

中国互联网体育用户洞察报告

2016年

www.iresearch.cn



海量行研报告免费读

5亿体育人口红利
10年政策扶持红利
行业全赛道爆发，快速增长
赛事/健身等核心产业待升级
资本热捧产业创投全面开花
与其他产业交叉衍生空间大

体育蓝海
新十年

互联网+体育
新业态

政策鼓励互联网+体育
互联网助力升温民众体育热情
互联网体育平台用户持续扩增
互联网传媒带动赛事IP深度挖潜
互联网体育垂直市场尚空白待挖掘
赛事IP等产业核心资源抢占布局中

运动参与度上升
观赛用户覆盖率上升
跑步组织/活动参与度上升
新媒体是主流赛事信息传播渠道

网民体育参与
热情高涨

赛事消费热情高
体育学习培训需求高
泛体育娱乐参与积极性高
新媒体是主流观赛和赛后讨论渠道

体育行业分析

1

互联网体育行业分析

2

互联网体育用户研究

3

互联网体育行业热点趋势

4

体育行业分析-市场规模

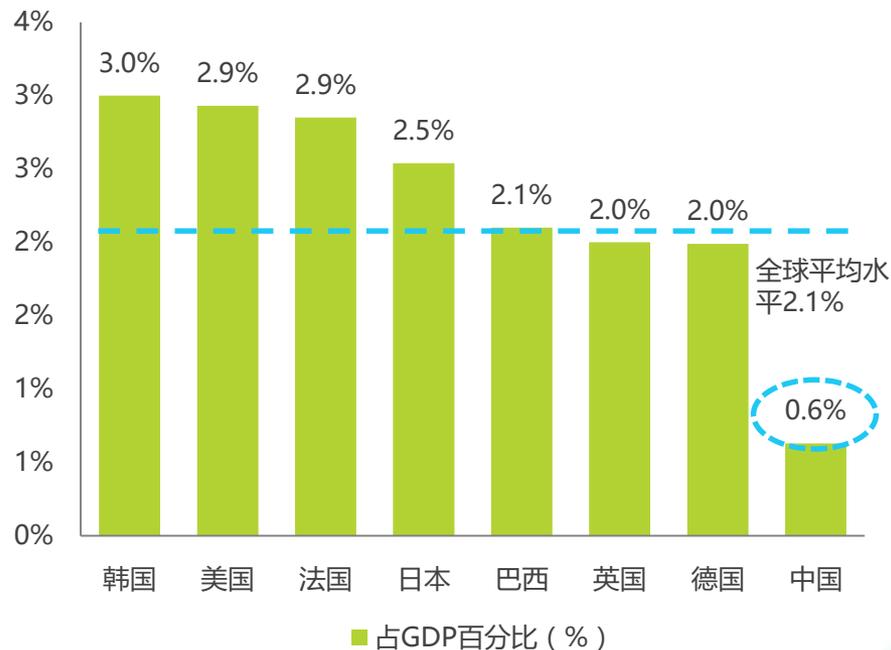
产业体量偏小，GDP贡献占比过低，增势好，可提升空间大

- 2015年，我国体育总产值1.8万亿元，产业增加值占当年GDP比为0.7%，远低于同期美国水平（3%）及全球平均水平（2.1%）。
- 体育产业在欧美日韩等发达国家位列十大支柱产业之一，中国体育产业在国民经济中贡献过低。

2011-2015年中国体育产业年增加值及占GDP比例



2013年各国体育产业年增加值占GDP比例

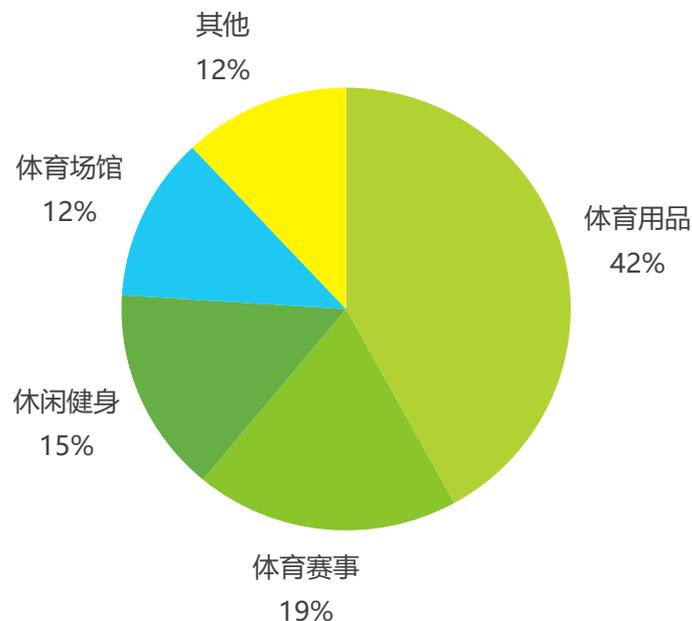


体育行业分析-产业结构

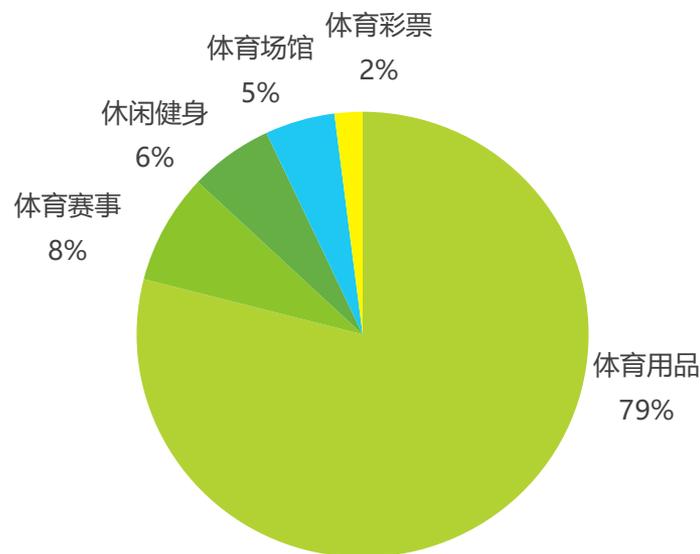
处产业化初期，赛事服务及大众健身服务业可增长空间大

- 我国体育产业结构发展不均衡，赛事服务及健身服务等核心产业的市场化程度过低，仅占体育总产值的21%，远低于美国同期水平（58%）。

2014年美国体育产业结构



2014年中国体育产业结构

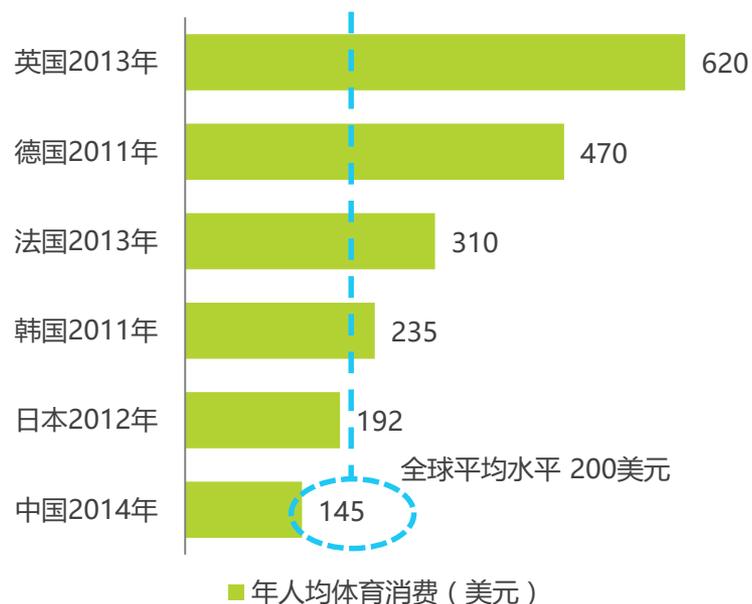


体育行业分析-体育人口及消费

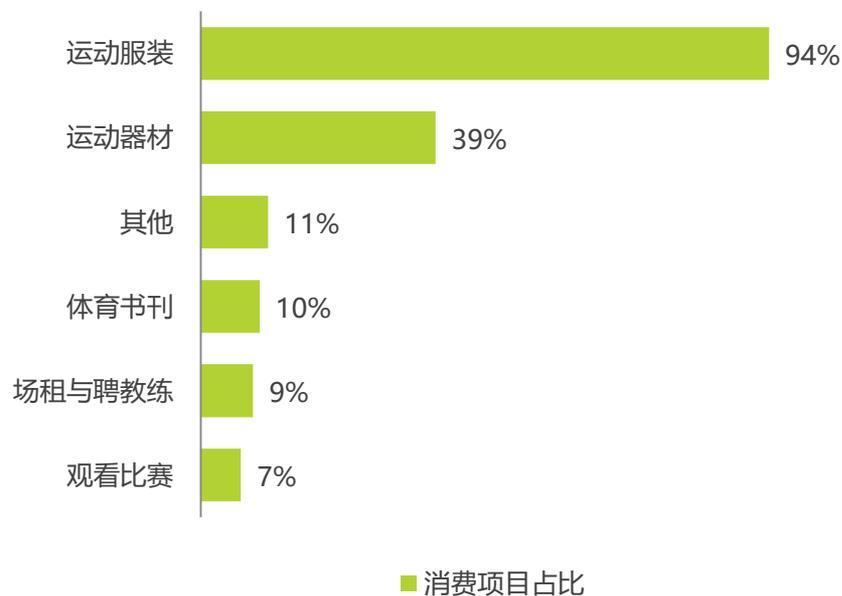
体育人均消费偏低，赛事服务及健身服务消费可提升空间大

- 我国体育人口占比为34%，欧美发达国家约为70%，我国体育人口占比过低。
- 我国年人均体育消费为145美元，全球平均水平在200美元以上，欧美国家普遍达到300美元以上。
- 在20岁及以上人群中，我国仅有40%的人有过体育消费。2014年，我国人均体育消费926元（145美元），且以运动服装、运动器材等实物消费为主，赛事及健身服务消费偏低。

2014年中国与发达国家年人均体育消费水平对比

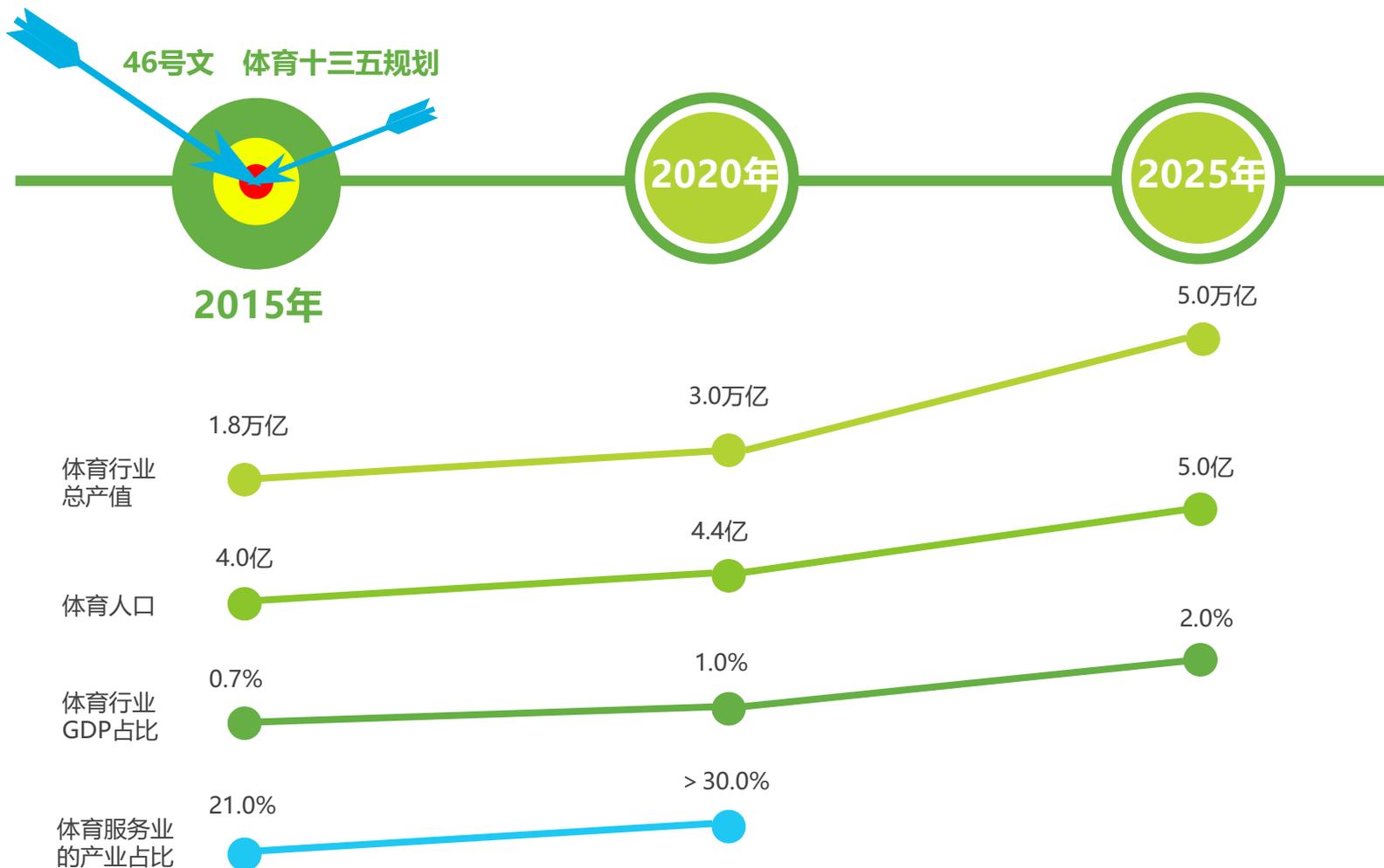


2014年我国20岁及以上人群不同体育消费项目占比



体育行业分析-政策扶持

政策扶持，引爆体育行业全面产业化进程



来源：国家体育总局。

体育行业分析-政策方向

鼓励互联网+，鼓励体育新业态，鼓励赛事和健身服务发展

- 体育新业态：大力培育健身休闲、竞赛表演、场馆服务、中介培训等体育服务业，推动体育和文化/旅游/金融/影视/健康/地产等行业融合发展。



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_21588

