

# 2009-2010年中国高尔夫行业 市场研究及发展前景展望报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2009-2010年中国高尔夫行业市场研究及发展前景展望报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/200909/26566.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

### 目录

#### 第一章 高尔夫产业相关知识 1

##### 一、高尔夫的起源 1

##### 二、高尔夫球相关知识 1

##### 三、高尔夫球场相关知识 3

##### 四、高尔夫运动的规则 7

##### 五、高尔夫经济 9

#### 第二章 高尔夫产业发展环境分析 13

##### 一、全球高尔夫产业发展大环境 13

###### (一) 现代高尔夫在国外的发展历程 13

###### (二) 现代高尔夫在中国的发展历程 20

##### 二、世界高尔夫产业概况 25

##### 三、各国高尔夫发展状况 26

###### (一) 北美各国高尔夫发展 29

###### (二) 法国高尔夫发展 33

###### (三) 亚洲各国高尔夫发展 37

##### 四、中国高尔夫产业发展的软环境分析 44

###### (一) 经济环境 44

##### 二.社会文化环境 48

###### (三) 政策环境 48

##### 五、中国高尔夫球运动市场外部竞争环境 49

##### 六、高尔夫产业基础设施建设 52

##### 七、中国高尔夫产业特征 56

###### (一) 起步较晚,发展迅速 56

###### (二) 球场建设追求大规模,缺乏本土设计师 56

###### (三) 高尔夫用品产量巨大,自主开发的产品少. 56

###### (四) 与房地产联姻 56

###### (五) 国家政策不支持,媒体重视不够 56

###### (六) 贵族化运动,消费观念偏离高尔夫运动本身 57

##### 八、高尔夫产业电子商务平台构建 57

### 第三章 我国高尔夫球运动市场 60

#### 一、我国高尔夫市场发展分析 60

#### 二、市场潜力与机遇分析 66

(一) 我国高尔夫球运动市场潜力 66

(二) 高尔夫运动在中国的发展现况 67

(三) 我国高尔夫产业发展的制约因素 70

(四) 我国高尔夫发展的机遇 71

#### 三、我国高尔夫市场供需分析 72

(一) 我国高尔夫球市场分析 72

(二) 我国高尔夫市场需求状况分析 74

(三) 我国高尔夫市场供给状况分析 84

(四) 高尔夫市场供需与球会外部顾客需求 86

(五) 中国高尔夫球运动平民化分析 87

(六) 中国高尔夫源何如此昂贵 92

### 第四章 高尔夫球场管理现状分析 95

#### 一、高尔夫球场的经营管理 95

#### 二、突破高尔夫球场经营瓶颈 98

(一) 高球场VS旅游业 98

(二) 高球场VS展览会 99

(三) 球场球会VS房地产 99

(四) 高球场VS会员制 100

#### 三、会员制经营模式 100

(一) 会员制资源集聚的效能 100

(二) 会员制附带消费创造经济效益 100

(三) 会员制与球场的品牌价值 101

(四) 会员制与专业的会员服务 101

(五) 会员制与高球场运营效率 101

### 第五章 高尔夫球产业与赛事发展 102

#### 一、国外高尔夫球赛事发展 102

(一) 从比赛形式划分 102

(二) 从比赛性质划分 102

#### 二、国内高尔夫球赛事发展 103

|                        |     |
|------------------------|-----|
| (一) 现状与不足              | 103 |
| (二) 发展建议               | 103 |
| 第六章 关于高尔夫人口统计、球场的分类和定义 | 104 |
| 一、相关统计与分类              | 104 |
| 二、四个注意点                | 105 |
| 三、2006年美国打球人口构成        | 106 |
| 四、打球群体分析               | 107 |
| 五、借鉴与启发                | 108 |
| 第七章 中国高尔夫俱乐部区域发展分析     | 113 |
| 一、主要区域高尔夫产业发展条件分析      | 113 |
| 二、高尔夫俱乐部主要区域分布状况       | 114 |
| (一) 高尔夫发达地区            | 114 |
| (二) 高尔夫发展地区            | 116 |
| (三) 高尔夫落后地区            | 117 |
| 三、北京地区高尔夫运动市场          | 117 |
| (一) 北京高尔夫市场增长          | 117 |
| (二) 球龄与打球频率            | 118 |
| (三) 消费群体消费能力           | 119 |
| (四) 消费者卡与打球费用          | 120 |
| (五) 消费者最看重的因素          | 121 |
| (六) 消费者评价              | 121 |
| 四、山东地区高尔夫运动市场          | 122 |
| (一) 山东高尔夫市场发展现状        | 122 |
| (二) 山东高尔夫市场发展前景        | 123 |
| 五、广东高尔夫俱乐部发展状况分析       | 123 |
| 六、上海高尔夫俱乐部发展状况分析       | 125 |
| 七、海南高尔夫俱乐部发展状况分析       | 126 |
| 八、云南高尔夫俱乐部发展状况分析       | 128 |
| 九、山东高尔夫俱乐部发展状况分析       | 129 |
| 第八章 我国高尔夫俱乐部重点企业分析     | 130 |
| 一、中山温泉高尔夫球会            | 130 |
| (一) 企业主要信息             | 130 |

|                   |     |
|-------------------|-----|
| (二) 企业运营状况分析      | 131 |
| 二、深圳观澜湖高尔夫球会      | 133 |
| (一) 企业主要信息        | 133 |
| (二) 企业运营状况分析      | 138 |
| (三) 企业未来发展计划      | 138 |
| 三、亚龙湾高尔夫球会        | 139 |
| (一) 企业主要信息        | 139 |
| (二) 企业运营状况分析      | 142 |
| 四、上海旭宝高尔夫球俱乐部     | 145 |
| (一) 企业主要信息        | 145 |
| (二) 企业运营状况分析      | 147 |
| (三) 企业未来发展计划      | 149 |
| 五、昆明春城湖畔度假村       | 150 |
| (一) 企业主要信息        | 150 |
| (二) 企业运营状况分析      | 151 |
| 六、北京乡村高尔夫俱乐部      | 153 |
| (一) 企业主要信息        | 153 |
| (二) 企业运营状况分析      | 154 |
| 七、大连金石滩乡村高尔夫俱乐部   | 155 |
| (一) 企业主要信息        | 155 |
| (二) 企业运营状况分析      | 156 |
| 八、长安高尔夫球乡村俱乐部     | 157 |
| (一) 企业主要信息        | 157 |
| (二) 企业运营状况分析      | 159 |
| 第九章 我国高尔夫市场市场竞争分析 | 162 |
| 一、与国外高尔夫俱乐部的竞争分析  | 162 |
| (一) 竞争者分类         | 162 |
| (二) 竞争能力分析        | 162 |
| 二、行业内部竞争分析        | 164 |
| 第十章 我国高尔夫用品市场分析   | 167 |
| 一、我国高尔夫用品市场供需状况分析 | 167 |
| 二、高尔夫用品主要生产企业分析   | 169 |

|                                |     |
|--------------------------------|-----|
| (一) 中山广盛运动器材有限公司               | 169 |
| (二) 广州增城市顺龙高尔夫球制品有限公司          | 170 |
| (三) 奇利田高尔夫用品(深圳)有限公司           | 171 |
| (四) 东莞虎门龙眼明安运动器材厂              | 172 |
| 三、中国高尔夫服装的未来之路                 | 175 |
| (一) 高尔夫服装的国内外差异                | 175 |
| (二) 中国高尔夫服装发展趋势                | 177 |
| 第十一章 我国高尔夫市场发展中的问题及其发展策略       | 180 |
| 一、我国高尔夫市场发展中的问题分析              | 180 |
| (一) 高尔夫球场建设及其运动本身的行政管理         | 180 |
| (二) 高尔夫球运动发展的整体战略              | 180 |
| (三) 高尔夫球运动的管理法规和相应的行业标准        | 181 |
| 二、我国高尔夫市场发展策略分析                | 183 |
| (一) 我国高尔夫市场机会                  | 183 |
| (二) 我国高尔夫市场投资风险                | 186 |
| 第十二章 我国高尔夫市场发展趋势及预测            | 188 |
| 一、我国高尔夫市场发展趋势                  | 188 |
| 二、2008年高尔夫产业发展                 | 189 |
| 三、我国经济发达地区高尔夫的未来发展             | 190 |
| 四、2010-2020年中国的高尔夫球场数量和高尔夫人口预测 | 191 |

#### 图表目录：

|                                   |    |
|-----------------------------------|----|
| 图表 1：2008年全球高尔夫球场数量排在前五位的国家       | 27 |
| 图表 2：2008年中国和泰国高尔夫球场数量比较          | 27 |
| 图表 3：2008年全球高尔夫人口统计               | 27 |
| 图表 4：北美、亚洲、欧洲高尔夫人口统计              | 27 |
| 图表 5：2008年中国高尔夫人口统计               | 28 |
| 图表 6：欧洲和亚洲高尔夫球场数量占世界球场总量情况        | 28 |
| 图表 7：2008年世界十大富国（以人均国民收入为序）高尔夫球状况 | 28 |
| 图表 8：亚太高尔夫球十强（以球场数量排序）            | 29 |
| 图表 9：美国的高尔夫人口占总人口情况               | 30 |
| 图表 10：美国高尔夫球场数量占世界球场总量情况          | 31 |

图表 11：法国高尔夫人群按收入划分比例 33

图表 12：1995-2005年执证的法国球友人数增长情况 34

图表 13：法国高尔夫人群按年龄和性别划分 34

图表 14：法国top9运动的增长情况 35

图表 15：法国高尔夫球场数量增长曲线图 35

图表 16：法国球场增长率统计表 35

图表 17：法国人如何看待打高尔夫 36

图表 18：世界主要高尔夫国家人口球场比 36

图表 19：韩国高尔夫球场数量统计 41

图表 20：韩国高尔夫游客主要目的地 42

图表 21：部分高尔夫专门旅行社名单 43

图表 22：深圳高尔夫与经济分析表 47

图表 23：我国各类未利用地与全国土地比较（%） 62

图表 24：我国各类未利用地占未利用地总面积的比重 62

图表 25：不同用地比例下产生球场的数量 64

图表 26：我国高尔夫球场数量和投资规模 65

图表 27：全国主要球场分布 66

图表 28：我国高尔夫消费人口和球场增长情况 69

图表 29：2008年中国高尔夫球场建设数量及高尔夫消费人群统计 69

图表 30：中国内地高尔夫人口年增长率统计 70

图表 31：中国高尔夫人人口分类统计 73

图表 32：2008-2020年中国高尔夫潜在消费者分析 74

图表 33：截至2008年我国高尔夫球俱乐部经营状况分析 74

图表 34：中国高尔夫球场建设年增长速度 74

图表 35：中国高尔夫消费人群及年增长比例分析 74

图表 36：2000年到2008年中国人均GDP增长 75

图表 37：2000-2020年我国人均GDP规划增长 76

图表 38：2008年底中国大陆城镇人口统计（按常住人口计算，单位：万） 76

图表 39：2008年中国年收入在1万美金以上的人数统计 83

图表 40：中日韩三国国土面积以及高尔夫球场对比 84

图表 41：2001-2008年中国广东地区高尔夫球具出口额 87

图表 42：2008年我国高尔夫分区域球场分布 113



- 图表 43：我国主要省市球场数量 116
- 图表 44：2004-2008年北京高尔夫球场增长 117
- 图表 45：开始打球的时间 118
- 图表 46：下场打球的频率 119
- 图表 47：个人平均每次在球场花费的费用 119
- 图表 48：购买会员卡的原因 120
- 图表 49：第一重要因素 121
- 图表 50：2004-2008年广东高尔夫俱乐部数量 123
- 图表 51：上海地区著名的高尔夫俱乐部 125
- 图表 52：上海高尔夫球场情况 126
- 图表 53：海南地区著名的高尔夫俱乐部 126
- 图表 54：海南高尔夫球场分布示意图 128
- 图表 55：云南地区著名的高尔夫俱乐部统计 128
- 图表 56：山东地区著名的高尔夫俱乐部统计 129
- 图表 57：中山温泉高尔夫球会基本信息 130
- 图表 58：场地费用 131
- 图表 59：标准收费 132
- 图表 60：套餐收费 133
- 图表 61：其他收费标准 133
- 图表 62：深圳观澜湖高尔夫球会基本信息 134
- 图表 63：三亚亚龙湾高尔夫球会基本信息 140
- 图表 64：亚龙湾俱乐部消费详细价目表 144
- 图表 65：上海旭宝高尔夫球俱乐部基本信息 146
- 图表 66：上海旭宝高尔夫球球会消费标准 147
- 图表 67：上海旭宝高尔夫球球场价格 147
- 图表 68：上海旭宝高尔夫球会球场状况及获得荣誉 148
- 图表 69：上海旭宝高尔夫球俱乐部基本信息 149
- 图表 70：昆明春城湖畔度假村基本信息 151
- 图表 71：春城湖畔度假村高尔夫消费价格 151
- 图表 72：春城湖畔度假村高尔夫套餐价（一） 152
- 图表 73：春城湖畔度假村高尔夫套餐价（二） 152
- 图表 74：春城湖畔度假村高尔夫球球场价格 152

- 图表 75：北京乡村高尔夫俱乐部基本信息 154
- 图表 76：北京乡村高尔夫俱乐部高尔夫消费价格 154
- 图表 77：大连金石高尔夫俱乐部基本信息 155
- 图表 78：长安高尔夫球乡村俱乐部基本信息 158
- 图表 79：长安高尔夫球乡村俱乐部成就一览 159
- 图表 80：长安高尔夫球乡村俱乐部高尔夫消费价格 160
- 图表 81：2008年我国高尔夫球具的需求量年增长率统计 168
- 图表 82：美国与日本高尔夫球具消费量 168
- 图表 83：高尔夫球杆全球市场需求量 168
- 图表 84：美国高尔夫球用品进口统计 169
- 图表 85：日本高尔夫球用品进口统计 169
- 图表 86：中山广盛运动器材有限公司基本信息 170
- 图表 87：广州增城市顺龙高尔夫球制品有限公司基本信息 170
- 图表 88：奇利田高尔夫用品（深圳）有限公司基本信息 171
- 图表 89：东莞虎门龙眼明安运动器材厂基本信息 172
- 图表 90：台湾高尔夫球用品出口地区统计表 173
- 图表 91：台湾明安产能、厂房及客户分析 173
- 图表 92：台湾明安营业收入情况（新台币仟元） 173
- 图表 93：台湾明安主要产品

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200909/26566.html>