

中国高尔夫市场营销现状与前景规模分析报告2021-2026年

产品名称	中国高尔夫市场营销现状与前景规模分析报告2021-2026年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708（注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国高尔夫市场营销现状与前景规模分析报告2021-2026年【报告编号】：322473【出版时间】：2020年12月【出版机构】：中研智业研究院【交付方式】：EMIL电子版或特快专递【报告价格】：【纸质版】：6500元【电子版】：6800元【纸质+电子】：7000元【联系人】：杨静--客服专员【报告来源】：<http://www.zyzyjy.com/baogao/322473.html>免费售后服务一年，具体内容及订购程欢迎咨询客服人员。

【报告目录】

第1章 中国高尔夫产业发展综述 171.1 高尔夫运动的兴起与发展 171.1.1 高尔夫运动的兴起 171.1.2 高尔夫运动特征 171.1.3 高尔夫社会文化特征 181.2 高尔夫产业界定与结构 191.2.1 高尔夫产业的定义 191.2.2 高尔夫产业结构分析 19（1）高尔夫生产制造市场 20（2）高尔夫营销服务市场 21（3）高尔夫产业消费市场 23（4）高尔夫产业边缘市场 251.3 中国高尔夫产业的发展 271.3.1 高尔夫运动普及情况 271.3.2 高尔夫运动消费特征 27（1）高尔夫运动消费主体 27（2）高尔夫运动消费心理 29（3）高尔夫运动消费内容 301.3.3 高尔夫产业规模分析 321.4 高尔夫产业的国际格局 321.4.1 全球高尔夫产业形成 321.4.2 欧洲高尔夫产业发展 321.4.3 北美高尔夫产业发展 331.4.4 非洲高尔夫产业发展 331.4.5 亚洲高尔夫产业发展 331.4.6 全球高尔夫产业趋势 34第2章 中国高尔夫场地建造与运营分析 352.1 高尔夫球场规划设计分析 352.1.1 高尔夫球场的选址 352.1.2 高尔夫球场设计原则 352.1.3 高尔夫球场的设计 362.1.4 高尔夫球场的种植设计 382.2 高尔夫球场规划设计发展 392.2.1 高尔夫球场设计水平 392.2.2 高尔夫设计行业竞争 402.2.3 高尔夫设计发展趋势 412.3 高尔夫球场建造模式分析 422.3.1 成立独资公司 422.3.2 组建球场建设部 422.3.3 委托给第三方公司 432.4 高尔夫场地建造现状分析 432.4.1 高尔夫球场建设历程 432.4.2 高尔夫场地投资规模 442.4.3 高尔夫球场建设数量 442.4.4 高尔夫练习场建设数量 452.4.5 高尔夫场地地区分布 452.5 高尔夫球场经营情况分析 462.5.1 高尔夫场地从业人员 462.5.2 高尔夫场地供给服务 472.5.3 高尔夫场地供给价格 482.5.4 高尔夫场地打球轮次 502.5.5 高尔夫场地经营业绩 512.6 高尔夫场地发展主要问题 512.6.1 违规建设现象普遍 512.6.2 盲目设计开发 522.6.3 行业政策不完善 522.6.4 经营状况不佳 53第3章 中国高尔夫俱乐部经营管理分析 543.1

高尔夫俱乐部管理模式 543.1.1 业主直接管理 543.1.2 职业经理人全权负责管理 553.1.3
委托专业管理公司进行管理 553.2 高尔夫俱乐部经营模式 563.2.1 封闭型俱乐部或球会 563.2.2
半封闭型俱乐部或球会 563.2.3 社会开放型公众高尔夫球场 563.3 高尔夫俱乐部竞争环境分析 563.3.1
行业现有竞争 573.3.2 潜在进入者威胁 573.3.3 替代威胁 583.3.4 供应商议价能力 583.3.5 顾客议价能力 593.4
高尔夫俱乐部营销战略案例 593.4.1 北京万柳高尔夫俱乐部 59 (1) 俱乐部概况及产品分析
59 (2) 俱乐部经营swot分析 60 (3) 俱乐部市场营销策略分析 603.4.2 重庆国际高尔夫俱乐部
62 (1) 俱乐部概况及产品分析 62 (2) 俱乐部经营swot分析 62 (3) 俱乐部市场营销策略分析 633.5
高尔夫俱乐部运营风险管理 643.5.1 俱乐部风险管理问题 643.5.2 俱乐部运营风险管理
66 (1) 运营风险管理作用 66 (2) 营运风险管理原则 66 (3) 营运风险管理策略 673.6
高尔夫俱乐部经营发展趋势 683.6.1 多元化可持续发展趋势 68 (1) 服务产品多元化模式
68 (2) 业务范围多元化模式 69 (3) 发展内涵多元化模式 693.6.2 资本运作发展趋势
69 (1) 上市公司资本运作模式 69 (2) 兼并收购资本运作模式 703.6.3 连锁化可持续发展模式 70第4章
中国高尔夫地产开发现状与前景 714.1 高尔夫地产定义与分类 714.1.1 高尔夫地产的定义 714.1.2
高尔夫地产的类型 714.1.3 与传统房地产区别 724.2 高尔夫综合资源对地产的影响 734.2.1 稀缺的景观资源
734.2.2 巨大的品牌资源 734.2.3 高端的商务资源 744.2.4 多元的社区资源 744.2.5 丰富的客户资源 744.2.6
综合资源提升房地产价值 744.3 高尔夫地产开发现状分析 754.3.1 国外高尔夫地产开发现状 754.3.2
国内高尔夫地产开发现状 754.3.3 不同类型高尔夫地产开发 76 (1) 高尔夫别墅的开发
76 (2) 高尔夫公寓的开发 76 (3) 高尔夫酒店的开发 77 (4) 高尔夫度假村的开发 784.4
高尔夫地产开发模式分析 784.4.1 高尔夫主体开发运作模式 784.4.2 旅游主体开发运作模式 804.4.3
房产主体开发运作模式 814.5 高尔夫物业开发策略分析 824.5.1 高尔夫物业的选择 824.5.2
球场与住宅的空间布局 834.5.3 高尔夫物业的开发时序 834.5.4 高尔夫物业的定价 844.6
高尔夫地产营销策略分析 844.6.1 体育营销运作方式 84 (1) 体育营销的含义
85 (2) 体育营销运作方式与案例 851) 举办高尔夫赛事 852) 利用高尔夫明星效应 853) 开办高尔夫学院
864.6.2 跨界营销运作方式 86 (1) 跨界营销的含义 86 (2) 跨界营销的优势 86 (3) 跨界营销的核心
86 (4) 跨界营销运作方式与案例 871) 与金融界合作 872) 与娱乐界合作 873) 与商业界合作
874) 与慈善界合作 884.7 高尔夫地产典型案例分析 884.7.1 观澜湖高尔夫项目 88 (1) 项目简介
88 (2) 项目规划与设计 88 (3) 项目物业开发 89 (4) 项目营销策略 904.7.2 汤臣高尔夫项目
91 (1) 项目简介 91 (2) 项目规划与设计 91 (3) 项目物业开发 91 (4) 项目营销策略 914.7.3
肇庆高尔夫度假村 92 (1) 项目简介 92 (2) 项目规划与设计 92 (3) 项目物业开发 92 (4) 项目营销策略
934.8 高尔夫地产开发前景分析 934.8.1 高尔夫地产发展困境 934.8.2 高尔夫地产发展预测 934.8.3
高尔夫地产项目走势 94 (1) 地产项目价格走势 94 (2) 地产项目开发走势 95第5章
中国高尔夫旅游市场经营情况分析 965.1 高尔夫旅游定义及类型 965.1.1 高尔夫旅游的定义 965.1.2
高尔夫旅游的特点 965.1.3 高尔夫旅游的类型 965.2 高尔夫旅游消费特征分析 975.2.1 高尔夫旅游消费调研
97 (1) 旅游者客源地特征 97 (2) 旅游者人口统计学特征 97 (3) 旅游者行为特征 985.2.2
高尔夫旅游需求分析 985.3 高尔夫旅游发展模式分析 995.3.1 国外高尔夫旅游发展模式 995.3.2
国内高尔夫旅游发展模式 1005.3.3 高尔夫旅游发展模式影响因素 1025.4 国外高尔夫旅游经营现状 1045.4.1
欧美高尔夫旅游经营现状 1045.4.2 亚洲高尔夫旅游经营现状 1045.5 中国高尔夫旅游经营现状 1055.5.1
高尔夫旅游总体经营情况 1055.5.2 高尔夫旅游市场区域特征 1055.5.3 发达省市高尔夫旅游现状
105 (1) 广东高尔夫旅游经营情况 105 (2) 北京高尔夫旅游经营情况 106 (3) 上海高尔夫旅游经营情况
1065.5.4 典型省市高尔夫旅游现状 106 (1) 云南高尔夫旅游经营情况 106 (2) 海南高尔夫旅游经营情况
106 (3) 山东高尔夫旅游经营情况 1075.5.5 其它省市高尔夫旅游现状 1075.6 中国高尔夫旅游国际竞争力
1085.6.1 高尔夫旅游的竞争对手 1085.6.2 高尔夫旅游国际竞争力 108 (1) 与日本韩国的竞争分析
108 (2) 与港澳台地区的竞争分析 109 (3) 与东南亚国家的竞争分析 1095.6.3 高尔夫旅游竞争力提升
1105.7 中国高尔夫旅游发展思路 1125.7.1 高尔夫旅游市场发展趋势 1125.7.2 高尔夫旅游市场发展瓶颈
1125.7.3 高尔夫旅游产业发展思路 113第6章 中国高尔夫教育发展现状与趋势 1166.1
高尔夫专业人才市场需求 1166.2 高尔夫教育发展现状分析 1166.2.1 高尔夫教育发展历程 1166.2.2
高尔夫专业教育规模 1176.2.3 高尔夫教育专业设置 1186.2.4 高尔夫课程设置情况 1186.2.5
高尔夫教材体系现状 1206.2.6 高尔夫教育师资情况 1206.2.7 高尔夫场地配置情况 1216.2.8
高尔夫专业学生就业 1226.3 高尔夫职业教育发展分析 1226.3.1 高尔夫职业院校分布 1226.3.2
2. 高尔夫职业院校的定位 1226.3.3 高尔夫职业院校开设专业 1226.4 高尔夫教育办学形式分析 1236.4.1
校企联合办学模式 1236.4.2 境外合作办学模式 1236.4.3 与协会合作办学模式 1236.5

高尔夫教育主要问题分析 1246.5.1 地域限制性的问题 1246.5.2 场地限制性的问题 1246.5.3
师资匮乏性的问题 1246.5.4 泛专业性的问题 1246.5.5 课程设置的问题 1256.5.6 教材滞后性的问题 1256.5.7
校企联合性的问题 1256.5.8 “贵族”教育性的问题 1276.6 高尔夫教育发展前景分析 1276.6.1
高尔夫教育发展时机成熟 1276.6.2 高尔夫教育发展优势明显 1276.6.3 高尔夫教育发展势头迅猛 1286.7
美国高尔夫教育发展借鉴 1286.8 高尔夫教育发展对策分析 130第7章 中国高尔夫用品制造发展分析 1357.1
国外(境外)高尔夫用品市场 1357.1.1 美国高尔夫用品市场分析 135(1) 美国高尔夫用品市场规模
135(2) 美国高尔夫用品主要品牌 1377.1.2 日本高尔夫用品市场分析 138(1) 日本高尔夫用品市场规模
138(2) 日本高尔夫用品主要品牌 1397.1.3 台湾高尔夫用品市场分析 139(1) 台湾高尔夫用品市场概况
140(2) 台湾高尔夫用品主要品牌 1417.2 中国高尔夫用品市场总体状况 1417.2.1 高尔夫用品行业市场规模
141(1) 行业概况 141(2) 行业产值 1427.2.2 高尔夫用品消费行为调研 142(1) 消费者的购买行为
142(2) 影响购买行为的因素 143(3) 结论与建议 1457.2.3 高尔夫用品行业竞争格局 145(1) 市场格局
145(2) 品牌格局 1467.2.4 自主品牌高尔夫用品现状 146(1) 行业概况 146(2) 知名品牌 1467.2.5
高尔夫用品行业发展趋势 1477.2.6 高尔夫用品行业发展对策 1477.3 中国高尔夫用品细分市场分析 1487.3.1
高尔夫球杆球具市场分析 148(1) 高尔夫球杆球具品牌格局 148(2) 高尔夫球杆球具营销策略 1497.3.2
高尔夫服装市场分析 152(1) 高尔夫服装特点分析 152(2) 高尔夫服装市场需求
152(3) 高尔夫服装品牌格局 153(4) 高尔夫服装产品定位 154(5) 高尔夫服装发展趋势 154第8章
中国高尔夫产业区域发展潜力分析 1558.1 长三角地区高尔夫产业发展潜力 1558.1.1
高尔夫产业运行环境分析 155(1) 长三角经济运行情况 155(2) 上海经济运行情况
156(3) 浙江经济运行情况 161(4) 江苏经济运行情况 1658.1.2 高尔夫场地建设运营情况
168(1) 上海高尔夫场地建设运营 169(2) 浙江高尔夫场地建设运营 169(3) 江苏高尔夫场地建设运营
1708.1.3 高尔夫相关产业运营分析 172(1) 上海高尔夫相关产业运营分析
172(2) 浙江高尔夫相关产业运营分析 175(3) 江苏高尔夫相关产业运营分析 1778.1.4
高尔夫产业swot分析 180(1) 产业发展优势(s) 180(2) 产业发展劣势(w)
181(3) 产业发展机遇(o) 181(4) 产业发展威胁(t) 1828.2 环渤海地区高尔夫产业发展潜力 1828.2.1
高尔夫产业运行环境分析 182(1) 北京经济运行情况 182(2) 天津经济运行情况
186(3) 山东经济运行情况 1888.2.2 高尔夫场地建设运营情况 193(1) 北京高尔夫场地建设运营
193(2) 天津高尔夫场地建设运营 194(3) 山东高尔夫场地建设运营 1958.2.3 高尔夫相关产业运营分析
198(1) 北京高尔夫相关产业运营分析 198(2) 天津高尔夫相关产业运营分析
201(3) 山东高尔夫相关产业运营分析 2028.2.4 高尔夫产业swot分析 204(1) 产业发展优势(s)
204(2) 产业发展劣势(w) 205(3) 产业发展机遇(o) 205(4) 产业发展威胁(t) 2068.3
珠三角地区高尔夫产业发展潜力 2068.3.1 高尔夫产业运行环境分析 206(1) 广州经济运行情况
206(2) 深圳经济运行情况 210(3) 东莞经济运行情况 212(4) 珠海经济运行情况 2158.3.2
高尔夫场地建设运营情况 218(1) 广州高尔夫场地建设运营 218(2) 深圳高尔夫场地建设运营
218(3) 东莞高尔夫场地建设运营 219(4) 珠海高尔夫场地建设运营 220(5) 佛山高尔夫场地建设运营
220(6) 惠州高尔夫场地建设运营 2218.3.3 高尔夫相关产业运营分析
221(1) 广州高尔夫相关产业运营分析 221(2) 深圳高尔夫相关产业运营分析
224(3) 惠州高尔夫相关产业运营分析 226(4) 珠海高尔夫相关产业运营分析 2278.3.4
高尔夫产业swot分析 228(1) 产业发展优势(s) 228(2) 产业发展劣势(w)
229(3) 产业发展机遇(o) 229(4) 产业发展威胁(t) 2308.4 其它地区高尔夫产业发展潜力 2308.4.1
海南省高尔夫产业发展潜力 230(1) 高尔夫产业运行环境分析 230(2) 高尔夫球场建设运营分析
232(3) 高尔夫相关产业运营分析 235(4) 高尔夫产业优劣势分析 2368.4.2 云南省高尔夫产业发展潜力
237(1) 高尔夫产业运行环境分析 237(2) 高尔夫球场建设运营分析 240(3) 高尔夫相关产业运营分析
241(4) 高尔夫产业优劣势分析 2428.4.3 湖南省高尔夫产业发展潜力 243(1) 高尔夫产业运行环境分析
243(2) 高尔夫球场建设运营分析 245(3) 高尔夫相关产业运营分析 245(4) 高尔夫产业优劣势分析
247第9章 中国高尔夫产业投资机会分析 2499.1 高尔夫产业投资环境分析 2499.1.1 产业政策环境分析
249(1) 土地政策 249(2) 税费政策 249(3) 产业政策 2509.1.2 产业经济环境分析
251(1) 经济发展水平 251(2) 人均gdp 253(3) 人均可支配收入 254(4) 居民消费结构
256(5) 经济环境与行业的关系 2579.1.3 产业社会环境分析 257(1) 城镇化水平 257(2) 基尼系数
259(3) 社会对高尔夫的认识 2609.1.4 产业自然环境分析 2619.2 高尔夫产业投资机会分析 2619.2.1
产业发展前景分析 2619.2.2 产业投资机会分析 2639.2.3 产业投资风险分析 2669.3 前瞻高尔夫产业投资建议
2679.3.1 重点投资领域建议 2679.3.2 重点投资地区建议 267第10章 中国高尔夫产业标杆企业分析 26810.1

高尔夫设计与建设企业运营分析 26810.1.1 兰星高尔夫工程有限公司 268 (1) 企业发展简介 268 (2) 企业组织架构分析 268 (3) 企业主要服务项目 269 (4) 企业设计与建造实力 269 (5) 企业工程业绩分析 270 (6) 企业经营优劣势分析 274 (7) 企业投资与并购分析 27510.1.2 朝向管理集团 276 (1) 企业发展简介 276 (2) 企业主要服务项目 277 (3) 企业设计与建造实力 278 (4) 企业工程业绩分析 278 (5) 企业经营优劣势分析 279 (6) 企业投资与并购分析 279 (7) 企业zui新发展动向 280...10.2 高尔夫俱乐部企业经营情况分析 30610.2.1 北京高尔夫球俱乐部 306 (1) 企业发展简介 306 (2) 企业地理位置分析 306 (3) 企业硬件设施情况 306 (4) 企业服务设施 307 (5) 企业收费标准分析 307 (6) 企业服务项目分析 30710.2.2 大连金石高尔夫俱乐部 308 (1) 企业发展简介 308 (2) 企业地理位置分析 308 (3) 企业硬件设施情况 308 (4) 企业服务设施情况 309 (5) 企业经营情况分析 309 (6) 企业zui新发展动向 309...10.3 高尔夫教育机构运营分析 33010.3.1 深圳大学高尔夫学院 330 (1) 机构发展历程简介 330 (2) 高尔夫专业设置情况 330 (3) 高尔夫课程设置情况 331 (4) 高尔夫教育师资情况 331 (5) 高尔夫场地配置情况 331 (6) 高尔夫专业学生就业 331 (7) 机构zui新发展动向 33110.3.2 同济大学高尔夫商学院 331 (1) 机构发展历程简介 331 (2) 高尔夫专业设置情况 332 (3) 高尔夫课程设置情况 332 (4) 高尔夫教育师资情况 335 (5) 高尔夫场地配置情况 335 (6) 高尔夫专业招生情况 335...10.4 高尔夫制造业企业运营分析 35310.4.1 泰勒梅-阿迪达斯高尔夫公司 353 (1) 企业发展历程简介 353 (2) 企业生产研发实力 353 (3) 企业经营情况分析 353 (4) 企业经营优劣势分析 353 (5) 企业投资与并购分析 35410.4.2 卡拉威高尔夫公司 354 (1) 企业发展历程简介 354 (2) 企业主营业务分析 354 (3) 企业生产研发实力 354 (4) 企业营销网络布局 355 (5) 企业经营优劣势分析 355 (6) 企业zui新发展动向 356...图表目录图表1 高尔夫运动发展阶段 17图表2 高尔夫社会文化特征 18图表3 高尔夫产业结构要素示意图 20图表4 高尔夫产业产品生产制造市场基本结构一览表 20图表5 高尔夫产业营销服务市场的基本结构一览表 22图表6 高尔夫产业消费市场发展结构框架 24图表7 高尔夫产业边缘市场发展结构示意图 25图表8 职业高尔夫竞赛市场的发展结构与相关组成因素一览表 25图表9 高尔夫旅游市场的发展结构框架图 26图表10 高尔夫房地产市场的发展结构框架图 26图表11 2020年中国高尔夫运动发展指标分析 (单位 家, 万人, 万轮次) 27图表12 受调查的高尔夫运动群体的职业统计 (单位 %) 28图表13 受调查的高尔夫球运动人群年龄分布 (单位 %) 28图表14 受调查的高尔夫运动人群消费动机统计 (单位 %) 29图表15 受调查的高尔夫运动打球和练球统计 (单位 %) 31图表16 受调查的高尔夫运动人群旅游消费意愿图 (单位 %) 31图表17 高尔夫球场的选址原则 35图表18 高尔夫球场的设计原则 36图表19 高尔夫球场的球道设计 36图表20 高尔夫球场的球道绿化设计 38图表21 高尔夫球场设计师分类 39图表22 中国高尔夫球场建设的发展历程 (单位 家) 43图表23 中国各阶段标准高尔夫球场的投资规模变化 (单位 个, 平方米, 万元) 44图表24 2018-2020年9月我国高尔夫球场建设数量及增长率 (单位 家, %) 44图表25 2018-2020年9月我国高尔夫练习场建设数量 (单位 个) 45图表26 我国高尔夫场地地区分布 46图表27 受调查的高尔夫球场地从业人员专业背景分布 46图表28 深圳市晟泰高尔夫学院课程价目表 (单位 元) 47图表29 2018-2020年9月中国职业高尔夫球赛事场次数 (单位 场) 48图表30 受调查的高尔夫球场会籍价格统计 (单位 %) 49图表31 受调查的高尔夫球球场单场价格统计 (单位 %) 49图表32 深圳梅林文体中心高尔夫练习场收费价目 (单位 元, 元/张) 50图表33 2020年我国主要地区总打球轮次 (单位 轮次) 50图表34 被访总经理评估设施经营状况 (单位 %) 51图表35 业主直接管理模式特点分析 54图表36 职业经理人全权负责管理模式特点分析 55图表37 高尔夫俱乐部五力模型分析 56图表38 高尔夫俱乐部现有竞争者威胁分析 57图表39 高尔夫俱乐部潜在进入者威胁分析 57图表40 高尔夫俱乐部替代品威胁分析 58图表41 经济型酒店行业消费者议价能力分析 59图表42 北京万柳高尔夫俱乐部概况 59图表43 北京万柳高尔夫俱乐部swot分析 60图表44 重庆国际高尔夫俱乐部swot分析 62图表45 某高尔夫俱乐部员工构成情况表 65图表46 高尔夫俱乐部营运风险管理存在的问题分析 65图表47 高尔夫俱乐部营运风险管理策略分析 67图表48 高尔夫地产按照“级差地租”理论划分类别分析 71图表49 高尔夫房地产与传统房地产区别 72图表50 世界各国高尔夫房地产开发状况分析 75图表51 汤臣高尔夫别墅概况 76图表52 银丽高尔夫公寓概况 76图表53 中国部分高尔夫酒店的品牌选择 77图表54 观澜湖骏豪酒店与赛维纳斯新翼酒店内部配套设施 77图表55 高尔夫度假村开发的特点分析 78图表56 高尔夫主体开发运作模式 78图表57 东部华侨城示意图 80图表58 房产主体开发运作模式 82图表59

高尔夫球场与住宅的空间布局类型分析 83图表60 国外高尔夫球场物业与一般物业的价格差 84图表61
跨界营销的优势分析 86图表62 观澜湖球场及其设计特色 88图表63 观澜湖球场营销事件 90图表64
汤臣上海浦东高尔夫球场设计特点分析 91图表65 广东肇庆高尔夫球场设计特点分析 92图表66
高尔夫地产项目发展的机会与威胁分析 93图表67 高尔夫地产项目影响因素分析 94图表68
高尔夫旅游的类型分析 96图表69 2020年我国高尔夫旅游市场的客源分布(单位%) 97图表70
南山国际高尔夫球会旅游人口特征(单位%) 97图表71 我国高尔夫旅游市场的旅游目的分析(单位%)
98图表72 我国消费者类型及占比(单位%) 99图表73 国外高尔夫与旅游组合典型球场分析 100图表74
高尔夫旅游发展模式总结 101图表75 河北香河某高尔夫球场高尔夫旅游发展模式分析示意图 101图表76
高尔夫旅游发展模式影响因素 102图表77 影响指标重要性排序 103图表78 欧美高尔夫旅游经营情况分析
104图表79 我国高尔夫旅游市场区域分布(单位%) 105图表80 我国的高尔夫旅游竞争对手分析
108图表81 提升我国高尔夫旅游竞争力途径分析 110图表82 制约我国高尔夫旅游市场发展的因素分析
112图表83 中国高尔夫教育发展历程 116图表84 高尔夫教材统计表 120图表85 体育及相关产业活动情况
121图表86 同济大学高尔夫专业主要课程设置 126图表87 利用现有资源完善场地问题的途径 130图表88
加强交流合作保证师资力量的建议 131图表89 加强科研建设完善教材体系的建议 132图表90
完善课程设置保证教学质量的建议 133图表91 规范办学资质建立认证体系的建议 134图表92
2020年1-9月美国高尔夫服装销量构成(单位%) 136图表93
2020年1-9月美国球场专卖店各类高尔夫服装平均价格(单位元/件) 136图表94
美国高尔夫用品主要品牌简介 137图表95 2018-2020年9月日本高尔夫用品市场规模及预测(单位亿日元)
138图表96 2020年日本高尔夫市场规模构成(单位亿日元,万根,万打,万双,万个) 138图表97
日本高尔夫用品主要品牌简介 139图表98 台湾地区第一批三星级高尔夫球场 140图表99 台湾地区第
一批四星级高尔夫球场 140图表100 台湾地区第一批四星级高尔夫球场 140图表101
台湾高尔夫用品主要品牌简介 141图表102 高尔夫用品消费者购买渠道(单位%) 142图表103
高尔夫用品消费者购买金额(单位%) 143图表104 高尔夫用品消费者选择球杆主要考虑因素(单位%)
143图表105 高尔夫用品消费者选择球杆品牌(单位%) 144图表106
高尔夫用品消费者选择球杆性能的定位(单位%) 145图表107 高尔夫用品消费行为调研结论与建议
145图表108 2020年中国高尔夫球具十大品牌 146图表109 中国高尔夫用品行业发展趋势 147图表110
高尔夫用品行业发展对策 147图表111 2020年中国高尔夫球具十大品牌排行榜 148图表112
高尔夫球杆球具厂商产品策略 149图表113 高尔夫球杆球具厂商差别定价策略 150图表114
高尔夫球杆球具厂商渠道策略 150图表115 高尔夫球杆球具厂商促销策略 151图表116
高尔夫服装面料一览表 152图表117 高尔夫服装国际品牌格局 153图表118 高尔夫服装国内品牌格局
153图表119 2020年三季度长三角地区经济运行情况(单位亿元,%) 155图表120
2020年三季度上海市gdp增长情况(单位亿元,%) 156