

中国高尔夫产业市场现状分析及未来经营前景调研报告2022-2028年

产品名称	中国高尔夫产业市场现状分析及未来经营前景调研报告2022-2028年
公司名称	智信中科（北京）信息科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区汤立路218号1层
联系电话	010-84825791 18311257565

产品详情

中国高尔夫产业市场现状分析及未来经营前景调研报告2022-2028年

+++hs++++hs+++hs+++hs++++hs++++hs++++hs++++hs++++hs++++hs++++hs++++

【全新修订】：2022年12月

【报告价格】：[纸质版]:6500元 [电子版]:6800元 [纸质+电子]:7000元 (可以优惠)

【服务形式】：文本+电子版+光盘

【联系人】：顾里

【出版机构】：鸿晟信合研究网

第1章：中国高尔夫场地建造与运营分析

1.1 高尔夫球场规划设计分析

1.1.1 高尔夫球场的选址

1.1.2 高尔夫球场设计原则

1.1.3 高尔夫球场的设计

1.1.4 高尔夫球场的种植设计

1.2 高尔夫球场规划设计发展

1.2.1 高尔夫球场设计水平

1.2.2 高尔夫设计行业竞争

1.2.3 高尔夫设计发展趋势

1.3 高尔夫球场建造模式分析

1.3.1 成立独资公司

1.3.2 组建球场建设部

1.3.3 委托给第三方公司

1.4 高尔夫场地建造现状分析

1.4.1 高尔夫球场建设历程

1.4.2 高尔夫场地投资规模

1.4.3 高尔夫球场建设数量

1.4.4 高尔夫练习场建设数量

1.4.5 高尔夫场地地区分布

1.5 高尔夫球场经营情况分析

1.5.1 高尔夫场地从业人员

1.5.2 高尔夫场地供给服务

1.5.3 高尔夫场地供给价格

1.5.4 高尔夫场地打球轮次

1.5.5 高尔夫场地经营业绩

1.6 高尔夫场地发展主要问题

1.6.1 违规建设现象普遍

1.6.2 盲目设计开发

1.6.3 行业政策不完善

1.6.4 经营状况不佳

第2章：中国高尔夫俱乐部经营管理分析

2.1 高尔夫俱乐部管理模式

2.1.1 业主直接管理

2.1.2 职业经理人全权负责管理

2.1.3 委托管理公司进行管理

2.2 高尔夫俱乐部经营模式

2.2.1 封闭型俱乐部或球会

2.2.2 半封闭型俱乐部或球会

2.2.3 社会开放型公众高尔夫球场

2.3 高尔夫俱乐部竞争环境分析

2.3.1 行业现有竞争

2.3.2 潜在进入者威胁

2.3.3 替代威胁

2.3.4 供应商议价能力

2.3.5 顾客议价能力

2.4 高尔夫俱乐部营销战略案例

2.4.1 北京万柳高尔夫俱乐部

(1) 俱乐部概况及产品分析

(2) 俱乐部经营SWOT分析

(3) 俱乐部市场营销策略分析

2.4.2 重庆国际高尔夫俱乐部

2.5 高尔夫俱乐部运营风险管理

2.5.1 俱乐部风险管理问题

2.5.2 俱乐部运营风险管理

(1) 运营风险管理作用

(2) 营运风险管理原则

(3) 营运风险管理策略

2.6 高尔夫俱乐部经营发展趋势

2.6.1 多元化可持续发展趋势

(1) 服务产品多元化模式

(2) 业务范围多元化模式

(3) 发展内涵多元化模式

2.6.2 资本运作发展趋势

(1) 上市公司资本运作模式

(2) 兼并收购资本运作模式

2.6.3 连锁化可持续发展模式

第3章：中国高尔夫地产开发现状与前景

3.1 高尔夫地产定义与分类

3.1.1 高尔夫地产的定义

3.1.2 高尔夫地产的类型

3.1.3 与传统房地产区别

3.2 高尔夫综合资源对地产的影响

3.2.1 稀缺的景观资源

3.2.2 巨大的品牌资源

3.2.3 高端的商务资源

3.2.4 多元的社区资源

3.2.5 丰富的客户资源

3.2.6 综合资源提升房地产价值

3.3 高尔夫地产开发现状分析

3.3.1 国外高尔夫地产开发现状

3.3.2 国内高尔夫地产开发现状

3.3.3 不同类型高尔夫地产开发

(1) 高尔夫别墅的开发

(2) 高尔夫公寓的开发

(3) 高尔夫酒店的开发

(4) 高尔夫度假村的开发

3.4 高尔夫地产开发模式分析

3.4.1 高尔夫主体开发运作模式

3.4.2 旅游主体开发运作模式

3.4.3 房产主体开发运作模式

3.5 高尔夫物业开发策略分析

3.5.1 高尔夫物业的选择

3.5.2 球场与住宅的空间布局

3.5.3 高尔夫物业的开发时序

3.5.4 高尔夫物业的定价

3.6 高尔夫地产营销策略分析

3.6.1 体育营销运作方式

(1) 体育营销的含义

(2) 体育营销运作方式与案例

3.6.2 跨界营销运作方式

(1) 跨界营销的含义

(2) 跨界营销的优势

(3) 跨界营销的核心

(4) 跨界营销运作方式与案例

3.7 高尔夫地产典型案例分析

3.7.1 观澜湖高尔夫项目

(1) 项目简介

(2) 项目规划与设计

(3) 项目物业开发

(4) 项目营销策略

3.7.2 汤臣高尔夫项目

3.7.3 肇庆高尔夫度假村

3.8 高尔夫地产开发前景分析

3.8.1 高尔夫地产发展困境

3.8.2 高尔夫地产发展预测

3.8.3 高尔夫地产项目走势

(1) 地产项目价格走势

(2) 地产项目开发走势

第4章：中国高尔夫用品制造发展分析

4.1 国内外高尔夫用品市场

4.1.1 美国高尔夫用品市场分析

(1) 美国高尔夫用品市场规模

(2) 美国高尔夫用品主要品牌

4.1.2 日本高尔夫用品市场分析

(1) 日本高尔夫用品市场规模

(2) 日本高尔夫用品主要品牌

4.1.3 中国台湾高尔夫用品市场分析

(1) 中国台湾高尔夫用品市场概况

(2) 中国台湾高尔夫用品主要品牌

4.2 中国高尔夫用品市场总体状况

4.2.1 高尔夫用品行业市场规模

(1) 行业概况

(2) 行业产值

4.2.2 高尔夫用品消费行为调研

(1) 消费者的购买行为

(2) 影响购买行为的因素

(3) 结论与建议

4.2.3 高尔夫用品行业竞争格局

(1) 市场格局

(2) 品牌格局

4.2.4 自主品牌高尔夫用品现状

(2) 品牌

4.2.5 高尔夫用品行业发展趋势

4.2.6 高尔夫用品行业发展对策

4.3 中国高尔夫用品细分市场分析

4.3.1 高尔夫球杆球具市场分析

(1) 高尔夫球杆球具品牌格局

(2) 高尔夫球杆球具营销策略

4.3.2 高尔夫服装市场分析

(1) 高尔夫服装特点分析

(2) 高尔夫服装市场需求

(3) 高尔夫服装品牌格局

(4) 高尔夫服装产品定位

(5) 高尔夫服装发展趋势

第5章：中国高尔夫产业区域发展潜力分析

5.1 长三角地区高尔夫产业发展潜力

5.1.1 高尔夫产业运行环境分析

(1) 长三角经济运行情况

(2) 上海经济运行情况

(3) 浙江经济运行情况

(4) 江苏经济运行情况

5.1.2 高尔夫场地建设运营情况

(1) 上海高尔夫场地建设运营

(2) 浙江高尔夫场地建设运营

(3) 江苏高尔夫场地建设运营

5.1.3 高尔夫相关产业运营分析

(1) 上海高尔夫相关产业运营分析

(2) 浙江高尔夫相关产业运营分析

(3) 江苏高尔夫相关产业运营分析

5.1.4 高尔夫产业SWOT分析

(1) 产业发展优势 (S)

(2) 产业发展劣势 (W)

(3) 产业发展机遇 (O)

(4) 产业发展威胁 (T)

5.2 环渤海地区高尔夫产业发展潜力

5.2.1 高尔夫产业运行环境分析

(1) 北京经济运行情况

(2) 天津经济运行情况

(3) 山东经济运行情况

5.2.2 高尔夫场地建设运营情况

(1) 北京高尔夫场地建设运营

(2) 天津高尔夫场地建设运营

(3) 山东高尔夫场地建设运营

5.2.3 高尔夫相关产业运营分析

(1) 北京高尔夫相关产业运营分析

(2) 天津高尔夫相关产业运营分析

(3) 山东高尔夫相关产业运营分析

5.2.4 高尔夫产业SWOT分析

5.3 珠三角地区高尔夫产业发展潜力

5.3.1 高尔夫产业运行环境分析

- (1) 广州经济运行情况
- (2) 深圳经济运行情况
- (3) 东莞经济运行情况
- (4) 珠海经济运行情况

5.3.2 高尔夫场地建设运营情况

- (1) 广州高尔夫场地建设运营
- (2) 深圳高尔夫场地建设运营
- (3) 东莞高尔夫场地建设运营
- (4) 珠海高尔夫场地建设运营
- (5) 佛山高尔夫场地建设运营
- (6) 惠州高尔夫场地建设运营

5.3.3 高尔夫相关产业运营分析

- (1) 广州高尔夫相关产业运营分析
- (2) 深圳高尔夫相关产业运营分析
- (3) 惠州高尔夫相关产业运营分析
- (4) 珠海高尔夫相关产业运营分析

5.3.4 高尔夫产业SWOT分析

5.4 其它地区高尔夫产业发展潜力

5.4.1 海南省高尔夫产业发展潜力

- (1) 高尔夫产业运行环境分析
- (2) 高尔夫球场建设运营分析
- (3) 高尔夫相关产业运营分析
- (4) 高尔夫产业优劣势分析

5.4.2 云南省高尔夫产业发展潜力

5.4.3 湖南省高尔夫产业发展潜力

第6章：中国高尔夫产业企业分析

6.1 高尔夫设计与建设企业运营分析

6.1.1 兰星高尔夫工程有限公司

- (1) 企业发展简介
- (2) 企业组织架构分析
- (3) 企业主要服务项目
- (4) 企业设计与建造实力
- (5) 企业工程业绩分析
- (6) 企业经营优劣势分析
- (7) 企业投资与并购分析

6.1.2 深圳市朝向集团有限公司

- (2) 企业主要服务项目
- (3) 企业设计与建造实力
- (4) 企业工程业绩分析
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 企业投资与并购分析
- (7) 企业新发展动向

6.1.3 司马克斯高尔夫设计策划有限公司

- (3) 企业设计理念与设计特色

6.1.4 古森高尔夫球场设计有限公司

- (3) 企业工程业绩分析
- (4) 企业经营优劣势分析
- (5) 企业投资与并购分析
- (6) 企业新发展动向

6.2 高尔夫俱乐部企业经营情况分析

6.2.1 北京高尔夫球俱乐部

(2) 企业地理位置分析

(3) 企业硬件设施情况

(4) 企业服务设施

(5) 企业收费标准分析

(6) 企业服务项目分析

6.2.2 大连金石高尔夫俱乐部

(4) 企业服务设施情况

(5) 企业经营情况分析

6.2.3 上海旭宝高尔夫俱乐部

(2) 企业硬件设施情况

(3) 企业服务设施情况

(4) 企业经营情况分析

(5) 企业新发展动向

6.2.4 北京伯爵园高尔夫俱乐部

6.2.5 北京京辉高尔夫俱乐部有限公司

(6) 企业经营情况分析

6.3 高尔夫教育机构运营分析

6.3.1 深圳大学高尔夫学院

(1) 机构发展历程简介

(2) 高尔夫设置情况

(3) 高尔夫课程设置情况

(4) 高尔夫教育师资情况

(5) 高尔夫场地配置情况

(6) 高尔夫学生就业

(7) 机构新发展动向

6.3.2 同济大学高尔夫商学院

(6) 高尔夫招生情况

6.3.3 湖南涉外经济学院

(7) 高尔夫学生就业

(8) 高尔夫系科研情况分析

6.3.4 山东南山学院

(5) 高尔夫学生就业

6.3.5 北京体育大学

(5) 高尔夫招生情况

6.4 高尔夫制造业企业运营分析

6.4.1 泰勒梅-阿迪达斯高尔夫公司

(1) 企业发展历程简介

(2) 企业生产研发实力

(3) 企业经营情况分析

6.4.2 卡拉威高尔夫公司

(2) 企业主营业务分析

(3) 企业生产研发实力

(4) 企业营销网络布局

6.4.3 斐乐 (Fila)

(2) 企业营销网络布局

(3) 企业经营优劣势分析

(4) 企业投资与并购分析

6.4.4 中国香港本间高尔夫公司

(3) 企业营销网络布局

6.4.5 美津浓 (中国) 体育用品有限公司

第7章：中国高尔夫产业投资机会分析

7.1 高尔夫产业投资环境分析

7.1.1 产业政策环境分析

(1) 土地政策

(2) 税费政策

(3) 产业政策

7.1.2 产业经济环境分析

(1) 经济发展水平

(2) 人均GDP

(3) 人均可支配收入

(4) 居民消费结构

(5) 经济环境与行业的关系

7.1.3 产业社会环境分析

(1) 城镇化水平

(2) 基尼系数

(3) 社会对高尔夫的认识

7.1.4 产业自然环境分析

7.2 高尔夫产业投资机会分析

7.2.1 产业发展前景分析

7.2.2 产业投资机会分析

7.2.3 产业投资风险分析

7.3 前瞻高尔夫产业投资建议

7.3.1 重点投资领域建议

7.3.2 重点投资地区建议

图表目录

图表1：高尔夫球场的选址原则

图表2：高尔夫球场的设计原则

图表3：高尔夫球场的球道设计

图表4：高尔夫球场的球道绿化设计

图表5：高尔夫球场设计师分类

图表6：中国高尔夫球场建设的发展历程（单位：家）

图表7：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）

图表8：2017-2022年我国高尔夫球场建设数量及增长率（单位：家，%）

图表9：2017-2022年我国高尔夫练习场建设数量（单位：个）

图表10：我国高尔夫场地地区分布

图表11：受调查的高尔夫球场地从业人员背景分布

图表12：深圳市晟泰高尔夫学院课程价目表（单位：元）

图表13：2017-2022年中国职业高尔夫球赛事场次数（单位：场）

图表14：受调查的高尔夫球场会籍价格统计（单位：%）

图表15：受调查的高尔夫球球场单场价格统计（单位：%）

图表16：深圳梅林文体中心高尔夫练习场收费价目（单位：元，元/张）

图表17：2017-2022年我国主要地区总打球轮次（单位：轮次）

图表18：被访总经理评估设施经营状况（单位：%）

图表19：业主直接管理模式特点分析

图表20：职业经理人全权负责管理模式特点分析

图表21：高尔夫俱乐部五力模型分析

图表22：高尔夫俱乐部现有竞争者威胁分析

图表23：高尔夫俱乐部潜在进入者威胁分析

图表24：高尔夫俱乐部替代品威胁分析

图表25：经济型酒店行业消费者议价能力分析

图表26：北京万柳高尔夫俱乐部概况

图表27：北京万柳高尔夫俱乐部SWOT分析

图表28：重庆国际高尔夫俱乐部SWOT分析

图表29：某高尔夫俱乐部员工构成情况表

图表30：高尔夫俱乐部营运风险管理存在的问题分析

图表31：高尔夫俱乐部营运风险管理策略分析

图表32：高尔夫地产按照“级差地租”理论划分类别分析

图表33：高尔夫房地产与传统房地产区别

图表34：高尔夫房地产开发状况分析

图表35：汤臣高尔夫别墅概况

图表36：银丽高尔夫公寓概况

图表37：中国部分高尔夫酒店的品牌选择

图表38：观澜湖骏豪酒店与赛维纳斯新翼酒店内部配套设施

图表39：高尔夫度假村开发的特点分析

图表40：高尔夫主体开发运作模式

图表41：东部华侨城示意图

图表42：房产主体开发运作模式

图表43：高尔夫球场与住宅的空间布局类型分析

图表44：国外高尔夫球场物业与一般物业的价格差

图表45：跨界营销的优势分析

图表46：观澜湖球场及其设计特色

图表47：观澜湖球场营销事件

图表48：汤臣上海浦东高尔夫球场设计特点分析

图表49：广东肇庆高尔夫球场设计特点分析

图表50：高尔夫地产项目发展的机会与威胁分析

图表51：高尔夫地产项目影响因素分析

图表52：2017-2022年美国高尔夫服装销量构成（单位：%）

图表53：2017-2022年美国球场专卖店各类高尔夫服装平均价格（单位：元/件）

图表54：美国高尔夫用品主要品牌简介

图表55：2017-2022年日本高尔夫用品市场规模及预测（单位：亿日元）

图表56：2017-2022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）

图表57：日本高尔夫用品主要品牌简介

图表58：台湾地区批三星级高尔夫球场

图表59：台湾地区批四星级高尔夫球场

图表60：台湾地区批四星级高尔夫球场

图表61：台湾高尔夫用品主要品牌简介

图表62：高尔夫用品消费者购买渠道（单位：%）

图表63：高尔夫用品消费者购买金额（单位：%）

图表64：高尔夫用品消费者选择球杆主要考虑因素（单位：%）

图表65：高尔夫用品消费者选择球杆品牌（单位：%）

图表66：高尔夫用品消费者选择球杆性能的定位（单位：%）

图表67：高尔夫用品消费行为调研结论与建议

图表68：2016中国高尔夫球具品牌

图表69：中国高尔夫用品行业发展趋势

图表70：高尔夫用品行业发展对策

图表71：2017-2022年中国高尔夫球具品牌排行榜

图表72：高尔夫球杆球具厂商产品策略

图表73：高尔夫球杆球具厂商差别定价策略

图表74：高尔夫球杆球具厂商渠道策略

图表75：高尔夫球杆球具厂商促销策略

图表76：高尔夫服装面料一览表

图表77：高尔夫服装格局

图表78：高尔夫服装国内品牌格局

图表79：2017-2022年长三角地区经济运行情况（单位：亿元，%）

图表80：2017-2022年上海市GDP增长情况（单位：亿元，%）

图表81：2017-2022年上海市城镇化进程（单位：%）

图表82：2017-2022年上海市全社会固定资产投资总额（单位：亿元，%）

图表83：2017-2022年上海市城市居民家庭人均收支情况（单位：元，%）

图表84：2017-2022年上海市农村居民家庭人均收支情况（单位：元，%）

图表85：2017-2022年上海市商品销售总额、社会消费品零售总额（单位：亿元，%）

图表86：2017-2022年浙江省GDP增长情况（单位：亿元，%）

图表87：2017-2022年浙江省全社会固定资产投资总额（单位：亿元，%）

图表88：2017-2022年浙江省城镇居民家庭人均收支情况（单位：元，%）

图表89：2017-2022年浙江省农村居民家庭人均收支情况（单位：元，%）

图表90：2017-2022年浙江省社会消费品零售总额（单位：亿元，%）

图表91：2017-2022年江苏省GDP增长情况（单位：亿元，%）

图表92：2017-2022年江苏省全社会固定资产投资总额（单位：亿元，%）

图表93：2017-2022年江苏省城镇居民家庭人均收支情况（单位：元，%）

图表94：2017-2022年江苏省农村居民家庭人均收支情况（单位：元，%）

图表95：2017-2022年江苏省社会消费品零售总额（单位：亿元，%）

图表96：上海市高尔夫球场分布情况

图表97：浙江省高尔夫球场分布情况

图表98：2017-2022年江苏省高尔夫球场数量增长情况（单位：个）

图表99：江苏省高尔夫球场分布情况

图表100：江苏省部分高尔夫球场收费价目统计（单位：元/场）

图表101：2017-2022年上海市接待入境旅游者人数（单位：人次，%）

图表102：2017-2022年上海市接待过夜入境旅游者人数（按主要客源国分）（单位：人次，%）

图表103：2017-2022年上海市旅游收入结构（单位：%）

图表104：2017-2022年上海市房地产开发、经营情况（单位：亿元，万平方米，%）

图表105：2017-2022年上海市限额以上住宿和餐饮业企业主要经济指标（单位：个，亿元，%）

图表106：2017-2022年杭州市旅游接待情况（单位：万人次）

图表107：2017-2022年杭州市游客结构（单位：%）

图表108：2017-2022年杭州旅游收入结构（单位：%）

图表109：2017-2022年浙江省房地产开发、经营情况（单位：亿元，万平方米，%）

图表110：2017-2022年浙江省交通运输情况（单位：万人，亿人公里，%）

图表111：2017-2022年江苏省接待入境旅游者数量情况（单位：人次，%）

图表112：2017-2022年江苏省接待入境旅游者主要客源市场情况（单位：人次，%）

图表113：2017-2022年江苏省旅游收入结构（单位：%）

图表114：2017-2022年江苏省房地产发展情况（单位：亿元，%）

图表115：2017-2022年江苏省客运发展情况（单位：亿人公里，万人，%）

图表116：长三角地区高尔夫产业优势（Strength）分析

图表117：长三角地区高尔夫产业劣势（Weakness）分析

图表118：长三角地区高尔夫产业机会（Opportunity）分析

图表119：长三角地区高尔夫产业威胁（Threat）分析

图表120：2017-2022年北京市GDP增长情况（单位：亿元，%）