

“31号文”里的体育东风

本报记者 柯国笠 董严军

国务院办公厅近日印发的《关于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》(国办发〔2025〕31号)引发行业热议。这份被称为“31号文”的政策文件,从水域开放、赛事审批、户外运动等六大领域释放政策红利,预计到2030年将带动体育产业规模突破10万亿元。政策文件发布当日,A股“体育概念”板块逆势上涨1.2%,次日更跳涨2%,成为资本市场中的亮点。这一强烈反应,折射出市场对体育产业新一轮发展的期待。和十年前的“46号文”一样,新政策的发布为国产运动品牌带来了前所未有的发展机遇。从多品牌战略到科技研发,从户外运动到数字化转型,一条高质量增长的道路正在铺开。

政策红利与市场新局

福建省体育产业研究院负责人任慧涛认为,“31号文”是在2014年“46号文”基础上对中国体育产业的又一次战略升级。

回望2014年,国务院46号文件《关于加快发展体育产业促进体育消费的若干意见》首次将体育产业上升为国家战略,提出到2025年体育产业总规模超过5万亿元的目标。

11年间,中国体育产业实现了跨越式发展:产业规模从1.35万亿元增长至2024年的4.8万亿元,年均增速达10.3%;产业增加值占GDP比重从0.64%提升至1.15%。体育消费已成为拉动经济增长的重要引擎,全民健身理念深入人心。

尽管在整体体量上实现了翻番,但在发展质量上,国内体育产业整体与欧美发达国家相比,仍存在总量不足、结构不优、主体不强等问题。人均体育消费仅为美国的1/9、德国的1/5,高端装备与核心技术仍依赖进口。

此次发布的“31号文”明确提出,到2030年要“培育一批具有世界影响力的体育企业和体育赛事,体育产业发展水平大幅跃升,总规模超过7万亿元”。按照规划进度,未来5年,国内体育产业整体增速将达到10%左右。

任慧涛表示,因此,“31号文”不是简单的政策延续,而是在新形势下对体育产业高质量发展的系统性设计。这种转变有着深刻的时代背景。一方面,随着居民收入水平提高和消费升级,体育消费呈现多元化、品质化趋势;另一方面,在构建新发展格局的背景下,体育产业作为绿色产业、幸福产业,对促进消费、扩大就业具有独特作用。

“31号文”正是顺应这一趋势,着力破解“供给什么?如何供给?需求在哪?如何激发?”四大命题。

清华大学体育产业研究中心主任王雪莉表示,与“46号文”相比,“31号文”在政策思路上有三个显著转变:从规模扩张转向质量提升,从政府主导转向市场驱动,从单一业态转向融合发展。

资本市场对“31号文”的积极反应,反映了投资者对体育产业前景的看好。中金公司研究报告显示,政策发布后一周内,体育产业相关上市公司平均涨幅达8.7%,其中体育用品、赛事运营、体育场馆等细分领域表现尤为突出。其中,安踏体育股价创历史新高,市值突破3000亿港元;中体产业连续三日涨停。

市场反应表明,投资者认可“31号文”的政策含金量。中信证券首席策略分析师张群表示,“与‘46号文’发布时相比,当前体育产业的基础更扎实、商业模式更成熟、市场预期更理性,政策红利有望更快转化为企业效益。”



催生新兴体育

值得注意的是,“31号文”的出台正值中国经济发展模式转型的关键时期。在国家大力促进消费的背景下,体育产业作为新兴消费领域,具有产业链长、带动性强、绿色低碳等特点,有望成为经济增长的新动能。从这个意义上说,“31号文”不仅是体育产业的政策文件,更是国家促进消费、推动高质量发展的重要举措。

当下,国内体育产业品牌的发展有什么样的基础?最新数据表明,国产运动品牌在主要的市场上,也进入了向存量要质量的发展关键期,而在更为广大的下沉市场上,仍然存在较强的消费潜力。

2025年上半年,国内运动品牌市场竞争激烈,安踏、李宁、特步和361度四大品牌业绩表现各异,从半年报营收整体来看,仍然保持了较高的增长速度,市场集中度进一步提高。

其中,安踏集团持续领跑行业,在高基数的基础上,仍然取得两位数的高增长。其凭借“大众+高端+专业”的全价格带策略,同时对多种类型的新兴运动实现了产品和品牌覆盖。

对国产品牌而言,更加关注产品和市场。

“31号文”也在扩大体育产品供给方面提出了六大重点领域,每个领域都蕴含着巨大的市场机遇和发展潜力。这些政策红利的释放,将重塑体育产业生态,催生新的增长点。

值得一提的是,“31号文”明确提出“有序开放自然水域”,这一政策突破有望催动更多水上运动消费。中国水上运动协会秘书长张伟表示:“长期以来,我国自然水域的商业开发面临复杂的审批流程。政策松绑后,预计将催生超千亿规模的水上运动市场。”前瞻性企业已开

始布局水上运动产业。专业机构预测,未来三年桨板、皮划艇、帆船等水上运动装备市场将保持25%以上的年均增速。

不只是水域运动,户外运动大类有望走向万亿。在国家公园战略背景下,“31号文”为户外运动产业注入强劲动力。我国已设立五大国家公园和44个候选区,总面积达110万平方公里。这为徒步、露营、攀岩等户外运动提供了广阔空间,预计到2027年市场规模将突破万亿元。此外,“31号文”再次对冰雪产业发展予以强调。2024—2025雪季,中国滑雪人次已达2605万,冰雪产业规模接近万亿元。

作为近年来体育产业增长最快的板块之一,数据显示,2025年上半年,户外装备企业融资额同比增长200%,其中专业装备和智能穿戴设备最受青睐。



加速迈向新竞争格局

“31号文”的发布,为安踏、李宁等本土体育品牌提供了转型升级的战略机遇。

体育品牌企业如何把握政策红利,实现跨越式发展?“31号文”提出“推动体育用品升级”,与本土品牌战略高度契合。

安踏集团财报显示,其研发投入占比已提升至3.5%,累计拥有1400多项专利。2025年上半年,中国运动品牌海外营收平均增长达65%,科技含量成为核心竞争力。

从材料研发到智能制造,中国体育用品企业正实现从跟跑到领跑的转变。

“31号文”明确提出要“培育一批具有世界影响力的体育企业和体育赛事”,这将为国产运动品牌的国际化发展提供政策支持。

国产运动品牌也面临着诸多挑战和机遇。数据显示,2023年行业有效专利转化率不足5%,高新技术产品产值占比仅12%,冰雪、水上等高端器材核心部件仍有80%依赖进口。

此外,从区域来看,体育产业发展不平衡问题突出。2023年长三角、粤港澳大湾区体育产业增加值合计占全国47.8%,而贵州、甘肃、吉林三省总量占比不足4%。乡村人均体育场地面积2.12平方米,仅为城市(3.32平方米)的64%,且乡村居民人均体育消费1420元,不足城市居民的40%。

发展的不平衡和高质量需求,也暗含着增长的持续空间。

2025年三季度,体育相关投融资额环比增长80%,其中体育科技领域占比达45%。对此,业内人士认为,资本市场看好体育产业的原因有三:一是政策支持力度大,二是消费升级趋势明确,三是商业模式逐步成熟。

正如11年前的“46号文”催生了中国体育产业的黄金十年,“31号文”也必将开启高质量发展的新篇章。在这波政策红利释放之际,本土品牌需要抓住机遇,在科技创新、品牌建设、国际化发展等方面实现突破。

国产运动品牌的未来,不仅在于规模扩张,更在于质量提升和价值创造。在“31号文”的政策东风下,安踏、李宁、特步、361°等品牌正在迎来前所未有的发展机遇。

图说 我们的价值观

富强 民主 文明 和谐
自由 平等 公正 法治
爱国 敬业 诚信 友善



圆梦路上
自奋蹄

