯在全球影响力大，但在中国等市场，本土企业竞争力增强，在中国排名前 20 的品牌中，本土企业约占 60% 市场份额。2025 年全球运动品牌价值 10 强排行榜中，美国占 4 席，德国和中国各占 2 席，加拿大和日本各占 1 席。电商渠道重要性日益提升，超 30% 体育用品销售来自在线渠道，疫情期间线上销售增长迅速，企业通过搭建线上销售平台等方式提升销售与服务水平。

2024 年作为体育大年，奥运会、欧洲杯等顶级赛事带动全球体育消费热潮。以中国市场为例，2024 年体育、娱乐用品类同比增长 11.1%，多家本土体育消费用品上市企业业绩亮眼，如安踏集团收入同比增长 13.6%。未来，全球体育用品行业有望在持续变化的市场环境中，不断创新发展，满足消费者多元需求。

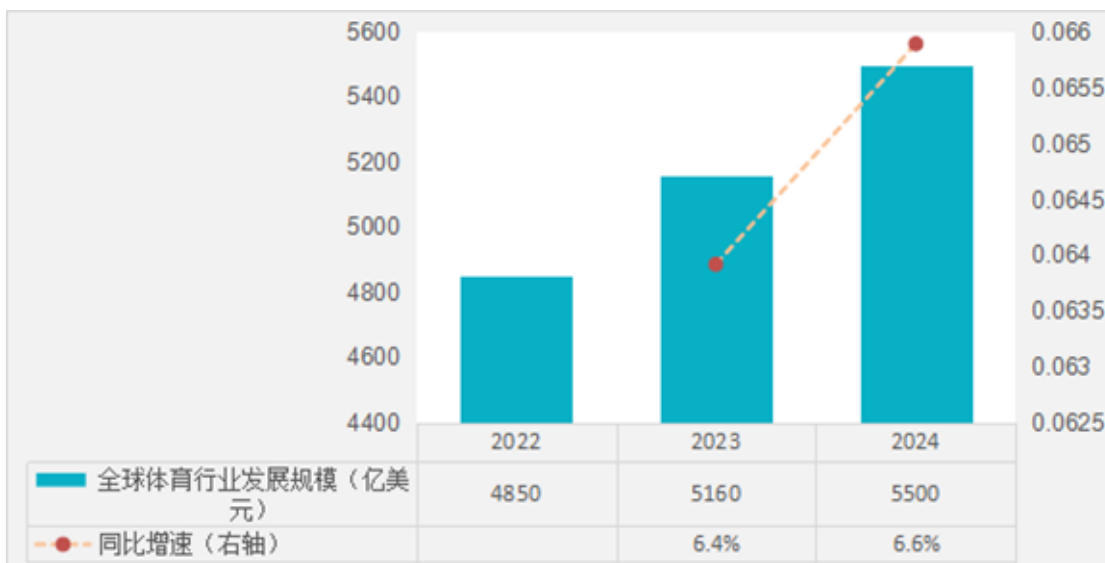
二、全球体育用品发展规模

根据市场调研数据分析，2022-2024 年全球体育用品发展规模呈现逐年增长趋势，2022 年规模为 4850 亿美元，到 2023 年增长至 5160 亿美元，同比增速达到 6.4%。这一增长得益于全球消费者

对健康生活方式的追求不断提升，体育消费需求持续释放。众多体育品牌加大研发与市场推广投入，拓展销售渠道，推动了产业规模扩张。

到 2024 年，发展规模进一步攀升至 5500 亿美元，同比增速为 6.6%。随着科技不断进步，新材料、智能技术在体育用品中的应用日益广泛，满足了消费者对高品质、智能化体育用品的需求，促使市场规模持续扩大。同时，各类体育赛事的举办以及全民健身活动的普及，也刺激了体育用品的消费。总体而言，全球体育用品行业发展势头良好，未来有望继续保持增长，在不断满足消费者需求的过程中实现产业的持续升级。

图表：2022-2024 年全球体育用品发展规模



数据来源：中研普华产业研究院整理

三、全球体育用品市场竞争

全球体育用品市场竞争激烈且格局多变。从品牌竞争来看，国际知名品牌耐克、阿迪达斯长期占据市场主导地位，但近年来面临诸多挑战。耐克在中国市场业绩下滑，2024 年二季度营收同比下降 8%，净利润同比下降 26%，在高端市场份额被 On 昂跑、Hoka 等新兴品牌蚕食，中低端市场又受安踏、李宁等国产品牌冲击。阿迪达斯也曾陷入低谷，不过 2024 年通过策略调整，加强本土化及产品策略优化，如推出 Samba 复古球鞋，第三季度收入超预期增长。

以安踏、李宁为代表的国产运动品牌强势崛起。安踏营收和净利润持续增长，超越耐克中国，通过多品牌战略收购亚玛芬体育，纳入始祖鸟、萨洛蒙等高端户外品牌，提升国际影响力；李宁加大研发投入，回归专业运动领域，在篮球、跑步等核心品类表现出色；特步专注路跑，赞助马拉松赛事打造专业跑鞋，2024 年上半年收入增长 10.4%。国产运动品牌还积极拓展国际市场，通过收购国际品牌获取技术、渠道和客户资源，增强国际竞争力。

在产品维度，科技竞争是关键。足球鞋领域，耐克、阿迪达斯两大巨头占据全球足球鞋市场 85% 份额，不断投入研发，应用透气轻质纺织品等新材料及创新技术提升产品性能。国产品牌也在追赶，安踏、李宁不断推新。同时，企业竞争不再局限于产品本身，生活方式和时尚元素成为新焦点，各公司融合街头服饰与运动吸引更广泛客户。此外，职业运动员代言对消费者选择影响重大，女子足球市场受重视，企业根据女性需求定制产品；智能足球、可穿戴电子产品、AR 技术等融入产品，提升客户体验，可回收和可升级装备成为趋势。

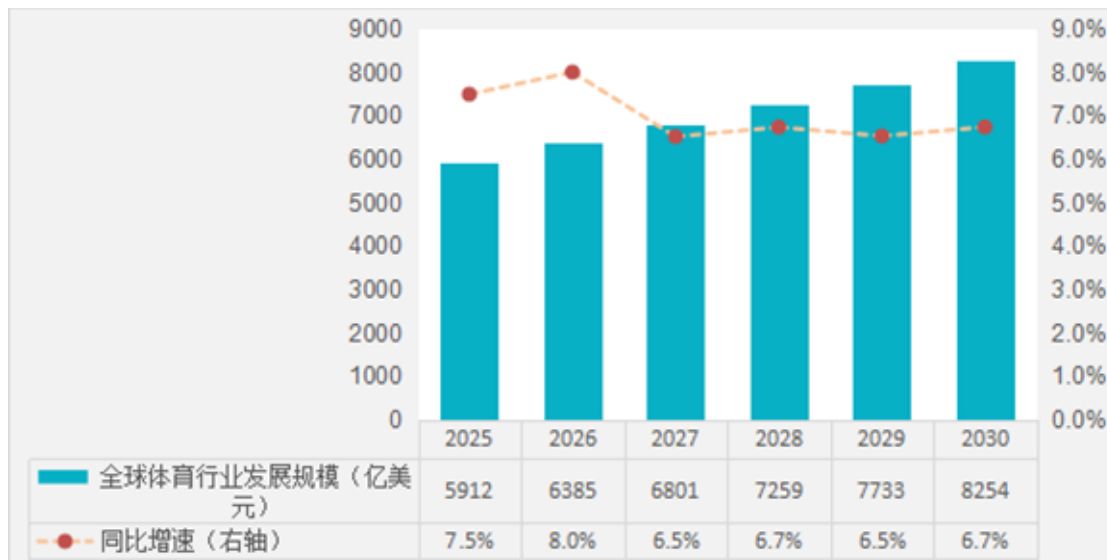
从市场区域看，美国是最大单一市场，需求受包容性营销推动；中国市场潜力巨大，增长受电竞和游戏文化影响。贸易方面，过去近 30 年全球体育用品贸易增长三倍，中国是主要出口国，欧盟和美国是主要进口国。整体而言，全球体育用品市场竞争在品牌、产品、市场等多维度持续升级，未来科技应用与融合发展将是竞争焦点。

四、全球体育用品趋势预测

根据市场调研数据综合预测，根据市场调研数据综合预测，2025-2030 年全球体育用品市场规模将持续稳步增长。2025 年市场规模预计达 5912 亿美元，同比增速为 7.5%。随后，2026 年规模将升至 6385 亿美元，增速加快至 8.0%。尽管 2027 年增速略有放缓至 6.5%，但规模仍增长至 6801 亿美元。2028-2030 年，市场规模分别为 7259 亿美元、7733 亿美元和 8254 亿美元，增速维持在 6.5%-6.7% 之间。

这一增长趋势得益于多方面因素。消费者对健康生活方式的持续追求，使得参与体育运动的人数不断增加，进而带动体育用品需求上升。同时，科技的进步促使体育用品不断创新升级，智能运动装备等新产品吸引消费者购买。此外，全球范围内体育赛事的举办，也激发了大众对体育用品的消费热情。预计未来，随着这些因素的持续作用，全球体育用品市场将保持良好的增长态势，为行业带来更多发展机遇。

图表：2025-2030 全球体育用品市场规模预测



数据来源：中研普华产业研究院整理

三、公司介绍 COMPANY

中研普华集团创始于 1998 年，是中国领先的产业研究专业机构，公司致力于为企业中高层管理人员、企事业发展研究部门人员、市场投资人士、投行及咨询行业人士、投资专家等提供各行业丰富翔实的市场研究资料和商业竞争情报；为国内外的行业企业、研究机构、社会团体和政府部门提供专业的行业市场研究、商业分析、投资咨询、市场战略咨询等服务。公司经历 20 多年的发展，现已成为中国领先的细分市场研究机构及金融咨询领域权威专家。我们拥有多年的投资银行、企业上市一体化服务、市场调研、细分行业研究、项目可行性研究及投资咨询专业经验。目前，中研普华已经为上万家包括政府机构、银行、研究所、行业协会、咨询公司、投资公司、集团公司和各行业公司在内的单位提供了专业的产业研究报告、项目投资咨询及竞争情报研究服务，并得到客户的广泛认可；为众多企业进行了上市导向战略规划，同时也为境内外上百家上市企业进行财务辅导、行业细分领域研究和募投方案的设计，并协助其顺利上市；还协助国内多家证券公司开展 IPO 业务。

随着中国加入 WTO，中国企业将面临更多严峻挑战，市场信息显的尤为重要。中研普华将集团公司在国际市场上成功运作的商业服务模式引入中国，帮助中国企业成长，在国内外市场不断取得新的竞争优势和新的成长。在这种形势下，中研普华迅速崛起，已成为中国首屈一指的资讯服务商。面对中国新经济形势，我们以一名“辅导员”的身份，结合中国企业目前现状，为企业引进和提供最前沿的行业市场商情和企业管理资讯，通过中研普华 One Stop Service（一站式服务），秉承“管理是本质、信息是基础、效益是目的”的原则，愿意与所有具有前瞻性的中国企业分享成功实践的经验，用务实的精神和优质的服务，携手成就未来。

目前，中研普华已将客户服务总部设于深圳，信息研究中心设在北京，营销传播中心设在上海，海外资讯中心设于香港，并在广州、杭州、成都、青岛、武汉、哈尔滨等地设有分支机构。

顾问团队 CONSULTANT TEAM

中研普华始终把引进优秀的员工加盟作为公司的核心目标之一，公司员工拥有多种专业学历背景：统计学、金融学、产业经济学、市场营销学、国际贸易学、经济学、社会学、数学等数十个专业。中研普华现有 350 多名员工中，本科以上学历占 98.5%，60%具有双学位、硕士及博士学位，高级研究员 180 多名，专家顾问 45 人，市场调研专家 16 人，数据建模专家 8 人，海外咨询专家 5 人，公司大多数员工曾在国内多家知名产业研究所与证券研究机构有过丰富的从业经验。高素质的专业人才是中研普华的最大财富，也是我们向客户提供优质服务的保证。

业务范围 BUSINESS SCOPE

中研普华业务范围主要囊括了细分产业领域研究、IPO 咨询、并购与重组、投资咨询、项目可行性分析、行业市场研究、市场调查、商业计划书编制及营销策划咨询等领域。中研普华业务覆盖全球主要国家及地区，为外资企业注资中国及跨国合作提供了切实高效的服务。公司 80%以上的业务主要针对大中华区实施，我们在中国大陆 220 多个主要城市设立调查网点（如北京、上海、天津、重庆、南京、武汉、成都、长沙、杭州、西安、兰州、石家庄、沈阳、济南、郑州、合肥、福州、厦门、南宁等），为客户提供专项市场调查的同时，也为市场研究及投资咨询服务提供主要的数据支

持。公司拥有在中国香港、澳门、台湾及部分海外地区实施项目的宝贵经验。公司已与国内外上百家专业调研机构建立长期合作关系，确保了跨国性项目的有效实施和执行。

细分市场研究

[医疗](#) [通讯](#) [机电](#) [汽车](#) [房产](#) [轻工](#)
[家电](#) [日化](#) [食品](#) [零售](#) [酒店](#) [金融](#)
[传媒](#) [建材](#) [能源](#) [石化](#) [农业](#) [文教](#)

项目可行性研究

[可行性研究](#) [项目建议书](#) [项目计划书](#)
[募投可研报告](#) [项目申请报告](#) [资金申请报告](#)
[境外投资申请](#) [项目评估报告](#) [投资价值报告](#)

商业计划书

[商业计划书](#) [项目计划书](#) [商业策划书](#)
[招商计划书](#) [创业计划书](#) [私募计划书](#)
[并购计划书](#) [合作计划书](#) [商业企划书](#) [标书](#)

专项市场调研

[专项市场研究](#) [产品营销研究](#) [品牌调查研究](#)
[广告媒介研究](#) [渠道商圈研究](#) [满意度研究](#)
[神秘顾客调查](#) [消费者研究](#) [调查执行技术](#)

兼并重组研究

[兼并重组](#) [公司兼并](#) [企业重组](#) [资产重组](#)
[股权重组](#) [借壳上市](#) [跨国并购](#) [横向并购](#)
[纵向并购](#) [现金并购](#) [企业私有化](#)

IPO 上市咨询

[上市前规范](#) [上市前咨询](#) [上市前融资](#)
[细分市场调研](#) [募投项目可研](#) [发展战略规划](#)
[尽职调查](#) [上市后服务](#) [一体化方案](#)

产业园区规划

[产业园区规划](#) [产业分析规划](#) [城市/区域规划](#)
[空间规划咨询](#) [招商策划咨询](#) [总部经济规划](#)
[智慧城市规划](#) [地产策划咨询](#) [一体化服务](#)

十五五规划

[政府规划研究](#) [产业发展规划](#) [企业发展规划](#)
[区域发展规划](#) [城市发展规划](#) [战略规划研究](#)
[热点领域聚焦](#) [热点解决方案](#)

特色小镇

[特色产业规划](#) [申报立项](#) [招商策划](#)
[特色小镇特征](#) [政策汇总](#) [评分细则](#)
[商业运营模式](#) [经典案例](#) [投融资模式](#)

产业地产

[项目拿地](#) [产业定位](#) [产业规划](#) [产业招商](#)
[产业运营](#) [产业新城](#) [产业小镇](#) [产业综合体](#)
[开发模式](#) [关键要素](#) [赢利模式](#) [解决方案](#)

核心竞争力 CORE COMPETITIVENESS

丰富的行业经验。我们针对各行业都设有产业研究组，组长均具有资深实际行业从业经验，研究组定期举办行业主题研讨会及进行典型企业走访调研，积累了丰富的行业实践经验，以此为基础，充分运用扎实的理论知识，更好的为客户提供服务。

资深的专家顾问。我们的专家团队来自于国家级科研院所、著名大学教授、以及具备成功经验的企业家，在产业研究、市场调研、投资咨询、管理咨询等领域拥有强大的专业能力，能及时有效的满足客户需求。

权威的信息数据。中研普华建立了覆盖 3000 多个细分行业市场的数据库并持续的更新。我们设有数据中心，以国家统计局部门、工商部门、行业协会、海关总署及其他战略合作机构为重要信息渠道。另外，我们拥有自己的调研队伍，运用各种调查手段和渠道，准确、及时地掌握权威信息。

科学的研究方法。我们采取专业的研究模型，如：SWOT 分析、波士顿矩阵、波特竞争力、洛伦茨曲线等；精准的数据分析，如：相关分析、方差分析、多维尺度分析、聚类分析、因子分析等；周密的调查方法，如：定性调查、定量调查等相结合的方式，力求为客户提供专业化的服务。

完善的服务体系。我们不仅为您提供专业化的研究报告，还会为您提供超值的售后服务，如：免费数据查询、行业发展建议、投资行业策略、市场深度分析、营销策划、重大展会提示等服务，给您带来完善的一站式服务。

社会影响力 SOCIAL INFLUENCE

中研普华集团是中国成立时间最长，拥有研究人员数量最多，规模最大，综合实力最强的咨询研究机构之一。中研普华始终坚持研究的独立性和公正性，其研究结论、调研数据及分析观点广泛被电视媒体、报刊杂志及企业采用。同时，中研普华的研究结论、调研数据及分析观点也大量被国家政府部门及商业门户网站转载，如中央电视台、凤凰卫视、深圳卫视、新浪财经、中国经济信息网、商务部、国资委、发改委、国务院发展研究中心（国研网）等。



了解中研普华的实力：[电视采访报道](#) [门户网站引用](#) [招股说明书引用](#) [权威媒体报道](#) [客户好评如潮](#)

客户征订表

让决策更稳健，让投资更安全！

单位名称: _____ (盖章)
主营业务: _____
公司负责人: _____ 职务: _____
资料收件人: _____ 职务: _____
电 话: _____ 手机: _____
地 址: _____
邮 编: _____ 电子邮件: _____

报告及专项: _____ 份数: _____

服务方式: ☐ 全套版本 (含印刷版及电子版) ☐ 电子版本 (电子邮件发送) ☐ 印刷版本 (免费快递)

付款总金额: _____ 付款日期: _____

特别推荐订阅套餐

保证100%满意，您必须拥有

- ☐ **战略套餐：5份研究报告，特惠订阅费用 5万元，自选报告或咨询客服，全年尊享专家咨询指导及跟踪服务**
套餐价值：全面了解行业上下游产业链，对行业脉络进行系统性梳理，厘清产品流通各个环节，实现企业的成长与产品的成功。
- ☐ **发展套餐：10份研究报告，特惠订阅费用 8万元，自选报告或咨询客服，全年尊享专家咨询指导及跟踪服务**
套餐价值：充分了解行业重点领域发展态势，准确把握市场热点变化趋势，为营销策略的制定、企业的战略规划提供有力支持。
- ☐ **智慧套餐：15份研究报告，特惠订阅费用10万元，自选报告或咨询客服，全年尊享专家咨询指导及跟踪服务**
套餐价值：深入了解行业细分市场及关联产业发展形势，挖掘各领域投资机会，延伸企业经营触角，实现企业跨行业并购整合。
- ☐ **总裁套餐：20份研究报告，特惠订阅费用12万元，自选报告或咨询客服，全年尊享专家咨询指导及跟踪服务**
套餐价值：多角度！多层面！透视各行业、各业务发展，完善集团管控体系，准确掌舵集团航向，有效降低企业智力投资成本。

专项咨询定制服务

专项定制需根据企业具体要求出具项目方案，再做出合理报价

商业计划书编制	商业计划书/项目计划书/商业策划书/招商计划书/创业计划书/私募计划书/并购方案/标书，编制及翻译。
项目可行性研究	可行性研究/项目建议书/项目计划书/项目申请/资金申请/境外投资/项目评估/机会研究/风险评估服务。
行业市场专项调研	细分市场研究/竞争对手研究/营销研究/品牌调查/广告研究/商圈研究/消费者研究，覆盖多行业多领域。
产业园区规划咨询	产业集群/园区规划/区域战略规划/城市新区规划/园区建设和运营/园区招商引资/园区功能服务体系等。
IPO上市咨询服务	细分市场调研/募投可研/上市前规范/上市前融资/招股说明书/上会路演/上市后服务/财经公关/再融资。

☐ 汇款至 中国建设银行

帐户名：深圳市中研普华产业研究院有限公司
开户行：中国建设银行深圳市分行
帐 号：44201501100052597578

☐ 汇款至 中国工商银行

帐户名：深圳市中研普华管理咨询有限公司
开户行：中国工商银行深圳市分行
帐 号：4000023009200181386



扫描二维码，查看
更多研究
报告目录

中研普华集团™
ZERO POWER INTELLIGENCE GROUP



总部地址：深圳市福田区滨河大道中洲湾西座 27 层 (518000)

全国统一服务热线：400-856-5388 400-086-5388 免费电话

订阅热线：0755- 25425716 25425726 25425736 25425706

0755- 25425756 25425776 25420896 25420806

0755- 23895086 25427856 25428586 25429596

传 真：0755- 25429588 25428099 全年无休 24 小时服务

官方网站：中国产业研究院 www.ChinaIRN.com 深圳/ 北京/ 上海

订阅方法：请把征订表用正楷字填写完后传真或快递给我们，然后通过银行付款。款到后即完成订阅手续，产品与发票会在款到后 24 小时内以特快专递寄出。订阅传真：0755- 25429588 25428099 7 天×24 小时 贴心服务