2020-2026年中国马拉松市场研究与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2020-2026年中国马拉松市场研究与投资前景评估报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：http://www.chinairr.org/report/R13/R1304/202008/06-359334.html

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936
传真: 010-60343813
网址: http://www.chinairr.org
Email: sales@chyxx.com
联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

2019年，中国境内举办马拉松及相关运动规模赛事（800人以上路跑赛事、300以上越野赛事）共计1581场，其中马拉松赛事数量为183场，较2017年增加了10场，半程马拉松赛事数量为394场，较2017年大增151场。2017-2019年中国马拉松规模赛事类型分布

中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国马拉松市场研究与投资前景评估报告》共十四章。首先介绍了马拉松相关概念及发展环境，接着分析了中国马拉松规模及消费需求，然后对中国马拉松市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国马拉松面临的机遇及发展前景。您若想对中国马拉松有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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 马拉松行业发展综述
1.1 马拉松行业定义及分类
1.1.1 行业定义
1.1.2 行业产品/服务分类
1.1.3 行业主要商业模式
1.2 马拉松行业特征分析
1.2.1 产业链分析
1.2.2 马拉松行业在产业链中的地位
1.2.3 马拉松行业生命周期分析
（1）行业生命周期理论基础
（2）马拉松行业生命周期
1.3 最近3-5年中国马拉松行业经济指标分析
1.3.1 赢利性
1.3.2 成长速度
1.3.3 附加值的提升空间
1.3.4 进入壁垒／退出机制

1.3.5 风险性
1.3.6 行业周期
1.3.7 竞争激烈程度指标
1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析

第二章 马拉松行业运行环境（PEST）分析
2.1 马拉松行业政治法律环境分析
2.1.1 行业管理体制分析
2.1.2 行业主要法律法规
2.1.3 行业相关发展规划
2.2 马拉松行业经济环境分析
2.2.1 国际宏观经济形势分析
2.2.2 国内宏观经济形势分析
2.2.3 产业宏观经济环境分析
2.3 马拉松行业社会环境分析
2.3.1 马拉松产业社会环境
2.3.2 社会环境对行业的影响
2.3.3 马拉松产业发展对社会发展的影响
2.4 马拉松行业技术环境分析
2.4.1 马拉松技术分析
2.4.2 马拉松技术发展水平
2.4.3 行业主要技术发展趋势

第三章 我国马拉松所属行业运行分析
3.1 我国马拉松所属行业发展状况分析
3.1.1 我国马拉松所属行业发展阶段
3.1.2 我国马拉松所属行业发展总体概况
3.1.3 我国马拉松所属行业发展特点分析
3.2 2016-2019年马拉松所属行业发展现状
3.2.1 2016-2019年我国马拉松所属行业市场规模

分区域来看，2019年，全国31个省区市、285个地级市举办了不同形式的马拉松比赛，占地级市总数的85.33%，较2017年增加了52个。其中，浙江以180场的数量位列第.一，江苏、山东

、北京、广东举办赛事数量也超过100场。2019年中国举办马拉松规模赛事前十省市

从赛事参与人数来看，2019年，我国参加马拉松及相关运动规模赛事累计达到583万人次，其中马拉松参赛规模265.65万人次，半马参赛规模180.42万人次。另外，马拉松/半程马拉松完赛人次也有明显增长，2019年分别为37.34万人次、76.62万人次，分别增长了38.86%、69.18%。2019年中国马拉松规模赛事参赛规模

3.2.2 2016-2019年我国马拉松所属行业发展分析
3.2.3 2016-2019年中国马拉松企业发展分析
3.3 区域市场分析
3.3.1 区域市场分布总体情况
3.3.2 2016-2019年重点省市市场分析
3.4 马拉松细分产品/服务市场分析
3.4.1 细分产品/服务特色
3.4.2 2016-2019年细分产品/服务市场规模及增速
3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测
3.5 马拉松产品/服务价格分析
3.5.1 2016-2019年马拉松价格走势
3.5.2 影响马拉松价格的关键因素分析
（1）成本
（2）供需情况
（3）关联产品
（4）其他
3.5.3 2020-2026年马拉松产品/服务价格变化趋势
3.5.4 主要马拉松企业价位及价格策略

第四章 我国马拉松所属行业整体运行指标分析
4.1 2016-2019年中国马拉松所属行业总体规模分析
4.1.1 企业数量结构分析
4.1.2 人员规模状况分析
4.1.3 行业资产规模分析
4.1.4 行业市场规模分析
4.2 2016-2019年中国马拉松所属行业运营情况分析
4.2.1 我国马拉松所属行业营收分析

4.2.2 我国马拉松所属行业成本分析
4.2.3 我国马拉松所属行业利润分析
4.3 2016-2019年中国马拉松所属行业财务指标总体分析
4.3.1 行业盈利能力分析
4.3.2 行业偿债能力分析
4.3.3 行业营运能力分析
4.3.4 行业发展能力分析

第五章 我国马拉松行业供需形势分析
5.1 马拉松行业供给分析
5.1.1 2016-2019年马拉松行业供给分析
5.1.2 2020-2026年马拉松行业供给变化趋势
5.1.3 马拉松行业区域供给分析
5.2 2016-2019年我国马拉松行业需求情况
5.2.1 马拉松行业需求市场
5.2.2 马拉松行业客户结构
5.2.3 马拉松行业需求的地区差异
5.3 马拉松市场应用及需求预测
5.3.1 马拉松应用市场总体需求分析
（1）马拉松应用市场需求特征
（2）马拉松应用市场需求总规模
5.3.2 2020-2026年马拉松行业领域需求量预测
（1）2020-2026年马拉松行业领域需求产品/服务功能预测
（2）2020-2026年马拉松行业领域需求产品/服务市场格局预测
5.3.3 重点行业马拉松产品/服务需求分析预测

第六章 马拉松行业产业结构分析
6.1 马拉松产业结构分析
6.1.1 市场细分充分程度分析
6.1.2 各细分市场领先企业排名
6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例
6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）

6.2 产业价值链条的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析
6.2.1 产业价值链条的构成
6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析
6.3 产业结构发展预测
6.3.1 产业结构调整指导政策分析
6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素
6.3.3 中国马拉松行业参与国际竞争的战略市场定位
6.3.4 马拉松产业结构调整方向分析
6.3.5 建议

第七章 我国马拉松行业产业链分析
7.1 马拉松行业产业链分析
7.1.1 产业链结构分析
7.1.2 主要环节的增值空间
7.1.3 与上下游行业之间的关联性
7.2 马拉松上游行业分析
7.2.1 马拉松产品成本构成
7.2.2 2016-2019年上游行业发展现状
7.2.3 2020-2026年上游行业发展趋势
7.2.4 上游供给对马拉松行业的影响
7.3 马拉松下游行业分析
7.3.1 马拉松下游行业分布
7.3.2 2016-2019年下游行业发展现状
7.3.3 2020-2026年下游行业发展趋势
7.3.4 下游需求对马拉松行业的影响

第八章 我国马拉松行业渠道分析及策略
8.1 马拉松行业渠道分析
8.1.1 渠道形式及对比
8.1.2 各类渠道对马拉松行业的影响
8.1.3 主要马拉松企业渠道策略研究
8.1.4 各区域主要代理商情况

8.2 马拉松行业用户分析
8.2.1 用户认知程度分析
8.2.2 用户需求特点分析
8.2.3 用户购买途径分析
8.3 马拉松行业营销策略分析
8.3.1 中国马拉松营销概况
8.3.2 马拉松营销策略探讨
8.3.3 马拉松营销发展趋势

第九章 我国马拉松行业竞争形势及策略
9.1 行业总体市场竞争状况分析
9.1.1 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
9.1.2 马拉松行业企业间竞争格局分析
9.1.3 马拉松行业集中度分析
9.1.4 马拉松行业SWOT分析
9.2 中国马拉松行业竞争格局综述
9.2.1 马拉松行业竞争概况
（1）中国马拉松行业竞争格局
（2）马拉松行业未来竞争格局和特点
（3）马拉松市场进入及竞争对手分析
9.2.2 中国马拉松行业竞争力分析
（1）我国马拉松行业竞争力剖析
（2）我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
9.2.3 马拉松市场竞争策略分析

第十章 马拉松行业领先企业经营形势分析
10.1 A公司
10.1.1 企业概况
10.1.2 企业优势分析
10.1.3 产品/服务特色
10.1.4 企业经营状况
10.2 B公司
10.2.1 企业概况
10.2.2 企业优势分析
10.2.3 产品/服务特色
10.2.4 企业经营状况
10.3 C公司
10.3.1 企业概况
10.3.2 企业优势分析
10.3.3 产品/服务特色
10.3.4 企业经营状况
10.4 D公司
10.4.1 企业概况
10.4.2 企业优势分析
10.4.3 产品/服务特色
10.4.4 企业经营状况
10.5 E公司
10.5.1 企业概况
10.5.2 企业优势分析
10.5.3 产品/服务特色
10.5.4 企业经营状况
10.6 F公司
10.6.1 企业概况
10.6.2 企业优势分析
10.6.3 产品/服务特色
10.6.4 企业经营状况

第十一章 2020-2026年马拉松行业投资前景
11.1 2020-2026年马拉松市场发展前景
11.1.1 2020-2026年马拉松市场发展潜力
11.1.2 2020-2026年马拉松市场发展前景展望
11.1.3 2020-2026年马拉松细分行业发展前景分析
11.2 2020-2026年马拉松市场发展趋势预测
11.2.1 2020-2026年马拉松行业发展趋势
11.2.2 2020-2026年马拉松市场规模预测
11.2.3 2020-2026年马拉松行业应用趋势预测
11.2.4 2020-2026年细分市场发展趋势预测
11.3 2020-2026年中国马拉松行业供需预测
11.3.1 2020-2026年中国马拉松行业供给预测
11.3.2 2020-2026年中国马拉松行业需求预测
11.3.3 2020-2026年中国马拉松供需平衡预测
11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
11.4.1 市场整合成长趋势
11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2020-2026年马拉松行业投资机会与风险
12.1 马拉松行业投融资情况
12.1.1 行业资金渠道分析
12.1.2 固定资产投资分析
12.1.3 兼并重组情况分析
12.2 2020-2026年马拉松行业投资机会
12.2.1 产业链投资机会
12.2.2 细分市场投资机会
12.2.3 重点区域投资机会
12.3 2020-2026年马拉松行业投资风险及防范
12.3.1 政策风险及防范

12.3.2 技术风险及防范
12.3.3 供求风险及防范
12.3.4 宏观经济波动风险及防范
12.3.5 关联产业风险及防范
12.3.6 产品结构风险及防范
12.3.7 其他风险及防范

第十三章 马拉松行业投资战略研究
13.1 马拉松行业发展战略研究
13.1.1 战略综合规划
13.1.2 技术开发战略
13.1.3 业务组合战略
13.1.4 区域战略规划
13.1.5 产业战略规划
13.1.6 营销品牌战略
13.1.7 竞争战略规划
13.2 对我国马拉松品牌的战略思考
13.2.1 马拉松品牌的重要性
13.2.2 马拉松实施品牌战略的意义
13.2.3 马拉松企业品牌的现状分析
13.2.4 我国马拉松企业的品牌战略
13.2.5 马拉松品牌战略管理的策略
13.3 马拉松经营策略分析
13.3.1 马拉松市场细分策略
13.3.2 马拉松市场创新策略
13.3.3 品牌定位与品类规划
13.3.4 马拉松新产品差异化战略
13.4 马拉松行业投资战略研究
13.4.1 2019年马拉松行业投资战略
13.4.2 2020-2026年马拉松行业投资战略
13.4.3 2020-2026年细分行业投资战略

第十四章 研究结论及投资建议
14.1 马拉松行业研究结论
14.2 马拉松行业投资价值评估
14.3 马拉松行业投资建议
14.3.1 行业发展策略建议
14.3.2 行业投资方向建议
14.3.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表1：马拉松行业生命周期
图表2：马拉松行业产业链结构
图表3：2016-2019年全球马拉松行业市场规模
图表4：2016-2019年中国马拉松行业市场规模
图表5：2016-2019年马拉松行业重要数据指标比较
图表6：2016-2019年中国马拉松市场占全球份额比较
图表7：2016-2019年马拉松行业工业总产值
图表8：2016-2019年马拉松行业销售收入
图表9：2016-2019年马拉松行业利润总额
图表10：2016-2019年马拉松行业资产总计
图表11：2016-2019年马拉松行业负债总计
图表12：2016-2019年马拉松行业竞争力分析
图表13：2016-2019年马拉松市场价格走势
图表14：2016-2019年马拉松行业主营业务收入
图表15：2016-2019年马拉松行业主营业务成本
图表16：2016-2019年马拉松行业销售费用分析
图表17：2016-2019年马拉松行业管理费用分析
图表18：2016-2019年马拉松行业财务费用分析
图表19：2016-2019年马拉松行业销售毛利率分析
图表20：2016-2019年马拉松行业销售利润率分析
图表21：2016-2019年马拉松行业成本费用利润率分析
图表22：2016-2019年马拉松行业总资产利润率分析
图表23：2016-2019年马拉松行业集中度

图表24：2020-2026年中国马拉松行业供给预测
图表25：2020-2026年中国马拉松行业需求预测
图表26：2020-2026年中国马拉松行业市场容量预测
更多图表见正文.....

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R13/R1304/202008/06-359334.html