

# 中国体育赛事行业现状深度分析与投资趋势预测报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国体育赛事行业现状深度分析与投资趋势预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202407/715737.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

## 二、报告目录及图表目录

### 一、行业相关定义

体育赛事是指具备一定影响力、级别和规模的体育比赛，是一种提供竞赛产品和服务的特殊事件，也是竞技体育的主要活动形式，一般分为综合性体育赛事、群众性体育赛事以及职业性体育赛事三种。体育赛事运营是指组织体育赛事或获取赛事版权，并进行赛事推广营销、运营管理一系列商业运作的运营活动。体育赛事运营相关业务主要包括赛事运营与营销、赛事版权运营两个部分。

资料来源：观研天下数据中心整理

### 二、行业发展历程回顾

中国体育赛事运营经历了从起步到快速发展的过程，从单一项目到多元化，从中国赛事到国际交流，从政府主导到商业化发展，不断地融入全球体育产业链，取得了显著的进步和成就。除了传统的大型赛事外，越来越多的细分领域体育赛事开始兴起，如健身赛事、电竞比赛等。数字化技术的快速发展也为体育赛事运营带来了全新的机遇，互联网、社交媒体、移动应用等的应用成为推广、传播和互动的重要工具。

#### 1、萌芽期 1949~1990

1979年，中国恢复了在国际奥委会的合法席位，中国回归国际体育。1980年中国首次组队参加冬季奥运会，1984年中国首次组队参加夏季奥运会。上世纪80年代，《党的十一届三中全会》对中国体育进行了多方面改革，体育事业发展呈现出新的局面。

新中国成立后，体育运动逐渐恢复和发展。这个阶段主要以政府组织的大型运动会为主，以及少数国际性赛事。此阶段的赛事运营相对简单，并且成为了体育行业的开始，是中国体育逐渐步入市场化的敲门砖。

#### 2、启动期 1990~2000

1992年，足球改革全面启动，竞技体育改革逐步开启。1993年，原国家军委印发《关于深化体育改革的意见》确定改革发展思路。中国的体育产业开始蓬勃发展，众多体育产业体系初步成型。1995年后开始颁布《中华人民共和国体育法》《全民健身计划纲要》《奥运争光计划纲要》及一批部门规章和规范性文件，中国体育发展纳入法治化轨道。1994年，中国举办了第15届亚洲运动会，这是中国体育赛事运营的一大突破。

体育产业从初步成型到迈入法治轨道。也成为了中国体育历史上的里程碑，中国体育开始逐渐引入市场化运作理念。给经济发展带来了巨大的影响，也给举办城市带来巨大的投资，奥运会的氛围和热度也推动了体育行业的发展和传播。

#### 3、高速发展期 2000~2010

2001年举办女排世界杯。

北京获得2008年奥运会举办权。

2010年上海世博会等国际性赛事和活动。

中国职业联赛逐渐兴起，如中国足球超级联赛、中国篮球职业联赛（CBA）等。

2015年7月31日，北京携手张家口获得了2022年冬奥会的举办权。

中国相继举办了2008年北京奥运会和2010年上海世博会，这些国际大型赛事的举办极大地推动了中国体育赛事运营的发展。中国职业体育联赛也逐渐兴起，如中超足球联赛和CBA篮球联赛，吸引了更多的商业投资。

#### 4、成熟期 2010至今

2015年7月31日，北京携手张家口获得了2022年冬奥会的举办权。

2016年：中国电子竞技进入亚洲运动会正式比赛项目，标志着电竞作为一种竞技项目的认可。

2020年：中国推出线上体育赛事和云赛事，加速数字化发展。

在这个阶段，中国体育赛事的发展逐渐多元化，除了传统的大型赛事外，越来越多的细分领域体育赛事开始兴起，如健身赛事、电竞比赛等。数字化技术的快速发展也为体育赛事运营带来了全新的机遇，互联网、社交媒体、移动应用等的应用成为推广、传播和互动的重要工具。

### 三、行业发展现状

#### 1、市场规模

近年来我国体育赛事（运营）行业总体保持上升态势。虽然2020年由于新冠疫情影响，体育赛事市场规模大幅缩小，但进入2021年市场开始回升，到2023年市场规模已经达到427亿元。具体如下：

资料来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

#### 2、供给规模

近年来我国体育赛事举办数量不断增加，以路跑赛事为例，根据田径协会数据，2023年，全国共举办路跑赛事699场。而作为举办体育赛事的体育场馆数量方面，近年来我国体育场馆数量快速增长，2023年全国体育场地459.27万个，体育场地面积40.71亿平方米，全国人均体育场地面积2.89平方米。

资料来源：国家统计局，观研天下数据中心整理

#### 3、需求规模

需求方面，体育赛事行业的需求方，为参加体育赛事的观众，以及赞助方等，从体育受众角度来看，我国近年来经常参与体育锻炼的人数在不断增长，2023年已经超过5亿人，达到5.09亿人，这对于体育赛事而言，意味着庞大的需求空间。赞助方方面，随着疫情后，体育赛事重燃热情，体育赛事的赞助商数量和赞助规模也在不断上升。

资料来源：观研天下数据中心整理

#### 四、行业细分市场情况

##### 1、职业体育赛事

近年来中国体育赛事市场持续发展，尤其在全民健身政策推动下，以及中超联赛、NBA等顶级赛事的进入，市场规模持续增长。

市场上出现新类型的体育赛事，丰富了体育赛事行业的内容。这包括马拉松等路跑赛事的快速增长，2023年全国马拉松赛事共举办613场，总规模达到567万人。

职业体育产业在2023年获得了资本的青睐，特别是在电竞和户外等细分赛道。例如，英雄体育VSPO在2023年获得了18亿元的融资，显示了资本市场对体育赛事行业的信心。赛事运营、服务等传统赛道也依然是资本长线投资的重点，这进一步促进了体育赛事行业的发展。总体而言，职业体育赛事目前仍然是我国主要的体育赛事细分市场。2023年我国职业体育赛事行业市场规模已经达到273亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

##### 2、群众性体育赛事

2023年各级组织填报的群众赛事超过20万个，显示出群众性体育赛事的广泛性和普及度。不完全统计，超过7000万人参与了各类群众性体育赛事，这一数字体现了群众性体育赛事的广泛吸引力和社会影响力。

近年来我国群众性体育赛事主要呈现以下特点：

- 1.赛事内容丰富多元：从新年登高、行走大运河等传统活动，到飞盘、桨板、冲浪等新兴项目，群众性体育赛事的内容更加丰富多样，满足了不同人群的健身需求。
- 2.民间体育赛事火爆：如“村超”、“村BA”、“村VA”等民间体育赛事火爆出圈，这些赛事不仅具有地方特色，也激发了广大群众的参与热情。

正因为体育赛事在群众中的渗透率不断提升，行业市场规模也在不断增长，2023年我国群众性体育赛事市场规模已经达到85亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理（WWTQ）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国体育赛事行业现状深度分析与投资趋势预测报告（2024-2031年）》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，结合了行业所处

的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。

本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

## 【目录大纲】

### 第一章 2019-2023年中国体育赛事行业发展概述

#### 第一节 体育赛事行业发展情况概述

##### 一、体育赛事行业相关定义

##### 二、体育赛事特点分析

##### 三、体育赛事行业基本情况介绍

##### 四、体育赛事行业经营模式

###### 1、生产模式

###### 2、采购模式

###### 3、销售/服务模式

##### 五、体育赛事行业需求主体分析

#### 第二节 中国体育赛事行业生命周期分析

##### 一、体育赛事行业生命周期理论概述

##### 二、体育赛事行业所属的生命周期分析

#### 第三节 体育赛事行业经济指标分析

##### 一、体育赛事行业的赢利性分析

##### 二、体育赛事行业的经济周期分析

##### 三、体育赛事行业附加值的提升空间分析

### 第二章 2019-2023年全球体育赛事行业市场发展现状分析

#### 第一节 全球体育赛事行业发展历程回顾

#### 第二节 全球体育赛事行业市场规模与区域分布情况

#### 第三节 亚洲体育赛事行业地区市场分析

##### 一、亚洲体育赛事行业市场现状分析

##### 二、亚洲体育赛事行业市场规模与市场需求分析

##### 三、亚洲体育赛事行业市场前景分析

#### 第四节 北美体育赛事行业地区市场分析

##### 一、北美体育赛事行业市场现状分析

##### 二、北美体育赛事行业市场规模与市场需求分析

### 三、北美体育赛事行业市场前景分析

#### 第五节 欧洲体育赛事行业地区市场分析

##### 一、欧洲体育赛事行业市场现状分析

##### 二、欧洲体育赛事行业市场规模与市场需求分析

##### 三、欧洲体育赛事行业市场前景分析

#### 第六节 2024-2031年世界体育赛事行业分布走势预测

#### 第七节 2024-2031年全球体育赛事行业市场规模预测

### 第三章 中国体育赛事行业产业发展环境分析

#### 第一节 我国宏观经济环境分析

#### 第二节 我国宏观经济环境对体育赛事行业的影响分析

#### 第三节 中国体育赛事行业政策环境分析

##### 一、行业监管体制现状

##### 二、行业主要政策法规

##### 三、主要行业标准

#### 第四节 政策环境对体育赛事行业的影响分析

#### 第五节 中国体育赛事行业产业社会环境分析

### 第四章 中国体育赛事行业运行情况

#### 第一节 中国体育赛事行业发展状况情况介绍

##### 一、行业发展历程回顾

##### 二、行业创新情况分析

##### 三、行业发展特点分析

#### 第二节 中国体育赛事行业市场规模分析

##### 一、影响中国体育赛事行业市场规模的因素

##### 二、中国体育赛事行业市场规模

##### 三、中国体育赛事行业市场规模解析

#### 第三节 中国体育赛事行业供应情况分析

##### 一、中国体育赛事行业供应规模

##### 二、中国体育赛事行业供应特点

#### 第四节 中国体育赛事行业需求情况分析

##### 一、中国体育赛事行业需求规模

##### 二、中国体育赛事行业需求特点

#### 第五节 中国体育赛事行业供需平衡分析

### 第五章 中国体育赛事行业产业链和细分市场分析

#### 第一节 中国体育赛事行业产业链综述

##### 一、产业链模型原理介绍

## 二、产业链运行机制

## 三、体育赛事行业产业链图解

### 第二节 中国体育赛事行业产业链环节分析

#### 一、上游产业发展现状

#### 二、上游产业对体育赛事行业的影响分析

#### 三、下游产业发展现状

#### 四、下游产业对体育赛事行业的影响分析

### 第三节 我国体育赛事行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

## 第六章 2019-2023年中国体育赛事行业市场竞争分析

### 第一节 中国体育赛事行业竞争现状分析

#### 一、中国体育赛事行业竞争格局分析

#### 二、中国体育赛事行业主要品牌分析

### 第二节 中国体育赛事行业集中度分析

#### 一、中国体育赛事行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国体育赛事行业市场集中度分析

### 第三节 中国体育赛事行业竞争特征分析

#### 一、企业区域分布特征

#### 二、企业规模分布特征

#### 三、企业所有制分布特征

## 第七章 2019-2023年中国体育赛事行业模型分析

### 第一节 中国体育赛事行业竞争结构分析（波特五力模型）

#### 一、波特五力模型原理

#### 二、供应商议价能力

#### 三、购买者议价能力

#### 四、新进入者威胁

#### 五、替代品威胁

#### 六、同业竞争程度

#### 七、波特五力模型分析结论

### 第二节 中国体育赛事行业SWOT分析

#### 一、SOWT模型概述

#### 二、行业优势分析

#### 三、行业劣势

#### 四、行业机会



## 五、行业威胁

## 六、中国体育赛事行业SWOT分析结论

### 第三节 中国体育赛事行业竞争环境分析（PEST）

#### 一、PEST模型概述

#### 二、政策因素

#### 三、经济因素

#### 四、社会因素

#### 五、技术因素

#### 六、PEST模型分析结论

## 第八章 2019-2023年中国体育赛事行业需求特点与动态分析

### 第一节 中国体育赛事行业市场动态情况

### 第二节 中国体育赛事行业消费市场特点分析

#### 一、需求偏好

#### 二、价格偏好

#### 三、品牌偏好

#### 四、其他偏好

### 第三节 体育赛事行业成本结构分析

### 第四节 体育赛事行业价格影响因素分析

#### 一、供需因素

#### 二、成本因素

#### 三、其他因素

### 第五节 中国体育赛事行业价格现状分析

### 第六节 中国体育赛事行业平均价格走势预测

#### 一、中国体育赛事行业平均价格趋势分析

#### 二、中国体育赛事行业平均价格变动的影响因素

## 第九章 中国体育赛事行业所属行业运行数据监测

### 第一节 中国体育赛事行业所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节 中国体育赛事行业所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节 中国体育赛事行业所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

### 第十章 2019-2023年中国体育赛事行业区域市场现状分析

#### 第一节 中国体育赛事行业区域市场规模分析

##### 一、影响体育赛事行业区域市场分布的因素

##### 二、中国体育赛事行业区域市场分布

#### 第二节 中国华东地区体育赛事行业市场分析

##### 一、华东地区概述

##### 二、华东地区经济环境分析

##### 三、华东地区体育赛事行业市场分析

###### (1) 华东地区体育赛事行业市场规模

###### (2) 华南地区体育赛事行业市场现状

###### (3) 华东地区体育赛事行业市场规模预测

#### 第三节 华中地区市场分析

##### 一、华中地区概述

##### 二、华中地区经济环境分析

##### 三、华中地区体育赛事行业市场分析

###### (1) 华中地区体育赛事行业市场规模

###### (2) 华中地区体育赛事行业市场现状

###### (3) 华中地区体育赛事行业市场规模预测

#### 第四节 华南地区市场分析

##### 一、华南地区概述

##### 二、华南地区经济环境分析

##### 三、华南地区体育赛事行业市场分析

###### (1) 华南地区体育赛事行业市场规模

###### (2) 华南地区体育赛事行业市场现状

###### (3) 华南地区体育赛事行业市场规模预测

#### 第五节 华北地区体育赛事行业市场分析

##### 一、华北地区概述

##### 二、华北地区经济环境分析

##### 三、华北地区体育赛事行业市场分析

###### (1) 华北地区体育赛事行业市场规模

(2) 华北地区体育赛事行业市场现状

(3) 华北地区体育赛事行业市场规模预测

## 第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区体育赛事行业市场分析

(1) 东北地区体育赛事行业市场规模

(2) 东北地区体育赛事行业市场现状

(3) 东北地区体育赛事行业市场规模预测

## 第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区体育赛事行业市场分析

(1) 西南地区体育赛事行业市场规模

(2) 西南地区体育赛事行业市场现状

(3) 西南地区体育赛事行业市场规模预测

## 第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区体育赛事行业市场分析

(1) 西北地区体育赛事行业市场规模

(2) 西北地区体育赛事行业市场现状

(3) 西北地区体育赛事行业市场规模预测

## 第十一章 体育赛事行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

### 第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析
- 第三节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析
- 第四节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析
- 第五节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析
- 第六节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析
- 第七节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析
- 第八节 企业
- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析
- 第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国体育赛事行业发展前景分析与预测

第一节 中国体育赛事行业未来发展前景分析

一、体育赛事行业国内投资环境分析

二、中国体育赛事行业市场机会分析

三、中国体育赛事行业投资增速预测

第二节 中国体育赛事行业未来发展趋势预测

第三节 中国体育赛事行业规模发展预测

一、中国体育赛事行业市场规模预测

二、中国体育赛事行业市场规模增速预测

三、中国体育赛事行业产值规模预测

四、中国体育赛事行业产值增速预测

五、中国体育赛事行业供需情况预测

第四节 中国体育赛事行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国体育赛事行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国体育赛事行业进入壁垒分析

一、体育赛事行业资金壁垒分析

二、体育赛事行业技术壁垒分析

三、体育赛事行业人才壁垒分析

四、体育赛事行业品牌壁垒分析

五、体育赛事行业其他壁垒分析

第二节 体育赛事行业风险分析

一、体育赛事行业宏观环境风险

二、体育赛事行业技术风险

三、体育赛事行业竞争风险

四、体育赛事行业其他风险

第三节 中国体育赛事行业存在的问题

#### 第四节 中国体育赛事行业解决问题的策略分析

### 第十四章 2024-2031年中国体育赛事行业研究结论及投资建议

#### 第一节 观研天下中国体育赛事行业研究综述

##### 一、行业投资价值

##### 二、行业风险评估

#### 第二节 中国体育赛事行业进入策略分析

##### 一、行业目标客户群体

##### 二、细分市场选择

##### 三、区域市场的选择

#### 第三节 体育赛事行业营销策略分析

##### 一、体育赛事行业产品策略

##### 二、体育赛事行业定价策略

##### 三、体育赛事行业渠道策略

##### 四、体育赛事行业促销策略

#### 第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文 . . . . .

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202407/715737.html>