

2026-2031年中国赛事旅游行业深度调研及投资前景预测研究报告

报告简介

赛事旅游是以各类体育赛事、文体竞技活动为核心吸引物，将观赛、参赛、赛事体验与目的地观光、休闲、文化消费相结合的文旅融合业态，属于体育产业与旅游产业交叉形成的细分行业。赛事旅游涵盖赛事策划运营、客源组织、目的地接待、衍生消费、赛事IP开发等业务环节，参与者包含观赛游客、参赛选手、赛事工作人员等群体，依托赛事活动带动目的地交通、住宿、餐饮、文创等相关产业联动发展，是推动文旅消费升级、激活地方经济活力的重要载体。

当前国内赛事旅游行业正处在业态复苏、模式创新与规范化发展并行的阶段。各地依托自身资源禀赋，培育不同类型的赛事IP，从大众休闲赛事到专业竞技赛事多元布局，市场主体逐步形成赛事运营、文旅开发、目的地营销多方协同的合作模式。行业竞争不再单纯依靠赛事举办数量，更多转向赛事IP价值塑造、沉浸式体验打造、跨业态资源整合以及长效运营能力的比拼，不同区域依托自身区位、文化特色形成差异化的赛事旅游发展路径。未来，中国赛事旅游行业将朝着大众化、场景融合化、IP长效化方向演进。赛事类型进一步兼顾专业竞技与群众参与，打破单纯观赛的单一模式，拓展研学、户外体验、文化展演等复合内容；数字化手段将更多应用于赛事宣传、游客服务与体验升级，赛事与城市文化、乡村文旅、户外休闲等场景深度融合，推动短期赛事流量转化为目的地长期品牌价值。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、51行业报告网、全国及海外相关报刊杂志的基础信息以及赛事旅游行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国赛事旅游行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外赛事旅游行业的发展现状、如何面对行业的发展挑战、行业的发展建议、行业竞争力，以及行业的投资分析和趋势预测等等。报告还综合了赛事旅游行业的整体发展动态，对行业在产品方面提供了参考建议和具体解决办法。报告对于赛事旅游产品生产企业、经

销商、行业管理部门以及拟进入该行业的投资者具有重要的参考价值，对于研究我国赛事旅游行业发展规律、提高企业的运营效率、促进企业的发展壮大有学术和实践的双重意义。

本报告也可以用于专精特新“小巨人”申请申报。

报告目录

第一章 行业概述与研究框架

第一节 赛事旅游行业界定

一、行业定义

二、行业边界划分

三、行业特征

第二节 研究范围与研究对象

一、研究时间范围

二、研究地域范围

三、研究对象界定

第三节 研究方法与数据体系

一、调研方法说明

二、数据测算模型

三、报告假设与局限性说明

第二章 赛事旅游产业链结构分析

第一节 产业链整体图谱

一、上游环节构成

二、中游环节构成

三、下游环节构成

第二节 上游供给端分析

一、赛事ip供给主体

二、场地与配套设施供给

三、基础服务资源供给

第三节 中游运营端分析

一、赛事组织运营主体

二、赛事旅游产品服务商

三、渠道分销服务商

第四节 下游需求端分析

一、消费群体分类

二、客户消费行为特征

三、下游价值传导机制

第三章 2024-2026年中国赛事旅游行业发展现状

第一节 行业发展历程

一、行业萌芽阶段

二、行业快速成长阶段

三、行业提质升级阶段

第二节 行业市场规模现状

一、行业整体营收规模

二、行业游客规模

三、人均消费水平

第三节 行业供给现状

一、国内赛事供给数量结构

二、赛事旅游产品供给结构

三、行业从业主体规模结构

第四节 行业需求现状

一、国内观赛旅游需求规模

二、出境观赛旅游需求规模

三、需求人群画像特征

第四章 赛事旅游行业市场驱动与制约因素分析

第一节 行业驱动因素

一、居民休闲消费能力提升

二、大众观赛参与意识增强

三、文体旅业态融合发展

第二节 行业制约因素

一、优质赛事ip供给不足

二、产品标准化程度偏低

三、综合配套服务能力有限

第三节 行业发展机遇

一、沉浸式体验消费兴起

二、跨区域文体联动增多

三、数字化服务工具普及

第四节 行业潜在风险

一、客流波动风险

二、项目运营风险

三、消费预期变化风险

第五章 赛事旅游细分市场分析

第一节 按赛事类型划分细分市场

一、路跑类赛事旅游市场

二、球类赛事旅游市场

三、户外极限赛事旅游市场

四、电竞赛事旅游市场

第二节 按出行属性划分细分市场

一、国内赛事旅游市场

二、跨境观赛旅游市场

三、周末短途赛事旅游市场

第三节 按消费模式划分细分市场

一、自助观赛旅游市场

二、打包套餐赛事旅游市场

三、定制化赛事旅游市场

第四节 各细分市场对比与吸引力评估

一、市场规模对比

二、增长潜力对比

三、盈利空间对比

第六章 中国赛事旅游区域市场格局分析

第一节 区域市场整体分布特征

一、区域市场规模分布

二、赛事资源空间分布

三、消费人群空间分布

第二节 华东地区赛事旅游市场分析

一、市场规模与增长

二、赛事资源禀赋

三、市场供需特点

第三节 华南地区赛事旅游市场分析

一、市场规模与增长

二、赛事资源禀赋

三、市场供需特点

第四节 华北地区赛事旅游市场分析

一、市场规模与增长

二、赛事资源禀赋

三、市场供需特点

第五节 中西部地区赛事旅游市场分析

一、市场规模与增长

二、赛事资源禀赋

三、市场供需特点

第七章 赛事旅游消费者调研分析

第一节 消费者人口统计特征

一、年龄结构分布

二、收入水平分布

三、职业结构分布

第二节 消费者行为习惯调研

一、信息获取渠道偏好

二、预订渠道选择习惯

三、出行时间选择特征

第三节 消费者产品偏好调研

一、观赛配套产品偏好

二、消费预算区间分布

三、满意度影响因子

第四节 消费者需求演变趋势

一、体验化需求提升

二、个性化需求增加

三、品质化需求凸显

第八章 赛事旅游渠道体系分析

第一节 赛事旅游渠道分类

一、官方直营渠道

二、线上ota渠道

三、线下旅行社渠道

四、社群私域渠道

第二节 各渠道运营模式对比

一、渠道盈利模式

二、渠道覆盖客群

三、渠道交付能力

第三节 渠道发展现状

一、各渠道市场份额

二、渠道运营痛点

三、渠道之间竞争关系

第四节 渠道未来演变方向

一、线上线下渠道融合

二、渠道精细化运营

三、渠道价值延伸

第九章 赛事旅游行业竞争格局分析

第一节 行业竞争结构(波特五力)

一、供应商议价能力

二、购买者议价能力

三、行业新进入者威胁

四、替代品威胁

五、行业内部竞争强度

第二节 行业竞争梯队划分

一、第一梯队企业特征

二、第二梯队企业特征

三、第三梯队企业特征

第三节 行业竞争维度分析

一、赛事ip资源竞争

二、产品服务能力竞争

三、客户运营能力竞争

第四节 行业竞争焦点变化趋势

一、从资源争夺转向运营能力竞争

二、从单品销售转向综合体验竞争

第十章 赛事旅游重点企业分析

第一节 中青旅控股股份有限公司

一、企业概况

二、赛事旅游相关业务与产品

三、企业竞争优势

四、企业业务发展动态

第二节 凯撒同盛发展股份有限公司

一、企业概况

二、赛事旅游相关业务与产品

三、企业竞争优势

四、企业业务发展动态

第三节 众信旅游集团股份有限公司

一、企业概况

二、赛事旅游相关业务与产品

三、企业竞争优势

四、企业业务发展动态

第四节 中体产业集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、赛事旅游相关业务与产品
- 三、企业竞争优势
- 四、企业业务发展动态

第五节 行知探索文化发展集团股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、赛事旅游相关业务与产品
- 三、企业竞争优势
- 四、企业业务发展动态

第六节 华侨城集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、赛事旅游相关业务与产品
- 三、企业竞争优势
- 四、企业业务发展动态

第七节 首旅集团

- 一、企业概况
- 二、赛事旅游相关业务与产品
- 三、企业竞争优势
- 四、企业业务发展动态

第八节 岭南控股广之旅国际旅行社股份有限公司

- 一、企业概况

二、赛事旅游相关业务与产品

三、企业竞争优势

四、企业业务发展动态

第九节 山东文旅集团有限公司

一、企业概况

二、赛事旅游相关业务与产品

三、企业竞争优势

四、企业业务发展动态

第十节 携程集团

一、企业概况

二、赛事旅游相关业务与产品

三、企业竞争优势

四、企业业务发展动态

第十一章 赛事旅游产品与服务模式分析

第一节 主流赛事旅游产品类型

一、基础观赛套餐产品

二、赛事+目的地体验产品

三、高端定制赛事旅游产品

第二节 产品开发流程分析

一、赛事资源对接环节

二、线路产品设计环节

三、产品落地交付环节

第三节 行业盈利模式分析

一、产品差价盈利模式

二、增值服务盈利模式

三、ip联合运营盈利模式

第四节 产品迭代与创新方向

一、数字化产品创新

二、沉浸式产品创新

三、轻量化短途产品创新

第十二章 赛事旅游数字化应用分析

第一节 数字化在赛事旅游全链路应用场景

一、用户获客数字化

二、产品预订数字化

三、现场服务数字化

四、用户运营数字化

第二节 数字化工具应用现状

一、票务与出行管理系统

二、用户画像与营销系统

三、现场导览与体验系统

第三节 数字化转型成效评估

一、运营效率提升效果

二、客户转化提升效果

三、成本控制效果

第四节 数字化转型瓶颈与突破方向

一、行业数字化现存短板

二、未来数字化升级路径

第十三章 2026-2031年中国赛事旅游行业市场预测

第一节 行业整体市场规模预测

一、2026-2031年行业营收规模预测

二、2026-2031年行业游客总量预测

三、行业年均复合增长率测算

第二节 细分市场规模预测

一、国内赛事旅游细分市场预测

二、跨境观赛旅游细分市场预测

三、各赛事类型细分市场预测

第三节 区域市场发展预测

一、华东区域市场预测

二、华南区域市场预测

三、华北及中西部区域市场预测

第四节 行业供需格局预测

一、供给端发展预判

二、需求端发展预判

三、供需平衡变化趋势

第十四章 赛事旅游行业投资价值评估

第一节 行业投资吸引力评价体系

一、市场增长潜力指标

二、盈利空间指标

三、行业壁垒指标

第二节 细分赛道投资价值对比

一、ip运营赛道投资价值

二、产品服务商赛道投资价值

三、渠道服务商赛道投资价值

第三节 行业投资回报周期分析

一、轻资产项目回报周期

二、中资产项目回报周期

三、重资产配套项目回报周期

第四节 行业投资机会挖掘

一、存量赛事产品升级机会

二、新兴小众赛事开发机会

三、目的地赛事综合体机会

第十五章 赛事旅游行业投资风险预警

第一节 市场需求波动风险

一、需求收缩诱因分析

二、风险影响程度评估

三、风险对冲措施

第二节 项目运营管理风险

一、现场服务风险

二、供应链履约风险

三、成本管控风险

第三节 商业合作风险

一、赛事ip合作履约风险

二、渠道合作分成风险

三、合作主体变更风险

第四节 投资风险综合评价与应对策略

一、风险矩阵综合评估

二、项目风控体系搭建建议

第十六章 2026-2031年行业发展趋势预判

第一节 市场发展趋势

一、赛事旅游大众化持续推进

二、产品从标准化向差异化转型

三、短途赛事旅游持续扩容

第二节 业态融合趋势

一、赛事旅游与目的地文旅深度融合

二、赛事旅游与数字体验业态融合

三、赛事旅游与康养研学业态融合

第三节 竞争格局演变趋势

一、头部企业资源整合加速

二、垂直细分专业服务商崛起

三、跨界主体持续进入市场

第四节 商业模式创新趋势

- 一、会员制长期运营模式兴起
- 二、赛事ip共建共享模式普及
- 三、轻量化联营模式发展

第十七章 行业发展战略与投资建议

第一节 企业发展战略建议

- 一、赛事ip资源布局战略
- 二、产品体系建设战略
- 三、客户运营体系建设战略

第二节 项目投资策略建议

- 一、赛道选择策略
- 二、项目选址策略
- 三、合作主体选择策略

第三节 运营管理优化建议

- 一、供应链体系优化
- 二、服务质量管控体系搭建
- 三、数字化运营落地建议

第四节 退出路径规划建议

- 一、项目股权退出路径
- 二、资产转让退出路径
- 三、业务并购退出路径

图表目录

图表：赛事旅游产业链结构

图表：2024-2026年中国赛事旅游行业市场规模变化趋势

图表：2024-2026年中国赛事旅游出行游客总量变化

图表：2026年赛事旅游细分市场占比结构

图表：2026年中国赛事旅游区域市场规模分布

图表：赛事旅游消费者年龄结构分布

图表：赛事旅游消费者预订渠道偏好分布

图表：赛事旅游行业竞争梯队示意图

图表：2026-2031年中国赛事旅游市场营收规模预测趋势

图表：2026-2031年中国赛事旅游游客总量预测趋势

图表：赛事旅游行业波特五力竞争模型

图表：2024-2026年赛事旅游行业细分市场规模及增速对比

图表：2026年国内各区域赛事旅游市场指标对比

图表：赛事旅游消费者调研数据汇总

图表：赛事旅游各渠道运营模式与盈利指标对比

图表：十大重点赛事旅游企业业务指标对比

图表：赛事旅游细分赛道投资吸引力评分

图表：赛事旅游项目投资回报测算参考

图表：2026-2031年赛事旅游细分市场规模预测

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：4069889

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20260927/4069889.shtml>

在线订购：[点击这里](#)