

释放体育消费潜力 助力经济社会发展

——专家谈体育产业高质量发展

■ 新华社记者 高萌 李丽

近日,国务院常务会议就释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见进行研究。会议指出,发展体育产业和体育消费是落实扩大内需战略的重要内容。

专家表示,体育消费作为重要的改善型消费,在落实促消费、扩内需战略中的重要性日益凸显。体育产业正成为国民经济中最具活力的领域之一。落实此次会议精神,必将进一步激发体育消费潜力,让体育产业高质量发展为经济社会发展注入强劲动能。

体育消费潜力巨大

自 2014 年国务院《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》发布以来,我国体育产业整体呈现快速增长态势。“十三五”期间的前四年,体育产业增加值复合年均实际增速达到了 16.5%,展现出惊人的爆发力。

近五年来,体育产业总规模年均增速超 10%。各地各类体育赛事活动遍地开花,城乡居民体育消费需求旺盛,出现了如“村超”“苏超”接续火爆、网球中国季一票难求等新亮点、新现象。

中央财经大学教授王裕雄表示,近年来,众多重要的现象级消费事件都围绕体育消费展开。2024 中央经济工作会议要求积极培育体育赛事等新的消费增长点,2025 政府工作报告提出释放体育消费潜力,此次国务院常务会议研究释放体育消费潜力进一步推进体育产业高质量发展的意见,将进一步提振市场信心,推动体育消费持续高速增长。

2025 年上半年,京东、淘宝、天猫、抖音等四家电商平台体育用品零售额达到 2181.67 亿元,较去年同期的 1856.78 亿元增长 17.5%,远高于 2025 年

上半年全国实物商品网上零售额增速的 6.0%。

“数据表明,体育消费潜力巨大。”王裕雄说:“由于在体育消费中,服务消费占比一直在提升,因此其增速应比体育用品消费更快。”

他认为,可通过供给侧创新持续释放消费潜力。例如,加强传统体育用品制造业领域的转型升级。可扶持一批“专精特新”制造业企业,加强数字技术、人工智能和物联网技术在体育用品中的应用,推动体育用品制造业企业向服务业领域拓展延伸,培育一批面向智能化时代的瞪羚企业和独角兽企业。

赛事溢出效应明显

会议提出丰富体育赛事活动。对此北京师范大学教授王兆红认为,从“村超”出圈到“苏超”火爆,草根体育赛事的活跃是典型案例。

体育赛事活动具有很强的溢出效应和辐射作用。尽管“苏超”本身门票可能只有十块钱,但它能拉动交通、住宿、餐饮等诸多相关消费。同时,“苏超”等广受百姓欢迎的赛事活动具有振奋精神、凝聚人心的作用。

“我们常说,信心比黄金更重要,‘苏超’等赛事与老百姓关联性强,对提升城市的精气神有不可忽视的积极作用。”她说。

王裕雄也表示,体育赛事活动和体育产业除其经济效益外,在乡村振兴、区域发展、提升群众幸福感等方面也凸显了独特的社会效应,而这反过来也会促进居民的消费意愿。

他说:“群众体育以往多被认为是体育事业属性,更多需要花钱。但‘村超’‘苏超’等证明了,群众体育也可以是体育产业的一块富矿。”

两人都谈到,与群众赛事相比,职业体育赛事周期长、球迷群体大,更应发挥头部效应,消费潜力有待进一步挖掘。

王裕雄表示,应加强中超、CBA 等联赛建设,改善俱乐部经营,提升比赛观赏性,并着力打造主场文化,将球队与城市精神和球迷群体有效链接,增强我国职业体育 IP 的吸引力。

培育扩大消费群体

对于激发体育消费需求,拓展体育消费场景,王兆红认为,两者是互相作用的关系。

大众体育意识的增强会产生运动技能培训及产品购买的需求,进而促进体育消费场景的快速拓展并激发需求。

以青少年体育为例,近年来家长观念的改变和青少年体育的蓬勃发展,有效带动了青少年参与体育运动。以青少年为主要消费群体的体育培训业,是目前最为活跃的体育产业赛道之一。

“青少年是现在和未来的体育参与者和消费者。”王兆红说,“青少年体育是释放体育消费潜力的基础引擎。”她认为,通过学校体育、课外培训、青少年赛事活动等多种方式,激发青少年体育兴趣,养成终生运动习惯,不仅本身产生体育消费,更关乎体育产业的未来。

一般而言,孩子从事一两项体育运动,会带动整个家庭的体育消费直线上升。同时青少年对新技术、新产品、新场景的接受度更高,发展青少年体育,不仅能带动家庭体育消费,也有助于激活体育消费细分领域的增长潜力。

反过来,青少年体育消费需求的持续增长,会吸引更多社会力量进入这一领域,在丰富体育场地建设、开发青少年运动课程和创新服务供给等方面积极作为。

业态融合创新场景

随着经济社会发展,电竞、户外、冰雪等新兴的运动项目和消费需求也不断涌现。借助 2022 年北京冬奥会的“冬”风,我国冰雪运动和冰雪经济实现跨越式发展,成为全球最活跃的冰雪消费市场之一。

王兆红介绍,以 2024—2025 冰雪季为例,全国滑雪场累计接待客流量达 2.56 亿人次,同比增长 13.5%。全国滑雪场内消费笔数达 1.96 亿笔,同比增长 72.53%,消费金额达 786.13 亿元,同比增长 12.88%,呈现出巨大增长潜力。冰雪消费市场呈现出消费群体年轻化、消费需求多样化、消费方式智能化的趋势,发展前景广阔。

谈到体育消费场景的创新,王裕雄表示,近来各地重视通过体育赛事助力城市营销,通过“赛事进景区、进街区、进商圈”将“流量变为消费增量”,通过旧厂房改造和建设体育综合体,进一步优化体育设施布局,实现了体育业态与商圈经济、夜经济等城市经济形态的深度融合,未来可进一步推动各地文体旅商的融合发展。

他还提到要大力发展金融服务,这也是各类体育经营主体普遍反映的制约体育产业发展的因素之一。要立足体育产业发展的阶段性特征,创新性运用各类金融工具产品来满足体育产业发展的金融需求。围绕体育消费场景,联合打造一系列“体育+”的主题消费场景、主题营销活动,充分发挥金融促进体育消费的功能。

此外,“粉丝经济”也是促进体育消费的重要板块。王裕雄认为,运动员身上的无形资产分为运动技能和影响力,通过开发无形资产,树立正向、积极、健康的榜样也对激发粉丝群体的体育消费需求有重要意义。

最新发布

流通领域重要生产资料市场价格 8月中旬27涨17降6平

本报讯 中国统计信息服务中心、卓创资讯 8 月 24 日发布数据,据对全国流通领域 9 大类 50 种重要生产资料市场价格的监测显示,2025 年 8 月中旬与 8 月上旬相比,27 种产品价格上涨,17 种下降,6 种持平。

产品名称	单位	本期价格(元)	比上期 价格涨跌(元)	涨跌幅(%)
一、黑色金属				
螺纹钢(Φ20mm,HRB400E)	吨	3261.0	-6.4	-0.2
线材(Φ8—10mm,HPB300)	吨	3405.4	-17.1	-0.5
普通中板(20mm,Q235)	吨	3541.3	19.1	0.5
热轧普通板卷(4.75—11.5mm,Q235)	吨	3482.3	18.0	0.5
无缝钢管(219*6,20#)	吨	4172.5	0.0	0.0
角钢(5#)	吨	3548.5	11.4	0.3
二、有色金属				
电解铜(1#)	吨	79177.5	735.0	0.9
铝锭(A00)	吨	20633.8	55.5	0.3
铝锭(1#)	吨	16696.9	42.7	0.3
锌锭(0#)	吨	22401.3	48.0	0.2
三、化工产品				
硫酸(98%)	吨	718.4	2.1	0.3
烧碱(液碱,32%)	吨	869.7	3.4	0.4
甲醇(优等品)	吨	2266.0	-3.9	-0.2
纯苯(石油系,工业级)	吨	6138.3	58.6	1.0
苯乙烯(一级品)	吨	7285.6	-6.9	-0.1
聚乙烯(LLDPE,熔融指数2薄膜料)	吨	7442.7	25.5	0.3
聚丙烯(拉丝料)	吨	7009.2	-29.7	-0.4
聚氯乙烯(SG5)	吨	4876.5	-45.3	-0.9
顺丁胶(BR9000)	吨	11579.2	212.5	1.9
涤纶长丝(P0Y150/48F)	吨	6762.5	29.2	0.4
四、石油天然气				
液化天然气(LNG)	吨	4042.3	-184.8	-4.4
液化石油气(LPG)	吨	4366.8	-20.8	-0.5
汽油(95#国VI)	吨	8509.5	-68.7	-0.8
汽油(92#国VI)	吨	8236.6	-67.8	-0.8
柴油(0#国VI)	吨	7085.3	-70.2	-1.0
石蜡(58#半)	吨	7672.5	0.0	0.0
五、煤炭				
无烟煤(洗中块)	吨	870.0	13.0	1.5
普通混煤(4500大卡)	吨	564.5	23.5	4.3
山西大混(5000大卡)	吨	629.5	23.5	3.9
山西优混(5500大卡)	吨	695.1	24.9	3.7
大同混煤(5800大卡)	吨	733.4	26.9	3.8
焦煤(主焦煤)	吨	1425.0	0.0	0.0
焦炭(准一级冶金焦)	吨	1377.7	39.6	3.0
六、非金属建材				
普通硅酸盐水泥(P.0 42.5袋装)	吨	348.6	-5.4	-1.5
普通硅酸盐水泥(P.0 42.5散装)	吨	272.4	2.6	1.0
浮法平板玻璃(4.8/5mm)	吨	1216.2	-55.3	-4.3
七、农产品(主要用于加工)				
稻米(粳稻)	吨	4037.0	0.0	0.0
小麦(国标三等)	吨	2425.6	1.3	0.1
玉米(黄玉米二等)	吨	2317.7	-10.3	-0.4
棉花(皮棉,白棉三级)	吨	14614.4	225.9	1.6
生猪(外三元)	千克	13.8	-0.1	-0.7
大豆(黄豆)	吨	4443.1	52.9	1.2
豆粕(粗蛋白含量≥43%)	吨	3049.3	76.9	2.6
花生(油料花生米)	吨	7566.7	0.0	0.0
八、农业生产资料				
尿素(中小颗粒)	吨	1766.2	-22.7	-1.3
复合肥(硫酸钾复合肥,氮磷钾含量45%)	吨	3180.0	0.0	0.0
农药(草甘膦,95%原药)	吨	26975.0	266.7	1.0
九、林产品				
天然橡胶(标准胶 SRF)	吨	14662.5	333.3	2.3
纸浆(进口针叶浆)	吨	5767.9	-4.6	-0.1
瓦楞纸(AA级120g)	吨	2640.7	82.5	3.2

注:上期为 2025 年 8 月上旬。

局队在线

安徽局 着力推进统计方法制度改革

本报讯 2025 年安徽省统计设计管理工作会议日前召开,传达学习全国统计设计管理工作会议和全国企业电子统计台账建设工作推进会议要求,布置 2025 年重点工作任务。

会议指出,要以提高数据质量为中心,扎实推进企业电子统计台账建设,持续夯实统计基层基础,稳步推进以经营主体活动发生地统计为主的统计制度方法改革,加强统计全流程质量管理,强化对部门统计工作的监督管理,全面提升统计设计管理能力和服务水平。

会议强调,下一步要在三方面加大力度:一是加快推行企业电子统计台账建设,积极推进经营主体活动发生地统计改革;二是持续加强基层基础建设,常态化开展“统计服务千企”活动,进一步夯实数据质量。

会议还围绕统计基层基础建设年、巩固年、提升年活动“回头看”,分类推行企业电子统计台账、经营主体活动发生地统计改革等开展了专题培训。合肥市、阜阳市、铜陵市、黄山市及灵璧县、五河县、繁昌区分别作了经验交流发言。

范光剑

黑龙江总队 布置工业价格调查基期轮换工作

本报讯 近日,国家统计局黑龙江调查总队举办全省工业生产者价格调查基期轮换工作布置暨业务培训班,传达学习全国价格调查基期轮换视频轮训班要求,研究部署下阶段重点工作。

培训班强调,基期轮换工作是价格统计调查的基石,关系到未来五年工业生产者价格调查数据质量和工作水平,要以钉钉子精神和对未来负责的态度,做好基期轮换工作。要锚定目标任务,扎实有效推进基数专项调查工作。全系统务必高度重视,严格执行方案,把准工作方向,压实工作责任,强化队伍建设,做好统筹协调,畅通工作流程,科学严谨有序推进。要多措并举,协力推动工业生产者价格调查工作提质增效,准确认识物价调查面临的新形势,认清调查工作中存在的现实短板,加强学习,规范数据采集与审核,做好调查监测、预警预判、分析研究、数据解读等各项工作,为经济社会发展提供优质统计服务。

本次培训重点讲解了新修改统计法,并进行了案例剖析,对工业生产者价格调查基期轮换工作作了阶段性总结,围绕基数专项调查开展培训。部分市队作了经验分享,各市区分管领导进行了交流座谈。**秦冬雪**

“沙漠黄金” 铺就致富路

新疆福海县目前骆驼存栏超 3.64 万峰,通过发展驼乳、驼绒等加工产业,产品畅销国内外。标准化养殖基地让骆驼由“沙漠之舟”变身“沙漠黄金”,持续带动群众增收致富。

中新社供图



活力中国调研行

奔赴山海之约 福建乡村旅游焕新生

■ 新华社记者
周义 董建国 王雨萧

暑期以来,福建各地乡村旅游持续“升温”,越来越多的游客选择在乡村度过悠闲惬意的假日时光。近期,记者随“活力中国调研行”主题采访团探访福建特色渔村、传统古村落,看福建如何将文旅游资源深度融入乡村振兴实践。

位于宁德市霞浦县的三沙镇东壁村,游人如织。登高远眺,只见青山环抱、碧海连天,渔舟唱晚,诗意盎然。一侧是依山而建的民宿群落,另一侧是唯美的海岸线与落日余晖。

“以前我们家靠出海捕鱼为生,如今东壁村‘火’了,我兼职做起了‘渔模’,配合摄影师记录耕海画面。”东壁村村民杨雪香说,她还经营着一家民宿,年收入超过 20 万元。

海景民宿与滩涂摄影是东壁村旅游的两大亮点。在摄影师的镜头下,弧

形泳池、落地玻璃窗与无垠的大海相映成趣,建筑与自然融为一体,构成一幅幅美丽的风光照。

“2024 年,东壁村接待游客约 240 万人次。渔民们通过开民宿、大排档等多种方式实现了增收。”三沙镇党委书记黄柯锦说。

坐落于闽东群山之间的畲族村落,同样焕发着独特魅力。徜徉于宁德市八都镇猴盾村,原生态的畲歌婉转悠扬,古民居、酒坊、茶庄等吸引众多游客驻足。猴盾村党支部书记雷美凤说,去年,村里接待游客 8 万多人次,旅游收入突破 1000 万元。

在泉州晋江传统村落中,梧林传统村落享有盛誉,不仅是网友们频频推荐的“打卡地”,也是融合新式体验最丰富的地方之一。

走进梧林村,仿佛置身一座“华侨建筑博物馆”——哥特式洋楼、中西合璧的番仔楼、闽南红砖厝……它们造型

不一、风格迥异。晋江市梧林青普文旅运营管理有限公司副总经理李倩云告诉记者:“像这样的古建筑,村里共有 132 栋。”

在梧林村,青石板路上游人如织,游客们以建筑群为背景,身着南洋“娘惹”服饰,手持油纸伞前来“打卡”。据统计,2024 年,梧林村吸引海内外游客近 200 万人次。

数年前,这里还是另一番景象:荒草丛生,建筑老旧破败,有不少“残垣断壁”。2017 年起,晋江市对梧林村进行整体规划及保护性开发,梳理特色建筑群,引入多元文化业态,让古老村落重焕新生。

“家乡变得越来越好,有近 30 位青年和我一样返乡创业,形成了主题博物馆、剧本杀等富有特色的游玩项目。”返乡创业青年蔡灿艺 2020 年在村里开了一家咖啡馆,每当谈起梧林的变化都感慨万千。