



体育行业冬奥会最全盘点：体育产业专题研究报告：我们的冬奥会 从国产运动品牌到特许经营商品的狂欢



2022年北京冬季奥运会概述：2022年北京冬季奥运会于2022年2月4日在首都北京开幕，将于2022年2月20日闭幕。根据艾媒咨询数据显示，全国有95.4%的网民关注这一体育盛会。在开幕式当天，北京冬奥会开幕式的收视率高居全国第一，其中CCTV1在同时间段的收视率最高，巅峰时刻达到了9.7540%，市占率更是达到了44.3%，体现全民共同关注。北京冬奥会将会在北京赛区，延庆赛区，张家口赛区三个赛区的25个场馆举行比赛。北京冬奥会共设有7个大项，15个分项，109个小项，共会有109枚金牌产生。

北京冬奥会开幕，运动装备品牌曝光增加。安踏体育科技赋能国家队，大力开展冬奥营销。安踏已经连续7届奥运会为中国代表团打造领奖服，并且为北京冬奥会15大赛项的12支中国国家队打造比赛装备，是支持中国国家队比赛装备最多的运动品牌。中国短道速滑混合接力队夺得首金正是身着安踏专门为其打造的服装。同时，安踏大力开展冬奥营销，打造互动数字空间“安踏冰雪灵境”，推出了首个冬奥主题数字藏品。舒华体育当选北京冬奥会和冬残奥会官方健身器材供应商，是行业内唯一一家参与冬奥会的中国健身器材企业，这也是冬奥会历史上第一次选择中国健身器材品牌。舒华体育的品牌价值与产品质量有望得到全面提升。

冬奥会特许权商品火爆，特许生产和销售企业有望受益。开幕式当天2月4日天猫奥林匹克官方旗舰店销售额达到峰值1,160万元，销量为10.67万件商品，后续受缺货影响有所下滑。我们认为特许商品生产商正在加紧

生产及补货，预计 2 月中下旬将有所恢复。奥运特许权商品将随着冬奥会的到来而爆火，将带来数量可观的净利润，特许生产和销售企业有望受益。元隆雅图被奥组委授予 2022 年冬奥会特许零售商和特许生产商资质，公司累计向奥组委提交的自主设计的冬奥纪念品达 600 余款，产品品类非常丰富。目前市场上热销的冬奥特许商品，包括冰墩墩（雪容融）毛绒玩具、造型手办、饰扣、水晶球，以及冰墩墩盲盒、徽章（吉祥物运动造型系列、倒计时系列、民俗系列）、贵金属（开幕式倒计时金银条等）等七大系列均为公司设计、生产并销售的产品。我们认为元隆雅图作为获准生产毛绒和其他材质玩具产品的 3 家公司中唯一的上市公司将受益于冰墩墩毛绒玩具、盲盒等热门产品的热卖，预计会为元隆雅图带来以亿计的销售收入增量，特别提示关注。文投控股具备贵金属、工艺品和陶瓷三大品类的冬奥衍生产品特许生产权，拥有冬奥全品类衍生产品的特许零售权。

中体产业获得北京、天津地区冬奥会和冬残奥会特许产品经营权。

投资建议：冬奥会带动相关产业发展，印证此前我们发布的市场首篇、70 页体育产业深度报告《体育强则中国强》投资逻辑，建议关注国产运动装备标的：安踏体育、李宁、特步国际、361 度、舒华体育、麒盛科技等；冬奥特许经营相关标的：元隆雅图、文投控股、中体产业等；冬奥传播代理相关标的：华扬联众等。

风险因素：热度下降过快、销售不及预期、疫情影响销售、体育产业发展速度不及预期、竞争加剧等风险。

关键词: 健身 疫情

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_37163

