

2021-2026年中国马拉松市场深度分析及投资战略 咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国马拉松市场深度分析及投资战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/channel/other/715517.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

马拉松长跑是国际上非常普及的长跑比赛项目，全程距离26英里385码，折合为42.195公里（也有说法为42.193公里）。马拉松可分为全程马拉松，半程马拉松和越野跑、迷你跑、10K M、垂直马拉松、团队接力赛、超级马拉松定向赛等其他。以全程马拉松比赛最为普及，一般提及马拉松，即指全程马拉松。

尽管非认证规模赛事从2016年才开始举办，但一开始举行，就较认证赛事来说数量巨大。2011年以来，马拉松及相关路跑赛事继续保持增长，规模赛事以及认证赛事实实现双增长。2019年，全国范围内共举办规模赛事1828场，同比2018年增加15.62%；其中中国田径协会认证赛事357场，较2018年增长5.31%。

2011-2019年中国马拉松场次变化

2019年全国马拉松总参赛规模为713万人次，较2018年增幅为22.22%。认证赛事的总规模为424万人次，较2018年增长15.77%。数据显示，中国田径协会认证赛事以五分之一不到的赛事数量吸引了超过半数以上的跑者，是中国马拉松快速发展的中坚力量。

2017-2019年规模赛事和认证赛事人数规模趋势

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 2020年中国马拉松行业发展综述

第一节 马拉松行业定义及分类

一、马拉松行业定义及分类

二、马拉松行业主要商业模式

三、马拉松行业特征分析

第二节 马拉松行业政治法律环境分析

一、行业管理体制分析

二、行业主要法律法规

三、行业相关发展规划

第三节 马拉松行业经济环境分析

一、全球宏观经济形势分析

二、国内宏观经济形势分析

三、产业宏观经济环境分析

第四节 马拉松行业技术环境分析

- 一、马拉松技术发展水平
- 二、行业主要技术现状及发展趋势

第二章 2020年全球马拉松行业发展现状及经验借鉴分析

第一节 全球马拉松行业发展概况

- 一、全球马拉松行业市场规模分析
- 二、全球马拉松行业市场结构分析
- 三、全球马拉松行业竞争格局分析

第二节 国外主要马拉松市场发展状况分析

- 一、欧盟马拉松行业发展状况分析
- 二、美国马拉松行业发展状况分析
- 三、日本马拉松行业发展状况分析

第三节 2021-2026年全球马拉松行业发展前景预测

第三章 2020年中国马拉松行业发展态势分析

第一节 2020年中国马拉松行业发展现状

- 一、马拉松行业品牌发展现状
- 二、马拉松行业消费市场现状
- 三、马拉松市场需求层次分析
- 四、中国马拉松市场走向分析

第二节 中国马拉松行业发展状况

- 一、2019年中国马拉松行业发展回顾
- 二、2020年中国马拉松行业发展情况分析

在赛事类型参赛规模中，2019年马拉松赛事各个项目总参赛规模为330.36万人次，半程马拉松赛事总规模为233.81万人次，马拉松赛事和半程马拉松赛事以39.17%的场次占比，在赛事总规模上却占据了79.17%，成为支撑路跑赛事发展的核心力量。

2019年中国马拉松规模赛事类型参赛规模

三、2020年中国马拉松市场特点分析

第三节 中国马拉松行业供需分析

- 一、2020年中国马拉松市场供给总量分析
- 二、2020年中国马拉松市场需求结构分析

第四章 2020年中国马拉松行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、马拉松行业竞争结构分析

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、马拉松行业企业间竞争格局分析

第二节 中国马拉松行业竞争格局综述

一、马拉松行业竞争概况

二、中国马拉松行业竞争力分析

1、中国马拉松行业竞争力剖析

2、中国马拉松企业市场竞争的优势

3、国内马拉松企业竞争能力提升途径

三、2021-2026年中国马拉松市场竞争策略分析

第五章 2020年中国马拉松或所属行业七大区域发展现状及趋势分析

第一节 华北地区马拉松行业分析及预测

一、2016-2020年区域区位特征及经济发展概况

二、2017-2020年市场规模情况分析

三、2021-2026年行业趋势预测分析

第二节 东北地区马拉松行业分析及预测

一、2016-2020年区域区位特征及经济发展概况

二、2017-2020年市场规模情况分析

三、2021-2026年行业趋势预测分析

第三节 华东地区马拉松行业分析及预测

一、2016-2020年区域区位特征及经济发展概况

二、2017-2020年市场规模情况分析

三、2021-2026年行业趋势预测分析

第四节 华中地区马拉松行业分析及预测

一、2016-2020年区域区位特征及经济发展概况

二、2017-2020年市场规模情况分析

三、2021-2026年行业趋势预测分析

第五节 华南地区马拉松行业分析及预测

一、2016-2020年区域区位特征及经济发展概况

二、2017-2020年市场规模情况分析

三、2021-2026年行业趋势预测分析

第六节 西南地区马拉松行业分析及预测

一、2016-2020年区域区位特征及经济发展概况

二、2017-2020年市场规模情况分析

三、2021-2026年行业趋势预测分析

第七节 西北地区马拉松行业分析及预测

一、2016-2020年区域区位特征及经济发展概况

二、2017-2020年市场规模情况分析

三、2021-2026年行业趋势预测分析

第六章 2020年中国马拉松行业产业链分析

第一节 马拉松行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

第二节 马拉松上游行业分析

第三节 马拉松下游行业分析

一、马拉松下游行业分布

二、2016-2020年下游行业发展现状

三、2021-2026年下游行业发展趋势

第七章 2020年中国马拉松行业重点企业发展分析

第一节 企业一

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第二节 企业二

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第三节 企业三

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第四节 企业四

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第五节 企业五

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第六节 企业六

一、企业简介

二、企业经营状况

三、企业竞争力分析

四、企业发展战略

第八章 2020年中国马拉松企业管理策略建议

第一节 提高马拉松企业竞争力的策略

一、提高中国马拉松企业核心竞争力的对策

二、马拉松企业提升竞争力的主要方向

三、影响马拉松企业核心竞争力的因素及提升途径

四、提高马拉松企业竞争力的策略

第二节 对中国马拉松品牌的战略思考

一、马拉松实施品牌战略的意义

二、马拉松企业品牌的现状分析

三、中国马拉松企业的品牌战略

四、马拉松品牌战略管理的策略

第九章 2021-2026年中国马拉松行业发展前景预测

第一节 影响马拉松行业发展的主要因素

一、影响马拉松行业运行的有利因素

二、影响马拉松行业运行的稳定因素

三、影响马拉松行业运行的不利因素

四、我国马拉松行业发展面临的挑战

五、我国马拉松行业发展面临的机遇

第二节 马拉松行业投资回顾（AK LXLL）

一、马拉松行业投资规模及增速统计

二、马拉松行业投资结构分析

第三节 2021-2026年中国马拉松行业投资规模及增速预测

第四节 2021-2026年中国马拉松行业发展趋势预测

- 一、马拉松行业发展驱动因素分析
- 二、马拉松行业发展趋势预测
- 三、马拉松行业需求规模预测
- 四、2021-2026年中国马拉松行业全球市场份额预测

第五节 马拉松行业投资现状及建议

- 一、马拉松行业投资项目分析
- 二、马拉松行业投资机遇分析
- 三、马拉松行业投资风险警示
- 四、马拉松行业投资策略建议

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/other/715517.html>