

中国攀岩馆行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2025-2032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《中国攀岩馆行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2025-2032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：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202509/765250.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

一、行业相关定义及产业链图解

攀岩馆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。从产业链来看，攀岩馆行业可分为上游、中游和下游三个环节。上游主要聚焦于攀岩设备的供应，包括攀岩墙材料、攀岩鞋、安全带、保护器等核心装备，同时，攀岩场所如商场、社区等也属于这一环节。中游则是攀岩馆的运营环节，涉及日常管理、客户服务、安全保障等各项职责。而下游则是消费者群体，包括个人攀岩爱好者、攀岩俱乐部以及体验客户等。

资料来源：公开资料，观研天下整理

二、巴黎奥运引爆关注，我国攀岩运动人口数量已近 50万人

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。2024年巴黎奥运会，首次将速度攀岩设为独立项目，与霹雳舞、滑板、冲浪并列为四大新增项目，这一变革显著提升了大众对攀岩运动的关注度。而中国选手邓丽娟和伍鹏分别夺得女子组和男子组银牌，更是极大地提升了国内公众对攀岩项目的关注和认知，迎来了声量讨论高峰。2024年，在巴黎奥运会的四大新兴项目中（攀岩、霹雳舞、冲浪和滑板），攀岩以全年超413万的全网声量，成为奥运新兴项目中声量增速最快的运动，声量同比增长率达130%，互动量同比增长134%。

与此同时，凭借着“飞檐走壁”的视觉冲击力、观赏性，“一群人磕线”的趣味性、社交性，攀岩在社交媒体爆火。如抖音2024年讨论声量超过110万，互动量超1.2亿。小红书成为攀岩爱好者分享日常的“大本营”，从2019年到2024年，平台内攀岩笔记数量增长超过30倍，内容更具深度和实用性，涵盖了从新手入门指南、装备评测、技术探讨到赛事分析的全方位信息。

此外，王一博、黄子弘凡等明星的参与，迅速将攀岩带入粉丝视野，极大地拓展了运动的受众边界，并进一步赋予其时尚、潮流的标签，让攀岩的受众人群不断外扩。调研显示，2024年接触攀岩时间不足一年的新岩友约占33%，相较去年增幅进一步扩大，越来越多人认识并爱上“飞檐走壁”。接触攀岩1-2年的岩友占比约为36%，接触3年以上的岩友约为30%。截至2024年底，我国攀岩运动人口数量已近 50万人。

三、我国攀岩馆数量高速增长，其中中小型岩馆居多，商场与运动中心为主要选地

随着互联网造出声量巨浪叠加王一博、黄子弘凡等带来的明星效应，我国线下岩馆也迎来了高增长。根据数据显示，截至2024年底，我国国内（不含港澳台）现有攀岩场馆（包含自然岩壁攀岩场）共811家，相比2023年新增了175家，增长率高达27.5%，共有159座城市（

以普通地级市为基准）拥有岩馆，占地级市比例为54.2%，渗透率再度提升。其中上海、北京和深圳依然稳居岩馆数量的前三名，分别为103家、48家、35家。另外，从功能看，超过七成的岩馆完成难度、攀石和速度项目的全配置升级。

数据来源：中国登山协会，观研天下整理

数据来源：中国登山协会，观研天下整理

从岩馆规模来看，中小型岩馆居多。有相关调研数据显示，400-600平米是2024年岩馆主要占地面积区间，占比约为23%。其次为200-400平米及200平米以内岩馆，占比为22%和20%。超过1000平米的大型岩馆占比约为13%。而岩馆攀爬面积方面，2024年约三成集中在500至1000平米之间，相对于2023年占比增长超10%。

数据来源：中国登山协会，观研天下整理

从岩馆选址来看，商场与运动中心为主要选地。有相关调研数据显示，2024年接近40%的岩馆选址位于商场核心位置，借商场流量触达大众，也为商场注入了新的活力，形成双赢局面。其次有34%的岩馆选址位于运动中心。

数据来源：中国登山协会，观研天下整理

四、消费呈现出多样化趋势，攀岩鞋、粉袋、攀岩安全带是岩友配备最多的三种装备

2024年巴黎奥运会的举办，推动攀岩运动从冷门项目走向大众视野，成为都市潮流生活方式的重要标志。在此背景下，我国攀岩消费市场呈现出多元化发展态势。2024年，我国有超过三成岩友在攀岩上的支出超过5000元，同时，约26%岩友在攀岩上的支出低于1000元。在支出项目方面，近七成岩友主要投入在攀岩装备，其中攀岩鞋、粉袋、攀岩安全带仍然是岩友配备最多的三种装备。此外，攀岩服装部分的消费有一定增长，占比由2023年的27%上升至约34%。

数据来源：中国登山协会，观研天下整理

数据来源：中国登山协会，观研天下整理

数据来源：中国登山协会，观研天下整理（WW）

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《中国攀岩馆行业发展趋势分析与投资前景预测报告（2025-2032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：

【第一部分 行业定义与监管】

第一章 2020-2024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 中国 攀岩馆 行业监管分析

第一节 中国 攀岩馆 行业监管制度分析

一、行业主要监管体制

二、行业准入制度

第二节 中国 攀岩馆 行业政策法规

一、行业主要政策法规		
二、主要行业标准分析		
第三节 国内监管与政策对	攀岩馆	行业的影响分析
【第二部分 行业环境与全球市场】		
第三章 2020-2024年中国	攀岩馆	行业发展环境分析
第一节 中国宏观环境与对	攀岩馆	行业的影响分析
一、中国宏观经济环境		
二、中国宏观经济环境对	攀岩馆	行业的影响分析
第二节 中国社会环境与对	攀岩馆	行业的影响分析
第三节 中国对外贸易环境与对	攀岩馆	行业的影响分析
第四节 中国	攀岩馆	行业投资环境分析
第五节 中国	攀岩馆	行业技术环境分析
第六节 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
第七节 中国	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
第四章 2020-2024年全球	攀岩馆	行业发展现状分析
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 2025-2032年全球	攀岩馆	行业分布	走势预测
第七节 2025-2032年全球	攀岩馆	行业市场规模预测	
【第三部分 国内现状与企业案例】			
第五章 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	
第六节 中国	攀岩馆	行业存在的问题与解决策略分析	
第六章 中国	攀岩馆	行业产业链及细分市场分析	
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 中国	攀岩馆	行业细分市场分析	
一、细分市场一			

二、细分市场二

第七章 2020-2024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

第八章 2020-2024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、SWOT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

第九章 2020-2024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 2025-2032年中国	攀岩馆	行业价格影响因素与走势预测
第十章 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		
第十一章 2020-2024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

(1) 华东地区 攀岩馆

(2) 华东地区 攀岩馆

(3) 华东地区 攀岩馆

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

(1) 华中地区 攀岩馆

(2) 华中地区 攀岩馆

(3) 华中地区 攀岩馆

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

(1) 华南地区 攀岩馆

(2) 华南地区 攀岩馆

(3) 华南地区 攀岩馆

第五节 华北地区 攀岩馆

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

(1) 华北地区 攀岩馆

(2) 华北地区 攀岩馆

(3) 华北地区 攀岩馆

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

(1) 东北地区 攀岩馆

(2) 东北地区 攀岩馆

(3) 东北地区 攀岩馆

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场分析

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

行业市场分析

行业市场规模

行业市场现状

行业市场规模预测

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	
第九节 2025-2032年中国	攀岩馆	行业市场规模区域分布	预测
第十二章	攀岩馆	行业企业分析（随数据更新可能有调整）	
第一节 企业一			
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 企业二			
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			
第三节 企业三			

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

第四节 企业四

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

第五节 企业五

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

第六节 企业六

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

第七节 企业七

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

第八节 企业八

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

第九节 企业九

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

第十节 企业十

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

【第四部分 展望、结论与建议】

第十三章 2025-2032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、中国 攀岩馆 行业市场机会分析

二、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

第十四章 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、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 行业品牌营销策略分析

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 行业推广策略

第四节 观研天下分析师投资建议

详细请访问：<https://www.chinabaogao.com/baogao/202509/765250.html>