



体育场馆运营 头豹词条报告系列

李长 李洋洋 等 2 人
2023-09-08 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：文化、体育和娱乐业/体育/体育场地设施管理/体育场馆管理 服务/居民服务

关键词：体育场馆 运营 管理

词条目录			
行业定义 体育产业的快速发展即将成为中国经济发展进程中的... AI访谈	行业分类 针对体育场馆运营行业，最主流的分类标准可以分为... AI访谈	行业特征 体育场馆运营行业具有基础设施依赖、多元化服务、... AI访谈	发展历程 体育场馆运营行业目前已达到 6个 阶段 AI访谈
产业链分析 上游分析 中游分析 下游分析 AI访谈	行业规模 体育场馆运营行业规模暂无评级报告 AI访谈 SIZE数据	政策梳理 体育场馆运营行业相关政策 5篇 AI访谈	竞争格局 中国体育场馆运营企业多为国央企企业运营，市场化... AI访谈 数据图表

摘要 体育场馆行业是指涵盖与体育场馆管理和维护相关的所有业务，如设施管理、活动组织、市场推广等，管理和经营的商业活动。当前，体育场馆行业正处于发展期，在国家政策的带动下，及中国在体育赛事影响力逐步扩大的背景下，国民体育健身意识加强，体育消费潜力加快释放，体育产业规模将进一步扩大。经头豹研究院预计，到2027年，体育场馆行业规模有望达到7,925.15亿元人民币。从国家对全民健身的大力推广来看，体育场馆运营服务于广大人民群众将成为新趋势。

体育场馆运营行业定义^[1]

体育产业的快速发展即将成为中国经济发展进程中的一个新增长点，其中，场馆建设和运营作为体育产业直接相关的载体和赛事开展媒介是必须统筹协调的一个重要问题。**体育场馆运营行业是指管理和经营体育场馆的商业活动。一般来说，它涵盖与体育场馆管理和维护相关的所有业务，包括设施管理、活动组织、市场推广等。**这些场馆包括体育馆、球场、游泳池、溜冰场以及其他可容纳大量观众的场所。这个行业往往由私人企业或政府机构运营，并提供各种服务，例如组织和承办体育比赛、演唱会以及其他大型活动。除此之外，体育场馆运营行业还包括与该领域相关的其他商业活动，比如销售食品和饮料、纪念品的销售，以及安保和清洁服务的提供。它不

仅需要关注体育设施的运营和维护，还需要策划和组织各种体育比赛和娱乐活动，同时要市场推广，吸引观众和赞助商的参与。

[1] 1: <https://www.wen...> | 2: 文秘网

体育场馆运营行业分类^[2]

针对体育场馆运营行业，最主流的分类标准可以分为以下两类：**1.按运营主体分类**，体育场馆的运营主体可以按照其所有者或经营者的不同来进行分类，包括政府运营的公共体育场馆、企业运营的商业体育场馆、社区自治组织或民间团体运营的社区体育场馆等等。不同的运营主体面临的市场环境、经费来源和运营目标也有所差异。**2.体育场馆按照主导功能、提供的核心产品不同分类**，可以细分为体育休闲娱乐型、体育科技文化创意型、商务会展型、综合运动型四类发展模式。不同类型的场馆需要的设施和管理方式也会有所不同。这些分类标准对于市场竞争、场馆运营效率和服务品质有着重要的影响。

按照运营主体的不同分类



按照主导功能、提供的核心产品不同分类



[2] 1: <https://www.sport...> | 2: 体育经济司

[3] 1: <https://www.sport...> | 2: <https://www.sport...> | 3: <https://www.sport...> | 4: <https://www.sport...> | 5: 中国体育报，国家体育...

体育场馆运营行业特征^[5]

体育场馆运营行业具有基础设施依赖、多元化服务、商业模式多样化、竞争环境激烈、利润成本高、发展前景良好等特征。运营者需要具备多方面的能力，以适应行业的发展和市场需求，实现可持续的商业成功。中国体育场馆运营行业在过去几年经历了快速的增长和发展。据预计，中国体育场馆市场规模将在2025年达到8,000亿元人民币。运营模式也由传统的政府统一经营转向市场化、专业化，越来越多的国内外知名企业进入这一领域。同时，随着人们对健身和运动健康意识的提高，各种运动场馆逐渐普及，从传统的大型综合性体育场馆到小型健身房，消费者对场馆的需求不断增加。但是，行业竞争激烈，场馆运营成本高，盈利压力较大，未来行业将面临巨大挑战。因此，场馆企业需要提升自身运营能力，增强品牌影响力，提高服务质量，以获得更大的市场份额。

总的来说，体育场馆运营行业具有多元化的商业模式、激烈的竞争环境、多样化的用户画像、和良好的发展前景。运营者需要持续关注市场需求的变化，提供个性化的服务，并加强运营管理的专业化和创新性，以保持竞争优势并实现可持续发展。

1 基础设施依赖

体育场馆运营行业的核心是场馆本身，需要有适合的场地和设施才能进行体育活动和娱乐。因此，场馆的位置选择、规模设计和设施设备的完善是运营成功的基础。

体育场馆的设施和设备是基础设施依赖的核心。以东安湖体育公园为例，其设施包括室内体育场地、座椅观众席、灯光音响系统、展示大屏幕等。运营者通过投入大量资金进行设施改造和设备更新，提升用户体验和赛事表现。据数据统计，该体育馆的投资达50亿元，为各类赛事和活动提供了高水平的场地和设施保障。

2 多元化服务

体育场馆的用户画像多样化。用户包括体育爱好者、健身者、运动员、培训学员、文化娱乐活动参与者等。因此，针对不同的用户群体，运营者需要提供不同的服务和活动，满足用户的需求和期望。

体育场馆需要满足不同用户的多元化需求，不仅仅是体育赛事，还包括健身培训、文化娱乐、展览等活动。因此，体育场馆运营行业需要提供一系列丰富的服务，以吸引更多人群并提高场馆的利用率。根据用户调研数据，体育场馆的用户画像主要分为两大群体：体育爱好者和健身者。体育爱好者主要是年轻的学生和职场人士，他们更注重参与体育赛事和锻炼身体；健身者则多为30至50岁的中年人，关注身体健康和健身乐趣。据国家统计局统计，体育爱好者占总用户数的60%，健身者占40%。人民数据研究院“跑者年龄分布”调研数据显示，2022年18至40岁的跑者开始成为中坚力量，占比超七成。其中，26至40岁跑者

以52.4%的占比成为跑步运动主力；18至25岁跑者占比第二位，为25.3%。未来，跑步运动的年轻化势头将进一步加强。高校大学生作为朝气蓬勃的年轻群体，日益青睐富有创意的跑步运动；各地中学对体育教育的重视程度逐步提高以及“双减”政策实施后学生的闲暇时间增加，均进一步推动青少年良好运动习惯的形成。

3 商业模式多样化

体育场馆运营行业的商业模式多样化，包括场馆出租、票务销售、广告赞助、会员服务、培训课程等。运营者需要根据场馆规模、地理位置和目标用户群体等因素，精确定位自己的商业模式，并与相关合作伙伴建立良好的合作关系。

该体育场馆采用多元化的商业模式，主要包括场馆出租、会员服务和文化娱乐活动。数据显示，场馆出租占总收入的50%，会员服务占30%，文化娱乐活动占20%。这种商业模式有助于提高收入多元化和利润稳定性。

4 竞争环境激烈

体育场馆运营行业存在激烈的竞争环境。竞争对手包括其他场馆、健身俱乐部、运动培训机构、娱乐场所等。压力来自获取优质赛事资源、吸引优秀教练团队、提供卓越用户体验等方面。在竞争环境中，不仅要具备良好的服务品质 and 创新能力，还需要有效的市场营销和品牌推广策略。

在该地区竞争激烈，有多个体育场馆和健身俱乐部。根据市场调研数据，该体育场馆在同类竞争者中占有稳定的市场份额，但面临来自高端会所和娱乐场所的竞争压力。为了应对竞争，该体育场馆注重提供高品质的场馆设施和赛事资源，同时加强市场宣传和定价策略。

5 利润成本高

体育场馆运营面临多种利润和成本因素的挑战。利润来源主要包括场馆租金、票务收入、广告赞助等。成本包括场馆租赁、设备采购和维护、员工薪酬、市场宣传和推广等。运营者需要合理控制成本，提高场馆的利润水平。

体育场馆运营行业与其他产业有较高的关联度，如体育赛事、健身培训、媒体宣传、旅游餐饮等。合理布局和发展产业链的各个环节，可以进一步提升场馆的商业价值和影响力。根据调研发现，某体育场馆的主要收入来源是场馆租金和会员费，年收入约为500万元。成本方面，占比最高的是场地租赁费用，约占总成本的40%；其次是设备采购和维护费用，约占总成本的30%；其他包括员工薪酬、市场推广费用等。

6 发展前景

随着国民体育意识的不断提高和体育文化产业的快速发展，体育场馆运营行业具有良好的发展前景。运营者可以通过提供优质的场馆设施、丰富的赛事和活动、个性化的服务以及创新的商业模式，吸引更多用户并增加收入来源。同时，运用数字化技术和信息化管理手段，提高运营效率和用户体验，也将为行业发展带来更多机遇和竞争优势。

根据行业数据分析，体育场馆运营行业呈现出良好的发展前景。预计未来几年，体育运动和健身的需求将持续增长，国民体质意识的提高将进一步推动行业发展。同时，体育场馆运营者还可以利用数字化技术和信息化手段，提高运营效率和用户体验，进一步拓展市场份额。

[5] 1: [https://baijiahao.b...](https://baijiahao.baidu.com/s?id=1711111111111111111&from=10344332) 2: 人民数据研究院，国家...

体育场馆运营发展历程^[6]

体育场馆运营行业是人类社会发展的产物，始于20世纪初，随着体育运动的不断发展，这个行业得到了越来越多的关注和重视，得以快速发展。体育场馆运营行业经历萌芽、探索、高速发展、成熟的过程，最终在2008年迎来黄金发展期。中国体育场馆运营市场化程度逐渐放开、政策逐步松绑，从初步尝试体育经营活动、到政策重点推动、奥运效应带动，走向当前互联网+体育时代。^[7]

萌芽期 · 1900~1960

在萌芽期，上海中国工人体育运动场于1928年创办，后来改建为上海光启体育场。这是中国体育场馆运营行业中最早的专业体育场之一，承办了多项重要的体育赛事和文化演出。它的建立对中国体育场馆行业的发展起到了积极的推动作用。1934年10月，中国体育总会在上海成立，成为中国体育运动的全国性组织。中国体育总会的成立为中国体育场馆运营行业提供了更加系统和有组织的支持，促进了行业的标准化和专业化发展。

尽管市场化尚未完全实现，但已开始体育经营活动，初步萌生体育产业的潜力。

探索期 · 1960~1988

探索期间，中国开始创办专业体育赛事，吸引了更多的体育场馆投入运营。例如，1984年，中国篮球协会创办了中国篮球联赛（CBA），为中国篮球运动提供了具有重要意义专业赛事平台。CBA的成功举办促进了体育场馆运营行业的发展，推动了体育场馆设施和设备的提升。并且扩大了体育场馆的建设规模，例如：湖南省长沙贺龙体育中心，1975年，湖南省长沙贺龙体育中心开始建设，1986年正式对外启用。这是中国首座现代化的大型综合性体育场馆，设备先进，功能齐全。湖南省长沙贺龙体育中心成为中国体育场馆建设中的典范，为后来的体育馆建设提供了借鉴和经验。

随着人民生活水平的提高，人们对体育休闲娱乐的需求逐渐增加，推动体育场馆运营行业开始大规模发展，主要通过组织体育赛事、娱乐演出等活动来提高场馆的利用率和收益，并尝试寻找更多的商业机会。

高速发展期 · 1988~2008

在这个阶段，体育场馆运营行业逐渐成型并快速发展。*中国体育事业高潮期，城市体育场馆投资热潮。*各大城市相继建设了可容纳万人以上的大型综合性体育场馆，标志性的有北京工人体育场、广州天河体育中心等。例如，1988年，中国在北京举办了第十三届亚洲运动会，为此兴建了中国首个奥林匹克样板体育场北京工人体育场。这个现代化的大型体育场成为中国体育场馆建设的里程碑，对体育场馆运营行业的发展起到了重要推动作用。同时，体育场馆开始多元化的发展，举办各类大型会议、展览和商业活动，提供场地租赁等服务，为体育场馆带来了更多的收入和利润。体育产业的迅猛增长推动了体育场馆需求的增加，大量的体育场馆建设和运营涌现。

成熟期 · 2008~2019

体育场馆的运营逐渐趋于稳定和成熟。2008年北京成功举办奥运会，国家对体育产业的重视促进了体育场馆。专业化管理团队的引入，使得体育场馆的管理水平得到提升，服务质量得到改善。此时，体育场馆的品牌价值和市场影响力逐渐增强，成为当地乃至国家体育产业的重要组成部分。

震荡期 · 2019~2021

2019年后，体育场馆运营行业才全球经济下行背景下，进入震荡期。中国体育和娱乐场所都需要以不同的方式销售并更有效地运营，以大限度地提高收入和利润。此时，体育场馆运营行业发展不稳定性增强，固定资产大使得运营成本高，居民体育健身消费意愿减小使得体育场馆供应商利润降低。

发展期 · 2021~2023

经过2019-2020年低谷期，中国体育产业再次扬帆起航。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，体育产业规模迈上新台阶。根据国家统计局最新数据，从产业规模来看，2021年中国体育产业总规模（总产出）为31,175亿元，增加值为12,245亿元。与2020年相比，体育产业总产出增长13.9%，增加值增长14.1%。预计2022年，中国体育行业市场规模预计达到31,676亿元。“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”。

[6]

1: <http://www.stats.g...>

2: 国家统计局

[7]

1: <https://www.sport...>

2: 国家体育总局

体育场馆运营产业链分析^[8]

[9]

在体育场馆运营行业的产业链中，上游环节包括场馆建设、场馆设备、场馆系统、体育器械等；中游环节包括场馆经营者、体育赛事管理者、广告赞助、票务销售、设备租赁等，而下游环节则包括体育赛事、文化娱乐活动、媒体传播、门票销售、商品销售等。整体而言，该产业链形成了一个相互依存、相互合作的体系，为体育场馆运营行业的运作提供了支撑。

体育场馆作为体育产业的重要环节，通过合理布局上下游产业链，不仅为体育爱好者提供丰富的体育服务，还促进了体育产业的快速发展。对体育场馆而言，尽可能完善产业链的各个环节，将为其创造更大的商业价值和影响力。场馆地产开发商、建筑工程公司和设计公司是产业链中的主要受益者，其中场馆地产开发商占据最大的份额，并在产业链中起着关键的作用。市场供应和市场需求也是体育场馆运营产业链上游最重要的维度之一。广告赞助和票务销售是中游重要的收入来源，根据运营情况来看，目前中国体育场地由国有组织运营的面积占比最高，当前中国体育馆发展主要面临市场化运作不足、体育场馆利用率较低、体育馆设备老化、经营人才缺乏等核心问题市场化运作不足。目前体育场馆用户从年龄结构来看，最大的体育消费群体是26-35岁的青年人，占比超过40%。2023年后，防疫政策放开，线下健身场馆的各项运营数据指标正在复苏，体育健身休闲活动、线下各类健身场馆数量大幅增加。

产业链上游

生产制造端

体育场馆开发

上游厂商

- 中国建筑第八工程局有限公司西南分公司 >

北京英奥体育场馆工程有限公司 >

山东奥华体育产业有限公司 >

查看全部

产业链上游说明

在体育场馆运营行业的上游环节中，场馆地产开发商和设备供应商是核心参与者，其负责选址、规划、设计和建设，以及提供体育场馆建设所需的各种设备、器材和技术支持。

(1) 体育场地需求呈上涨趋势。根据国家统计局数据，2021年全国体育产业总规模（总产出）为31,175亿元，增加值为12,245亿元。与2020年相比，体育产业总产出增长13.9%，增加值增长14.1%。从结构构成看，体育场地设施建设增加值为236亿元，占体育产业增加值的比重为1.9%。到2021年底，全国共有体育场地397.1万个，体育场地面积达到34.1亿平方米，人均体育场地面积2.41平方米，分别比2013年增长了134.3%、71.2%和65.1%。2022年，预计中国体育行业市场规模预计达到31,676亿元。**(2) 体育场地供应速度快。**根据国家体育总局数据，2021年，全国体育场地数量达397.1万个，体育场地面积达到34.1亿平方米，人均体育场地面积2.41平方米，到2022年，全国体育场地数量达422.68万个，体育场地面积达到37.02亿平方米，人均体育场地面积2.62平方米。

中 产业链中游

品牌端

体育场馆运营

中游厂商

北京华体世纪体育场馆经营管理有限公司 >

北京鸟巢文化创意交流有限责任公司 >

国家体育馆有限责任公司 >

查看全部 v

产业链中游说明

在体育场馆运营行业的中游环节中，场馆经营者、场馆广告赞助商和设备租赁商是核心参与者，场馆经营者负责场馆的日常经营管理，为观众和运动员提供场地租赁、销售门票、餐饮服务、保安服务等。设备租赁涉及提供场馆所需的各种设备和器材，为场馆运营和活动提供必要的支持。广告赞助是一项重要的收入来源，由赞助商提供资金或商品，与体育场馆签订赞助协议，将品牌信息植入到体育赛事中，以达到宣传、推广的目的。主要代表参与企业包括万达体育有限公司、中体产业集团股份有限公司、华体集团有限公司、上海申花（集团）公司等。

(1) 根据运营情况来看，目前中国体育场地由国有组织运营的面积占比最高，达77.3%。2021年国家体育总局印发了《政府委托社会力量运营公共体育场馆示范合同（参考文本）》，围绕市场化委托经营模式，对公共体育场馆的场地使用、商业开发、多元经营等做出示范。该政策的发布将推动公共体育场地实施“所有权与经营权分离”的模式，提升公共体育场馆运营的专业性，更好地服务人民群众的健身需求。

(2) 当前中国体育馆发展主要面临市场化运作不足、体育场馆利用率较低、体育馆设备老化、经营

人才缺乏等核心问题市场化运作不足。从投资主体来看，中国体育场馆以政府投资建设为主，国有和集体主导运营的体育馆占比高达56%。由于政府投资体育馆实行财政拨款制度，导致部分体育馆管理单位运营专业程度不足且缺乏优化动力体育场馆利用率较低。从体育场馆利用率来看，中国约52%的体育馆每周接纳数量少于500人次，导致经营效益不佳。

(3) 广告赞助和票务销售是中游重要的收入来源，由赞助商提供资金或商品，与体育场馆签订赞助协议，将品牌信息植入到体育赛事中，以达到宣传、推广的目的，票务销售则由售票平台或场馆自营的售票系统进行销售和管理。

下 产业链下游

渠道端及终端客户

相关服务提供商、体育赛事组织、商品销售

渠道端

- 北京鸟巢文化传媒有限公司 >
- 北京京演舞美文化有限责任公司 >
- 北京新影联文化传播有限责任公司 >
- 查看全部 v

产业链下游说明

在体育场馆运营行业的下游环节中，体育赛事组织以及商品销售等是核心参与者，赛事组织方通过举办各种类型的比赛和表演来吸引观众，从而获得门票收入、广告赞助。主要代表参与企业包括北京鸟巢文化传媒有限公司、宏程（天津）赛事组织有限公司、上海久事体育赛事运营管理有限公司、北京时博国际体育赛事有限公司、青海体育赛事有限责任公司、厦门文广体育有限公司、华熙国际文化体育赛事有限公司等。

(1) 线下健身场馆的各项运营数据指标正在复苏，体育健身休闲活动、线下各类健身场馆数量大幅增加。根据国家统计局数据，与2020年相比，2021年体育竞赛表演活动增加值增长26.1%，体育健身休闲活动增加值增长21.1%。根据最新发布的《2022年中国健身行业数据报告》显示，2022年，在中国经济2019-2021年下行压力的背景下，全国健身市场规模约2,559亿元，相比2021年2,741亿元下滑了6.64%。进入2023年，全国健身市场终于迎来“回归”。根据报告2023年Q1最新数据统计显示，线下健身场馆的各项运营数据指标正在快速复苏。截至4月30日，线下各类健身场馆数量大幅增加，付费健身会员数量、平均消费支出、活跃度、训练频次等数据也均已逼近2019年同期水平。

(2) 用户画像：80后、90后是健身最大消费群体。目前体育场馆用户从年龄结构来看，最大的体育消费群体是26-35岁的青年人，占比超过40%，其次是36-50岁和19-25岁的群体。更偏爱多元化、高品质、个性化的运动体验。同时，伴随着全民健身政策的深入推进，中老年人群也逐渐成为了体育场馆的重要用户。

[8]	1: http://www.stats.g...	2: 国家统计局
[9]	1: http://www.stats.g...	2: 国家统计局, 国家体育...

体育场馆运营行业规模

体育场馆运营行业规模主要来自于已建体育场馆的日常业务，如休闲健身、文化演艺等，以及大型赛事的举办，如奥运会、亚运会等。此处规模测算根据已建场馆的数量、面积和造价衡量其市场规模。根据国家体育总局发布的数据，中国体育场馆运营行业市场规模从2018年的2,631.32亿元增长至2022年的3,814.19亿元。2020年，中国体育场馆行业市场规模增速略有下降，市场规模增至2,162.39亿元。未来5年，随着人们健康意识的提高和体育产业的不断发展，预计中国体育场馆运营行业市场规模将持续增长。

行业规模不断扩大，整体处于逐步增长的原因如下：（1）**国家政策推动，场馆建设投资推动：**政府对体育场馆建设和发展的政策支持和投资动向也是预测市场规模的重要因素。政府的政策和投资举措通常会促进体育场馆运营行业的发展，并推动市场规模的扩大。2022年10月，为贯彻落实《中共中央办公厅 国务院办公厅关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》，体育总局、文化和旅游部等八部门制定了《户外运动产业发展规划（2022—2025年）》。“十四五”时期是推进体育强国建设的开局时期，也是推动体育产业成为国民经济支柱性产业的关键阶段。为此，场地设施逐渐完善，滑雪场、山地户外营地、航空飞行营地、汽车自驾运动营地、公共船艇码头、攀岩场地以及公园、绿道、健身步道等户外活动场地大幅增长。由国务院发布的《全民健身计划（2021—2025年）》，提出新建或改扩建2,000个以上体育公园、全民健身中心、公共体育场馆等健身场地设施，配建一批群众滑冰场，数字化升级改造1,000个以上公共体育场馆。政府对体育场馆建设和发展的政策支持，以及各级政府的投资举措，是推动行业规模增长的重要因素。政府投资的增加会带动更多的场馆建设和运营项目，从而推动行业规模的扩大。（2）**体育产业发展带动：**随着中国体育产业的快速发展，包括体育赛事、体育健身、娱乐休闲等领域的需求日益增加，这进一步推动了体育场馆运营行业的规模扩大。随着人们对健康生活方式的追求，越来越多的人开始关注体育运动和健身活动。根据中国国家统计局的数据，预计未来几年中国体育人口的增速将保持在5%以上。这将刺激体育场馆的需求，并推动行业市场规模的扩大。人们对体育活动和场馆的需求增加，促使企业加大投资和运营规模。中国体育场馆运营行业的市场规模在近年来呈现出稳步增长的态势，根据中国国家统计局的数据，截至2022年，中国体育场馆总数已超过30万个，而体育场馆的运营市场规模也达到了约3,814.19亿元。（3）**大型赛事举办带动：**中国作为一个体育大国，举办了众多大型国际和中国国内体育赛事，如奥运会、亚运会、世界杯等。这些大型赛事的举办，需要体育场馆作为比赛场地，推动了市场对于体育场馆的需求，从而促进了行业规模的增长。

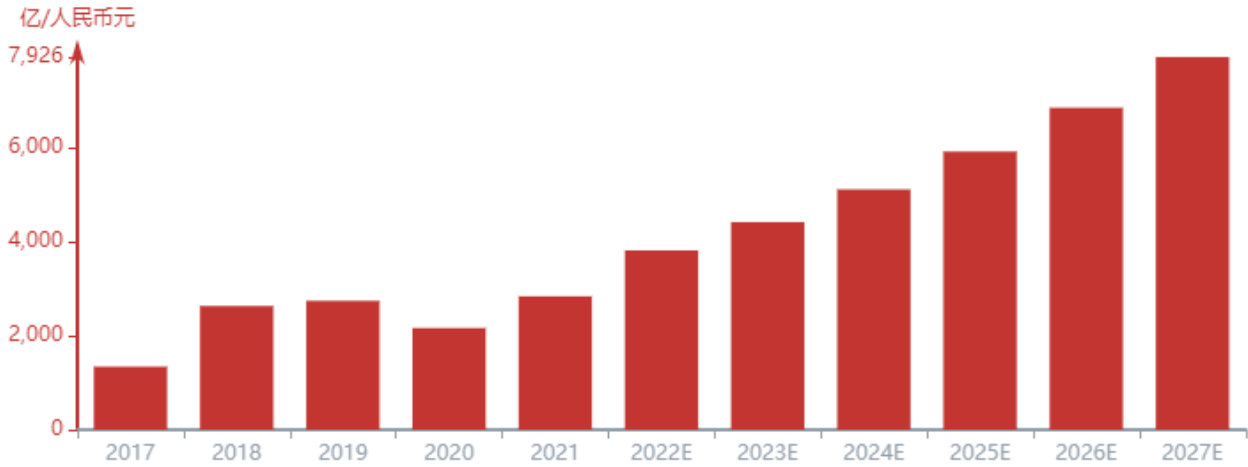
基于当前中国体育场馆运营行业呈现出的上升发展趋势，预计该行业未来具有广阔的市场空间，随着人们对体育和健康意识的增强，以及政府对体育发展的重视，体育场馆运营行业将继续扩大。尤其是国家倡导全民健身和体育强国战略，将进一步推动行业规模的增长，预期中国体育场馆运营行业的市场规模将继续保持稳定的增长态势。然而，尽管行业前景看好，但也需要注意到市场竞争的激烈以及运营成本上涨等潜在挑战。

中国体育场馆运营行业规模

体育场馆运营行业规模



体育场馆运营行业规模



计算规则：中国体育场馆运营行业规模=中国体育产业规模*中国体育场馆运营产业规模占中国体育产业规模比重
数据来源：国家统计局，国家体育总局

体育场馆运营政策梳理^[10]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《冰雪运动发展规划 (2016-2025年) 》	国家体育总局	2016-11-02	9
政策内容	科学规划布局冰雪运动场地。各地要根据人口规模、自然资源、经济社会发展水平，科学规划冰雪运动场地设施。引导社会力量建设冰雪运动场地，提高场地设施质量。建设公共冰雪运动场地设施。合理规划建设公共滑冰馆，结合现有体育场馆设施，建设综合性冰雪运动中心。丰富冰雪运动场地类型。			
政策解读	发展冰雪运动有利于满足群众多样化体育文化需求、推动全民健身和全民健康深度融合，对于建设健康中国和体育强国、促进经济社会发展、实现中华民族伟大复兴的中国梦具有重要意义。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响

	《“十四五”推进农业农村现代化规划》	农业农村部 体育总局 国家乡村振兴局	2022-06-21	8
政策内容	贯彻落实国务院、中共中央办公厅印发的《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》，将农村公共健身设施建设纳入各地健身设施建设补短板五年行动计划、农村基本公共服务提升工程和村级综合服务设施提升工程。			
政策解读	根据各地人口结构、地域特点、运动习惯、实际需求等，因地制宜加快完善农村公共健身设施网络，提高场地设施利用率，注重向160个国家乡村振兴重点帮扶县倾斜。加强乡村综合文化站、村级综合文化中心、文体广场等体育服务功能，加快补齐5000个以上乡镇全民健身场地器材，完善行政村健身设施并逐步向具备条件的自然村延伸。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《户外运动产业发展规划（2022—2025年）》	体育总局 发展改革委 工业和信息化部 自然资源部 住房城乡建设部 文化和旅游部 林草局 国铁集团	2022-11-07	7
政策内容	加强户外运动场地设施建设，形成全域覆盖、配套完善的户外运动场地设施供给格局。加强户外运动场地设施运营管理，提升场地设施运营水平。强化政府要素保障能力，保障企业市场化运营灵活度，提高户外运动营地及配套设施的建设运营效率。			
政策解读	场地设施逐渐完善。滑雪场、山地户外营地、航空飞行营地、汽车自驾运动营地、公共船艇码头、攀岩场地以及公园、绿道、健身步道等户外活动场地大幅增长。			
政策性质	指导性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于构建更高水平的全民健身公共服务体系的意见》	中共中央办公厅	2022-03-23	9
政策内容	构建更高水平的全民健身公共服务体系，是加快体育强国建设的重要基石，是顺应人民对高品质生活期待的内在要求，是推动全体人民共同富裕取得更为明显的实质性进展的重要内容。为贯彻落实党中央、国务院有关决策部署，增强人民体质，提高全民健康水平，现就构建更高水平的全民健身公共服务体系提出如下意见。			
政策解读				

	打造群众身边的体育生态圈，拓展全民健身新空间，完善户外运动配套设施，推进健身设施绿色低碳转型，推动健身场地全面开放共享。
政策性质	指导性政策

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	全民健身计划（2021—2025年）》	国务院	2021-08-03	9
政策内容	盘活城市空闲土地，用好公益性建设用地，支持以租赁方式供地，倡导土地复合利用，充分挖掘存量建设用地潜力，规划建设贴近社区、方便可达的场地设施。新建或改扩建2,000个以上体育公园、全民健身中心、公共体育场馆等健身场地设施，配建一批群众滑冰场，数字化升级改造1,000个以上公共体育场馆。			
政策解读	开展公共体育场馆开放服务提升行动，控制大型场馆数量，建立健全场馆运营管理机制，改造完善场馆硬件设施，做好场馆应急避难功能转换预案，提升场馆使用效益。加强对公共体育场馆开放使用的评估督导，优化场馆免费或低收费开放绩效管理方式，做好在防控常态化条件下学校体育场馆向社会开放工作。			
政策性质	鼓励性政策			

[10]

1: <http://www.bailuz...>

2: <http://www.bailuz...>

3: <http://www.bailuz...>

4: <http://www.bailuz...>

5: <http://www.bailuz...>

6: 白鹿政策官网，国务院

体育场馆运营竞争格局

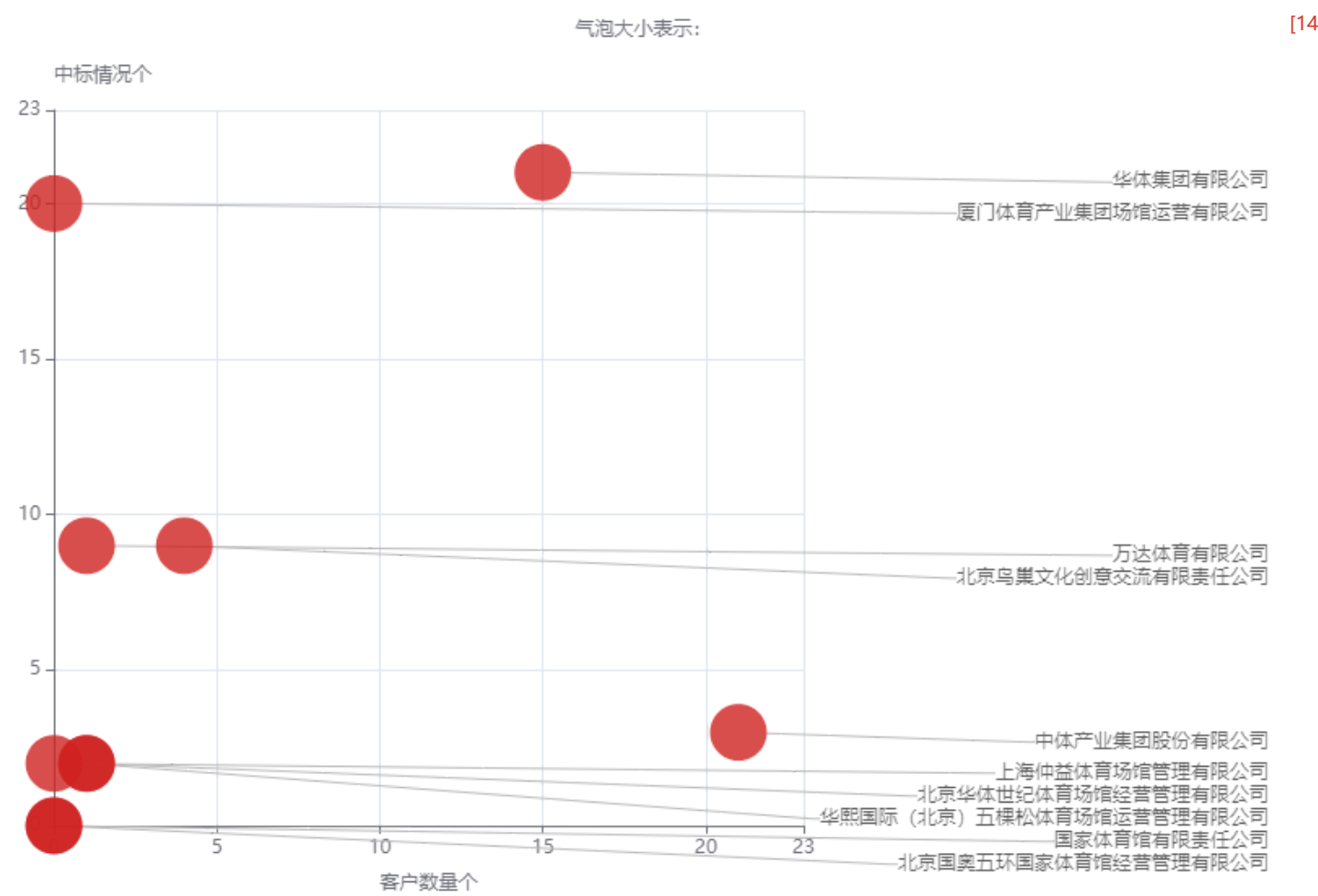
中国体育场馆运营企业多为国央企企业运营，市场化程度较低，因此呈现出与国央企合作关系愈好的经营商其竞争力愈强的情况，故而中国体育场馆运营商的梯队排名如下：（1）**第一梯队**：北京鸟巢文化创意交流有限责任公司、北京华体世纪体育场馆经营管理有限公司等。该梯队运营企业承办过国际性赛事，如北京鸟巢文化创意交流有限公司承办过2022年北京冬奥会和冬残奥会。（2）**第二梯队**：万达体育有限公司、上海仲益体育场馆管理有限公司、华熙国际（北京）五棵松体育场馆运营管理有限公司等。该梯队企业承办过地方性项目，如上海仲益体育场馆管理有限公司承办过2020年上海市第三届市民运动会，华熙国际（北京）五棵松体育场馆运营管理有限公司曾承办了北京三山五园数字文化体验展。（3）**第三梯队**：北京国奥五环国家体育馆经营管理有限公司、国家体育馆有限责任公司等。该梯队企业承包场馆内小型项目，如国家体育馆有限责任公司拟建的国家体育馆训练馆首层功能用房改造。

中国体育场馆运营行业形成上述格局，主要原因如下：（1）**国际赛事推动顶尖企业的诞生**。2008年中国北京奥运会的运营商，国奥控股集团股份有限公司从中脱颖而出，2022年，北京冬奥会由北京鸟巢文化创意交流

有限公司承办，此后大型国际性赛事运营主要由北京鸟巢文化创意交流有限公司、华体集团等几家公司承包。

(2) 全民健身要求下，多数非顶尖运营商承包民众小型项目。现体育场馆运营多数是为民众提供服务，在国家“十四五”规划提倡全民健身后，体育场馆数量逐年增加。2021年，中国田径场地数量达18.92万个，游泳场地达3.25万个，足球场地达12.65万个，篮球场地达105.36万个，乒乓球场地达88.48万个，羽毛球场地达22.59万个。2022年，中国田径场地数量达19.74万个，游泳场地达3.60万个，足球场地达13.59万个，篮球场地达110.28万个，乒乓球场地达93.53万个，羽毛球场地达24.61万个，多数体育馆用于民众日常健身、运动等。

依据当下情况和场馆运营情况来看，未来体育场馆运营商将呈现下述格局特征：**(1) 梯队格局表征更明显。**随着中国体育场馆运营商发展已到成熟期，体育场馆运营商间分化将加剧，承办国际性赛事的企业将长期承包。如2022-2023赛季中国超排球超级联赛的运营商为华体集团。**(2) 民众运动需求成为推动运营商的主要业务。**据国家体育总局数据，2021年，大众对大型体育场馆、体育综合体等专业场馆锻炼选择比例分别为23%和28%，较去年有显著提升，同比分别增长10%、9%，2022年，选择大型体育场馆比例上升至26%，选择体育综合体比例上升至32%。因此，民众对体育场馆需求的增长，将成为未来运营商的主要业务。^[11]



上市公司速览

中体产业集团股份有限公司 (600158)				武汉当代明诚文化体育集团股份有限公司 (600136)	
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)		
95.9亿	2.4亿元	15.41	19.23		

智美体育集团 (01661)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	497.6万	-59.1200	-

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	3.5亿元	-50.15	6.71
力盛云动(上海)体育科技股份有限公司 (002858)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	1.8亿元	135.46	36.15

莱茵达体育发展股份有限公司 (000558)			
总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	1.1亿元	153.79	40.72

- [11] 1: 国家体育总局
- [12] 1: <https://www.wand...> 2: 企查查
- [13] 1: 企查查
- [14] 1: 企查查

体育场馆运营代表企业分析

1 华体集团有限公司

公司信息

企业状态	存续	注册资本	60000万人民币
企业总部	市辖区	行业	批发业
法人	顾灏宁	统一社会信用代码	911100001014895547
企业类型	其他有限责任公司	成立时间	1993-03-01
品牌名称	华体集团有限公司		
经营范围	投资管理；资产管理；企业管理；组织体育文化交流活动；体育场馆管理；健身服务；动漫... 查看更多		

竞争优势

华体集团长期关注于体育产业，紧扣本体，布局产业链核心环节，促进本体产业与其他产业融合发展，探索体育产业化发展领先模式，着力打造系统内的专业国有资本运营平台、国有企业经营管理平台、事业单位转企和国有企业改制的运作平台和国有资产存量整合提升平台，以提高国有资本运营效率为导向，服务国家战略，遵循市场规律，打造市场化运营、专

业化管理的国有资本运营平台，通过股权运作、价值管理、进退流转等方式，促进国有资本合理流动和优化配置，形成适应国有资本运营功能要求的体制机制和运营模式。

竞争优势2

体育设施建设和体育工艺总承包。向客户提供贯穿体育场馆建设全过程的咨询、可行性研究、规划设计、项目管理、场馆智能化、施工、监理、标准化服务等一体化解决方案。以专项总包角色运作过多个国内大型体育建设项目。体育设施中体育工艺专业能力处于国内领先水平。承担了国家体育场（鸟巢）、五棵松体育馆、辽宁盘锦体育中心、河北奥体中心和国家体育总局秦皇岛训练基地等众多大型体育场馆建设体育工艺总承包项目以及南京青奥体育公园、青岛市民健身中心、长沙全民健身中心、江西余干全民健身中心等众多全民健身中心项目的体育专项咨询，体育专项设计和建设工作。

2 万达体育有限公司

公司信息

企业状态	开业	注册资本	100000万人民币
企业总部	广州市	行业	文化艺术业
法人	张霖	统一社会信用代码	91440114MA59B8HR5F
企业类型	其他有限责任公司	成立时间	2015-12-22
品牌名称	万达体育有限公司		
经营范围	广播电视节目制作（具体经营范围以《广播电视节目制作经营许可证》为准）；赛事转播服... 查看更多		

融资信息

IPO上市
1.9亿美元
2019-07-26

债权融资
2.4亿美元
2020-03-18

竞争优势

按照《国务院关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》，到2025年体育产业规模要达到5万亿，行业增速也是GDP的2倍以上，这背后的驱动因素一方面来自政策的支持，另一方面也是市场需求的爆发，目前中国体育人口数量超过5亿人，已处于历史最高位，趋势上每年的体育人口总数都在刷新历史新高，国内人均体育消费支出过去10年间一直以19.24%的复合增速来持续提升。2019年先后有男篮世界杯、第七届世界军人运动会等国际性赛事落地中国，同时2020年有杭州亚运会及2020奥运会，2022年的北京冬奥会也进入关键筹备期，重大赛事及体育产业发展等多重因素都会激发促进中国体育产业规模不断壮大，这样的大背景下也会为体育行业龙头公司带来了极大的发展空间。万达集团官网显示，在万达体育的产业布局中，涉及了中国杯国际足球锦标赛、世界铁人三项赛、环广西公路自行车世界巡回赛、盈方体育传媒、世界铁人公司、马德里竞技足球俱乐部。资料显示，目前，万达体育在全球超过20个国家运营足球、冰雪、自行车、篮球、铁人三项等20多项体育运动。截止2018年末，万达体育共拥有160个版权合作伙伴以及251份版权合同，已在冰

雪、足球运动的赛事转播、营销领域位居世界第一，同时在原有赛事运营的基础上，通过持续外延式并购初步建成了全产业链一体化联动的闭环生态，涵盖了赛事IP、运营、推广、制作和传播业务模式，凭借于此，实际上万达体育已经跻身成为全球领先的体育行业巨擘。

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未详细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。