

# 中国攀岩馆行业现状深度研究与投资趋势预测报告（2024-2031年）

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国攀岩馆行业现状深度研究与投资趋势预测报告（2024-2031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/202412/737803.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

前言：攀岩馆旨在提供一个可以进行攀岩训练和娱乐的人工环境。近几年，我国攀岩赛事热度逐渐复苏，2023年共举办国际级与亚洲级赛事4场（含亚运会），国家级赛事21场，攀岩爱好者数量超过50万人。同时，我国攀岩馆飞速增长，2023年超过600家，同比增长31%，其中上海、北京保持“断崖式”领先。而且，我国攀岩馆行业商机存在装备、私教课、门票等方面，2023年约有八成的攀岩馆迈过盈亏线，约有六成的攀岩馆实现盈利。此外，部分户外品牌推出攀岩单品及相关宣传活动，再次展现攀岩馆行业巨大的商业潜力。

### 1、攀岩馆是提供攀岩运动所需的专业设备和场地的场所

攀岩是一项在天然岩壁或人工岩壁上进行的向上攀爬的运动项目。攀岩馆则是提供攀岩运动所需的专业设备和场地的场所，旨在提供一个可以进行攀岩训练和娱乐的人工环境。攀岩馆通常配备有各种难度级别的攀岩路线，适合不同年龄和技能水平的攀岩者。

攀岩馆的主要特点

资料来源：观研天下整理

### 2、攀岩赛事热度逐渐复苏，我国攀岩爱好者数量超过50万人

2020年，攀岩正式成为奥运会比赛项目，它被划分为速度攀岩、抱石攀岩和难度攀岩三个子项目。近几年，我国攀岩赛事热度逐渐复苏，2023年共举办国际级与亚洲级赛事4场（含亚运会），国家级赛事21场。青少年赛事更是火热，其中2023全国青少年系列攀岩联赛（重庆九坡站）以796位参赛选手的数量创下单场攀岩赛事的规模记录，是过往规模的2-3倍。

2023年我国攀岩赛事统计情况

赛事名称

赛事级别

参赛群体

2023国际攀联世界杯吴江站

国际赛事

成人

2023第三届“一带一路”国际攀岩大师赛（中国宁波）

国际赛事

成人

杭州亚运会

亚洲赛事

成人

2023亚洲青年锦标赛

亚洲赛事

青年

第二十九届全国攀岩锦标赛暨国家攀岩集训队选拔赛

全国赛事

成人

2023中国攀岩联赛揭幕战（湖北武汉）

全国赛事

成人

“韵味杭州名城绍兴纺都柯桥”2023第一届全国攀岩冠军赛

全国赛事

成人

2023中国攀岩速度系列赛（山东 河站）

全国赛事

成人

2023中国攀岩速度系列赛（江苏昆山站）

全国赛事

成人

2023中国攀岩联赛（浙江·绍兴柯桥站）

全国赛事

成人

第十三届全国青年攀岩锦标赛

全国赛事

青年

第三十届全国攀岩锦标赛

全国赛事

成人

第19届中国大学生攀岩锦标赛

全国赛事

大学生

2023年全国青少年攀岩公开赛(浙江江山站)

全国赛事

青少年

2023全国青少年U系列攀岩联赛（重庆九 坡站）

全国赛事

青少年

2023全国青少年U系列攀岩联赛（河南万仙山站）

全国赛事

青少年

2023（第七届）全国少年攀岩锦标赛

全国赛事

青少年

第一届全国学生（青年）运动会（公开组）攀岩项目预赛

全国赛事

青少年

第一届全国学生（青年）运动会（公开组）攀岩项目决赛

全国赛事

青少年

2023凯乐石全国攀岩希望之星系列赛

全国赛事

青少年

2023中国攀岩自然岩壁系列赛（甘肃漳县站）

全国赛事

成人

2023中国攀岩自然岩壁系列赛（陕西渭南华山站）

全国赛事

成人

2023中国攀岩自然岩壁系列赛（广西 山站）

全国赛事

成人

2023中国攀岩自然岩壁系列赛（云南大理漾濞站）

全国赛事

成人

2023全国岩馆联赛

全国赛事

成人/青少年

资料来源：观研天下整理

因此，在赛事宣传及户外运动的热潮不断升温的背景下，越来越多的普通人对攀岩充满挑战和刺激的户外运动表现出浓厚的兴趣。根据相关资料可知，2023年小红书约有“攀岩”相关笔记65万余篇。2019-2023年之间，小红书站内年度发布攀岩笔记数量增加30倍。据2023年国家体育总局登山运动管理中心数据显示，截至2023年底，全国攀岩爱好者已增长至50余万人。

数据来源：观研天下整理

### 3、我国商业攀岩馆超过600家，上海、北京数量保持“断崖式”领先

随着攀岩的火爆以及攀岩人数增加，很多人看到商机，纷纷下场开攀岩馆，我国攀岩馆飞速增长。中国登山协会官方网站数据显示，截至2023年12月，我国现有商业攀岩馆636家，同比增长31%，户外攀岩现有12767条自然攀岩路线。从岩馆分布城市来看，上海、北京保持“断崖式”领先，位居前两位。从第3位到第8位之间的岩馆总数差距不大，相差只有10家。

2023年我国攀岩馆城市区域分布前20名

资料来源：观研天下整理

### 4、装备、品牌合作等，攀岩馆行业商机诸多且有待挖掘

攀岩馆商机体现在哪？根据一个资深岩友表示：“一般一个攀岩馆年卡价格在4000多元，可能每个月会去其他馆爬2-3次这样；爬抱石的话，装备主要开销就是攀岩鞋，差不多900元左右一双，一年一双，还有买专用镁粉可能100多元一包，粉袋（一百到二百多），差不多一年的花销在1.5万左右吧。”

根据相关资料可知，目前年卡的价格主要集中在3000~4000之间，北上广深的有超过半数的岩馆年卡售价都在4000以上。

数据来源：观研天下整理

同时，入门级攀岩鞋的价格通常在几百元到几千元不等，而专业运动员级别的攀岩鞋价格更高为几千元甚至上万元，主要取决于品牌、材料、技术特性及鞋款的设计。例如，高端品牌的有意大利品牌La Sportiva（拉思珀蒂瓦），以其高质量和高性能而著称，2023年在国内出货量达18000双，同比增长50%以上；美国品牌Black

Diamond（黑钻），以其创新和稳定性闻名，特别是在竞技级攀岩鞋领域。

因此，部分岩馆会与相关攀岩装备品牌合作，在馆内售卖装备，北京的岩时攀岩馆便与La Sportiva、猛犸象等品牌均有合作。对于消费者而言，这种销售策略可以现场试穿攀岩后再决定是否购买，有什么不合适的能当场调整。

教练费用也挺高。目前，根据地区和教练水平不同价格区间较大，攀岩馆私教课价格从100元每小时到500元每小时的课程。

根据相关资料，近43%的岩友年投入超过5000元，岩馆门票与装备支出显著增加。由此可见，我国攀岩馆行业商机存在装备、私教课、门票等方面，并且有待深入挖掘。

根据相关资料，2023年，我国约有八成的攀岩馆迈过盈亏线，约有六成的攀岩馆实现盈利，已有半数攀岩馆的启动资金成本在百万元以上。整体来看，可预期的平均回本周期约为3-5年。

### 5、部分户外品牌推出攀岩单品，攀岩馆行业商业潜力大

而且，随着攀岩市场火热，部分户外品牌推出攀岩单品及相关宣传活动，为攀岩馆行业提升知名度。例如，2024年始祖鸟发布的SYSTEM\_A DROP 07系列就以“无痕攀岩”理念为设计灵感，同时深入“抱石”运动场景，从而推出系列单品。小众品牌Satisfy在2024年的春夏系列中推出以攀岩运动为灵感的户外服饰，其型录拍摄营造一个充满攀岩氛围的世界，试图引领消费者深入体验这项运动的独特魅力。户外品牌Gramicci在今年与and wander合作，推出2024春夏联名系列，并且邀请热爱潮流时尚的品牌好友和知名DJ，深入大山，将攀岩艺术与街头文化、DJ元素相结合。这些品牌的产品设计和呈现方式，让攀岩运动受到的广泛关注，也让户外运动爱好者和消费者感受到巨大商业潜力，并且还带动相关产业的发展，如攀岩墙，通常由钢架结构支撑，攀岩板拼装成各种形状后固定在钢架上。根据相关资料可知，预计2030年，全球攀岩墙市场规模将超过1.7亿美元，未来年复合增长率(CAGR)有望达到6.24%。这进一步证实攀岩运动及其相关产业强劲增长势头和广阔的市场前景。（WYD）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国攀岩馆行业现状深度研究与投资趋势预测报告（2024-2031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。

## 【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国攀岩馆行业发展概述

第一节 攀岩馆行业发展情况概述

## 一、攀岩馆行业相关定义

## 二、攀岩馆特点分析

## 三、攀岩馆行业基本情况介绍

## 四、攀岩馆行业经营模式

### 1、生产模式

### 2、采购模式

### 3、销售/服务模式

## 五、攀岩馆行业需求主体分析

## 第二节中国攀岩馆行业生命周期分析

### 一、攀岩馆行业生命周期理论概述

### 二、攀岩馆行业所属的生命周期分析

## 第三节攀岩馆行业经济指标分析

### 一、攀岩馆行业的赢利性分析

### 二、攀岩馆行业的经济周期分析

### 三、攀岩馆行业附加值的提升空间分析

## 第二章 2019-2023年全球攀岩馆行业市场发展现状分析

### 第一节全球攀岩馆行业发展历程回顾

### 第二节全球攀岩馆行业市场规模与区域分布情况

### 第三节亚洲攀岩馆行业地区市场分析

#### 一、亚洲攀岩馆行业市场现状分析

#### 二、亚洲攀岩馆行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲攀岩馆行业市场前景分析

### 第四节北美攀岩馆行业地区市场分析

#### 一、北美攀岩馆行业市场现状分析

#### 二、北美攀岩馆行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美攀岩馆行业市场前景分析

### 第五节欧洲攀岩馆行业地区市场分析

#### 一、欧洲攀岩馆行业市场现状分析

#### 二、欧洲攀岩馆行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲攀岩馆行业市场前景分析

### 第六节 2024-2031年世界攀岩馆行业分布走势预测

### 第七节 2024-2031年全球攀岩馆行业市场规模预测

## 第三章 中国攀岩馆行业产业发展环境分析



## 第一节我国宏观经济环境分析

## 第二节我国宏观经济环境对攀岩馆行业的影响分析

## 第三节中国攀岩馆行业政策环境分析

### 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

## 第四节政策环境对攀岩馆行业的影响分析

## 第五节中国攀岩馆行业产业社会环境分析

## 第四章 中国攀岩馆行业运行情况

### 第一节中国攀岩馆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

### 第二节中国攀岩馆行业市场规模分析

#### 一、影响中国攀岩馆行业市场规模的因素

#### 二、中国攀岩馆行业市场规模

#### 三、中国攀岩馆行业市场规模解析

### 第三节中国攀岩馆行业供应情况分析

#### 一、中国攀岩馆行业供应规模

#### 二、中国攀岩馆行业供应特点

### 第四节中国攀岩馆行业需求情况分析

#### 一、中国攀岩馆行业需求规模

#### 二、中国攀岩馆行业需求特点

### 第五节中国攀岩馆行业供需平衡分析

## 第五章 中国攀岩馆行业产业链和细分市场分析

### 第一节中国攀岩馆行业产业链综述

#### 一、产业链模型原理介绍

#### 二、产业链运行机制

#### 三、攀岩馆行业产业链图解

### 第二节中国攀岩馆行业产业链环节分析

#### 一、上游产业发展现状

#### 二、上游产业对攀岩馆行业的影响分析

#### 三、下游产业发展现状

#### 四、下游产业对攀岩馆行业的影响分析

##### 第三节我国攀岩馆行业细分市场分析

###### 一、细分市场一

###### 二、细分市场二

#### 第六章 2019-2023年中国攀岩馆行业市场竞争分析

##### 第一节中国攀岩馆行业竞争现状分析

###### 一、中国攀岩馆行业竞争格局分析

###### 二、中国攀岩馆行业主要品牌分析

##### 第二节中国攀岩馆行业集中度分析

###### 一、中国攀岩馆行业市场集中度影响因素分析

###### 二、中国攀岩馆行业市场集中度分析

##### 第三节中国攀岩馆行业竞争特征分析

###### 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 2019-2023年中国攀岩馆行业模型分析

##### 第一节中国攀岩馆行业竞争结构分析（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

##### 第二节中国攀岩馆行业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、中国攀岩馆行业SWOT分析结论

##### 第三节中国攀岩馆行业竞争环境分析（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 2019-2023年中国攀岩馆行业需求特点与动态分析

### 第一节中国攀岩馆行业市场动态情况

### 第二节中国攀岩馆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

### 第三节攀岩馆行业成本结构分析

### 第四节攀岩馆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

### 第五节中国攀岩馆行业价格现状分析

### 第六节中国攀岩馆行业平均价格走势预测

- 一、中国攀岩馆行业平均价格趋势分析
- 二、中国攀岩馆行业平均价格变动的影响因素

## 第九章 中国攀岩馆行业所属行业运行数据监测

### 第一节中国攀岩馆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

### 第二节中国攀岩馆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

### 第三节中国攀岩馆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 2019-2023年中国攀岩馆行业区域市场现状分析

### 第一节 中国攀岩馆行业区域市场规模分析

- 一、影响攀岩馆行业区域市场分布的因素
- 二、中国攀岩馆行业区域市场分布

### 第二节 中国华东地区攀岩馆行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区攀岩馆行业市场分析
  - (1) 华东地区攀岩馆行业市场规模
  - (2) 华东地区攀岩馆行业市场现状
  - (3) 华东地区攀岩馆行业市场规模预测

### 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、华中地区攀岩馆行业市场分析
  - (1) 华中地区攀岩馆行业市场规模
  - (2) 华中地区攀岩馆行业市场现状
  - (3) 华中地区攀岩馆行业市场规模预测

### 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、华南地区攀岩馆行业市场分析
  - (1) 华南地区攀岩馆行业市场规模
  - (2) 华南地区攀岩馆行业市场现状
  - (3) 华南地区攀岩馆行业市场规模预测

### 第五节 华北地区攀岩馆行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区攀岩馆行业市场分析
  - (1) 华北地区攀岩馆行业市场规模
  - (2) 华北地区攀岩馆行业市场现状

### (3) 华北地区攀岩馆行业市场规模预测

#### 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、东北地区攀岩馆行业市场分析

###### (1) 东北地区攀岩馆行业市场规模

###### (2) 东北地区攀岩馆行业市场现状

###### (3) 东北地区攀岩馆行业市场规模预测

#### 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、西南地区攀岩馆行业市场分析

###### (1) 西南地区攀岩馆行业市场规模

###### (2) 西南地区攀岩馆行业市场现状

###### (3) 西南地区攀岩馆行业市场规模预测

#### 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、西北地区攀岩馆行业市场分析

###### (1) 西北地区攀岩馆行业市场规模

###### (2) 西北地区攀岩馆行业市场现状

###### (3) 西北地区攀岩馆行业市场规模预测

### 第十一章 攀岩馆行业企业分析（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

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

- 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 2024-2031年中国攀岩馆行业发展前景分析与预测

#### 第一节中国攀岩馆行业未来发展前景分析

- 一、攀岩馆行业国内投资环境分析
- 二、中国攀岩馆行业市场机会分析
- 三、中国攀岩馆行业投资增速预测

#### 第二节中国攀岩馆行业未来发展趋势预测

#### 第三节中国攀岩馆行业规模发展预测

- 一、中国攀岩馆行业市场规模预测
- 二、中国攀岩馆行业市场规模增速预测
- 三、中国攀岩馆行业产值规模预测
- 四、中国攀岩馆行业产值增速预测
- 五、中国攀岩馆行业供需情况预测

#### 第四节中国攀岩馆行业盈利走势预测

### 第十三章 2024-2031年中国攀岩馆行业进入壁垒与投资风险分析

#### 第一节中国攀岩馆行业进入壁垒分析

- 一、攀岩馆行业资金壁垒分析
- 二、攀岩馆行业技术壁垒分析
- 三、攀岩馆行业人才壁垒分析
- 四、攀岩馆行业品牌壁垒分析
- 五、攀岩馆行业其他壁垒分析

#### 第二节攀岩馆行业风险分析

- 一、攀岩馆行业宏观环境风险
- 二、攀岩馆行业技术风险
- 三、攀岩馆行业竞争风险

#### 四、攀岩馆行业其他风险

##### 第三节中国攀岩馆行业存在的问题

##### 第四节中国攀岩馆行业解决问题的策略分析

#### 第十四章 2024-2031年中国攀岩馆行业研究结论及投资建议

##### 第一节观研天下中国攀岩馆行业研究综述

###### 一、行业投资价值

###### 二、行业风险评估

##### 第二节中国攀岩馆行业进入策略分析

###### 一、行业目标客户群体

###### 二、细分市场选择

###### 三、区域市场的选择

##### 第三节攀岩馆行业营销策略分析

###### 一、攀岩馆行业产品策略

###### 二、攀岩馆行业定价策略

###### 三、攀岩馆行业渠道策略

###### 四、攀岩馆行业促销策略

##### 第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文 . . . . .

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202412/737803.html>