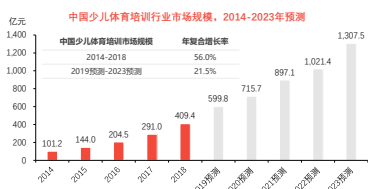


2019 年 中国少儿体育培训行业研究报告

行业走势图



TMT 团队

张敏怡 分析师

邮箱: cs@leadleo.com

相关热点报告

- 少儿教育系列深度研究——2019 年中国少儿国学教育行业研究报告
- 少儿教育系列深度研究——2019 年中国少儿素质教育行业研究报告
- 少儿教育系列深度研究——2019 年中国学前教育行业研究报告
- 在线教育系列深度研究——2019 年中国在线外语教育行业市场研究

报告摘要

少儿体育培训是指针对 3 至 18 岁的少年儿童传授体育运动技术和训练方法等为主要内容的培训活动，旨在提高受教者体育兴趣、培养锻炼习惯、进而增强体质、提高运动水平和技能等。目前，中国少儿体育培训市场主要由 K12 体育培训市场构成，其中中小学生培训市场正处于黄金发展阶段，增长迅速。虽然当前中国少儿体育培训市场的渗透率和消费水平处于相对较低的水平，但伴随庞大的在校中小学生基数释放出巨大的体育教育需求，中国少儿体育培训将在五年来迎来爆发式增长。

热点一：政策红利释放对行业的积极影响

近年来，政府不断出台鼓励体育培训行业的政策，为体育培训兴起提供基础保障。一方面，国家对体育后备人才培养的关注度不断提高；另一方面，国家对青少年体质健康越来越重视，不断推进各类青少年活动改革试点工作，大力促进青少年体育组织发展。

热点二：资本积极布局助力行业发展

伴随素质教育理念日益深入，少儿体育教育将日趋受到更多家长关注。另外，相对于体育产业的其他细分领域，少儿体育培训的先付费后培训的商业模式具有良好的现金流优势。在庞大需求市场以及清晰商业模式的背景下，少儿体育培训日渐受到重视。2018 年投资共计 16 起，累计融资金额 2.6 亿元，其中少儿体育培训行业的各细分领域均获得了资本关注。

热点三：企业延伸业务，打造多元化商业模式

中国体育培训行业的商业模式围绕培训、赛事、场馆、装备四大板块开展。从商业模式看，部分体育培训机构聚焦 C 端，以为学员提供一系列培训服务所收取的培训费用为核心收入。除向 C 端用户提供培训服务外，部分机构同时向 B 端发力，向学校提供师资、培训课程和中小体育培训机构提供一站式解决方案。

目录

1	方法论.....	5
1.1	方法论	5
1.2	名词解释.....	5
2	中国少儿体育培训行业市场综述.....	7
2.1	中国少儿体育培训行业定义及分类.....	7
2.2	中国少儿体育培训市场规模.....	7
2.3	中国少儿体育培训行业产业链分析	9
2.3.1	产业链上游.....	10
2.3.2	产业链中游.....	11
2.3.3	产业链下游.....	12
2.4	中国少儿体育培训行业用户画像	12
2.4.1	家长希望孩子接受的体育培训类型	12
2.4.2	家长为孩子选择培训机构的关键决定因素.....	13
3	中国少儿体育培训行业驱动因素.....	15
3.1	政策与资本红利双轮驱动，助推行业快速发展	15
3.1.1	政策红利释放对行业的积极影响	15
3.1.2	资本积极布局助力行业发展.....	16
3.2	消费水平上升，体育教育受到关注	18

4	中国少儿体育培训行业制约因素.....	20
4.1	场馆服务供不应求、成本居高不下.....	20
4.2	师资力量不足导致行业发展进程放缓.....	20
4.3	行业进入门槛低，监管难.....	21
5	中国少儿体育培训行业发展趋势.....	22
5.1	企业延伸业务，打造多元化商业模式.....	22
5.2	科技赋能，创新体育培训发展.....	22
5.3	小众领域迎来较大发展空间.....	24
6	中国少儿体育培训行业竞争格局.....	25
6.1	竞争格局概况.....	25
6.2	典型代表企业分析——动因体育.....	25
6.2.1	企业简介.....	25
6.2.2	商业模式.....	26
6.2.3	竞争优势.....	26
6.2.4	未来发展战略.....	27
6.3	典型代表企业分析——万国体育.....	28
6.3.1	企业简介.....	28
6.3.2	商业模式.....	28
6.3.3	竞争优势.....	28

6.3.4	未来发展战略.....	30
-------	-------------	----

图表目录

图 2-1 2013-2017 年中国中小学在校生人数.....	8
图 2-2 2013-2017 年中国 0~14 岁人口数及总人口数变化趋势.....	9
图 2-3 中国少儿体育培训市场规模，2014-2023 预测.....	9
图 2-4 中国少儿体育培训行业产业链	10
图 2-5 家长希望孩子接受的体育培训项目	13
图 2-6 家长为孩子选择培训机构时的关键决定因素	14
图 3-1 中国少儿体育培训行业相关政策	15
图 3-2 中国城镇居民人均可支配收入，2014-2023 年预测	18
图 3-3 家长对各类素质教育的意愿报选方向.....	19
图 6-1 动因体育融资情况	26
图 6-2 动因体育 5 大分班体系	27
图 6-3 万国体育的人才激励机制.....	29
图 6-4 万国体育分级课程体系.....	30
图 6-5 万国体育赛事体系	31

1 方法论

1.1 方法论

沙利文研究院布局中国市场，深入研究 10 大行业，54 个垂直行业的市场变化，已经积累了近 50 万行业研究样本，完成近 10,000 多个独立的研究咨询项目。

- ✓ 研究院依托中国活跃的经济环境，从素质教育行业，体育行业，体育培训行业等领域着手，研究内容覆盖整个行业的发展周期，伴随着行业中企业的创立，发展，扩张，到企业走向上市及上市后的成熟期，研究院的各行业研究员探索和评估行业中多变的产业模式，企业的商业模式和运营模式，以专业的视野解读行业的沿革。
- ✓ 研究院融合传统与新型的研究方法，采用自主研发的算法，结合行业交叉的大数据，以多元化的调研方法，挖掘定量数据背后的逻辑，分析定性内容背后的观点，客观和真实地阐述行业的现状，前瞻性地预测行业未来的发展趋势，在研究院的每一份研究报告中，完整地呈现行业的过去，现在和未来。
- ✓ 研究院秉承匠心研究，砥砺前行的宗旨，从战略的角度分析行业，从执行的层面阅读行业，为每一个行业的报告阅读者提供值得品鉴的研究报告。
- ✓ 弗若斯特沙利文本次研究于 2019 年 2 月完成。

1.2 名词解释

- 素质教育——是一种注重提升学生全面素质为主要目的的教育模式。
- 二胎政策——是指中国实施的一对夫妇可生育两个孩子的生育政策，旨在解决人口老龄化问题。

-
- 十三五——指中国制定的从 2016 年至 2020 年的五年发展国民经济规划，规划主要阐明国家战略意图，明确政府工作重点，引导市场主体行为。
 - IP——知识产权，指人们就其智力劳动成果所依法享有的专有权利。
 - K12——教育类专用名词，代指从小学到高中阶段的基础教育。
 - 80 后——指 1980 年 1 月 1 日至 1989 年 12 月 31 日出生的群体。
 - 90 后——指 1990 年 1 月 1 日至 1999 年 12 月 31 日出生的群体。
 - 国有企业——指国家对其资本拥有所有权或者控制权的企业。
 - 万国体育——北京万国天骐体育股份有限公司是专注于少儿击剑培训的企业。
 - 好动网球——北京好动体育科技有限公司是一家从事专业网球培训服务的青少年体育培训机构。
 - VR——虚拟现实技术，是一种可以创建和体验虚拟世界的计算机仿真系统，它利用计算机生成一种模拟环境，是一种多源信息融合的、交互式的三维动态视景和实体行为的系统仿真，使用户沉浸到该环境中。
 - 动因体育——北京动因体育科技有限公司是以篮球、足球等项目培训为主营业务的青少年体育培训企业。
 - AI——人工智能，是研究使计算机来模拟人的某些思维过程和智能行为（如学习、推理、思考、规划等）的学科，主要包括计算机实现智能的原理、制造类似于人脑智能的计算机，使计算机能实现更高层次的应用。
 - AlphaGo——阿尔法围棋，人工智能围棋软件。



2 中国少儿体育培训行业市场综述

2.1 中国少儿体育培训行业定义及分类

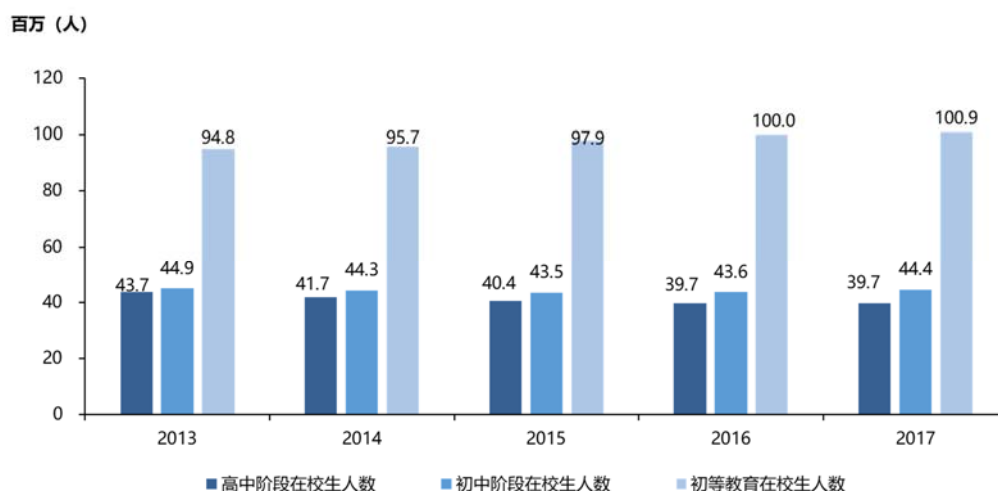
少儿体育培训是指针对 3 至 18 岁的少年儿童传授体育运动技术和训练方法等为主要内容的培训活动，旨在提高受教者体育兴趣、培养锻炼习惯、进而增强体质、提高运动水平和技能等。根据运动项目品类，少儿体育培训市场可细分为个人项目培训市场、团队项目培训市场、高端项目培训市场。个人项目培训市场包括网球、羽毛球、体操、跆拳道、游泳等课程；团队项目培训市场包括篮球、足球、橄榄球、棒球等课程；高端项目市场包括冰球、击剑、马术、高尔夫等课程。

2.2 中国少儿体育培训市场规模

中国少儿接受体育培训年龄逐渐提前，种类亦不断向多元化发展，青少年群体成为中国体育培训市场中的主力军。一方面，在中国中小学生的素质教育进程日趋深化的背景下，家长对青少年的教育理念亦逐渐发生转变，对体育教育的认识不断深化。另一方面，政府对青

少年体质健康重视加强，国家鼓励政策不断推行。例如 2016 年教育部印发《关于进一步推进高中阶段学校考试招生制度改革的指导意见》中将体育考试纳入中小学正式考试当中，这意味着体育与语文、数学、英语同等重要。体育不仅是素质教育，同时更增加了一些应试的刚性需求。体育教育需求大量释放不断促进体育培训市场不断升温。

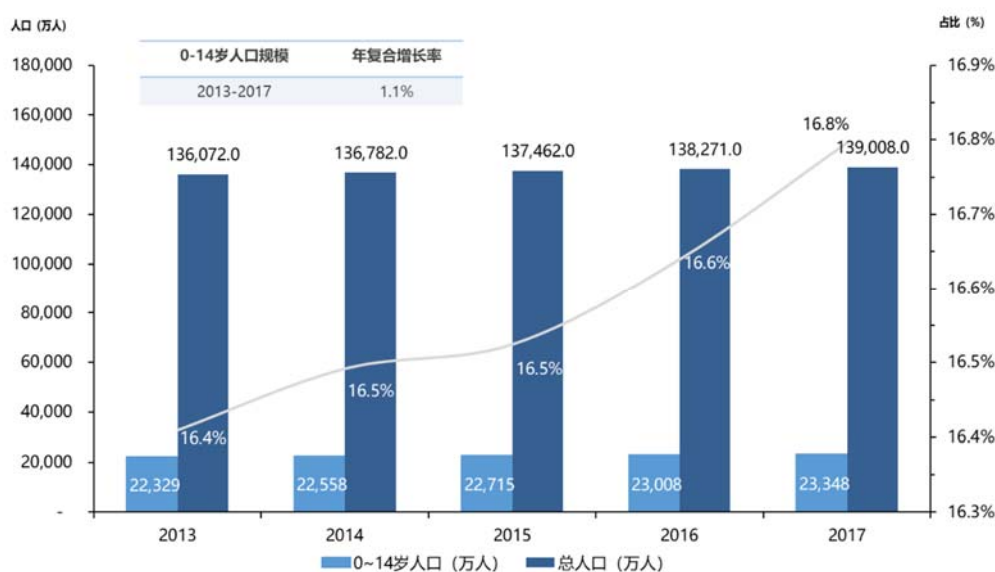
图 2-1 2013-2017 年中国中小学在校生人数



来源：国家统计局，fsTEAM 软件采编，沙利文数据中心编制

少儿体育培训的目标客户群体为 3-18 岁的青少年与幼儿。2013 年至 2017 年间，中国高中阶段在校人数以及初中阶段在校人数基本维持稳定甚至有所下滑，而初等教育在校人数则呈现上涨趋势（见图 2-1）。2017 年中国 0 至 14 岁少儿群体人数超过十三亿人（见图 2-2），初等教育在校人数则超过一亿人。此外，伴随中国二胎政策的全面放开，在“十三五”规划期间每年出生人口预测为两千万人。虽然当前少儿体育培训覆盖 14 岁以下人口的比重较低，但伴随家长对孩子体育运动的重视程度不断提高，少儿体育培训的覆盖率将呈现明显上升趋势。

图 2-2 2013-2017 年中国 0~14 岁人口数及总人口数变化趋势



来源：国家统计局，fsTEAM 软件采编，沙利文数据中心编制

目前，中国少儿体育培训市场主要由 K12 体育培训市场构成，其中中小學生培训市场正处于黄金发展阶段，增长迅速。虽然当前中国少儿体育培训市场的渗透率和消费水平处于相对较低的水平，但伴随庞大的在校中小學生基数释放出巨大的体育教育需求，中国少儿体育培训将在五年来迎来爆发式增长（见图 2-3）。预计至 2022 年中国少儿体育培训市场规模将突破千亿元，2019-2023 年的年复合增长率为 21.5%。

图 2-3 中国少儿体育培训市场规模，2014-2023 预测



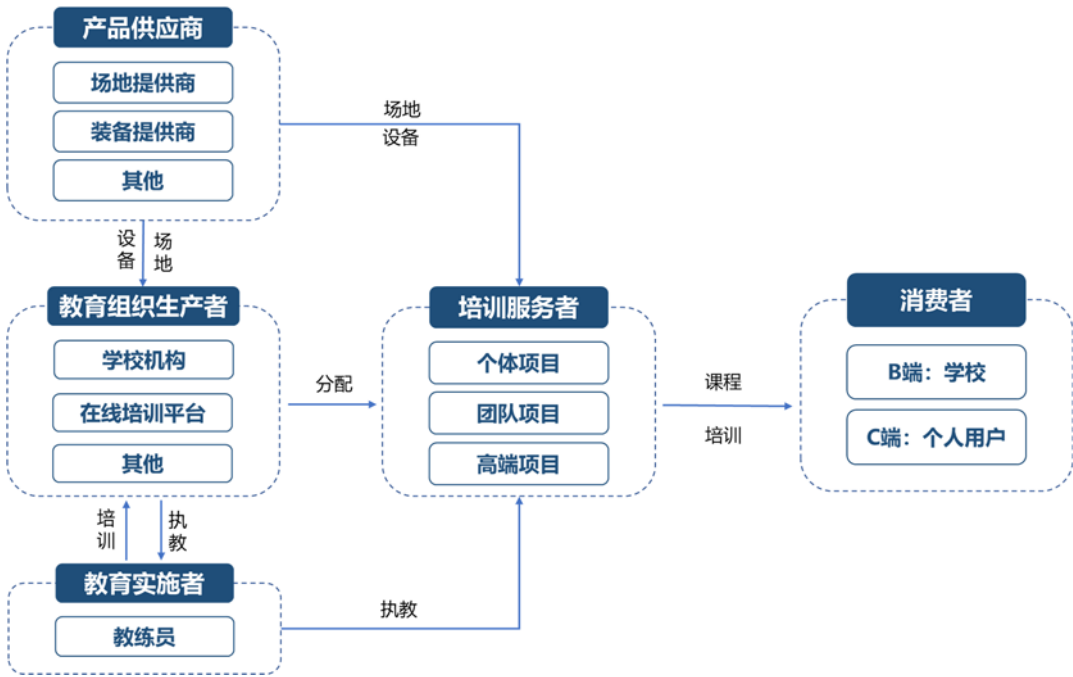
来源：fsTEAM 软件采编，沙利文数据中心编制

2.3 中国少儿体育培训行业产业链分析

中国少儿体育培训行业产业链包括上游市场主体产品供应商、教育组织生产者和教育实

施者，中游市场主体为培训服务者，下游市场主体为 B 端的学校以及 C 端的个人用户（见图 2-4）。其中，上游负责为中游机构提供场地资源、体育运动装备以及师资力量；中游负责向下游消费者提供体育培训内容推广与供应；下游消费者购买培训课程的费用为少儿体育培训机构的主要盈利来源。

图 2-4 中国少儿体育培训行业产业链



来源：沙利文研究院绘制

2.3.1 产业链上游

上游市场的产品供应商主要包括场地提供商、装备提供商等，其中场地资源是体育培训行业发展的必备因素。场地资源主要来源学校或者国有企业的体育场馆，民营场馆较少。截至 2018 年末中国体育场地人均面积不足 2.0 平方米，与美国的人均体育场地面积 16.0 平方米以及日本的人均体育场地面积 19.0 平方米相比较，中国可用的体育场地严重不足。体育场地的供给不足，将成为体育培训机构发展的一大阻力。目前，部分品牌培训机构为拓展业务规模，自建体育培训场馆，希望通过自营场馆形式有效降低运营成本，进而助力企业在行业中占领一定的份额。

优质的教练资源是体育培训行业发展的基础。中国体育培训机构的教练员主要来自于退

役运动员、体育教师、体育院校毕业生和社会体育爱好者。其中退役运动员具有较强的专项技术能力、丰富的运动实践经验能力，虽然其教学经验较为欠缺、理论知识较为薄弱，但仍是体育培训机构最为优先要引进的人才；而体育教师的教学经验较为丰富，能快速洞悉学员的心理状态，亦是培训机构较为优先引进的人才。伴随资本市场不断向体育培训产业布局，培训机构竞争将日趋激烈，具有优秀师资力量企业具有核心竞争力，优先获得市场份额。

2.3.2 产业链中游

培训服务者的经营模式主要分为自主经营、租赁经营以及合作经营三大类型。自主经营模式是指体育培训机构依托于自身场地资源开展培训业务。机构拥有场地自主经营权，免除场地租赁成本，进而提高机构的盈利空间。因此，自主经营模式为体育培训机构较优的经营模式。租赁经营模式是指体育培训机构主要通过预付租金的方式向场地提供商包时、包场，这是目前大部分企业采取的经营模式。由于租赁模式下的场地资源难以得到保障，场地提供商会根据自身运营情况随时调整出租时间，这导致培训机构容易处于被动位置上。合作经营模式是指培训机构与场地提供商共同向学员提供培训服务，其中场地供应商提供场地和器材资源，培训机构执行运营工作。

另外，培训机构除提供专业的体育运动培训服务之外，同时组织相关自有赛事与开办俱乐部，进而增强学员的参与感，同时让学员获得直观的训练结果，与培训业务进行联动发展。赛事运营与俱乐部的举办一方面有利于体育培训机构提升品牌形象，打造自有赛事 IP；另一方面能为企业获得业务流量导入，例如万国体育组织的万国冠军赛、动因体育举办的宏超篮球联赛等。在市场需求持续释放以及国家政策持续落实的推动下，具有完善的产品体系、优秀机构运营的能力以及充足的场地资源等核心壁垒的企业将在市场竞争中脱颖而出。

2.3.3 产业链下游

B 端的学校平台付费群体可分为公立学校、国际学校、民办学校和培训机构四类。部分学校目前体育资源较为短缺，会选择与第三方体育培训机构合作开展体育课程。其中国际学校在决策上游一定的自主权，主要原因是国外升学和课程具有多样化需求。在多元化需求的情况下，部分国际学校更加愿意为体育培训课程付费。虽然 B 端市场能够在短期内迅速获得现金流，但其市场运营严重依赖于渠道和销售人员的自身素质能力，且 B 端市场的需求具有较大的差异化，体育培训企业难以形成规模效应。在体育培训市场整体处于发展阶段的当下，多数企业通过与 B 端展开合作，打造自身品牌影响力，从而吸引 C 端流量。

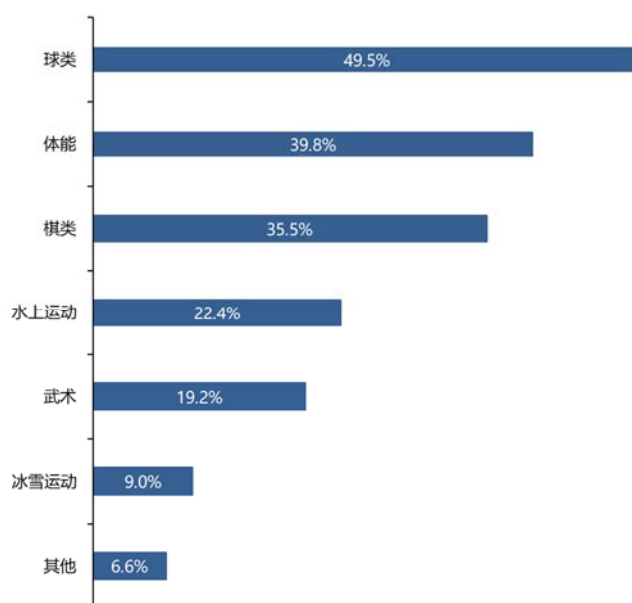
C 端最终付费群体为学生家长。根据年龄层可将 C 端个人用户分为幼儿园、小学、初中、高中四个类型，各类型用户的运动需求均不相同。幼儿园类型的家长消费相对偏向于素质教育，以增强孩子身体素养为主，伴随孩子年龄的不断增长，将促使家长的消费向应试教育倾斜。纵观少儿体育培训市场容量，C 端市场总量远超过 B 端市场，C 端市场潜力较为强劲。

2.4 中国少儿体育培训行业用户画像

2.4.1 家长希望孩子接受的体育培训类型

在青少年以及幼儿的体育培训市场中，通常由家长为孩子做出体育培训项目选择的决策，而非由孩子自由选择。家长出于主观意愿，更倾向于为孩子选择集体互动性更高的球类与体能类，其次是益智性的棋类（见图 2-5）。球类项目一般为团队项目，需要多人参与完成，如篮球、足球、棒球等。这些球类项目在一定程度上培养了孩子的团队精神以及大局观念。同时，家长希望孩子通过参加此类运动培训，一方面培养体育锻炼习惯，强身健体；另一方面增强自身的沟通、团队合作能力。

图 2-5 家长希望孩子接受的体育培训项目

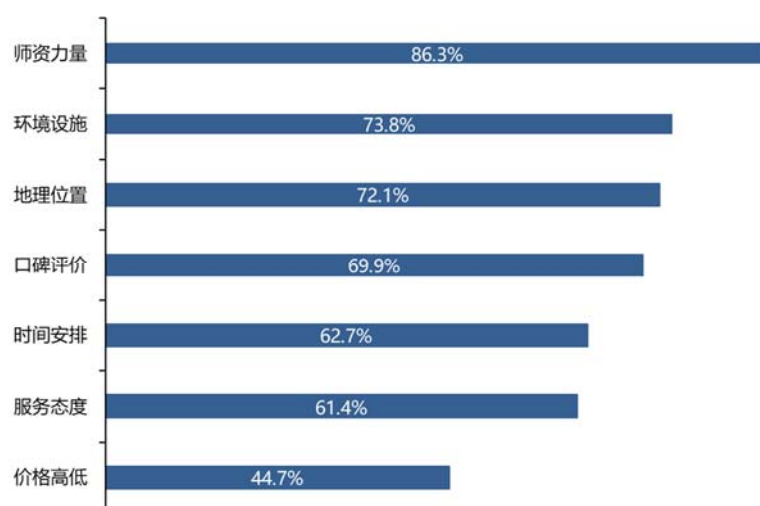


来源：N=986，fsTEAM 软件采编，沙利文数据中心编制

2.4.2 家长为孩子选择培训机构的关键决定因素

根据沙利文调查数据显示，当家长为孩子选择体育培训机构时，师资力量、培训机构的环境设施以及地理位置成为最关键的决定因素，分别有 86.3%、73.8%、72.1%的家长将其列为最关键的决定因素（见图 2-6）。师资力量强的培训机构在一定程度上能够保证课程质量，而具有优良的体育培训设施环境以及良好的地理环境能满足于家长对体育项目安全性的需求。品牌评价、时间安排与服务态度位于第二梯队，在教学质量相当的情况下，家长会考虑机构的品牌情况以及课程时间安排等服务情况。家长对于课程培训的价格高低敏感度较低。总体来看，在体育培训市场中，培训机构以教学质量以及服务质量作为核心竞争力，培训机构着力于提高师资质量以及课程质量才能在中市场中优先占据份额。

图 2-6 家长为孩子选择培训机构时的关键决定因素



来源: N=986, fsTEAM 软件采编, 沙利文数据中心编制

3 中国少儿体育培训行业驱动因素

3.1 政策与资本红利双轮驱动，助推行业快速发展

3.1.1 政策红利释放对行业的积极影响

近年来，政府不断出台鼓励体育培训行业的政策，为体育培训兴起提供基础保障。一方面，国家对体育后备人才培养的关注度不断提高；另一方面，国家对青少年体质健康越来越重视，不断推进各类青少年活动改革试点工作，大力促进青少年体育组织发展。2016 年以来，政府制定了一系列政策促进青少年体育的发展（见图 3-1），鼓励青少年积极参加体育活动，推动学校体育教育力度不断加大，进而促进中国少儿体育培训产业的蓬勃发展。

图 3-1 中国少儿体育培训行业相关政策

政策名称	颁布日期	颁布主体	主要内容及影响
《青少年体育活动促进计划》	2018.01	国家体育总局 教育部等七个部门	明确提出要切实保障体育课时，严格落实每天锻炼1小时；到2020年广大青少年体育参与意识普遍增强，体育锻炼习惯基本养成；实现青少年体育组织类型不断丰富，规模不断扩大。
《关于加强竞技体育后备人才培养工作的指导意见》	2017.12	国家体育总局 教育部	以全国奥运项目青少年培训教学大纲为标准，以奥运项目青少年选材标准研制为导向，全面提升基层青少年训练的科学化水平，鼓励支持恢复县区级青少年训练功能。
《“健康中国2030”规划纲要》	2016.10	中共中央 国务院	加大学校健康教育力度，将健康教育纳入国民教育体系，把健康教育作为所有教育阶段素质教育的重要内容。以中小学为重点，建立学校健康教育推进机制。
《青少年体育“十三五”规划》	2016.09	国家体育总局	大力培育青少年体育组织，积极支持社会力量参与各类青少年体育组织建设；积极调动社会力量，拓宽竞技体育后备人才培养渠道，完善青少年训练体系。
《体育发展“十三五”规划》	2016.05	国家体育总局	到2020年，体育培训行业总规模接近2000亿元；实施青少年体育活动促进计划，广泛开展丰富多样的青少年公益体育活动和运动项目技能培训。

来源：沙利文研究院绘制

国家体育总局颁布的《体育发展“十三五”规划》，明确指出加快青少年体育发展，进一步加强青少年活动场地的建设，同时开展多元化的体育活动和运动项目技能培训促进青少年养成体育锻炼习惯，掌握一项以上体育运动技能。政府对青少年健康体质的重视程度不断加深，激发了社会力量不断参与体育发展，进而大力推动少儿体育培训行业的发展。《关于加强竞技体育后备人才培养工作的指导意见》围绕进一步完善竞技体育后备人才培养体系，引导和支持社会力量参与竞技体育后备人才培养工作，鼓励各级各类学校以足球、篮球等项

目重点，组织开展体育教学和训练活动，全面提升青少年训练的科学化水平。这在一定程度上有助于各式各样的青少年体育训练机构兴起，促进行业快速发展。

《青少年体育“十三五”规划》与《青少年体育活动促进计划》的相继颁布，明确表示至 2020 年青少年活动更加多样化。这意味政府充分调动社会积极性和创造性，积极培育青少年体育服务业态，以至于青少年体育技能培训质量与效益持续提升，进而推动行业发展。

此外，2016 年国务院颁布的《关于强化学校体育促进学生身心健康全面发展的意见》以及教育部印发的《关于进一步推进高中阶段学校考试招生制度改革的指导意见》均明确指出需把学生参加体育活动情况、学生体质健康状况和运动技能等级纳入考试评价体系，将体育上升至与语文、数学、英语三大主科同等的地位。这从根本性上激发体育培训行业市场潜力，促进体育培训产业的发展。

3.1.2 资本积极布局助力行业发展

体育培训产业利好政策持续出台，行业发展较强较好吸引了多方资本入局。据沙利文数据统计，2018 年上半年中国体育培训产业投资共计 12 起，平均单笔投资额为 0.1 亿人民币，众多资本机构加速布局体育培训产业，推动体育培训产业的发展。资本市场的聚焦为体育培训产业的发展奠定了良好的资本基础，尤其是提升空间巨大的少儿体育培训市场。

伴随素质教育理念日益深入，少儿体育教育将日趋受到更多家长关注。另外，相对于体育产业的其他细分领域，少儿体育培训的先付费后培训的商业模式具有良好的现金流优势。在庞大需求市场以及清晰商业模式的背景下，少儿体育培训日渐受到重视。据沙利文数据统计，2018 年投资共计 16 起，累计融资金额 2.6 亿元，其中少儿体育培训行业的各细分领域均获得了资本关注。众多资本机构加速布局少儿体育培训产业，有助于全面升级体育培训产业，推动产业呈现专业化，规范化，产业化的发展趋势。

前哨2020 | 科技特训营

掌握创新武器 抓住科技红利

Insights into Tech and the Future

直播时间
每周四20:00-21:00

全年50次直播课程
+私享群互动

随报随听

王煜全

海银资本创始合伙人
得到《全球创新260讲》主理人



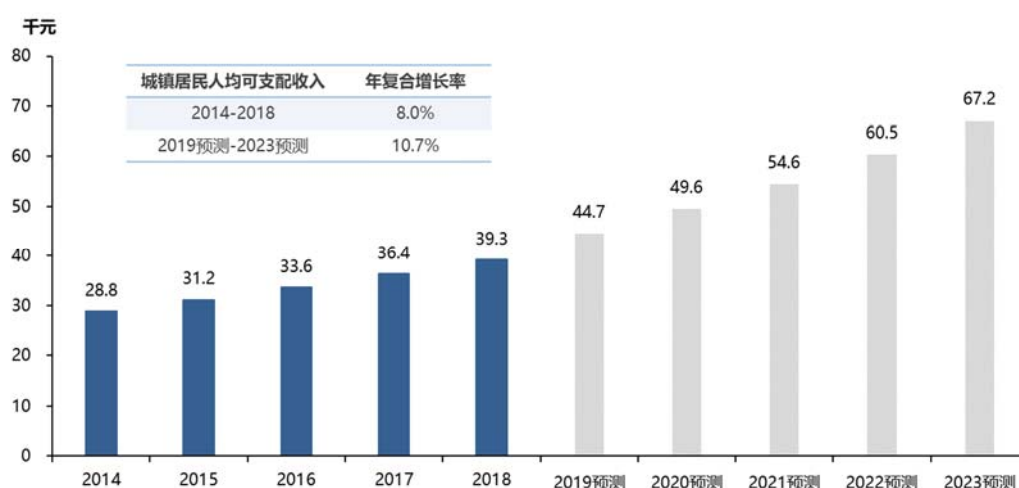
扫码报名

微信咨询: InnovationmapSM
电话咨询: 157-1284-6605

3.2 消费水平上升，体育教育受到关注

受益于中国社会经济的发展进步，中国居民可支配收入不断上升（见图 3-2），中产阶级人口数量持续扩大。2018 年，中国全国城镇居民人均可支配收入为 39,251.0 元。在此宏观经济背景下，居民在教育消费方面的意愿显著提升。2018 年，中国城镇居民教育消费支出占人均全年总支出的 11.3%，同比去年增长 4.5%。居民教育消费支出与人均全年总支出的比重呈现逐年上涨趋势，这意味着家庭对子女教育重视度日益提高，居民在教育上有强烈的消费欲望。伴随人均可支配收入的增长，家庭教育消费支出仍有较大的上升空间。

图 3-2 中国城镇居民人均可支配收入，2014-2023 年预测



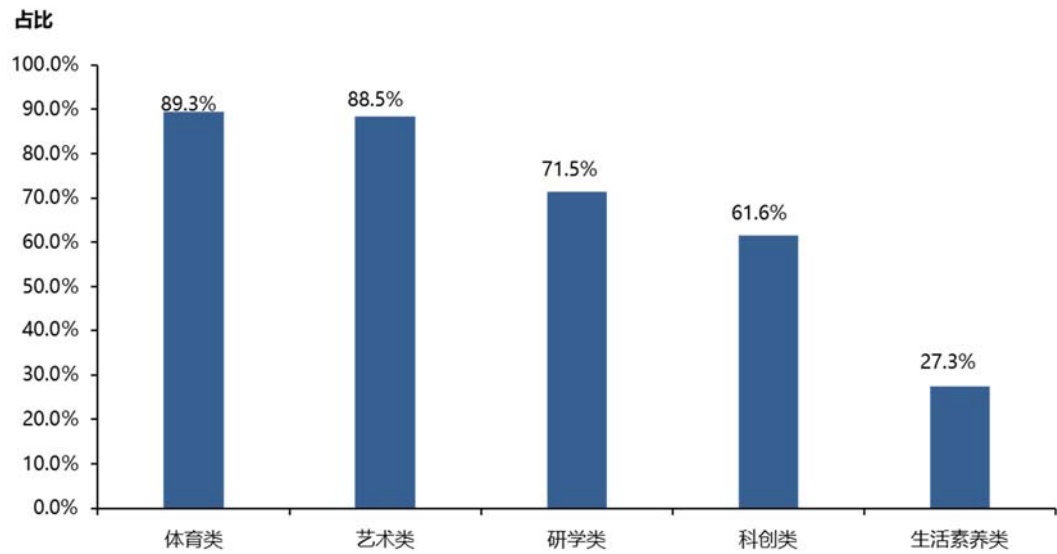
来源：国家统计局，fsTEAM 软件采编，沙利文数据中心编制

另一方面，由于体育培训可给孩子带来多方面的积极变化，家长对于让孩子接受体育培训的需求逐年增加。主要原因表现为以下三个方面：①当前孩子的学习任务较为繁重，体育运动可有益于孩子的学习压力释放，提升自身心理素质；②体育运动较为强调团队精神，在体育培训过程中，学员的集体参与感将增强，这意味着孩子的团队精神与社交能力将有一定程度的提升；③体育活动有利于培养孩子对待事情持续坚持的性格。伴随家长结构逐步年轻化，家长更加注重为孩子选择一项合适的运动，并鼓励孩子坚持训练，进而促使孩子建立自信、增强抗挫能力和培养竞技精神。

居民可支配收入持续增长，消费者的消费水平提高带动教育观念的更迭，加上体育培训

对孩子成长带来积极作用，当前已有近九成的家长有意愿报体育类的素质教育（见图 3-3），同时当代家长结构逐渐年轻化，80 后、90 后成为家长结构的主体。80 后、90 后父母对身体健康、生活品质重视程度日益增强，且在改革开放的进程不断深入的大背景下，全球文化理念不断交融，越来越多的父母意识到孩子的体质体能发展是学习与品质生活的基础保障，从而更加重视孩子的运动素质培养。家长们除了让孩子接受多元化的教育外，同时注重提升孩子的身体素质。体育培训课锻炼孩子的灵敏、力量、协调能力，同时能够培养孩子团队协作、坚韧、积极向上的性格。如足球、篮球、棒球为代表的团体运动带有社交属性，参与此类运动培训有益于培养孩子的社交能力。通过体育培训课程提升孩子的综合素质，符合大多数家长的期望。未来随着中产阶级的规模扩大，家长对教育投入的承受能力将会更高，并且伴随各省市推动体育培训的政策逐步落地，家长对体育教育的投入意愿也将更强烈。

图 3-3 家长对各类素质教育的意愿报选方向



来源：N=986，fsTEAM 软件采编，沙利文数据中心编制

4 中国少儿体育培训行业制约因素

4.1 场馆服务供不应求、成本居高不下

体育培训场地的不足严重阻碍行业发展。目前在一线城市地区，少儿体育培训的场馆压力较大，一方面来自于场地租金的上涨，另一方面场馆出现供不应求局面。据沙利文数据显示，体育培训机构在一线城市地区的市中心租赁场地的费用在两百万元至两百七十万元之间，场地成本费用高，这在一定程度上挤压企业的盈利空间。在场地供求层面，由于篮球、排球等体育运行需要在标准的室内场地训练，但机构难以找到满足培训要求的场馆，且部分场馆远离城市中心。场馆地理位置偏远，极大地影响学员学习的热情，从而进一步阻碍行业的发展。

4.2 师资力量不足导致行业发展进程放缓

根据国家体育总局预测至 2020 年和 2025 年体育产业从业人员缺口分别为四百万人和六百万人。师资力量的不足将导致青少年体育培训机构在项目落地、标准化、规模化发展进程放缓。

➤ 专业性教练人才匮乏

在大众体育项目中，中国的师资力量较为充足，但在如击剑、橄榄球、棒球等小众体育项目，其专业人才较为稀缺。小众项目多数起源于欧美国家，在中国发展时间较短，与其相关的培养院校与机构数量较少，从而导致体育培训机构可引入的专业性教练人才较少。另外，若培训机构计划实行规模化发展战略，专业性教练人才的短缺将会促使其布局速度放缓。

➤ 复合型人才匮乏

近几年，少儿体育培训机构的规模不断扩大，一方面对专业教练的要求越来越高，另一方面培训机构对复合型人才的需求日趋急迫。复合型人才需具备体育技能、语言能力、教育

心理学能力等多方面技能。一些体育培训机构为迎合学员需求，设置特色课程，开展特色教学，如为迎合学员的留学需求，开设双语教学课程等，这意味着培训机构对人才的要求更加多元化。另外，伴随家长越来越重视孩子在幼儿阶段接受体能、体育锻炼，相关培训机构对老师要求除了专业技能外，更需要具备儿童教育、儿童心理学等多方面的知识和经验。

4.3 行业进入门槛低，监管难

在政策与资本红利驱动下，各界企业纷纷涌入少儿体育培训赛道，行业竞争逐渐激烈。在激烈的竞争背景下，体育培训机构存在场地器材不足、专业性不够等问题频频出现。例如培训班在有限场地里同时培训多个学员，超出场地负载，难以提供良好的体育培训设施和体育培训教育；以及专业门类训练营的教练员为业余人员，连基本的运动技术与体育规则均不了解，缺乏培训学员的资质。另外，由于体育培训行业近年来才兴起，行业的运营流程缺乏相对应的评定标准体系。例如对于教练、教练课程内容和教案的把控缺乏考评体系，难以保证服务质量；对于学员的衡量标准仅以机构自身举办的大赛、对战、展示来衡量，缺乏统一行业标准性。行业审核体系的缺失，进一步阻碍行业健康、有序发展。

5 中国少儿体育培训行业发展趋势

5.1 企业延伸业务，打造多元化商业模式

中国体育培训行业的商业模式围绕培训、赛事、场馆、装备四大板块开展。从商业模式看，部分体育培训机构聚焦 C 端，以为学员提供一系列培训服务所收取的培训费用为核心收入。除向 C 端用户提供培训服务外，部分机构同时向 B 端发力，向学校提供师资、培训课程和中小体育培训机构提供一站式解决方案（如赛事支持等综合服务平台）。未来，在需求释放的推动下，少儿体育培训行业的竞争将日趋激烈，具有优秀师资团队、多元化的课程品类以及能够提供专业化与多元化服务的培训机构有望脱颖而出。培训机构除了培训业务本身外，将围绕体育培训产业链深耕，延伸开展体育赛事、体育装备、体育旅游、线上教育等服务，提升培训机构的增值空间。

少儿体育培训机构结合上下游向用户提供个性化服务，发挥各产业之间的协同作用，促进商业模式的发展。例如万国体育积极布局多种业务板块，一方面深度挖掘击剑培训项目，另外一方面积极拓展击剑装备销售业务、举办和组织自由赛事“万国冠军赛”、开展篮球、游泳、舞蹈、自行车等运动培训；好动网球在上下游多个环节输出服务，充分发挥自身作用，在业务方面上除了网球运动培训外，同时布局网球测评线上服务平台、网球游学、网球留学等服务。

5.2 科技赋能，创新体育培训发展

新兴技术与体育培训结合日渐紧密，将创新体育培训机构发展，创新机构的运营模式，进而助推体育培训行业的快速发展。

➤ 大数据分析

大数据技术的应用，通过对海量的学员数据分析，以直观的图表形式将学员的培训效果、

教练员培训效果呈现出现，让学员与教练及时根据数据分析结果调整自身状态。目前部分职业体育俱乐部以及体育协会利用 GPS 跟踪器、智能相机、心跳检测器等一系列设备获取运动员数据，进而基于大数据分析技术直观地将学员运动数据呈现给教练、家长以及学员。教练员根据科学化的数据及时调整学员的学习计划。如动因体育利用新零售思维，通过大数据、人工智能技术分析学员特点，设计适合其身心发展需要的课程，让学员快乐的学习运动技能，通过运动本身提升身体素质，提升思维能力，提升综合素质。

➤ VR 技术

VR（虚拟现实）技术的应用，在一定程度上解决机构场地资源紧缺的问题，同时向学员提供多元化的训练场景，进而在沉浸式的场景中提升自身运动技能。VR 是认知训练的最合适工具，在提高学员决策能力具有巨大的协助作用。VR 可模拟赛场，让学员身处某一个战术之中进行训练。同时公共数码设备制造出来的音效等现场体验让运动员体验在特殊环境下什么样的战术更适合。

➤ AI 技术

AI 技术的应用，以科学化的手段协助教练员培训学员，同时减轻教练员的教辅压力，让教练员拥有更多的时间研发培训课程以及关注学员的培训情况。在体育产业中，AI 技术应用最典型的案例为 AlphaGO。2017 年底谷歌以 AlphaGo 为原型推出围棋教学软件，培训学员围棋技能。聂卫平围棋道场和谷歌达成战略合作意识，以 AlphaGo 围棋教学软件拥有丰富的学习资源，其由超过两万种变化、三十七万多步棋组成，并以 AlphaGo 的视角分析开局诸多下法与基于大数据分析判断胜负率。学员基于 AlphaGo 围棋教学软件，学习并理解其中背后的逻辑，进而提升自身围棋盘上的价值观，增强自身逻辑能力与围棋技能。AI 技术的应用，让学员在短时间内获得较为丰富的资源同时有效提升自身竞技能力。伴随深度学习算法等新兴技术不断迭代更新，AI 技术将应用在体育培训各个项目中，有效帮助学员

增强体质，提升运动技能。

5.3 小众领域迎来较大发展空间

近年来，伴随人们生活水平和消费能力的提高，以网球、击剑、棒球、橄榄球等运动为主的小众项目逐步受到大众欢迎。纵观 2016-2018 年少儿体育培训行业的投融资事件，资本市场从传统球类、竞技类等大众观赏性运动开始不断向击剑、潜水、网球等专业参与性运动扩展，进而促进少儿体育培训行业众多细分领域迎来发展机会。小众运动项目的培训门槛较高，受众人消费能力较强，具有较强的商业化基础。另外，小众运动项目的赛事运营、转播、营销以及装备制造等方面具有较大的市场潜力，这亦成为小众体育培训机构的商业模式拓展的重要方向。在政策的加速落实以及市场需求不断提升的背景下，小众体育培训将迎来更大的发展空间。



推广

deansel

改变营销增长格局 布局品牌私域生态

鼎栈—专注品牌私域增长落地的顾问公司

扫码咨询

网站: www.deansel.com
邮箱: info@deansel.com
电话: 156-0190-7109

杨永康
鼎栈创始人&CEO

6 中国少儿体育培训行业竞争格局

6.1 竞争格局概况

近年来,素质教育备受国家重视,同时加上新生代父母对素质教育的接受程度不断提高。在消费升级的大背景下,中国少儿体育培训行业兴起,其规模快速增长。从整体而言,受限子区域协同效应较弱、跨区域整合难度较大等因素,少儿体育培训行业集中度较低,市场相对分散。该情形主要源于教育行业本身具有培训机构小而多、行业分散的特点,体育培训作为垂直的细分教育市场,机构规模相对来说更小,地域分散程度更高,行业分散化现象更为严重。

体育培训的核心竞争力在于品牌和资源输出能力。具有完善培训体系且能够异地管理扩张的培训机构较为容易获得市场青睐,具有较强的拉新和品牌建立优势。而能够利用大数据、人工智能等技术打造与科技相结合的教学模式的体育培训企业,因其能够拓宽教学模式、教学渠道、教学资源等创新亦受到资本青睐。此外,当前仍有众多少儿体育培训机构由于场地资源供应不足而影响培训效果,这给具有场地资源的传统体育企业提供体育培训服务和产业链延展切入的机会,如华熙 Live 等传统体育机构均将业务链条衍生至覆盖少儿乃至成人的体育培训领域。

6.2 典型代表企业分析——动因体育

6.2.1 企业简介

北京动因体育科技有限公司(简称“动因体育”)成立于 2010 年,其前身为宏远时代体育,以提供体育培训服务为主要经营业务,包括篮球、足球、羽毛球、乒乓球等项目,目标客群为四至十七岁青少儿。动因体育拥有专业教练高达四千人,超过一千个场馆,服务全国学员及家长高达百万人。场馆主要布局在北京、上海、广州、深圳、南京、武汉等 18 个

城市。由 2010 年发展至今，动因体育共完成两轮融资（见图 6-1），企业估值由 45.0 亿元上升至 120.0 亿元，备受资本青睐。

图 6-1 动因体育融资情况

融资时间	融资轮次	融资金额	投资机构
2016.09	A轮	3亿元	尚雅投资、品清资本
2017.09	B轮	5亿元	曜为资本领投，前海母基金跟投

来源：沙利文研究院绘制

6.2.2 商业模式

动因体育目前已形成以体育培训为核心，赛事运营与场馆服务为辅形成基础的业务闭环模式。公司目前形成了篮球、足球、羽毛球、击剑五大项目的长期课以及夏令营、寒令营、海外游学等特色短期课程，此类课程的培训费用是公司收入的核心来源。体育场馆除了自建自营外，同时以合作和租赁的形式向其他培训机构提供场地资源，进而收取场地使用费用。赛事活动不仅包括自有学员教学内容活动，亦有面向全体青少年的运动普及活动。动因体育通过赛事活动的举办，可获得广告收入与参赛者报名费用。

6.2.3 竞争优势

➤ 优秀的师资力量

动因体育任用的教练员均为体育专业院校出身，专项经验丰富。在新教练员入职前，动因体育将以面试筛选、资格审核、岗前培训、助教实习等严格的筛选和培训流程选择最优的教练员，保障优秀的师资力量。动因体育的教学研发团队有三分之一的研发人员为外籍资深专家，具有丰富的国际教研理念。并且教研团队中名人聚集，包括前 NBA 巨星麦迪、世界羽毛球冠军王适娴等等。

➤ 健全的学员培训体系

动因体育采取辅导老师与运动教练结合的双师模式，为孩子和家长及时解决各种问题，

辅导学员成长，有效提升训练学习效果。在学员培训课程设置中，动因体育采取严格的年龄分班标准，以两岁为一个年龄跨度，进行小班分班授课，共分成五大班级体系（见图 6-2）。同时，动因体育在年龄段分班的基础上融入技能考级制度。分班体系与技能考级制度相结合，保证学员在不同年龄，不同技能等级的情况下，接受匹配的课程与训练，从而让学员得到教练的充分指导，全面提升孩子的训练体验。

图 6-2 动因体育 5 大分班体系

级别	适合年龄	主要内容
U5	5岁及以下	• 启发运动兴趣 • 启蒙集体观念 • 养成运动习惯
U7	6-7岁	• 建立纪律意识 • 培养互帮互助、独立自主、坚强无畏的性格
U9	8-9岁	• 强化个人技术 • 增强团队意识 • 懂得尊重对手 • 懂得相信队友 • 懂得纪律严明
U11	10-11岁	• 强化的体能训练 • 着眼技能训练 • 融入梯队战术 • 分析课程 • 强化团队协作意识
U16	12岁及以上	• 融入体能专项训练 • 注重在竞争中培养团队意识 • 加强战术分析课程

来源：沙利文研究院绘制

➤ 以“新零售”模式赋能业务，提供个性化、定制化培训产品

基于“新零售”的运营模式，动因体育利用大数据、人工智能等技术手段洞察用户、运营用户。以消费者需求为核心对培训产品从设计、销售、交付到履约整个流程的各个节点实现升级，开发多类目、多层次的产品。例如，动因体育通过对青少年体育培训产品丰富度、差异化和专业性等方面的需求数据进行分析，进而在篮球、足球、网球、羽毛球、击剑五大项目中，针对性的开发了中教班、外教班、超级球队班以及寒暑假短期性的海外游学营、封闭训练营等不同产品。动因体育提供的个性化与定制化培训产品，不仅契合用户需求的产品和服务，同时提升了整个供应链和服务的体系的运营效率。

6.2.4 未来发展战略

动因体育将以技术赋能的培训业务的经营模式，如结合智能硬件将学员档案数据化、学

员成长数据化，以至于用户能够直接看到培训效果，为学员的成长提供参考性依据。动因体育将以产品化运营用户、数字化展现用户、科技化服务用户的三大策略持续深耕体育培训的核心业务，强化赛事业务以及场馆业务，拓展更多品类的培训项目。

6.3 典型代表企业分析——万国体育

6.3.1 企业简介

北京万国天骐体育股份有限公司（简称“万国体育”）创立于 2006 年，于 2016 年 6 月挂牌新三板，以青少年体育培训、装备赛事以及组织比赛等为主营业务。目前公司开设了 18 家击剑馆、1 家综合体育中心，拥有超过 600 条的国际比赛标准剑道，累计培养会员高达 15 万人。万国体育主办或承办了近百次击剑赛事，主要包括万国国际击剑公开赛、万国体育击剑冠军赛、万国体育深港澳公开赛、万国体育广佛精英赛等赛事。受益于击剑运动中心培训收入持续增长，2018 年上半年公司实现营业收入 1.6 亿元，同比增长 32.8%，其中培训业务收入占比为 93.2%，同比增长 29.3%。

6.3.2 商业模式

万国体育主要基于提供体育培训、体育装备销售、体育赛事等方式实现营利，其核心收入来源于击剑培训业务。公司的击剑培训业务采取标准化的会员制收费模式，按个人卡、双人卡、家庭卡等划分收费金额。击剑培训服务体系包括六大核心内容：公共和私教课程、学员分级和考级、教练员培训活动、实战及赛事参与、电教课程以及课外辅助活动。

6.3.3 竞争优势

➤ 师资力量雄厚

万国体育在击剑培训领域的师资力量较为雄厚，拥有前中国男子重剑队主教练肖剑、前加拿大国家对及奥林匹克队教练米歇尔·德苏罗等专业击剑培训教练五百余人。专业教练的人数占比总员工人数近四成。为降低优质教师力量的流失率，万国体育积极在招聘渠道、人

才培养与管理、人才激励机制方面强化人才壁垒。在招聘渠道层面，万国体育积极与各类体育院校达成合作意识，确保公司发展的人才供给。

在人才培养与管理层面，万国体育不仅实施持续培训管理制度，同时建立教练人员的管理认证体系及评级标准制度。公司期望通过不断完善人员培养体系与管理体系，提升教练员的教学水平，给予有能力的教练员更多发展机会。在人才激励机制层面，万国体育根据不同的课程及岗位制定不同的激励模式，进而降低优秀教练员因收入不满而离职的机率。人才激励机制包括私教课模式、教学补贴模式、全额分成的私教模式（见图 6-3）。全额分成的私教模式是为满足具有高水平教学能力的教练员的收入需求，降低其离职的主观意愿，进一步降低优秀教师的离职率。

图 6-3 万国体育的人才激励机制

激励机制	主要内容
私教课	- 根据教练员运动及执教成绩以阶梯形式制定私教课价格 - 根据教练员在公司提供服务的年限，阶梯性提升私教课价格
教学补贴	- 定级为C级以上教练员，在公司服务满一定年限，可提升为专业班主教练，并享有相应的教学补贴 - 为公司服务满一定年限且表现优异的教练员，可根据自身训练专项提升为花、重、佩剑和体能组班主任，并享有相应的教学补贴 - 对于教学能力强、教学态度好的教练员，可提升为基础班授课教练，并享有相应的教学补贴 - 公司对有培训潜力和培训兴趣的教练员进行培养和选拔，通过考核者可提升为电教课讲师，并享有相应的讲师补贴
全额分成的私教模式	仅代为收取私教培训费用的税负部分，其余部分全额分配给培训教练

来源：沙利文研究院绘制

➤ 分级用户群体，完善的培训体系

万国体育通过根据学员的年龄、训练课次、水平等指标将全部学员分为多个层次多个班级进行培训（见图 6-4），同时基于学员的训练时间与水平设定完善的考级制度。培训课程包括体能、技术以及实战三大类型。而考级制度是基于“培训+赛事”的模式，为学员提供一个明确的评价体系，从而使得学员产生自我学习行为认知，使家长得到培训效果的客观评

价。万国体育通过对学员进行分级、考级等方式加强学员黏性，创造持续性需求

图 6-4 万国体育分级课程体系

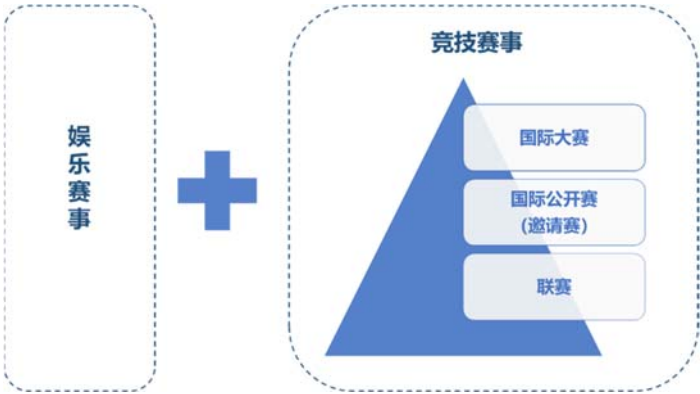
级别	适合年龄	主要内容
小小班	5-6岁	• 年满6周岁即可
初级班	6-12岁	• 在初级班上满4个月30节课时 • 参加一节初级班电教课讲座 • 以上条件均需达到可参加击剑等级“初级升中级”考核
中级班	6-12岁	• 在中级班上满4个月30节课时 • 参加过一次万国比赛 • 参加一节中级班电教课讲座 • 以上条件均需达到可参加击剑等级“中级升高级”考核
高级班	6-12岁	• 年龄满8周岁 • 在高级班上满4个月30节课时 • 取得万国冠军赛、全国业余联赛、北京市锦标赛冠军赛、北京市协会杯个人前10名或全国儿童锦标赛个人前12名（上述成绩只取其一） • 只限高考级最近的两次比赛成绩 • 以上条件均需达到方可参加考级
儿童专业班	8-12岁	• 年满12周岁 • 儿童专业班上满4个月30节课时 • 取得万国冠军赛、全国业余联赛、北京市锦标赛冠军赛、北京市协会杯、全国儿童锦标赛个人前8名或者全国少年锦标赛个人前32名（上述成绩只取其一） • 上述成绩只限12岁以上年龄组别赛事 • 以上条件均需达到方可参加考级
少年专业班	12-16岁	• 不参加等级考核
精英班	12-16岁	• 不参加等级考核
青少成人班	13岁以上	• 不参加等级考核

来源：沙利文研究院绘制

6.3.4 未来发展战略

万国体育将进一步下沉渠道，持续探索多元化培训业务，从而加速强化品牌影响力。在市场渠道规划角度上，万国体育将深入二三线城市开拓市场，进一步提速击剑市场规模的扩大。市场布局的进一步完善为公司业务多元化发展奠基坚实的基础。在产品规划角度上，万国体育在继续深耕击剑市场的同时，将逐步发力开拓其他体育项目，实现品类多元化、产品丰富化、标准统一化的体育培训产品服务体系。在品牌规划角度上，万国体育将形成娱乐比赛与竞技赛事相结合的赛事体系，实现赛事从内部服务属性到品牌化、商业化属性的转变，从而打造商业化的赛事 IP，进一步扩大自身品牌知名度，强化品牌影响力。

图 6-5 万国体育赛事体系



来源：沙利文研究院绘制

头豹研究院简介

- 头豹研究院是中国大陆地区首家 B2B 模式人工智能技术的互联网商业咨询平台，已形成集行业研究、政企咨询、产业规划、会展会议行业服务等业务为一体的一站式行业服务体系，整合多方资源，致力于为用户提供最专业、最完整、最省时的行业和企业数据库服务，帮助用户实现知识共建，产权共享
- 公司致力于以优质商业资源共享为基础，利用大数据、区块链和人工智能等技术，围绕产业焦点、热点问题，基于丰富案例和海量数据，通过开放合作的研究平台，汇集各界智慧，推动产业健康、有序、可持续发展



四大核心服务：

企业服务

为企业提供定制化报告服务、管理咨询、战略调整等服务

云研究院服务

提供行业分析师外派驻场服务，平台数据库、报告库及内部研究团队提供技术支持服务

行业排名、展会宣传

行业峰会策划、奖项评选、行业白皮书等服务

园区规划、产业规划

地方产业规划，园区企业孵化服务



报告阅读渠道

头豹科技创新网 —— www.leadleo.com PC端阅读全行业、千本研报



头豹小程序 —— 微信小程序搜索“头豹”、手机扫右侧二维码阅读研报



图说



表说



专家说



数说

详情请咨询



客服电话

400-072-5588



上海

王先生：13611634866

李女士：13061967127



南京

杨先生：13120628075

唐先生：18014813521



深圳

李先生：18916233114

李女士：18049912451