

中国马术文化行业发展趋势分析与未来前景研究 报告（2022-2029年）

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《中国马术文化行业发展趋势分析与未来前景研究报告（2022-2029年）》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：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202206/601684.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

一、马术行业相关定义

马术，是指人在马上进行各种运动的总称，现代马术包括竞技马术、速度赛马、民族民间马术等细分项目。

1、竞技马术

竞技马术指一种人和动物共同完成的比赛，需要骑手和马经过多年的训练，在赛场上展现优雅、胆量、敏捷和速度。竞技马术可以分为场地障碍、盛装舞步、三项赛、耐力赛、雷宁马术、轻驾马车等细分项目。竞技马术的特点是需要骑手和马匹的默契配合，考验马匹技巧、速度、耐力和跨越障碍的能力。

2、速度赛马

速度赛马是比马匹奔跑速度、骑手驾驭马匹能力的一种竞技活动。比赛形式也发展为平地赛马、障碍赛马、越野赛马、轻驾车比赛和接力赛马等不同种类。平地赛马多数在场内进行，跑道长度多在1000米至2000米之间。比赛类似田径的中长跑，分为1000米、1400米、1600米、2000米、3000米等不同赛段。

3、民族民间马术

民族民间马术主要指我国多民族内部独有的传统骑马竞技活动，蒙古族、藏族、哈萨克族等民族都有其特有的传统马术活动。

二、马术行业市场发展现状

1、全球马术行业市场发展现状

马术起源于原始人类的生产劳动过程。公元前680年古代奥运会设马术有马车比赛。中国的马术也具有悠久的历史，兴于周代，盛于唐代。现代马术运动始于欧洲。古代为了做到战车所用的马匹在战场上移动精确，常对马匹进行各种技巧和协调性的训练，后来就发展成为马术比赛。

目前，赛马运动在英国、法国、美国、德国、爱尔兰、意大利、澳大利亚、日本、中国香港及澳门等地已形成完善的产业链，上中下游辐射种马培育、赛马驯养、马匹交易、赛事运营、媒体转播、马彩竞猜、金融支持等多个行业，已经形成巨大的市场规模。2021年，全球马术行业市场规模约为386.39亿美元。

资料来源：观研天下数据中心整理

资料来源：观研天下数据中心整理

2、中国马术行业市场发展现状

1、行业发展历程

马术运动在中国有着悠久的历史，马术运动在中国古代又被称为骑术，赛马、马戏等一些项

目也被统称为骑术，还有许多地方民间仍然保留着古代时期的马术游戏。马术在中国，起初是用来狩猎，后来被运用到了军事上，并在时代发展的过程中发挥着重要的作用，由于有着重要作用，因此受到了人们普遍的重视，并逐渐演变成为一种体育活动。

当代马运动特指目前所处的这个时代下所存在的平地赛马、耐力赛、马术、马上体操、马球和马车赛等一系列运动，是国外马运动和古代马运动结合的产物，为国外马运动在我国本土化的结果。现代马术比赛由盛装舞步赛、障碍赛和三日赛组成，还有现代五项中所包含的马术部分。随着时代发展，现在的五项已经和过去有很大变化，包括射击、击剑、游泳、马术和越野跑。中国只有在2008年作为奥运会的主办方获得6个直接参赛的名额，在此之前，并没有获得过参加奥运会马术比赛项目的资格，这一次的参赛打开了中国在奥运会中马术比赛的开端。马术传统强国西欧和美国优势尽显，作为老牌马术强国不断继承发扬，取得这样的成绩实至名归，而中国古代的马术规则却和现在差距很大。目前，我们所取得的最好成绩是华天在2016年里约奥运会个人障碍赛中取得第八名，中国马术还有很长的路要走。

2、市场规模

近年来，随着马术运动在国内的普及以及下游消费等领域需求的强劲，我国的马术行业市场规模不断扩大，2021年达到170.4亿元规模。

数据来源：观研天下数据中心整理

但马术一直以来都因其需要支付昂贵的费用而被称为“贵族运动”，这使它注定不能被广大普通百姓所接受，而在很多西欧国家，马术则具有相当高的人气，比如英国女王年轻时坚持骑马阅兵，使得国人更追捧重视马的作用，相比中国而言，积极性自然要高出很多。放眼我国现在马场面对的客源，多数是一些对马术不太了解的群众，去骑马的目的也多数只是为了感受刺激，甚至有一部分人只是为了拍照发在社交网络上，期望得到别人的关注，在搜索引擎上搜马术的相关资料也是少之又少，远落后于其他热门体育项目。

2、供应规模

近年来，随着马术运动逐步被大众所熟知，马术行业相关俱乐部也随着需求日益增长，2021年达到了2222家，但整体仍然增长缓慢。

数据来源：观研天下数据中心整理

（1）硬件设施不够专业

马术项目的硬件设施包括马匹、马厩、场地以及其他附属设施。在马匹方面，我国一直是世界养马大国，根据联合国粮食与农业组织（FAO）官方数据披露，在2010年，中国的马匹存栏数位居世界之首。但马匹的属性和用途在我国始终是作为运输劳动力为主，不具备比赛应有的速度能力，因此我国的赛马主要靠高价从国外进口，价格按血统划分，从几十万到几千万不等。由于赛马不是中国传统奥运优势项目，国人关注度较少，使得很多马场在大型运动会结束后就没再举行过正规大赛，然而，马场的管理费和维护费等开销每年都要上千万，

为将损失降到最低，有的赛马场甚至暂时将沙地租借出去当做物流场所，使马场荒废，利用率低下。

（2）从业人员缺乏且水平不高

首先，中国马术运动员存在明显基数不足的问题，国内的马术教练中取得国际教练证书的只有3~4个人，一级教练也只有20多人。作为决定比赛成绩的另一因素，马的表现尤为重要，这就需要前期对马身体和精神状态的调整，这些都需要专业的人才，包括马房的管理、马匹的护理、场地障碍的设置等，甚至于钉马掌都需要专业人员。而我国多数是师傅凭经验教徒弟的传授方式，这里面专业的运动员少之又少，此在很大程度上阻碍了我国马术的系统性和专业性。从2008年以来，武汉商学院、内蒙古农业大学、中国农业大学、青岛农业大学等相继开展了马术相关专业，以期培养出可以从事马术比赛、教学、经营、管理等的全方位马术专业人才。目前，我国需要的专业马术人才大约十万，而实际赛马专业的学生只有约一万人。

3、需求规模

2020年我国全面建成小康社会，实现了第一个百年奋斗目标，人们的生活水平和消费观念不断提升，特色消费开展得如日中天，马术等特色消费对促进经济增长起到至关重要的作用。随着马术俱乐部规模不断增长，马术俱乐部会员的规模也不断增长，显示出了我国消费者对于马术运动的强劲需求。

数据来源：观研天下数据中心整理

但2021年约28.8%的中国消费者关注马术信息，而每天关注的比例仅为1.5%，可见，马术文化在国内的传播还有较大空间。而40.9%的人群选择通过马术比赛来了解马术信息，可见，马术赛事为重要的马术信息传播渠道，赛事可作为马术俱乐部的重要营销场景。

资料来源：观研天下数据中心整理

资料来源：观研天下数据中心整理

从马术俱乐部的会员年龄结构来看，青少年群体最多，占比为46.86%；从会员性别来看，女性会员占比继续增长并在今年超过了65%。可见，国内马术俱乐部的主要会员是女性青少年。

资料来源：观研天下数据中心整理

资料来源：观研天下数据中心整理（WWTQ）

观研报告网发布的《中国马术文化行业发展趋势分析与未来前景研究报告（2022-2029年）》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，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。

行业报告是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国马术文化行业发展概述

第一节 马术文化行业发展情况概述

- 一、马术文化行业相关定义
- 二、马术文化特点分析
- 三、马术文化行业基本情况介绍
- 四、马术文化行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售/服务模式
- 五、马术文化行业需求主体分析

第二节 中国马术文化行业生命周期分析

- 一、马术文化行业生命周期理论概述
- 二、马术文化行业所属的生命周期分析

第三节马术文化行业经济指标分析

- 一、马术文化行业的赢利性分析
- 二、马术文化行业的经济周期分析
- 三、马术文化行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球马术文化行业市场发展现状分析

第一节全球马术文化行业发展历程回顾

第二节全球马术文化行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲马术文化行业地区市场分析

- 一、亚洲马术文化行业市场现状分析
- 二、亚洲马术文化行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲马术文化行业市场前景分析

第四节北美马术文化行业地区市场分析

- 一、北美马术文化行业市场现状分析
- 二、北美马术文化行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美马术文化行业市场前景分析

第五节欧洲马术文化行业地区市场分析

- 一、欧洲马术文化行业市场现状分析
- 二、欧洲马术文化行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲马术文化行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界马术文化行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球马术文化行业市场规模预测

第三章 中国马术文化行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节我国宏观经济环境对马术文化行业的影响分析

第三节中国马术文化行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对马术文化行业的影响分析

第五节中国马术文化行业产业社会环境分析

第四章 中国马术文化行业运行情况

第一节中国马术文化行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节中国马术文化行业市场规模分析

一、影响中国马术文化行业市场规模的因素

二、中国马术文化行业市场规模

三、中国马术文化行业市场规模解析

第三节中国马术文化行业供应情况分析

一、中国马术文化行业供应规模

二、中国马术文化行业供应特点

第四节中国马术文化行业需求情况分析

一、中国马术文化行业需求规模

二、中国马术文化行业需求特点

第五节中国马术文化行业供需平衡分析

第五章 中国马术文化行业产业链和细分市场分析

第一节中国马术文化行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、马术文化行业产业链图解

第二节中国马术文化行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对马术文化行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对马术文化行业的影响分析

第三节我国马术文化行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国马术文化行业市场竞争分析

第一节 中国马术文化行业竞争现状分析

一、中国马术文化行业竞争格局分析

二、中国马术文化行业主要品牌分析

第二节 中国马术文化行业集中度分析

一、中国马术文化行业市场集中度影响因素分析

二、中国马术文化行业市场集中度分析

第三节 中国马术文化行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国马术文化行业模型分析

第一节 中国马术文化行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国马术文化行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国马术文化行业SWOT分析结论

第三节 中国马术文化行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国马术文化行业需求特点与动态分析

第一节中国马术文化行业市场动态情况

第二节中国马术文化行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节马术文化行业成本结构分析

第四节马术文化行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国马术文化行业价格现状分析

第六节中国马术文化行业平均价格走势预测

一、中国马术文化行业平均价格趋势分析

二、中国马术文化行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国马术文化行业所属行业运行数据监测

第一节中国马术文化行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国马术文化行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国马术文化行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国马术文化行业区域市场现状分析

第一节 中国马术文化行业区域市场规模分析

一、影响马术文化行业区域市场分布的因素

二、中国马术文化行业区域市场分布

第二节 中国华东地区马术文化行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区马术文化行业市场分析

(1) 华东地区马术文化行业市场规模

(2) 华南地区马术文化行业市场现状

(3) 华东地区马术文化行业市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区马术文化行业市场分析

(1) 华中地区马术文化行业市场规模

(2) 华中地区马术文化行业市场现状

(3) 华中地区马术文化行业市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区马术文化行业市场分析

(1) 华南地区马术文化行业市场规模

(2) 华南地区马术文化行业市场现状

(3) 华南地区马术文化行业市场规模预测

第五节 华北地区马术文化行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区马术文化行业市场分析

(1) 华北地区马术文化行业市场规模

(2) 华北地区马术文化行业市场现状

(3) 华北地区马术文化行业市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区马术文化行业市场分析

- (1) 东北地区马术文化行业市场规模
- (2) 东北地区马术文化行业市场现状
- (3) 东北地区马术文化行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区马术文化行业市场分析
 - (1) 西南地区马术文化行业市场规模
 - (2) 西南地区马术文化行业市场现状
 - (3) 西南地区马术文化行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区马术文化行业市场分析
 - (1) 西北地区马术文化行业市场规模
 - (2) 西北地区马术文化行业市场现状
 - (3) 西北地区马术文化行业市场规模预测

第十一章 马术文化行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析

四、公司优势分析

第二节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第六节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国马术文化行业发展前景分析与预测

第一节 中国马术文化行业未来发展前景分析

- 一、马术文化行业国内投资环境分析
- 二、中国马术文化行业市场机会分析
- 三、中国马术文化行业投资增速预测

第二节 中国马术文化行业未来发展趋势预测

第三节 中国马术文化行业规模发展预测

- 一、中国马术文化行业市场规模预测
- 二、中国马术文化行业市场规模增速预测
- 三、中国马术文化行业产值规模预测
- 四、中国马术文化行业产值增速预测
- 五、中国马术文化行业供需情况预测

第四节 中国马术文化行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国马术文化行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国马术文化行业进入壁垒分析

- 一、马术文化行业资金壁垒分析
- 二、马术文化行业技术壁垒分析
- 三、马术文化行业人才壁垒分析
- 四、马术文化行业品牌壁垒分析
- 五、马术文化行业其他壁垒分析

第二节马术文化行业风险分析

- 一、马术文化行业宏观环境风险
- 二、马术文化行业技术风险
- 三、马术文化行业竞争风险
- 四、马术文化行业其他风险

第三节中国马术文化行业存在的问题

第四节中国马术文化行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国马术文化行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国马术文化行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

第二节中国马术文化行业进入策略分析

- 一、目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

第三节 马术文化行业营销策略分析

- 一、马术文化行业产品策略
- 二、马术文化行业定价策略
- 三、马术文化行业渠道策略
- 四、马术文化行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202206/601684.html>