



文体康旅装备产业发展 图景（2024年）

工业和信息化部工业文化发展中心

2024年7月

版权声明

本报告版权属于工业和信息化部工业文化发展中心，并受法律保护。转载、摘编或利用其它方式使用本报告文字或者观点的，应注明“来源：工业和信息化部工业文化发展中心”。违反上述声明者，本中心将追究其相关法律责任。

前 言

文体康旅装备是支撑文化、体育、康养、旅游消费升级，满足人民多样化、多层次美好生活需要的重要民生产业，是现代化产业体系的重要组成部分，是文体康旅产业与科技融合的重要载体，是文体康旅产业融合发展的关键支撑。文体康旅装备产业是一个既“旧”又“新”的行业，产业发展时间长、市场结构稳定是为“旧”，“新”则体现在近年新技术发展、新市场环境变化为行业注入新的活力。工业和信息化部等七部门《关于推动未来产业创新发展的实施意见》将“高端文旅装备”列入未来高端装备的创新性标志产品。

近年来，我国文化、体育、康养、旅游繁荣发展，科技与产业的深度融合，文体康旅装备不断融合创新发展。报告以文体康旅装备的优质企业（选取 173 家上市企业、1102 家专精特新“小巨人”企业）为样本，对我国文体康旅装备的发展进行全面“画像”，总体来讲，在行业整体周期和新冠疫情冲击等的相关影响下，文体康旅装备产业增长总体平稳，康养装备“新增长点”频出，相关优质企业总体重视研发投入，研发投入强度高于工业全行业水平，近年来技术融合、消费升级背景下，“技术新亮点”“融合新场景”不断出现，国家和各地频出政策支持发展。

本报告旨在通过文体康旅装备优质企业视角，初步绘制我国文体康旅装备产业发展“图景”，为政府、企业、科研人员等开展文体康旅装备研究和提供工作提供参考。行业融合性强，未尽之处，敬请指正。

目录

前 言	1
第一章 发展文体康旅装备产业的新背景	1
一、文体康旅装备产业是现代化产业体系的组成部分，正处于向高质量发展转变的关键期	1
二、文体康旅装备是文体康旅和科技融合的重要载体，新技术为产业发展注入新的空间和活力	1
三、文体康旅装备是文体康旅融合发展的关键支撑，产业的快速融合创新对装备提出新的要求	2
第二章 文体康旅装备产业内涵和范围初释	3
一、文体康旅装备产业的内涵初释	3
二、文体康旅装备产业的范围初释	4
第三章 我国文体康旅装备产业基本图景	6
一、产业不断发展壮大，近年持续提质升级	6
二、一批优质企业涌现，下游龙头带动性强	9
三、公共服务建设加快，带动相关制造增长	14
第四章 我国文体康旅装备产业创新图景	15
一、产业研发投入持续增长	15
二、科技不断赋能文体康旅装备	18
第五章 我国文体康旅装备产业区域图景	22
一、总体呈现全国分布、东部集中的特征	22
二、四大板块产业发展各有侧重和特色	23

第六章 我国文体康旅装备产业政策图景	30
一、产业政策力度不断加大	30
二、产业政策体系逐步深化完善	31
二、地方结合特色出台政策促进发展	32

第一章 发展文体康旅装备产业的新背景

文体康旅装备是支撑文化、体育、康养、旅游消费升级，满足人民多样化、多层次美好生活需要的重要民生产业，是现代化产业体系的重要组成部分，是文体康旅产业与科技融合的重要载体，是文体康旅产业融合发展的关键支撑。

一、文体康旅装备产业是现代化产业体系的组成部分，正处于向高质量发展转变的关键期

现代化产业体系是现代化经济体系的重要组成部分。党的二十大报告对“建设现代化产业体系”作出战略部署，二十届中央财经委员会第一次会议提出“推进产业智能化、绿色化、融合化，建设具有完整性、先进性、安全性的现代化产业体系”。文体康旅装备产业是现代化产业体系的组成部分，经过长期的发展和积累，已经形成一定优势，我国体育器材在全球重要体育赛事上大放光彩，但与此同时，核心竞争力不足、品牌培育不够等问题依然存在，产业正处于结构调整、转型升级，加快高端化、智能化、绿色化、融合化，向高质量发展迈进的关键时期。

二、文体康旅装备是文体康旅和科技融合的重要载体，新技术为产业发展注入新的空间和活力

随着数字化、网络化、智能化深度交融的“智能+”时代的到来，文化、体育、康养、旅游领域都正经历着一场新的变革。装备是科技赋能产业融合创新的切入点，又是科技支撑产业发展的链接点，数字科技赋能装备制造，实现人与装备的全要素、全产业链的全面连接。这些年，相关新的技

术点、新的应用场景不断涌现，为文体康旅装备这一传统产业注入了新的想象空间。高端文体康旅装备聚焦人工智能、虚拟现实、元宇宙、6G、量子信息等，通过突破关键技术，培育重点产品、拓展场景应用，丰富文体康旅领域的产品供给。通过超高清直播设备、智能制造设备、多感官交互设备、文化素材库等为智慧文旅、智慧会展、虚拟文化产业园等提供沉浸式游戏、虚拟音乐会、音乐喷泉、投影时刻隧道、智慧暗夜经济、全息演出、全域智慧旅游、AR乐园、VR云会展等产品；可佩戴传感器和智能设备为运动员提供监测身体指标，监测的心率、步数和睡眠质量等产品，进一步通过算法分析运动员的表现和健康状况，为运动制定训练计划。

三、文体康旅装备是文体康旅融合发展的关键支撑，产业的快速融合创新对装备提出新的要求

随着我国人民生活水平的提高，近年来，文化、体育、康养、旅游融合趋势明显，各地基于当地文化历史资源，联动体育、康养等特点融合，不断发展出更多更具有地方特色的旅游产品，地方特质形象不断“出圈”“爆火”，例如哈尔滨冰雪游、潍坊美食游，再如“跟着赛事去旅游”等。这些文体康旅融合的业态，也对更高品质、更丰富的相关装备提出需求，例如山地赛事和旅游的联动，极大拓展了相关山地自行车的多样化需求，冰雪赛事和旅游的联动，有效带动了各类冰雪设备和装备的需求，康养和旅游的联动，也对各类智能穿戴装备提出需求。与此同时，文体康旅融合需要也对各类沉浸式、智能化装备提出新的场景需求，装备、技术

的发展也为文体康旅融合提供了可能。

第二章 文体康旅装备产业内涵和范围初释

文体康旅装备产业是一个既“旧”又“新”的行业，产业发展时间长、市场结构稳定是为“旧”，“新”则体现在近年新技术发展、新市场环境变化为行业注入新的活力。工业和信息化部等七部门《关于推动未来产业创新发展的实施意见》将“高端文旅装备”列入未来高端装备的创新性标志产品。

一、文体康旅装备产业的内涵初释

文体康旅装备产业是为实现文体康旅产业发展提供各类装备制造业的总称。文体康旅产业发展对相关装备制造提出需求，相关装备制造的创新发展也为文体康旅壮大、融合发展提供可能。因此，该产业具有以下特征：

——**供需联动性**。人们对文化、旅游、体育、康养不断升级的需求，推动市场利用现有技术、装备与需求结合进行集成创新，形成多样化的装备，要求供给端和需求端有效联动。这也导致了该产业具有较强的跨界融合性。信息技术、材料技术以及工程技术等的突破发展，也可以推动相关装备的拓展提升。相较而言，更加侧重强调需求带动。

——**创造驱动性**。面向人们对文化、体育、康养、旅游的多样化追求和需求，有关主体不断进行差异化和场景化创新，围绕这些内容和场景表达，利用和整合相关装备进行实现。例如舞台剧、电影的表达，以内容创造和创意为先导，

利用各类演艺装备与演员、思想、观众等互动，完成装备价值的实现。相关装备价值的实现以内容创造繁荣为先导。

——**专业性、个性化**。文体康旅装备在一定程度上面向特定的群体或者场景等。总体上来讲，相对日常服装、汽车等大宗类商品产业，文体康旅装备产业对专业性、个性化的要求更强，例如消费者在使用游艺装备时，更多关注整体带来的体验，并不了解旅游装备本身；冰雪个人装备器材也对使用者的专业性和个性化要求更高。

因其具有以上特性，一定程度上讲，其产业区位选择更加倾向靠近需求市场。

二、文体康旅装备产业的范围初释

由于文体康旅装备产业相对其他类制造业，与需求、场景和内容的表达等耦合性更强，基于以上对文体康旅装备产业内涵的阐释，结合新技术、新业态、新模式的发展，报告编写组认为文体康旅装备产业范围的划分宜以需求应用为导向，同时将消费群体划分为个人类、机构类(如图 1 所示)。

文体康旅融合应用场景：多数装备产品可应用于不同场景					
面向消费者	1.文具； 2.笔墨； 3.玩具； 4.节庆用品； 5.信息服务终端；	1.体育用品； 2.运动车、船、航空器等设备； 3.特殊体育器械及配件； 4.体育服装鞋帽； 5.体育游艺娱乐用品设备； 6.其他体育用品及相关产品；	1.医药：包括化学药品、中药饮片、中成药、生物药品、卫生材料及医药用品、药用辅料及包装材料、制药设备； 2.医疗仪器设备； 3.健康用品、器材与智能设备；	1.老年食品； 2.老年日用品及辅助产品； 3.老年健身产品； 4.老年休闲娱乐产品； 5.老年保健用品； 6.老年药品； 7.老年医疗器械和康复辅具； 8.老年智能与可穿戴装备； 9.老年代步车；	1.观光旅游用交通装备：例如观光用低空飞行器等； 2.旅游景区用专用设备：例如缆车等； 3.游乐园用专用设备； 4.博物馆用相关专用设备； 5.旅游文化场景专用设备； 例如相关沉浸演出设备；
面向企业或机构	1.印刷设备； 2.广播电视电影设备； 3.摄录设备； 4.演艺设备； 5.游乐游艺设备； 6.乐器；				
	文化场景	体育场景	健康场景	养老场景	旅游场景

图 1 文体康旅装备基本产业范围

注：1. 面向文化场景的装备范围依据主要为文化及相关产业分类（2018）

2. 面向体育场景的装备范围依据主要为体育产业统计分类（2019）

3. 面向健康场景的装备范围依据主要为健康产业统计分类（2019）

4. 面向养老场景的装备范围依据主要为养老产业统计分类（2020）

5. 面向旅游场景的装备范围依据主要包括旅游产业统计分类中不同旅游场景下专用性强的设备。

总体来讲，基于对文体康旅装备产业内涵的阐释，其范围主要包括相对专用性较强适用于对应场景的相关消费品和专用装备的制造。随着文化、体育、康养、旅游产业融合化、高端化、智能化、个性化发展，相关装备制造的范围也在不断拓宽。一是高端成套装备不断研发产生。例如演艺与游乐先进装备、水陆空旅游高端装备、沉浸式体验设施、智慧旅游系统及检测监测平台等智能化、高端化、成套化文旅设备。二是专用性强的细分赛道产品不断产生。在部分领域，赛道更加细分，呈现专用性更强的特征，例如鞋服等领域面向户外、滑雪等不同场景，产生出更多的专用化产品。三是智能化发展衍生相关新产品。面向文体康旅的电子信息技术产品日益增多，可穿戴运动设备、相关服务机器人等文体康旅智

能化装备逐渐突起。**四是**旅游新业态催生新的专用设备。例如今年面向文体康旅应用场景的低空、山地等交通运输设备不断发展。

第三章 我国文体康旅装备产业基本图景

报告梳理了文体康旅装备领域 173 家上市公司¹、1100 余家专精特新企业作为基本样本，同时基于国家对文化制造业、体育用品业、医疗器械等领域的统计数据，试图描绘我国文体康旅装备产业的发展图景。目前，我国文化、体育、康养、旅游装备所处的发展阶段不同，总体处于持续壮大提质期。

一、产业不断发展壮大，近年持续提质升级

（一）产业不断发展壮大

改革开放以来，随着经济社会的发展，我国文体康旅装备产业也不断繁荣发展壮大，尤其是进入 21 世纪以来，各类企业不断涌现，但不同领域发展的阶段不同。报告编写组通过上市公司上市时间、专精特新“小巨人”企业成立时间分析行业发展壮大的历程可知，进入 21 世纪后的近 20 年时间是我国文旅装备、体育装备发展壮大的黄金时期（如图 2 所示），这一时期这些领域相关企业相继成立，并借助繁荣的市场不断成长成为专精特新“小巨人”，而 2010 年左右后，这些领域优质企业加快上市，借助资本市场进一步壮大。医疗康养领域的发展壮大重点集中在 2010 年之后，这一领域的上市公司数量显著增加。

¹ 包括主板、北交所、新三板上市企业。

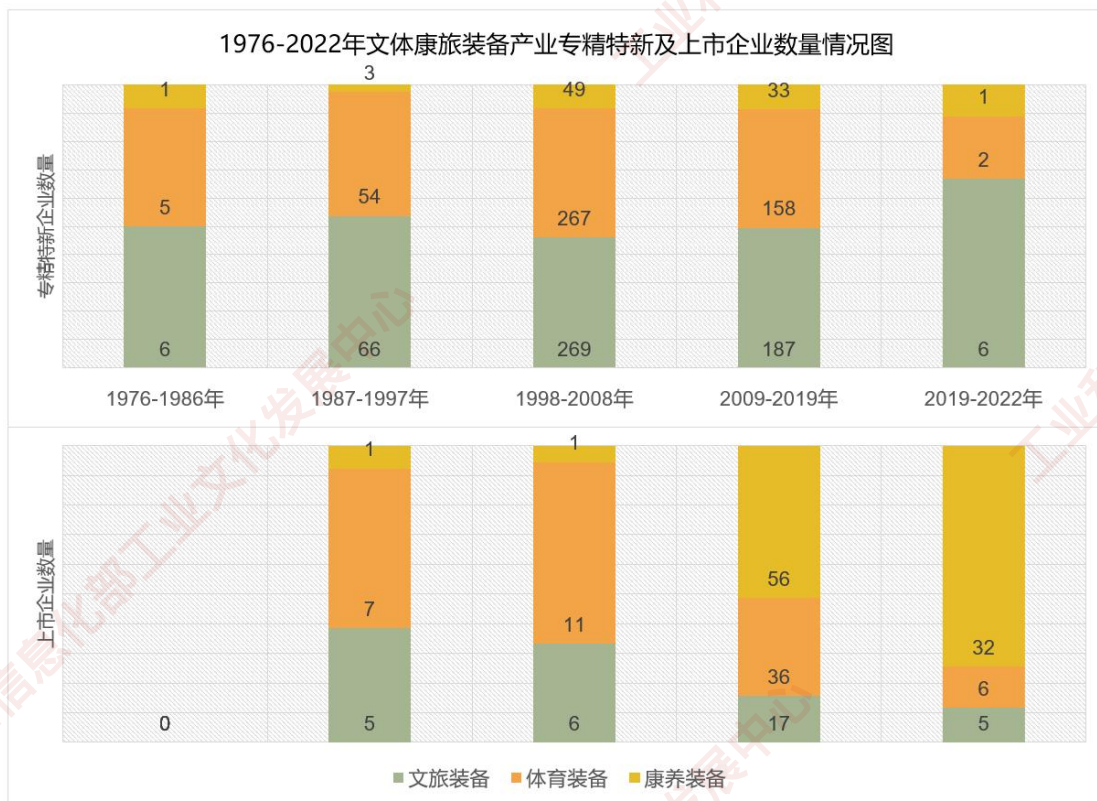


图 2 文体康旅装备领域专精特新“小巨人”企业（上）和上市公司（下）数量情况图

注：专精特新“小巨人”企业按照成立时间划分数量，上市企业按照上市时间划分

（二）产业持续较快增长

近年来，随着国内生活水平的提升，剔除新冠肺炎疫情的外部冲击影响，文体康旅产业总体呈现较为繁荣发展的态势，文化及相关产业占国民经济比重总体提升。2022年全国文化及相关产业增加值占国内生产总值的比重达到4.46%，较2012年（3.48%）提升1个百分点；2022年体育产业增加值占国内生产总值的比重达到1.09%，较2014年（0.64%）提升0.45个百分点，2022年全国旅游及相关产业增加值占国内生产总值的比重为3.71%，康养产业也迅速发展。与之对应，总体相关的文体康旅用品和装备制造业也保持稳定发展、持续提质，以满足人民不断升级的文化、体育、康养和旅游需求。2023年文化制造业实现营业收入40962亿元，比

上年增长 0.6%，2022 年体育用品及相关产品制造业增加值同比增长 7.30%，高于我国规模以上工业增长水平（3.6%），近年医疗器械工业更是保持了两位数增长。

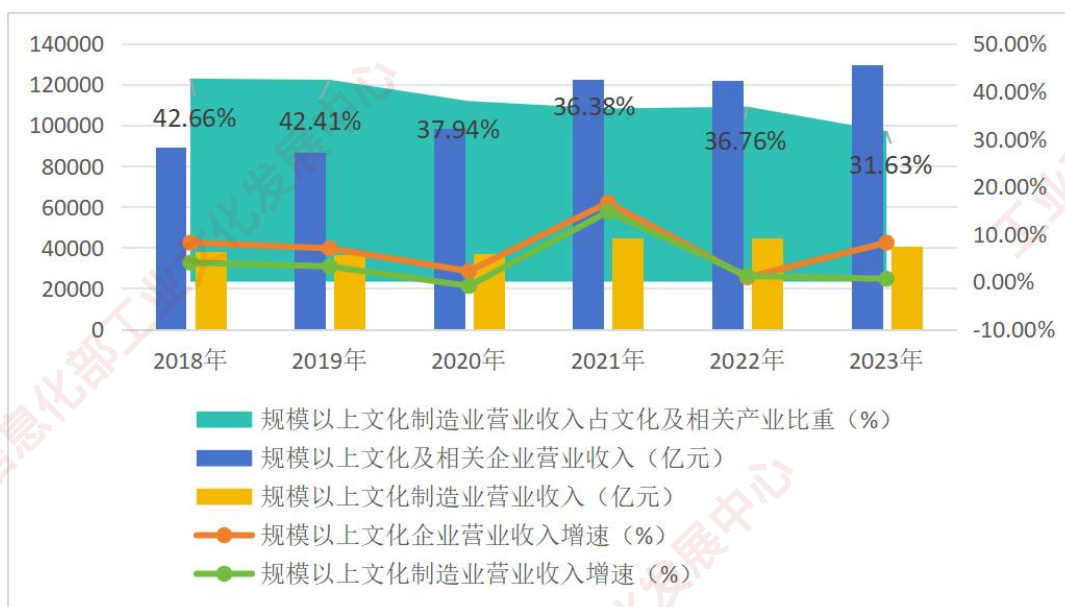


图 3 2018—2023 年文化制造业发展情况

数据来源：国家统计局，其中 2019、2020 年增速为测算数据

表 1 2015—2022 年我国体育用品及相关产品制造业发展情况

时间	体育产业					
	总产出		增加值 (亿元)			
	总产出 (亿元)	总产出增速 (%)	增加值 (亿元)	增加值 (亿元)	增加值增速 (%)	增加值增速 (%)
2015	17107.0		5494.4			
2016	19011.3	11.10%	6474.8		17.80%	
2017	21987.7	15.70%	7811.4		20.60%	
2018	26579.0		10078.0			
2019	29483.0	10.90%	11248.0		11.60%	
2020	27372.0	-7.20%	10735.0		-4.90%	
2021	31175.0	13.90%	12245.0		14.10%	
2022	33008.0	5.90%	13092.0		6.90%	
时间	体育用品及相关产品制造					
	总产出		增加值 (亿元)			
	总产出 (亿元)	占体育产业比重 (%)	增加值 (亿元)	占体育产业比重	增加值增速 (%)	增加值增速 (%)
2015	11238.2	65.70%	2755.5	50.20%		
2016	11962.1	62.90%	2863.9	44.20%		
2017	13509.2	61.40%	3264.6	41.80%	14.00%	14.00%
2018	13201.0	49.70%	3399.0	33.70%		
2019	13614.1	46.20%	3421.0	30.40%		
2020	12287.0	44.90%	3144.0	29.30%	-8.10%	-8.10%
2021	13572.0	43.50%	3433.0	28.00%	9.20%	9.20%
2022	14259.0	43.20%	3686.0	28.20%	7.30%	7.30%

数据来源：国家统计局、国家体育总局

（三）优质产品走向世界

我国文体康旅装备对外开放深入推进，体育、文化等中国制造产品的世界影响力不断提高。我国文化产品出口额持续较快发展，初步形成了一批具有国际影响力的文化企业、产品和品牌，据商务部数据显示，2021年，我国文化产品进出口额1558.1亿美元、增长43.4%。体育用品出口增长总体呈现较大波动态势，2014—2023年我国体育用品及设备出口年均增速约6.6%（10年出口同比增速算术平均），中国运动鞋服、运动眼镜、户外用品等在全球影响力不断提升。

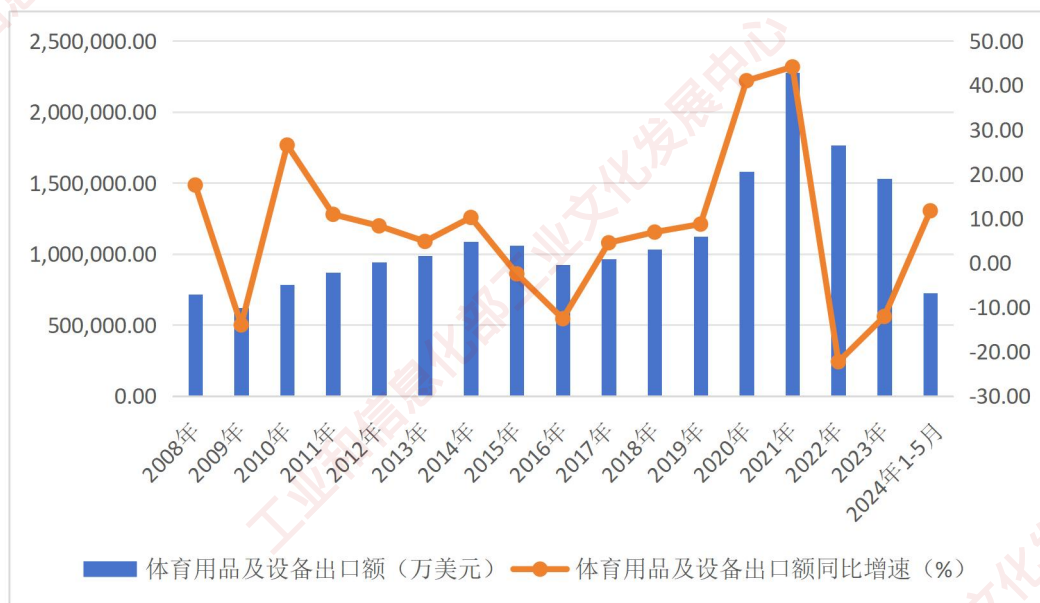


图 4 2008—2024 年 1-5 月体育用品及设备出口情况图

数据来源：中华人民共和国海关总署

二、一批优质企业涌现，下游龙头带动性强

（一）文体康旅装备上市企业不断增加

近年来，文体康旅装备上市企业总体不断增多，据统计，截至 2023 年，相关上市企业 173 家，其中，文旅装备企业有 41 家，体育装备企业有 65 家，康养装备有 67 家。从 2023 年营业收入排名前 25 家企业看，文旅装备有 5 家，体育装

备有 12 家，康养装备有 8 家。在文旅装备中，中青旅、中集车辆、钱江摩托表现出色；体育装备企业中，传统的体育运动服装类如安踏、李宁、滔博、申洲国际、华利集团等保持竞争优势外，拥有核心技术的春风动力、一诺威、聚合顺、华塑股份发展势头较好；康养装备企业中，步长制药、圣泉集团、珀莱雅、东鹏饮料等企业发展速度较快。

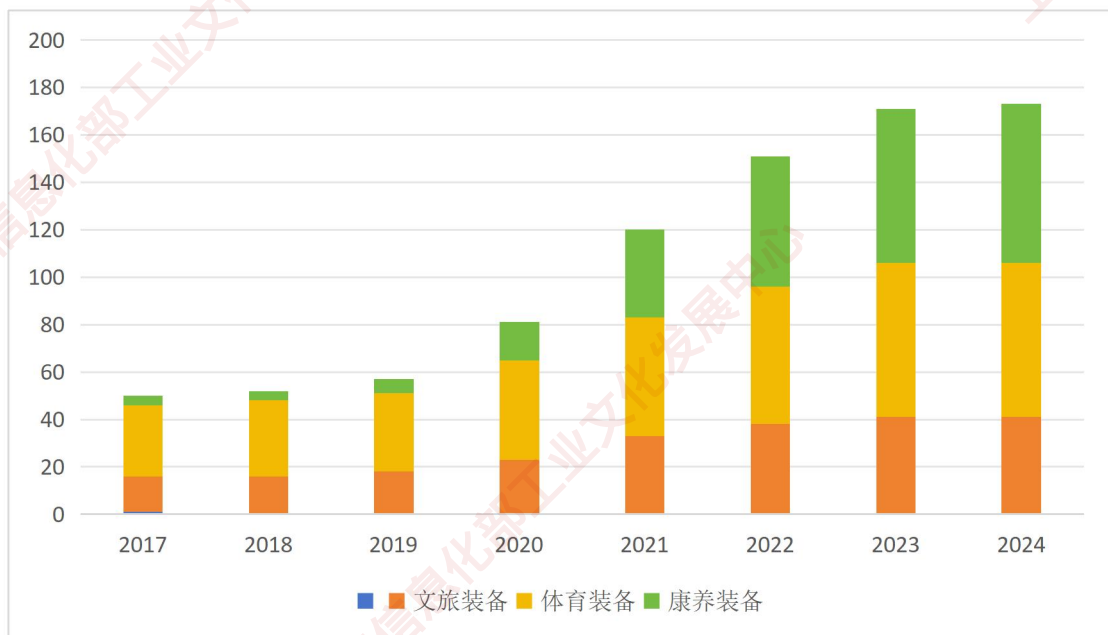


图 5 文体康旅装备领域上市公司情况图

数据来源：报告编写组根据公开资料整理

（二）专精特新“小巨人”企业不断涌现

据不完全统计，截至目前文体康旅装备领域共有 1100 余家专精特新“小巨人”企业，其中，文化装备领域的企业有 425 家，体育装备领域的企业有 485 家，康养装备类企业 86 家，旅游装备类企业 106 家。文化装备企业重点分布在仪器仪表制造、电气机械和器材制造、通用设备制造等细分领域，如吴忠仪表、歌尔光学科技、常州强力电子新材料、深圳市康冠科技等企业在行业内竞争力较强。体育装备企业重

点分布在橡胶和塑料制品业、纺织业、铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业等领域，如上海普利特复合材料、重庆宗申机车工业制造、威海拓展纤维等发展速度较快。康养装备企业重点分布在医疗仪器设备及器械制造、机械装备制造等领域，如河南驼人贝斯特医疗器械、北京天智航医疗科技、杭州康基医疗器械竞争力较强。旅游装备企业重点分布在铁路运输设备制造、城市轨道交通设备制造、摩托车制造等领域，如云从科技集团、包头北方创业、重庆宗申动力机械等公司实力较强。

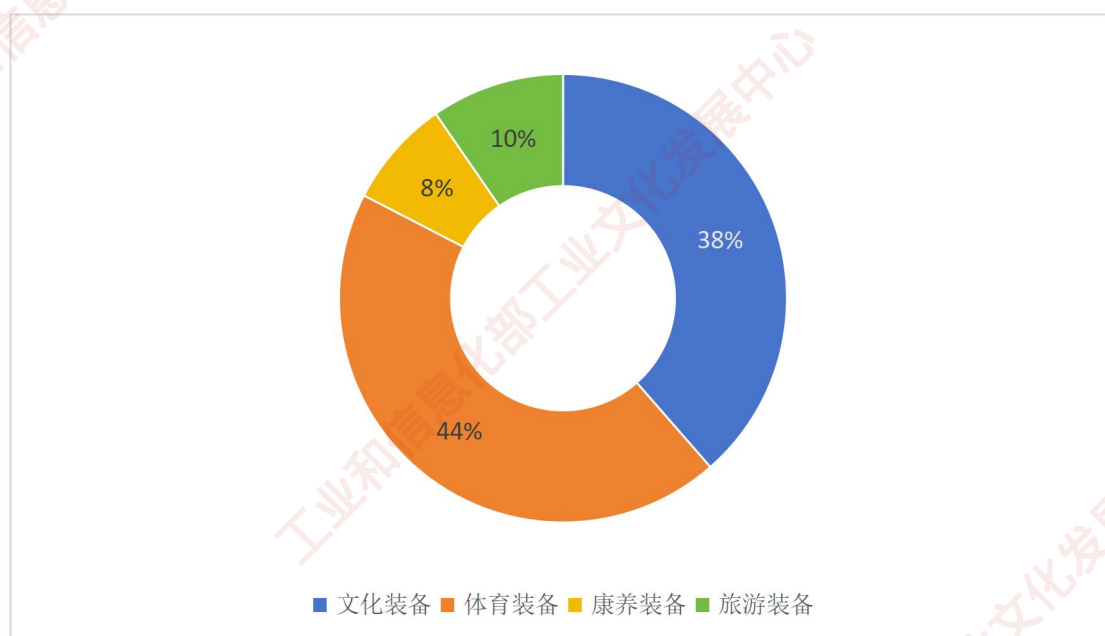


图 6 文体康旅装备领域专精特新企业情况图

数据来源：报告编写组根据工信部公布的 1-5 批专精特新“小巨人”企业信息分类整理

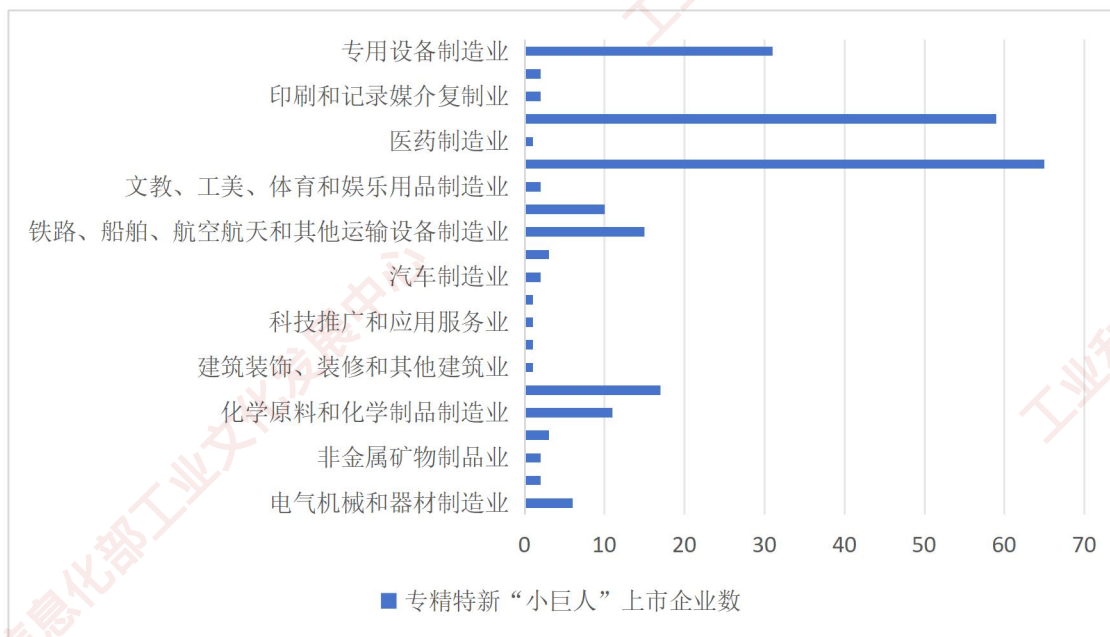


图 7 工信部公布的 1-5 批专精特新“小巨人”企业中上市企业所属行业

数据来源：报告编写组根据工信部公布的 1-5 批专精特新“小巨人”企业信息整理

（三）产业链下游企业带动性强

报告编写组重点基于 173 家上市公司、1102 家专精特新企业及行业内其他重点企业的数据进行分析，总体上文体康旅装备产业链呈现面向终端消费者的下游龙头企业带动性强，中上游供应链企业相对较为分散的特征，这主要在于文体康旅装备产业具有的供需联动、需求拉动效应更强的特征。样本上市公司中营收较高的企业多数位于产业链下游，样本专精特新企业多数位于产业链中上游，为下游企业提供专业的配套设备、零部件、元器件等产品，且产业集中度不高。

从文旅装备产业图谱看，文旅装备产业链由文旅综合装备、文旅应用装备、文旅基础装备构成。其中，文旅综合装备企业都较大，如中青旅、新华联、宋城演艺、大丰实业、星辉娱乐、曲江文旅、三湘印象等，对整个行业发展带动作用强；文旅应用装备一般专业性较强，由从事专业的新型电

影电视装备、IP 和内容开发装备、文化智能制造装备、新型会展广告装备、新型娱乐旅游装备、新型舞台演出装备等组成，代表性企业如奥尼电子、日久光电、西部超导、楚天龙等。下游的基础装备企业包括广播电视设备制造、通用仪器仪表制造、文化办公机械制造等环节，企业数量较多。

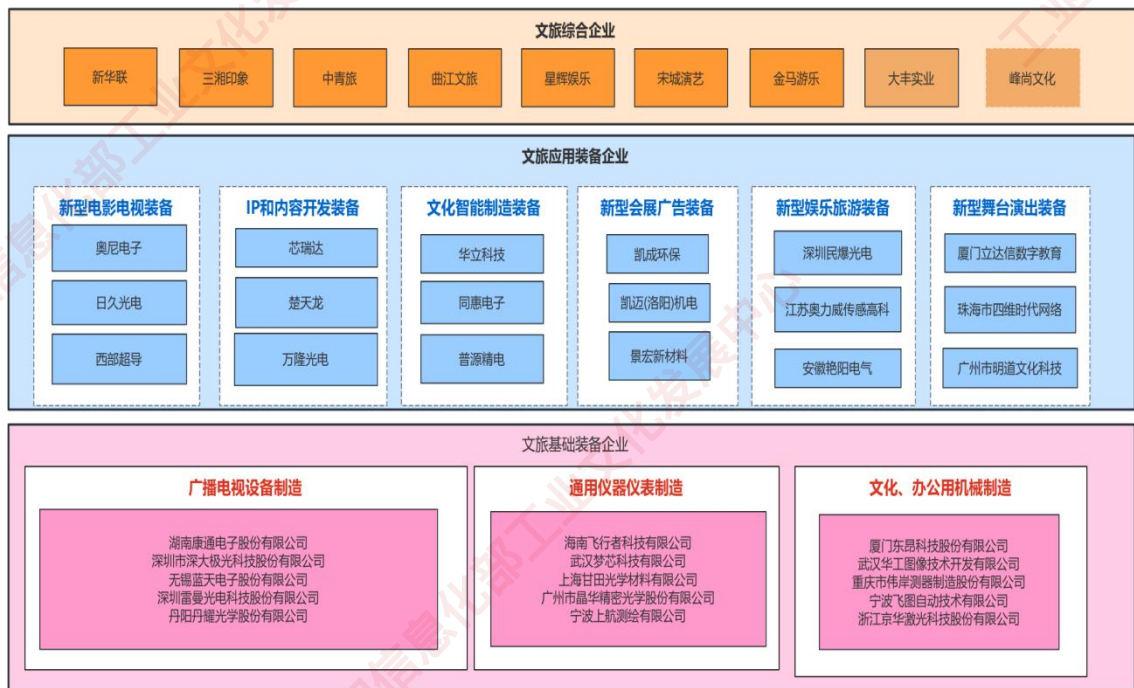


图 8 文旅装备产业图谱

资料来源：报告编写组根据公开资料整理

从体育装备产业图谱看，体育装备重点由体育用品装备、交通器材装备、特殊体育装备、体育鞋服装备、体育游艺娱乐用品装备、其他体育用品装备组成。其中，体育用品装备、体育鞋服装备企业中，国产自有品牌较多，且在全球形成较大知名度和影响力，如红双喜、迪卡侬、李宁、安踏、特步等，但滑雪装备等细分领域与国际品牌仍然具有较大差距。交通器材装备、特殊体育装备、体育游艺娱乐用品装备、其他体育用品装备中也涌现出大疆创新、金马科技、泰山体育

等实力型企业，但总体来讲企业实力和品牌还有待进一步提升。



图 9 体育装备产业图谱

资料来源：报告编写组根据公开资料整理

三、公共服务建设加快，带动相关制造业增长

文体康旅领域是我国公共服务建设的重要组成部分，《“十四五”公共服务规划》提出到 2025 年“生活服务高品质多样化升级”，提出适应人民群众多样化、个性化、高品质的健康、养老、托育、文化、旅游、光电、体育、家政

等服务需求，生活标准化、品牌化建设取得重大突破。博物馆、公共文化空间、体育公园等是文体领域典型的公共服务设施代表，近年相关设施都保持较快增长，据不完全统计，截至 2023 年 9 月，全国已建成新型公共文化空间 3.35 万个；我国体育场地设施数量、人均体育场地面积从 2013 年的 169.46 万个、1.46 平方米增至 2022 年的 422.68 万个、2.62 平方米。截至 2022 年底，我国健身步道共计 12.78 万个，比 2021 年增加 20.68%。与此同时，以数字基建为载体，我国公共服务空间质量提升，如 VR 云上书店、5G+VR 景区慢直播、沉浸式文化空间等。这些都带动了相关文体康旅装备的需求，尤其是高端、新型产品的需求，据有关机构测算，中国数字文旅市场规模由 2017 年的 7800 多亿元增至 2022 年的近万亿元，增幅达 57.89%。

第四章 我国文体康旅装备产业创新图景

随着文体康旅需求和市场的不断繁荣，文体康旅装备企业加大研发投入，推进数字技术、材料技术、生物技术在文体康旅的应用，极大丰富了体验。

一、产业研发投入持续增长

文体康旅装备企业的研发投入持续保持较高水平增长。2023 年，文体康旅装备领域 173 家上市企业²研发支出总计为 143.58 亿元，比 2019 年增加了 64.22 亿元。从研发投入强度看，2023 年文体康旅装备上市公司总体研发投入强度约为 6.4%，高于我国上市企业整体研发强度(2023 年为 2.21%)，

² 因港股上市企业研发数据研发数据缺失，该数据为 173 家样本上市企业剔除港股上市企业后的计算数。

其中康养装备上市企业研发投入强度最高，2023 年研发投入强度达到 10.5%。在文体康旅装备领域的上市企业中，研发支出最高的 3 家企业分别是春风动力、步长制药和圣泉集团。这三家公司分别属于旅游装备、康养装备和体育装备。春风动力在水冷发动机自主研发具有核心优势，步长制药重点在中药养生设备生产制造，圣泉集团重点在化学新材料和生物质新材料、新能源领域的技术研发投入获得成果。2023 年文体康旅装备领域，研发支出超过 2 亿元的企业有 19 家，比 2019 年增加 13 家，与 2019 年相比，这些上市企业的研发支出都有较大幅度的提升（见图 10）。分领域看，2023 年，研发支出排名前 25 名的企业中，文旅装备占 8 家，康养装备占 8 家，体育装备占 9 家。

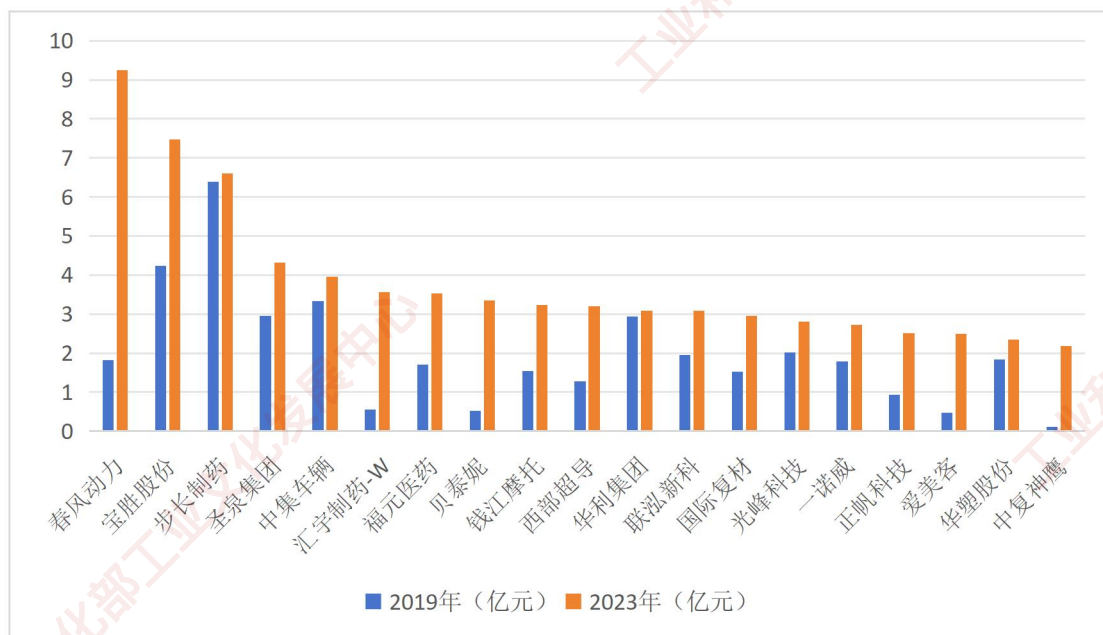


图 10 2023 年研发支出超过 2 亿元的文体康旅装备上市企业研发支出对比图

数据来源：上市公司年报

表 2 2023 年文体康旅装备上市企业研发支出前 25 企业研发情况表

序号	公司名称	研发支出 (亿元)	研发投入强度	细分领域
1	春风动力	9.24	7%	文旅装备
2	步长制药	6.60	4.9%	康养装备
3	圣泉集团	4.32	4.7%	体育装备
4	中集车辆	3.96	1.5%	文旅装备
5	汇宇制药-W	3.56	38.4%	康养装备
6	福元医药	3.53	10.5%	康养装备
7	贝泰妮	3.35	6.0%	康养装备
8	钱江摩托	3.24	6.3%	文旅装备
9	西部超导	3.20	7.7%	文旅装备
10	华利集团	3.09	1.53%	体育装备
11	联泓新科	3.08	4.55%	体育装备
12	国际复材	2.96	4.1%	体育装备

13	光峰科技	2.80	12.6%	文旅装备
14	一诺威	2.73	4.3%	体育装备
15	正帆科技	2.51	6.5%	文旅装备
16	爱美客	2.50	8.7%	康养装备
17	华塑股份	2.34	4.2%	体育装备
18	中复神鹰	2.18	9.6%	体育装备
19	雪人股份	1.84	9.0%	体育装备
20	珀莱雅	1.73	1.94%	康养装备
21	创远信科	1.62	59.9%	文旅装备
22	聚合顺	1.58	2.63%	体育装备
23	春立医疗	1.574	13.02%	康养装备
24	仕净科技	1.54	4.4%	康养装备
25	普源精电	1.428	21.3%	文旅装备

数据来源：上市公司年报

二、科技不断赋能文体康旅装备

文体康旅装备是科技与文化、体育、康养、旅游深度融合的重要载体。近年来国家有关部委不断推动科技与文体康旅的融合，据了解，截至目前已经推出了 100 余个文化和旅游装备技术提升优秀案例，100 个智能体育典型案例，100 余个智慧健康养老产品推广目录。数字技术是文体康旅装备创新发展的最主要技术，物联网、大数据、云计算、人工智能、区块链、元宇宙等技术加速创新，文体康旅领域是重要的应用领域，带动了一批新兴装备兴起，这些装备为文化馆、展览馆、公园、体育场、景区、大型场馆提供了全新的应用。

例如科技在文化装备的应用，为消费者提供全方位多维度的视听体验，沉浸式的感受中华传统优秀文化，交互式的参与到现代文化的创造中；科技在体育装备的应用，运动员、学生以及消费者在使用体育装备时，更加了解自身身体状况，提高运动效率。科技在康养装备的应用，全方位监测老年人的身体数据，为消费者提供 24 小时医疗保健服务，提高消费者的生活质量。此外，材料技术、生物技术、交通技术等 在文体康旅装备里的应用也在逐渐拓展。

表 3 科技与文体康旅装备融合的部分典型案例分析表

技术+装备	应用场景	应用案例	消费者新体验
数字孪生技术、3D 建模、物理仿真、影像技术、虚拟制片技术、扩展现实技术等 在演艺设施等文化装备的应用	文化场馆、体育场馆、戏剧舞台、电影制作等	央视《中国考古大会》节目，以 XR 技术模拟考古探险地面实景和空中虚拟景观共同构成“魔幻场景”，实现“现实—考古进行时—历史事件发生时”三重时态的舞台转换	丰富消费者视听体验，立体感受穿越现实的
数字人技术、计算机图形学、动作捕捉、图像渲染在广播电视电影设备等文化装备的应用	文化场馆、体育场馆、博物馆等	中国国家版本馆打造数字讲解员，为观众全方位介绍国家版本馆情况	多维视听提升消费者的真实感、沉浸感、智能感
扫描建模技术、引擎渲染技术在印刷、扫描设备等文化装备的应用	博物馆、文化馆、中华传统文化传承	中国国家博物馆“华彩万象—石窟艺术沉浸体验”石窟艺术活动，表现和挖掘文物遗产内涵	全景沉浸式体验，深入感受中华优秀传统文化
AI+云计算+IOT 物联网技术在体能教室的应用	体育场馆、体育教室等	北京大学邱德拔体育馆智慧健康驿站，运用智能设备	多样化的运动项目，增加消费者运动种类，提升运动体验
5G 技术、云端数据处理、视频 AI 云剪辑在健身设备的应用	体育公园	石狮智能体育公园，配有智能化健身路径、户外智能体测仪器、智能步道等健身器材，为人们提供更加精准的健身数据	消费者在运动的过程中能够了解自身身体状况
贵金属合金、碳基纳米、激光诱导石墨烯等新材料在穿戴设	运动员训练	有效分析运动员的身体状况、技术战术、运动心理、运动损伤预测等	监测运动员的运动数据，提高运动员的效率

备等体育装备中的应用			
3D 立体视觉技术、散斑技术、4T 澎湃算力在康养装备中的应用	家庭、养老院	海康威视三目行为分析摄像机对距离运动、倒地、间距异常、直流等行为进行分析，实现个性化智能需求	全方位保护居家养老，以及养老院、医院老年人的行为安全
力反馈技术、信息处理技术与医疗器械等康养装备中的应用	家庭、运动场、医药等	笑宝机器人陪老年人聊天、主动问候、播放音乐、讲故事等，为老年人提供精神服务	智能陪伴服务，提高老年人的生活质量

资料来源：报告编写组根据有关部委近年公布的典型案例场景等整理

表 4 文旅装备新应用场景的部分案例表

序号	项目	技术	应用场景
1	奇幻光影森林	AR 技术、人工智能技术、虚拟视觉技术、人机互动技术、新媒体技术	文化馆、展览馆、公园等
2	乐海乐器有限公司民族乐器转型升级项目	新材料技术、力学技术	剧场、游乐园等
3	董其昌数字人文综合展示系统	数字管理分析技术	博物馆等
4	华谊影城无极幻影沉浸式体验项目	AI 技术、元宇宙、视听技术	剧场、影院等
5	中国·扬州烟花三月国际经贸旅游节气膜馆	新材料技术、声学、人工智能、视觉识别	公园等公共空间
6	VR 飞翔器	声光电技术	公园、景区等
7	舞台机械在“禅宗圣域·六祖惠能”实景演艺中的应用	舞台机械、灯光、音视频、电气智能、声学装饰	智能场馆等
8	一体化智造水舞秀装备的生产及推广应用	数字成像技术、激光投影、人工智能	公园等公共空间
9	荣事达户外旅行小家电	防水技术、光学技术、智能语音技术	户外运动
10	山林湖海里的旅居“生命共同体”	物联网技术	户外、公园等公共空间
11	110 客位锂电池推进游览船	储能技术	公园等公共空间
12	西安新唐人街区（步行街）艺术灯光	智能灯光系统	公园、景区等
13	文化主题展示系统技术集成与其在文化主题公园的应用示范	数字化的应用	公园、游乐园等
14	3D 互动乘骑游乐项目	数字化成像、机械动能	游乐园等
15	图书馆智能机器人分拣系统	智能识别、定位系统	图书馆等
16	广州长隆野生动物世界空中缆车	轨道交通技术	游乐园等

17	白鹤梁题刻保护体灯光改造项目	灯光照明技术	博物馆、历史遗迹等
18	G20 杭州峰会文艺演出《最忆是杭州》	视频技术、AR 技术、视觉技术	演唱会、游乐园等
19	2019 年中国北京世界园艺博览会开幕式	灯光技术、数字技术、人工智能技术等	演唱会、场馆等
20	免水可冲卫生厕所	新材料技术、数字技术	公园等公共空间等
21	“鸡鸣”智慧生态厕所	新材料技术、数字技术	公园等公共空间等
22	自驾车主卡（自驾生态平台）	轨道交通技术、自动驾驶技术	公园、景区等
23	“印象数图”数字图书馆体验区	数字技术、人工智能技术	图书馆等
24	博物馆预约平台移动智能检票终端	大数据计算、数字技术	博物馆等
25	中国文化传媒新文创（IP）平台	新媒体传播技术	博物馆、科技馆等
26	田忌赛马皮影艺术虚拟现实互动体验	虚拟技术、AR 技术、自动成像技术	游乐园等
27	听园——声音景观空间	数字声音技术、AR 技术	游乐园等
28	演艺视效呈现关键技术在大中型情景剧《圣火 南岳》中的应用示范	无人机技术、VR、AR、裸眼 3D 技术等	剧场、影院等
29	新型舞台灯具在舞台剧《遵义 1935》的应用	超高清摄像仪器设备、视频采集技术	剧场、影院等
30	广州国际灯光节	灯光技术、成像技术等	景区等
31	“张灯结彩”故宫珍品宫灯沉浸式光影演绎	实景数据采集及三维模型构建	博物馆、景区等
32	智能驾驶观光车	轨道交通技术	景区等
33	全地形越野电动车	轨道交通技术	景区等
34	防切割滑冰服等滑雪装备技术提升	新材料技术	滑雪场等
35	基于 AR/VR 的中国国家博物馆红色资源云展览技术提升与应用	AR、VR 技术	文化馆等
36	采用第四屏显示技术的新型文旅装备应用	显示技术	展览馆等
37	teamLab 无界美术馆	数字技术、虚拟技术	美术馆等
38	应用于主题乐园的智能化悬挂式机器人过山车与多自由度 VR 轨道车创新项目	轨道交通技术、数字技术	公园、景区等
39	基于公共图书馆少儿阅读服务的智能玩具柜 研发	智能数据采集	图书馆等
40	大型高科技文旅仿生机器人研发及推广	数字孪生技术	景区等
41	BOE 画屏助力数字艺术体验场景应用	数字成像技术	文化馆等
42	可移动立体文物高像素数字成像系	数字技术	文化馆等

	统		
43	自游助手 AI 机器人	智能机器人	文化馆等
44	民族乐器二胡等乐器的提升创新	新材料	剧场等
45	一体化游船智慧终端	数字化采集技术	公园等
46	108 米框架秋千	智能运动技术	公园等
47	思安奇滑雪新装备	新材料技术	冰场等
48	碳纤维杆内嵌式精品吉他	新材料技术	剧场等
49	主题交互式机甲观光游览车	轨道交通技术	景区等
50	基于云平台的冰雪景区灯光联动控制系统	灯光技术	公园、景区等

资料来源：报告编写组根据有关部委近年公布的典型案例场景等整理

第五章 我国文体康旅装备产业区域图景

本章重点研究我国文体康旅装备产业区域分布情况，并通过分析工业和信息化部公布的文体康旅装备领域 1102 家专精特新“小巨人”企业的空间布局等特征，总结文体康旅装备产业的区域图景。

一、总体呈现全国分布、东部集中的特征

文体康旅装备产业作为象征美好生活的民生产业，其发展往往与区域经济水平、人民生活条件、旅游发展情况等息息相关。1102 家专精特新“小巨人”企业数据显示，文体康旅装备产业在 30 个省级行政区域均有分布，几乎遍布全国（见图 11）。从地区来看，经济发达的东部地区分布最为集中，其中，广东 187 家，占总体比重为 16.9%，位居第一；江苏 152 家，浙江 144 家，分别位居第二、第三；山东、福建等东部省份也多有布局。中部主要分布在湖北、湖南、河北、河南，西部、东北地区则分布较少。从城市来看，也重点集中在深圳（98 家，8.8%）、北京（54 家，4.9%）、上海（45 家，4.0%）、广州（38 家，3.4%）、苏州（38 家，

3.4%)、宁波(36家, 3.2%)、杭州(33家, 2.9%)、青岛(26家, 2.3%)等经济发达城市。

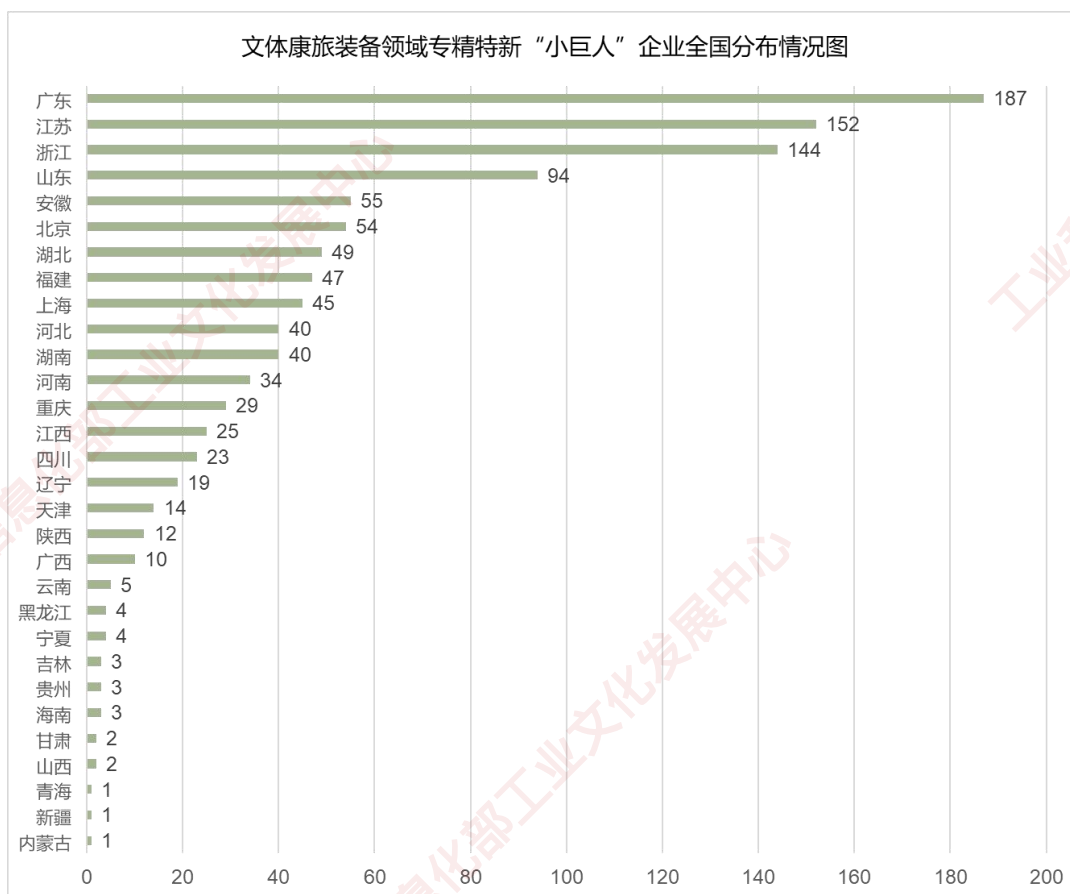


图 11 文体康旅装备领域专精特新“小巨人”企业全国分布情况图

资料来源：报告编写组根据工信部公布的专精特新“小巨人”企业整理

二、四大板块产业发展各有侧重和特色

东部地区现代文化、经济较为发达；中部地区传统文化底蕴深厚；西部地区自然风光、人文风俗独特；东北地区物产丰富、生态多样，不同的人文自然环境造就了不同的产业发展环境，也成长出不同的文体康旅产业细分领域。

（一）东部地区起步早，文体康旅装备领域全面发展

东部地区在 20 世纪 70 年代末已开始发展文体康旅装备产业，目前已涵盖文化、体育、康养、旅游各个细分领域，

各省（直辖市）纷纷采取出台政策、聚焦领域、策划展会、加强研发、打造品牌等举措，支持产业创新发展，部分省（直辖市）重点发展领域及具体举措如表 5 所示。

表 5 东部地区部分省（直辖市）重点发展领域及发展举措详情表

序号	东部地区部分省（直辖市）	重点发展领域	发展举措
1	上海	文化装备、体育装备、康养装备、旅游装备	<ul style="list-style-type: none"> ■ 专门发布《关于促进上海文化装备产业发展的实施办法》，完善文化装备产业链布局；建设上海国际高科技文化装备产业基地，聚焦文化装备的舞台剧场、电影院线、广播电视、展览展示、智慧城市、主题乐园、娱乐设施、智能终端、网络多媒体、数字印刷等领域 ■ 推动国际邮轮经济高质量发展，做强邮轮制造体系、做精邮轮配套服务等；加快推动游艇、游船、房车、低空飞行、游乐设施等旅游装备制造发展
2	江苏	文化装备、体育装备、康养装备、旅游装备	<ul style="list-style-type: none"> ■ 以舞台设备、乐器制造等产业为重点，推进一批文化装备制造企业做大做强 ■ 印发《江苏省“十四五”体育产业发展规划》，指出培育打造体育制造业强链，促进体育新材料研发与应用，支持可穿戴运动设备、智能运动装备、冰雪装备器材、家庭小型健身器材的研发与制造等 ■ 推动在智能制造、高端装备、生物医药与大健康、高端医疗器械等重点康养领域加快形成高端创新集群
3	浙江	文化装备、体育装备、康养装备、旅游装备	<ul style="list-style-type: none"> ■ 印发《浙江省体育产业发展“十四五”规划》，提出打造全国体育产业高质量发展标杆省，培育智能体育装备本土品牌，形成一批营收过十亿元的智能健身设备、水上运动装备、山地户外装备集群 ■ 围绕人口健康、新药创制、医疗装备等重点领域，立项支持省重点研发计划项目 464 项、公益技术应用研究项目 1244 项
4	广东	文化装备、体育装备、康养装备、旅游装备	<ul style="list-style-type: none"> ■ 广东 1983 年依靠“碰碰车”成为中国游乐设备发源地之一，2024 年发布《广东省文化旅游领域设备设施更新提升工作方案》，提出将推动旅游观光游乐设施设备、专业演艺剧场设施设备、文化和旅游领域数字化设施设备更新迭代

			<ul style="list-style-type: none"> ■ 中国品牌“广东造”闪耀世界赛场，为大型体育赛事研发、提供体育装备；研发运动场地橡胶垫、环保弹性颗粒、半预制无缝跑道等产品，发展校园体育装备；连续7年举办广东体育产业发展峰会，打造体育产业交流合作平台
--	--	--	---

注：专精特新“小巨人”企业数量低于5的不统计为“重点发展领域”；仅统计东部地区部分省（直辖市）

资料来源：报告编写组根据公开资料整理

产业发展迅速，2019—2021年期间，江苏体育装备领域每年产业规模均超2000亿元，增长率12.97%；浙江体育装备领域产业总规模和增加值年均增长率达到37.06%和38.49%。2022年，广东文化装备制造领域企业有4267家，营业收入1.04万亿元，占全国的五分之一，居全国首位，涌现了大批具有全球竞争力的“小巨人”“独角兽”企业。

从专精特新“小巨人”企业情况来看，东部地区文体康养产业最发达，1102家企业中占780家，占比超七成，注册资本亿元以上企业197家，上市企业212家，发展实力雄厚。从细分看，四大领域均有布局，其中，文化装备领域286家，体育装备领域366家，康养装备领域86家，旅游装备领域91家，文化和体育领域更为突出。

（二）中部地区聚焦特色推进文体旅融合，康养装备发展较弱

中部地区自古是我国传统文化的重要发祥地，文房四宝、纸墨笔砚、琴棋书画、锣鼓笛号等优秀传统技艺文化丰富多彩，当前的文化装备也多以汉服、传统工艺品、文创产品为主，具有较浓郁的传统基因。此外，中部地区文化装备、体育装备、旅游装备的融合性、一体性较强，如《安徽省文化产业发展规划纲要》同时提出文化、体育装备的发展举措；

湖北省《关于促进文化装备制造业高质量发展的行动计划》从文化、体育、旅游装备三领域出发，提出发展任务目标。

表 6 中部地区各省重点发展领域及发展举措详情表

序号	中部地区省	重点发展领域	发展举措
1	河南	文化装备、体育装备	<ul style="list-style-type: none"> 发布《河南省促进体育产业高质量发展行动方案（2022—2025年）》指出，发展航空运动，承办国内外航空运动赛事活动，加快发展通航培训、公务飞行、急救、飞播、灭虫、航测、航拍、旅游等通航服务，带动航空器、飞行器和航空运动训练器材制造和维修产业发展；支持商丘、许昌、驻马店等地体育用品制造业形成集聚优势；研究推进武术服饰标准化
2	安徽	文化装备、体育装备	<ul style="list-style-type: none"> 发布《安徽省文化产业发展规划纲要》巩固宣纸、宣笔、歙砚、徽墨“文房四宝”传统市场，进一步开拓国际市场，增加花色品种，提高产品档次；芜湖铁画、桐城佛光工艺、铜陵铜器、黄山漆器等传统工艺品生产要进一步面向市场，加强产品设计和创意，增加文化内涵，形成更多的名品、新品和精品；大力发展农民画、丝绒画、丝绣丝刻、灵璧奇石、剪纸艺术、服装服饰、旅游纪念品、竹编、柳编、藤编、草编等工艺品，突出特色、创新设计、打造品牌，使小产品、小作坊实现规模化、社会化生产与经营；运用品牌效应、名人效应，发展体育用品
3	湖北	文化装备、体育装备、旅游装备	<ul style="list-style-type: none"> 发布《关于促进文化装备制造业高质量发展的行动计划》，提出大力发展各种球类、棋类、牌类、器械类等传统运动装备和音乐、舞蹈、戏曲、武术等经典文化装备；发展运动服装、鞋帽、器具等户外休闲旅游健身装备用品；积极开展可穿戴式运动设备、运动健身指导技术装备、运动功能饮料、营养保健食品药品等研发生产；大力培育集体用品研发、制造、营销、流通为一体的产业集群，打造一批体育用品自主品牌；着力发展音视频声光电子器件设备；发展“纸墨笔砚”文房四宝、“琴棋书画”“锣鼓笛号”乐器、舞台表演服装道具制造业；发展文化办公家具；

			<ul style="list-style-type: none"> ■ 孵化出湖北翔驰运动用品等自有品牌，主要生产冬季单板滑雪运动用品固定器、雪靴等产品，远销欧美，并与许多国际知名滑雪品牌建立合作关系
4	江西	文化装备、体育装备	<ul style="list-style-type: none"> ■ 策划举办江西文化产业博览交易会，展现江西吉州窑点茶技艺表演、抚州傩面具雕刻、余江木雕等传统技法，展示景德镇陶溪川研发的文创产品 ■ 出台《江西省“十四五”体育产业发展规划》，提出做大做强体育用品制造业 ■ 拳击手套、跑步机、动感单车、瑜伽球等“江西造”运动用品俏销海外
5	湖南	文化装备、体育装备、旅游装备	<ul style="list-style-type: none"> ■ 印发《湖南省户外运动产业发展规划（2023—2025年）》，提出打造运动服装与装备制造产业集群、多元化高端户外运动装备产业集聚区 ■ 以游艇、旅居设备、低空飞行器为主的旅游装备发展态势良好

注：专精特新“小巨人”企业数量低于5的不统计为“重点发展领域”

资料来源：报告编写组根据公开资料整理

结合专精特新“小巨人”企业情况可知，中部地区文体康旅装备产业的发展较东部地区还存在较大差距。1102家企业中，中部地区有205家，远低于东部地区的780家；注册资本亿元以上企业上市企业分别31家、59家，也远低于东部地区的197家，212家。此外，专精特新“小巨人”企业中，中部六省康养装备企业仅10家，发展几乎为空白。

（三）西部地区正在积极布局文体康旅装备产业，发展空间较大

不同于东部地区优势性发展、中部地区特色化发展的特征，西部地区文体康旅装备产业更多处于积极谋划布局的起步阶段，紧跟政策动向，打造文化旅游装备制造园、成立文体旅游装备产业协会、举办中国—东盟（柳州）旅游装备博

览会、建设“一带一路”国际文化装备产业项目等，如表7所示。

表7 西部地区各省重点发展领域及发展举措详情表

序号	西部地区省	重点发展领域	发展举措
1	重庆	文化装备、体育装备、旅游装备	<ul style="list-style-type: none"> ■ 发布《重庆市文化产业发展“十四五”规划》，提出重点布局特色文化用品产业集群、印刷包装特色产业集群、西部文化和旅游装备制造基地、国家文物保护装备产业基地 ■ 出台《重庆体育产业发展“十四五”规划》《成渝地区双城经济圈体育产业一体化发展规划（2023—2025年）》，提出瞄准国内体育用品及装备薄弱品类，加快引进和培育科技含量高、综合附加值高的智能体育器材装备、运动功能饮料等上中下游制造企业 ■ 文化和旅游部首个文化旅游装备制造园落户重庆；打造智能体育装备制造产业园，引进美泰塑胶、中乔体育等体育装备龙头企业，带动运动瑜伽等服装加工企业、纽扣拉链等面（辅）料产业、新型纺纱等先进工艺落地
2	四川	文化装备、体育装备	<ul style="list-style-type: none"> ■ 近年来加快实施文化强省、贸易强省战略，文化产业蓬勃发展，文化产品出口规模不断扩大；自贡市、成都市武侯区三国创意园先后获批国家文化出口基地 ■ 发布《关于推动体育用品制造业发展的实施意见》，提出大力发展冰雪器材装备及配件、健身器材、广场舞装备、运动防护用具、康复辅助器材、运动汽车、体育专业照明设备、装配式体育场馆材料等产品；发挥四川省先进材料产业优势在体育制造领域的应用；塑造“四川造”体育品牌
3	广西	文化装备	<ul style="list-style-type: none"> ■ 广西成立国内首个省级独立的文体旅游装备产业协会；设立旅游装备产业基金，由政府牵头，政策把控，为文化旅游装备项目投行引导资金、投融资发展；举办中国—东盟（柳州）旅游装备博览会，全面展示国内旅游装备行业最新技术及成果，提供深化产能和装备制造合作平台；召开全国旅游装备供应链大会；举办中国旅游装备专项赛；推动中国—东盟（柳州）旅游装备制造产业园等一批文旅装备制造园区建设；引进一批文旅装备制造企业在广西落地建厂
4	陕西	文化装备	<ul style="list-style-type: none"> ■ 西安曲江新区与上海文化装备产业基地共同

			<p>建设的“一带一路”国际文化装备产业项目落地西安；</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 印发《陕西省打造万亿级文化旅游产业实施意见（2021—2025年）》，提出大力发展印刷设备、广播电视电影设备、摄录设备、演艺设备、游乐游艺设备等文化装备制造业，培育一批重点产业集群
--	--	--	--

注：专精特新“小巨人”企业数量低于5的不统计为“重点发展领域”

资料来源：报告编写组根据公开资料整理

分析1102家专精特新“小巨人”企业可知，西部地区仅91家，其中上市企业12家、注册资本亿元以上企业28家，未来发展空间和潜力巨大。

（四）东北地区重点依托辽宁发展文化康旅装备产业，基础薄弱

随着冰雪旅游、低空飞行、房车露营、户外运营成为文旅消费新业态，辽宁省结合航空、汽车产业发展优势，积极布局，并取得一定成效。但是，1102家专精特新“小巨人”企业中，东北地区仅占26家，发展基础薄弱。

序号	东北地区省	重点发展领域	发展举措
1	辽宁	文化装备	<ul style="list-style-type: none"> ■ 出台《辽宁省文旅产业高质量发展行动方案（2023—2025年）》，依托全省先进装备制造业，支持冰雪温泉、低空飞行、房车露营、户外运动等文旅装备制造业发展壮大，推进制造业与旅游融合发展；激发各类企业在旅游装备、设备、新型建筑材料及服务领域的技术创新与应用的主动性，推动传统旅游景区应用虚拟现实等高新技术 ■ 依托沈飞、黎明、沈飞民机等110余家企业优势，计划打造10个以上低空经济应用示范场景，培育低空经济相关企业突破100家，让低空飞行器在城市空运、物流配送、应急救援和智慧城市管理等领域高效运行 ■ 依托华晨汽车集团优势，发展房车露营装备，并连续举办二十届国际房车旅游产业博

			览会
--	--	--	----

表 8 东北地区各省重点发展领域及发展举措详情表

注：专精特新“小巨人”企业数量低于 5 的不统计为“重点发展领域”

资料来源：报告编写组根据公开资料整理

第六章 我国文体康旅装备产业政策图景

近年来，我国在文体康旅装备产业领域的政策导向呈现出全面发展、逐渐深化的态势，不断推动产业向高端、智能化方向迈进。本部分主要分析了近 15 年来国家层面，省、市级地方政府层面出台的 800 余条政策情况，以展示相关政策的导向。

一、产业政策力度不断加大

自 2010 年至 2024 年，国家及地方政府在文化装备、体育装备、旅游装备、康养装备等领域的政策发布数量呈现出显著增长态势。从 2010 年的 8 项增长到 2022 年的 147 项，政府层面对相关产业持续关注和投入（见图 12）。系列政策文件，明确了文化装备、体育装备、旅游装备、康养装备等产业的发展方向和目标，为相关产业发展提供了明确的政策指引。地方政府积极响应国家政策号召，结合地方实际制定并实施了相关产业政策，通过政策引导、财政税收等措施，推动相关产业的快速发展。

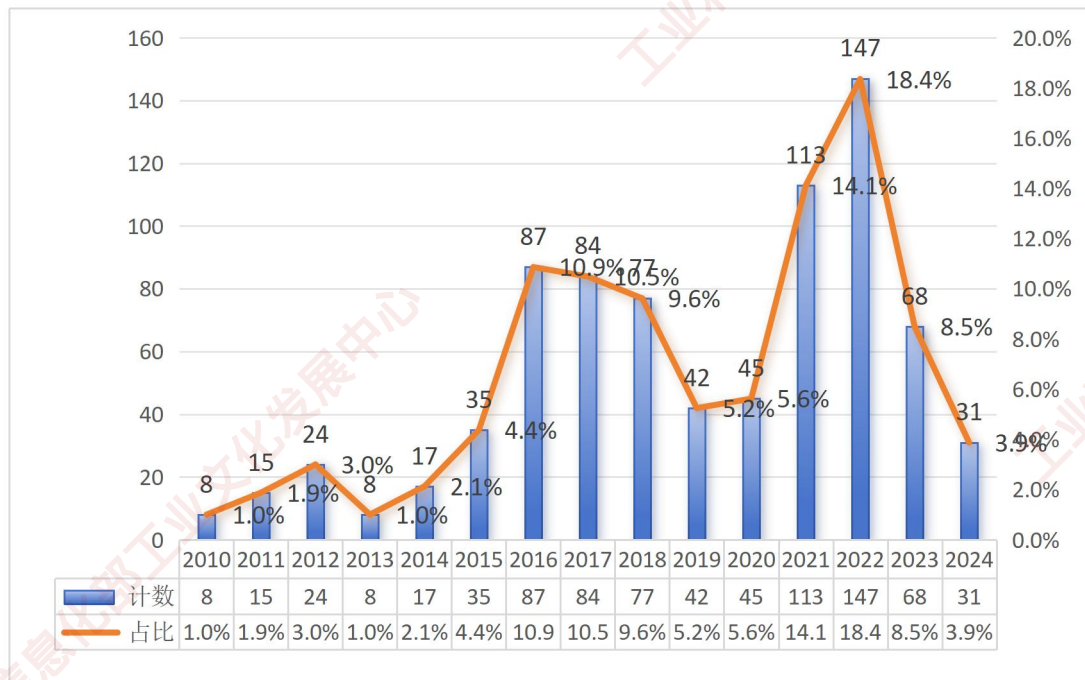


图 12 2010 年以来全国各省、市级地方政府文体康旅装备产业出台政策数量

数据来源：报告编写组根据公开资料整理

二、产业政策体系逐步深化完善

近年来我国不断加大对文化、体育、康养、旅游装备产业发展的关注，政策体系逐渐完善，并呈现出逐步深化的趋势。2013 年至 2017 年间，产业政策主要着眼于推进文化科技创新能力的提升，支持现代文化产业体系建设，并推动数字文化创意等创新技术的广泛应用。2017 年至 2020 年间，产业政策进一步拓展到加强旅游装备制造和应用领域，鼓励加大技术创新，发展新兴旅游方式。2020 年至今，产业政策更强调于文化、体育、康养、旅游装备产业中细分领域的场景融合发展，例如为促进体育产业的进步，引导关注体育装备的更新迭代，提升科学健身的智慧化水平等。系列政策的出台和实施，标志着我国在文体康旅装备产业方面的战略布局日臻完善，为产业的持续健康发展提供了坚实的政策保障。

三、地方结合特色出台政策促进发展

自 2010 年以来，我国各省、自治区、直辖市在文化装备、体育装备、旅游装备、康养装备等领域的政策发布数量均呈现出显著增长的趋势。从政策数量上看（详见图 13），东部沿海省份如广东（54 条，9%）、江苏（36 条，9%）、浙江（26 条，3.23%）等，由于经济发达、产业基础雄厚，其相关政策数量普遍较多。文旅产业较为发达的省份，如山东（73 条，9.1%）、广西（61 条，6.7%）相关促进政策也较多。同时，一些中西部省份如江西、四川等，也通过加大政策力度，推动相关产业的快速发展。具体来看，文化装备政策方面，北京、上海等文化中心城市政策数量领先；体育装备政策方面，广东、江苏等体育产业发展较为成熟的省份政策数量较多；旅游装备政策方面，云南、海南等旅游资源丰富的省份政策数量较多；康养装备政策方面，江西、四川等省份在政策发布上表现积极。

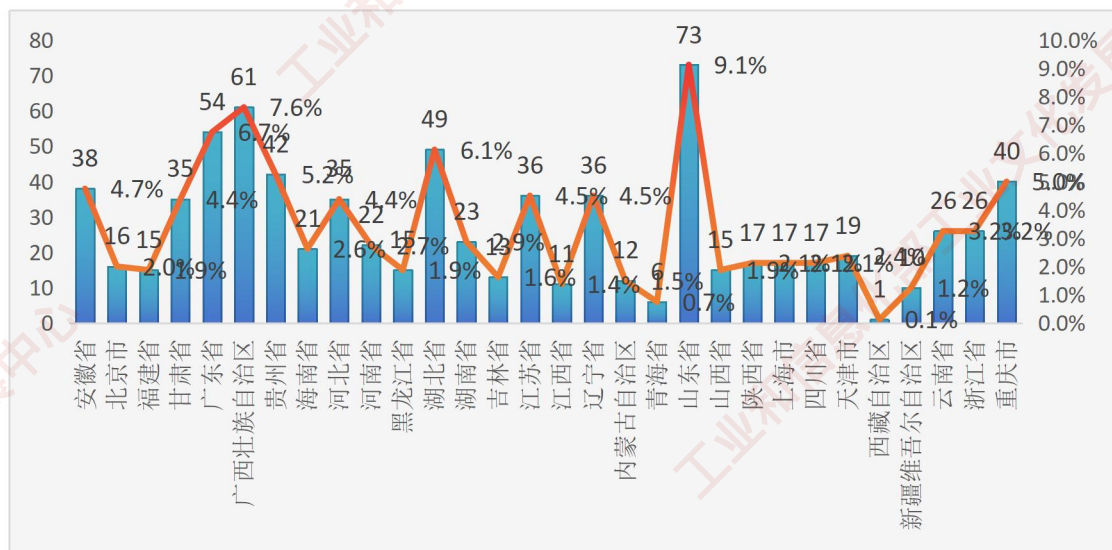


图 13 2010 年以来各省级政府文化、体育、康养、旅游装备产业出台政策数量

数据来源：报告编写组根据公开资料整理

工业和信息化部工业文化发展中心

地址：北京市海淀区万寿路 27 号

邮政编码：100846

联系电话：010-68200615

传真：010-68200615

网址：www.miit-icdc.org

