2025-2030年全球及中国马术行业发展前景与投资战略规划分析报告

目 录

CONTENTS

——综述篇——
第1章：马术行业综述及数据来源说明
1.1 马术行业界定
1.1.1 马术的界定
1、定义
2、特征
3、术语
1.1.2 马术的分类
1、竞技运动马术
2、休闲娱乐马术
1.1.3 马术所处行业
1.1.4 马术行业监管
1.1.5 马术行业标准
1.2 马术产业画像
1.2.1 马术产业链结构梳理
1.2.2 马术产业链生态全景图谱
1.2.3 马术产业链区域热力图
1.3 本报告数据来源及统计标准说明
1.3.1 本报告研究范围界定
1.3.2 本报告权威数据来源
1.3.3 研究方法及统计标准
——现状篇——
第2章：全球马术行业发展现状分析
2.1 全球马术行业发展历程
2.2 全球马术行业发展现状
2.2.1 全球种马培育/赛马驯养现状
2.2.2 全球马匹交易市场发展现状
2.2.3 全球竞技马术/赛马市场概况
2.2.4 全球马术休闲/旅游市场概况
2.3 全球马术俱乐部案例分析
2.3.1 全球马术俱乐部运营发展概况
2.3.2 马术俱乐部案例：美国肯塔基马术公园
2.3.3 马术俱乐部案例：英国御林军马球俱乐部
2.4 全球马术市场规模体量
2.5 全球马术区域发展格局
2.6 国外马术发展经验借鉴
2.6.1 重点区域市场：德国
2.6.2 重点区域市场：英国
2.6.3 重点区域市场：美国
2.6.4 国外马术发展经验借鉴
2.7 全球马术市场前景预测
2.8 全球马术发展趋势洞悉
第3章：中国马术行业发展现状分析
3.1 中国马术行业发展历程
3.2 中国马术商业模式分析
3.2.1 马术商业模式概述
3.2.2 马场开发模式分析
3.2.3 马术俱乐部开发模式
1、休闲度假型马术俱乐部
2、专业运动型马术俱乐部
3、专业运动型马球俱乐部

3.2.4 马术俱乐部运营管理模式
1、开发经营
2、竞技训练
3、封闭会员制
4、私人会所
3.2.5 马术俱乐部主要盈利模式
3.2.6 马术俱乐部收入来源分布
3.2.7 马术俱乐部成本支出分析
3.3 中国马术市场主体分析
3.3.1 马术市场参与者类型
3.3.2 马术企业的入场方式
3.4 中国马场/马术俱乐部开发运营现状
3.4.1 马场/马术俱乐部数量变化
1、马场
2、马术俱乐部
3.4.2 马场/马术俱乐部区域分布
1、马场
2、马术俱乐部
3.4.3 马场/马术俱乐部运营现状
1、马场
2、马术俱乐部
3.5 中国种马培育/赛马驯养现状
3.6 中国马匹交易市场发展现状
3.7 中国马术市场需求现状分析
3.7.1 中国马术市场需求区域分化
3.7.2 中国马术俱乐部平均消费水平
3.8 中国马术市场规模体量
3.9 中国马术市场竞争态势
3.9.1 马术市场竞争格局
1、马场
2、马术俱乐部
3.9.2 马术市场集中度
3.9.3 马术行业进入壁垒（竞争壁垒）
3.9.4 马术行业潜在进入者威胁
3.10 中国马术行业投融资趋势
3.10.1 马术主要资金来源
3.10.2 马术行业兼并重组
3.10.3 马术行业融资动态
3.10.4 马术行业IPO动态
3.11 中国马术行业发展痛点问题
第4章：中国马术装备细分市场分析
4.1 马术装备市场发展概况
4.1.1 马术装备市场概况
4.1.2 马术装备市场结构
4.2 马术用品装备市场：骑士装备（个人防护）
4.2.1 骑士装备概述
4.2.2 骑士装备市场概况
4.2.3 骑士装备竞争格局
4.2.4 骑士装备发展趋势
4.3 马术用品装备市场：马鞍及马鞍配件
4.3.1 马鞍及马鞍配件概述
4.3.2 马鞍及马鞍配件市场概况
4.3.3 马鞍及马鞍配件竞争格局
4.3.4 马鞍及马鞍配件发展趋势
4.4 马术用品装备市场：马匹装备
4.4.1 马匹装备概述
4.4.2 马匹装备市场概况
4.4.3 马匹装备竞争格局
4.4.4 马匹装备发展趋势

4.5 马术用品装备市场：马场设施及装备
4.5.1 马场设施及装备概述
4.5.2 马场设施及装备市场概况
4.5.3 马场设施及装备竞争格局
4.5.4 马场设施及装备发展趋势
4.6 马术用品装备市场：赛马及马球竞赛装备
4.6.1 赛马及马球竞赛装备概述
4.6.2 赛马及马球竞赛装备市场概况
4.6.3 赛马及马球竞赛装备竞争格局
4.6.4 赛马及马球竞赛装备发展趋势
4.7 马术用品装备市场战略地位分析
第5章：中国马术服务业细分市场分析
5.1 马术服务业市场发展概况
5.1.1 马术服务业市场概况
5.1.2 马术服务业市场结构
5.2 马术服务细分市场：马术培训和教育（骑师）
5.2.1 马术培训和教育概述
5.2.2 马术培训和教育市场概况
5.2.3 马术培训和教育竞争格局
5.2.4 马术培训和教育发展趋势
5.3 马术服务细分市场：马术赛事和活动（赛马/马球）
5.3.1 马术赛事和活动概述
5.3.2 马术赛事和活动市场概况
5.3.3 马术赛事和活动竞争格局
5.3.4 马术赛事和活动发展趋势
5.4 马术服务细分市场：马术旅游和休闲
5.4.1 马术旅游和休闲概述
5.4.2 马术旅游和休闲市场概况
5.4.3 马术旅游和休闲竞争格局
5.4.4 马术旅游和休闲发展趋势
5.5 马术服务细分市场：马术商业保险
5.5.1 马术商业保险概述
5.5.2 马术商业保险市场概况
5.5.3 马术商业保险竞争格局
5.5.4 马术商业保险发展趋势
5.6 马术服务细分市场：其他
5.7 马术服务细分市场战略地位分析
第6章：中国马术消费需求特征分析
6.1 马术行业客户基本画像
6.2 马术行业细分人群需求
6.2.1 大众人群
6.2.2 中端人群
6.2.3 高端人群
6.2.4 青少年马术
6.3 马术消费行为特征总结
6.4 马术目标市场定位策略
6.5 马术行业市场营销策略
6.5.1 马术装备营销策略
6.5.2 马术服务营销策略
6.6 马术行业销售渠道模式
6.6.1 马术装备销售模式
6.6.2 马术服务销售模式
6.7 重点区域发展：北京
6.7.1 北京马术发展环境
6.7.2 北京马术市场概况
6.7.3 北京马术竞争格局
6.7.4 北京马术发展潜力
6.8 重点区域发展：山东
6.8.1 山东马术发展环境

6.8.2 山东马术市场概况
6.8.3 山东马术竞争格局
6.8.4 山东马术发展潜力
6.9 重点区域发展：广东
6.9.1 广东马术发展环境
6.9.2 广东马术市场概况
6.9.3 广东马术竞争格局
6.9.4 广东马术发展潜力
第7章：中国马术典型企业案例解析
7.1 中国马术企业梳理与对比
7.2 中国马术企业案例分析（不分先后，可指定）
7.2.1 内蒙古莱德马业股份有限公司——莱德马业
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、马术核心资源（马匹/骑师）
5、马术业务布局（产品/服务）
6、马术业务现状（开发/运营）
7、企业业务布局战略&优劣势
7.2.2 山西玉龙马业发展有限公司——玉龙马业
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、马术核心资源（马匹/骑师）
5、马术业务布局（产品/服务）
6、马术业务现状（开发/运营）
7、企业业务布局战略&优劣势
7.2.3 中联骑士联盟（北京）体育推广有限公司——中联骑士联盟马术俱乐部
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、马术核心资源（马匹/骑师）
5、马术业务布局（产品/服务）
6、马术业务现状（开发/运营）
7、企业业务布局战略&优劣势
7.2.4 云南莱德嘉丽泽马业有限责任公司——云南嘉丽泽恒大莱德赛马场
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、马术核心资源（马匹/骑师）
5、马术业务布局（产品/服务）
6、马术业务现状（开发/运营）
7、企业业务布局战略&优劣势
7.2.5 江苏海澜国际马术俱乐部有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息

（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、马术核心资源（马匹/骑师）
5、马术业务布局（产品/服务）
6、马术业务现状（开发/运营）
7、企业业务布局战略&优劣势
7.2.6 广州赛马场运营管理有限公司——天麓马术俱乐部
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、马术核心资源（马匹/骑师）
5、马术业务布局（产品/服务）
6、马术业务现状（开发/运营）
7、企业业务布局战略&优劣势
7.2.7 青岛德瑞骏发生物科技股份有限公司——青岛德瑞马术俱乐部
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、马术核心资源（马匹/骑师）
5、马术业务布局（产品/服务）
6、马术业务现状（开发/运营）
7、企业业务布局战略&优劣势
7.2.8 罗牛山国际马术俱乐部有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、马术核心资源（马匹/骑师）
5、马术业务布局（产品/服务）
6、马术业务现状（开发/运营）
7、企业业务布局战略&优劣势
7.2.9 中体产业集团股份有限公司
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、马术核心资源（马匹/骑师）
5、马术业务布局（产品/服务）
6、马术业务现状（开发/运营）
7、企业业务布局战略&优劣势
7.2.10 武汉三镇实业控股股份有限公司——东方马城
1、企业基本信息
（1）发展历程
（2）基本信息
（3）经营范围及主营业务
2、企业经营情况
3、企业资质能力
4、马术核心资源（马匹/骑师）

5、马术业务布局（产品/服务）
6、马术业务现状（开发/运营）
7、企业业务布局战略&优劣势
——展望篇——
第8章：中国马术行业发展政策及潜力
8.1 马术行业政策汇总解读
8.1.1 中国马术行业政策汇总
8.1.2 中国马术行业发展规划
8.1.3 中国马术重点政策解读
8.2 马术行业PEST分析图
8.3 马术行业SWOT分析图
8.4 马术行业发展潜力评估
8.5 马术行业未来关键增长点
8.6 马术行业发展前景预测
8.7 马术行业发展趋势洞悉
8.7.1 整体发展趋势
8.7.2 监管规范趋势
8.7.3 技术创新趋势
8.7.4 细分市场趋势
8.7.5 市场竞争趋势
8.7.6 市场供需趋势
第9章：中国马术行业投资机会及策略
9.1 马术行业投资风险预警
9.1.1 马术行业投资风险预警
9.1.2 马术行业投资风险应对
9.2 马术行业投资机会分析
9.2.1 马术产业链薄弱环节投资机会
9.2.2 马术行业细分领域投资机会
9.2.3 马术行业区域市场投资机会
9.2.4 马术产业空白点投资机会
9.3 马术行业投资价值评估
9.4 马术行业投资策略建议
9.5 马术行业可持续发展建议

图表目录

图表1：马术的定义
图表2：马术的特征
图表3：马术专业术语
图表4：马术的分类
图表5：本报告研究领域所处行业（一）
图表6：本报告研究领域所处行业（二）
图表7：马术行业监管体系
图表8：马术行业标准体系
图表9：马术行业标准汇总
图表10：马术产业链结构梳理
图表11：马术产业链生态全景图谱
图表12：马术产业链区域热力图
图表13：报告研究范围界定
图表14：报告权威数据来源
图表15：报告研究统计方法
图表16：全球马术行业发展历程
图表17：全球马术市场发展概况
图表18：全球种马培育/赛马驯养现状
图表19：全球马匹交易市场发展现状
图表20：全球竞技马术/赛马市场概况

图表21：全球马术休闲/旅游市场概况
图表22：全球马术俱乐部运营发展概况
图表23：美国肯塔基马术公园案例分析
图表24：英国御林军马球俱乐部案例分析
图表25：全球马术市场规模体量
图表26：全球马术区域发展格局
图表27：德国马术行业发展概况
图表28：英国马术行业发展概况
图表29：美国马术行业发展概况
图表30：国外马术发展经验借鉴
图表31：全球马术市场前景预测（未来五年）
图表32：全球马术发展趋势洞悉
图表33：中国马术行业发展现状
图表34：中国马术行业发展历程
图表35：马术商业模式分析
图表36：马场开发模式分析
图表37：马术俱乐部开发模式
图表38：休闲度假型马术俱乐部开发模式
图表39：专业运动型马术俱乐部开发模式
图表40：专业运动型马球俱乐部开发模式
图表41：马术俱乐部运营管理模式
图表42：马术俱乐部主要盈利模式
图表43：马术俱乐部收入来源分布
图表44：马术俱乐部成本支出分析
图表45：中国马术市场参与者类型
图表46：中国马场/马术俱乐部数量变化
图表47：中国马场/马术俱乐部区域分布
图表48：中国马场/马术俱乐部运营现状
图表49：中国种马培育/赛马驯养现状
图表50：中国马匹交易市场发展现状
图表51：中国马术市场需求现状分析
图表52：中国马术俱乐部平均消费水平
图表53：中国马术市场规模体量
图表54：中国马术市场竞争格局
图表55：中国马术市场集中度
图表56：马术行业进入壁垒分析
图表57：马术行业潜在进入者威胁分析
图表58：中国马术投融资动态及热门赛道
图表59：中国马术行业主要资金来源
图表60：中国马术行业兼并重组态势
图表61：中国马术融资事件汇总
图表62：中国马术融资规模统计
图表63：中国马术热门融资赛道
图表64：中国马术企业IPO动态
图表65：中国马术行业发展痛点问题
图表66：马术装备市场概况
图表67：马术装备市场结构（单位：%）
图表68：骑士装备概述
图表69：骑士装备市场概况
图表70：骑士装备竞争格局
图表71：骑士装备发展趋势
图表72：马鞍及马鞍配件概述
图表73：马鞍及马鞍配件市场概况
图表74：马鞍及马鞍配件竞争格局
图表75：马鞍及马鞍配件发展趋势
图表76：马匹装备概述
图表77：马匹装备市场概况
图表78：马匹装备竞争格局
图表79：马匹装备发展趋势

图表80：马场设施及装备概述
图表81：马场设施及装备市场概况
图表82：马场设施及装备竞争格局
图表83：马场设施及装备发展趋势
图表84：马术用品装备市场战略地位分析
图表85：马术服务业市场概况
图表86：马术服务业市场结构（单位：%）
图表87：马术培训和教育概述
图表88：马术培训和教育市场概况
图表89：马术培训和教育竞争格局
图表90：马术培训和教育发展趋势
图表91：马术赛事和活动概述
图表92：马术赛事和活动市场概况
图表93：马术赛事和活动竞争格局
图表94：马术赛事和活动发展趋势
图表95：马术旅游和休闲概述
图表96：马术旅游和休闲市场概况
图表97：马术旅游和休闲竞争格局
图表98：马术旅游和休闲发展趋势
图表99：马术商业保险概述
图表100：马术商业保险市场概况
图表101：马术商业保险竞争格局
图表102：马术商业保险发展趋势
图表103：马术服务细分市场战略地位分析
图表104：马术消费需求特征及重点区域
图表105：马术行业客户基本画像
图表106：马术行业细分人群需求
图表107：中国马术消费行为特征总结
图表108：马术目标市场定位策略
图表109：马术行业市场营销策略
图表110：马术行业销售模式分析
图表111：马术行业销售渠道分布
图表112：北京马术行业发展状况
图表113：山东马术行业发展状况
图表114：广东马术行业发展状况
图表115：中国马术典型企业案例解析
图表116：中国马术企业梳理与对比
图表117：中国马术企业案例分析说明
图表118：内蒙古莱德马业股份有限公司发展历程
图表119：内蒙古莱德马业股份有限公司基本信息表
图表120：内蒙古莱德马业股份有限公司经营范围及主营业务
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！