

2026-2031年中国健身赛事行业市场深度调研及发展前景预测研究报告

报告简介

健身赛事是以健美、体能、力量、功能性训练、团体健身展示等项目为核心，面向专业选手、健身从业者以及普通健身爱好者开展的竞技、展示与交流类赛事活动，属于体育竞赛表演产业下的细分赛道，涵盖专业定级赛事、大众体验赛、场馆联赛、线上体能挑战赛等多元形态，串联起赛事策划执行、裁判认证、选手经纪、内容传播、商业赞助等配套环节，既是健身行业竞技水平的展示载体，也是健身品牌触达用户、培育消费群体、引导大众健身理念的重要渠道，深度联动健身场馆、健身培训、智能健身装备等上下游业态。

当前国内健身赛事行业已经摆脱早期小众化、区域性自发办赛的阶段，逐步形成协会主导、商业机构自主运营、场馆联合举办并存的供给格局。市场需求分层特征明显，专业赛事侧重技术标准与行业定级，大众赛事更注重参与感、社交属性与体验感，行业参与者包括体育协会、赛事运营公司、连锁健身品牌、新媒体平台等主体。行业竞争不再局限于赛事本身的组织能力，还延伸到IP打造、流量运营、商业化变现、风险管控、标准化办赛体系建设等综合维度，部分赛事存在同质化严重、盈利模式单一、行业评价标准不统一等阶段性问题，赛事IP的价值分化持续加剧。未来，健身赛事将朝着线上线下融合、分级化办赛、场景化落地的方向持续演进，数字直播、动作识别、体能数据监测等数字化手段逐步融入赛事流程，赛事项目设置更加贴合不同人群，面向青少年、中老年、康复健身群体的特色赛事逐步增多。产业模式从单一赛事举办，向IP持续运营、赛事+培训、赛事+装备展销、赛事+文旅联动的一体化方向延伸，优质赛事IP的长期运营能力、合规风控体系以及跨区域复制能力，将成为运营主体构筑竞争壁垒的核心要素。

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

健身赛事行业研究单位等公布和提供的大量资料。报告对我国健身赛事行业的供需状况、发展现状、子行业发展变化等进行了分析，重点分析了国内外健身赛事行业的发展现状、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。报告还综合了健身赛事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。报告对于健身赛事产品生产企业、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，对于研究我国健身赛事行业发展规律、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、单项冠军、行业地位证明，申请申报。

报告目录

第一章 健身赛事行业基础概述

第一节 健身赛事行业定义与边界

一、健身赛事行业核心定义

二、健身赛事行业统计口径

三、健身赛事行业研究范畴

第二节 健身赛事行业产品分类

一、健美健体类赛事

二、综合体能类赛事

三、团操健身类赛事

四、趣味健身挑战赛

第三节 健身赛事行业属性特征

一、服务属性

二、体验属性

三、流量变现属性

四、场景融合属性

第二章 健身赛事行业研究方法 with 模型

第一节 研究思路与逻辑框架

一、研究主线

二、分析维度

三、研判边界

第二节 数据采集与测算方法

一、一手调研采集方式

二、二手数据来源渠道

三、规模测算模型

第三节 预测模型与假设条件

一、增长率预测模型

二、渗透率测算模型

三、风险假设说明

第三章 健身赛事行业产业链全景分析

第一节 健身赛事产业链整体架构

一、上游供给环节

二、中游赛事运营环节

三、下游参与及消费环节

第二节 上游产业链配套分析

一、场地供给主体分析

二、裁判与导师资源供给

三、赛事配套物料供给

第三节 中游赛事运营环节分析

一、赛事策划开发

二、赛事执行落地

三、赛事宣发传播

第四节 下游需求端分析

一、参赛人群结构

二、观赛人群特征

三、商业合作客户群体

第四章 2024-2026年中国健身赛事行业发展历程

第一节 行业萌芽阶段特征

一、赛事供给形态

二、受众群体特点

三、商业化模式

第二节 行业快速成长阶段

一、赛事数量变化

二、参赛规模变化

三、盈利模式拓展

第三节 行业规范化发展阶段

一、赛事标准化建设

二、细分赛道分化

三、流量运营升级

第五章 健身赛事行业供给格局分析

第一节 国内健身赛事供给总量分析

一、赛事举办场次统计

二、赛事覆盖城市分布

三、赛事周期分布特征

第二节 不同类型赛事供给对比

一、专业竞技类赛事供给情况

二、大众普惠类赛事供给情况

三、商业定制类赛事供给情况

第三节 赛事供给能力约束因素

一、运营人才供给约束

二、场地资源约束

三、执行服务能力约束

第六章 健身赛事行业需求市场分析

第一节 健身赛事需求驱动因素

一、居民健身消费能力变化

二、大众健身参与习惯变迁

三、健身业态联动需求

第二节 参赛人群需求结构

一、年龄结构需求差异

二、参赛目的需求差异

三、付费意愿分层特征

第三节 需求演变趋势分析

- 一、轻量化参赛需求增长
- 二、社交化赛事需求提升
- 三、线上线下融合赛事需求扩大

第七章 2024-2026年中国健身赛事行业市场规模测算

第一节 行业整体市场规模

- 一、2023年行业市场规模
- 二、2024年行业市场规模
- 三、2025年行业市场规模
- 四、2026年行业市场规模

第二节 细分赛道市场规模拆分

- 一、健美健体赛事市场规模
- 二、综合体能赛事市场规模
- 三、团操及趣味健身赛事市场规模

第三节 行业收入结构拆分

- 一、参赛报名费收入
- 二、商业赞助收入
- 三、转播及内容变现收入
- 四、配套衍生收入

第八章 健身赛事区域市场格局分析

第一节 国内区域市场划分

- 一、华东区域市场

二、华南区域市场

三、华北区域市场

四、中西部区域市场

第二节 各区域赛事发展特征对比

一、区域赛事密度对比

二、区域参赛人群规模对比

三、区域商业化水平对比

第三节 区域市场发展潜力评估

一、消费潜力评估

二、场地配套潜力评估

三、运营主体培育潜力评估

第九章 健身赛事行业竞争格局分析

第一节 行业竞争层次划分

一、头部品牌赛事竞争

二、区域本土赛事竞争

三、定制化小型赛事竞争

第二节 行业集中度分析

一、cr3市场份额

二、cr5市场份额

三、cr10市场份额

第三节 行业竞争维度分析

一、赛事ip竞争力竞争

二、执行服务能力竞争

三、流量运营能力竞争

四、商业资源整合能力竞争

第四节 行业进入壁垒分析

一、ip壁垒

二、人才壁垒

三、渠道壁垒

四、品牌口碑壁垒

第十章 健身赛事行业商业模式分析

第一节 传统赛事商业模式

一、报名费主导模式

二、赞助合作主导模式

第二节 复合型赛事商业模式

一、赛事+健身培训模式

二、赛事+场馆运营模式

三、赛事+内容传播模式

第三节 创新数字化商业模式

一、线上直播变现模式

二、虚拟健身赛事模式

三、会员订阅赛事模式

第四节 不同商业模式盈利效率对比

一、回款周期对比

二、毛利率水平对比

三、规模扩张难度对比

第十一章 健身赛事行业技术赋能分析

第一节 数字化技术应用场景

一、赛事报名与检录系统

二、成绩采集与评分系统

三、线上直播与互动系统

第二节 智能硬件在赛事中的应用

一、运动数据采集设备应用

二、现场计时判分设备应用

三、现场体验交互设备应用

第三节 数字化转型带来的影响

一、降低赛事运营成本

二、扩大赛事触达人群

三、丰富赛事变现渠道

第十二章 健身赛事行业重点企业分析

第一节 北京寰际文化发展有限公司

一、企业发展概况

二、核心赛事产品布局

三、企业竞争优势

四、近期业务动态

第二节 北京奥邦菲特科技有限公司

一、企业发展概况

二、核心赛事产品布局

三、企业竞争优势

四、近期业务动态

第三节 上海大健石体育文化传播有限公司

一、企业发展概况

二、核心赛事产品布局

三、企业竞争优势

四、近期业务动态

第四节 中体产业集团股份有限公司

一、企业发展概况

二、核心赛事产品布局

三、企业竞争优势

四、近期业务动态

第五节 华体集团有限公司

一、企业发展概况

二、核心赛事产品布局

三、企业竞争优势

四、近期业务动态

第六节 上海领先体育投资管理有限公司

一、企业发展概况

二、核心赛事产品布局

三、企业竞争优势

四、近期业务动态

第七节 霍尔果斯博克森体育文化发展有限公司

一、企业发展概况

二、核心赛事产品布局

三、企业竞争优势

四、近期业务动态

第八节 朗途体育文化传播有限公司

一、企业发展概况

二、核心赛事产品布局

三、企业竞争优势

四、近期业务动态

第九节 北京赛普力量教育科技有限公司

一、企业发展概况

二、核心赛事产品布局

三、企业竞争优势

四、近期业务动态

第十节 上海健匠体育发展有限公司

一、企业发展概况

二、核心赛事产品布局

三、企业竞争优势

四、近期业务动态

第十三章 健身赛事行业风险因素分析

第一节 市场需求端风险

- 一、消费意愿波动风险
- 二、用户偏好迭代风险
- 三、参与热度衰减风险

第二节 供给运营端风险

- 一、赛事安全运营风险
- 二、服务标准化不足风险
- 三、核心人才流失风险

第三节 商业化经营风险

- 一、赞助收入不稳定风险
- 二、项目盈利不及预期风险
- 三、同质化竞争风险

第四节 外部配套风险

- 一、场地资源供给波动风险
- 二、跨行业合作履约风险

第十四章 2026-2031年健身赛事行业发展趋势研判

第一节 产品供给发展趋势

- 一、赛事细分化趋势
- 二、轻量化高频赛事趋势
- 三、线上线下融合赛事趋势

第二节 运营模式发展趋势

一、ip长期化运营趋势

二、标准化服务体系建设趋势

三、跨界场景融合趋势

第三节 消费端发展趋势

一、大众参赛常态化趋势

二、参赛体验个性化趋势

三、社群化运营趋势

第四节 技术应用发展趋势

一、赛事全流程数字化升级趋势

二、数据驱动赛事迭代趋势

第十五章 2026-2031年健身赛事行业市场规模预测

第一节 行业整体规模预测

一、2026年市场规模预测

二、2027年市场规模预测

三、2028年市场规模预测

四、2029年市场规模预测

五、2030年市场规模预测

第二节 细分赛道规模预测

一、健美健体赛事赛道规模预测

二、综合体能赛事赛道规模预测

三、团操及趣味健身赛事赛道规模预测

第三节 行业增长指标预测

一、行业年均复合增速预测

二、参赛人数总量预测

三、赛事举办总量预测

第四节 市场结构变化预测

一、收入结构变化预测

二、区域市场结构变化预测

三、竞争格局演变预测

第十六章 健身赛事行业投资价值与机会研判

第一节 行业投资吸引力评价

一、增长空间评价

二、现金流特征评价

三、复制扩张能力评价

第二节 细分赛道投资机会

一、大众普惠型健身赛事赛道机会

二、数字化健身赛事赛道机会

三、城市联名定制赛事赛道机会

第三节 产业链环节投资机会

一、赛事数字化配套服务商机会

二、赛事专业裁判与培训服务商机会

三、赛事内容运营服务商机会

第四节 投资策略建议

一、ip孵化投资策略

二、区域布局投资策略

三、轻资产运营投资策略

第十七章 健身赛事行业发展对策建议

第一节 赛事运营主体发展建议

一、深耕自有ip建设

二、完善标准化运营体系

三、搭建长期用户社群

第二节 配套服务商发展建议

一、提升数字化配套能力

二、打造可复用标准化产品

三、拓展跨赛事合作渠道

第三节 市场参与者风险应对建议

一、收入结构多元化布局

二、建立赛事安全管控体系

三、持续跟踪需求迭代方向

图表目录

图表：健身赛事行业产业链结构

图表：健身赛事行业细分分类结构

图表：2024-2026年中国健身赛事行业市场规模走势

图表：2024-2026年健身赛事细分赛道市场规模对比

图表：2024-2026年健身赛事行业收入结构占比

图表：中国健身赛事区域市场规模对比

图表：健身赛事行业市场集中度cr3/cr5/cr10变化

图表：健身赛事不同商业模式毛利率对比

图表：健身赛事参赛人群年龄结构分布

图表：健身赛事需求驱动因素关联分析

图表：2026-2031年中国健身赛事行业市场规模预测趋势

图表：2026-2031年健身赛事细分赛道规模预测

图表：健身赛事行业风险矩阵评估

图表：健身赛事行业投资吸引力评价矩阵图

图表：健身赛事数字化技术应用场景结构

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：4070332

本文地址：<https://www.51baogao.cn/baogao/20261029/4070332.shtml>

在线订购：[点击这里](#)