

2020-2026年中国高尔夫行业前景展望与发展前景报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国高尔夫行业前景展望与发展前景报告》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/202007/174566.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

近年来，中国经济快速增长，带动了一大批爱好高尔夫运动的消费人群的出现。有调查资料表明，目前高尔夫俱乐部的入会消费人群每年以10%的比例增长，而国内的高尔夫消费人群已突破100万人。庞大的消费人群的出现，带动了高尔夫相关产业的蓬勃发展。中企顾问网发布的《2020-2026年中国高尔夫行业前景展望与发展前景报告》分析了高尔夫行业的产业链，竞争格局，面临的机遇及挑战以及发展前景等，您若想对中国高尔夫行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。报告目录:第一章 高尔夫球运动基本概述1.1 内涵及特点分析1.1.1 基本内涵1.1.2 运动特点1.2

产业发展效益分析1.2.1 经济效益1.2.2 社会效益1.2.3 生态效益1.3 高尔夫产业链分

析1.3.1 产业链分析1.3.2 产业覆盖范围1.4 高尔夫产业基本属性1.4.1 经济性1.4.2 社交

性1.4.3 体育文化性1.4.4 休闲娱乐性 第二章 2017-2019年国际高尔夫产业发展分析2.1 国

际高尔夫运动发展起源及阶段2.1.1 运动发展起源2.1.2 运动发展阶段2.2 全球高尔夫产业

发展综况2.2.1 高尔夫设施分布状况2.2.2 高尔夫球场建设状况2.2.3 高尔夫用品市场规

模2.3 亚洲高尔夫产业发展分析2.3.1 高尔夫设施建设规模2.3.2 亚洲重点国家产业布

局2.3.3 韩国高尔夫产业发展提速2.4 美国高尔夫产业发展状况2.4.1 美国高尔夫产业发展

特点2.4.2 中产阶级助力产业发展2.4.3 美国高尔夫产业规模2.4.4 美国高尔夫设施规模2.4.5

美国高尔夫用品市场2.4.6 美国高尔夫用品企业2.5 重点国家和地区发展分析2.5.1 日本

高尔夫产业地位分析2.5.2 加拿大高尔夫经济效益显著2.5.3 澳洲高尔夫产业发展综况2.5.4

冰岛高尔夫产业发展状况 第三章 2017-2019年中国高尔夫产业发展环境分析3.1 政策环

境3.1.1 全民健身计划发布3.1.2 运动获得官方认可3.1.3 产业政策演进分析3.1.4 产业促进

政策分析3.1.5 地方政策动态分析3.1.6 税收及土地规划政策3.2 社会环境3.2.1 中产阶级

崛起3.2.2 居民收入提升3.2.3 市民健身意识提高3.2.4 高尔夫运动平民化3.3 产业环境3.3.1

体育产业运行分析3.3.2 体育用品产业现状3.3.3 球类运动产业状况 第四章 2017-2019年

中国高尔夫产业发展分析4.1 中国高尔夫球运动发展状况4.1.1 运动发展历程4.1.2 运动开

展状况4.1.3 运动开展问题4.1.4 运动开展对策4.2 中国高尔夫产业发展综况4.2.1 国内高

尔夫产业规模4.2.2 高尔夫产业状态指数4.2.3 互联网企业加快产业布局4.2.4 都市高尔夫产

业发展格局4.2.5 高尔夫相关产业蓬勃发展4.3 中国高尔夫消费状况分析4.3.1 核心消费人

口规模4.3.2 人均消费价格分析4.3.3 消费动因及年龄结构4.3.4 潜在消费人群调查4.4 高

尔夫产业营销分析4.4.1 BOT营销模式4.4.2 网络营销分析4.4.3 会员制营销模式4.4.4 营销误区及对策4.5 高尔夫产业供给侧改革分析4.5.1 高尔夫产业供给侧改革背景4.5.2 高尔夫产业供给侧改革举措4.5.3 高尔夫产业供给侧改革结果4.5.4 高尔夫产业整改后期展望4.6 高尔夫产业融合互联网创新模式4.6.1 新型创业领域4.6.2 线上订场模式4.6.3 线上线下结合4.6.4 工具应用类APP4.6.5 高尔夫网络社区4.6.6 网络模拟培训4.6.7 电商销售渠道4.6.8 典型电商平台

第五章 2017-2019年中国高尔夫球场建设状况5.1 高尔夫球场设计及管理分析5.1.1 高尔夫球场的设计要素5.1.2 世界百佳高尔夫球场排名5.1.3 球场设计对运营的影响5.1.4 高尔夫球场的管理方法5.1.5 高尔夫球场的管理现状5.1.6 高尔夫球场的管理对策5.2 中国高尔夫球场建设进程5.2.1 高尔夫球场建设阶段5.2.2 高尔夫设施建设规模5.2.3 高尔夫球场建设动态5.2.4 高尔夫球场分布情况5.2.5 高尔夫练习场投资优势5.3 高尔夫球场运营模式分析5.3.1 高尔夫球场收入模式5.3.2 高球场新型运营模式5.4 高尔夫模拟球场系统分析5.4.1 高尔夫模拟球场设备分析5.4.2 高尔夫模拟球场系统特点5.4.3 企业布局高尔夫模拟球场5.5 高尔夫球场草坪铺设及维护市场分析5.5.1 高尔夫草坪管理基本内容5.5.2 高尔夫人造草皮或将普及5.5.3 高尔夫球场草坪产业分析5.5.4 高尔夫球场草坪质量管理5.5.5 高尔夫球场草坪养护费用5.5.6 高尔夫球场草坪养护企业

第六章 2017-2019年中国高尔夫用品行业发展分析6.1 高尔夫用品销售规模及电商平台6.1.1 高尔夫用品销售规模6.1.2 高尔夫全品类电商时代6.1.3 国际高尔夫电商平台6.1.4 国内高尔夫电商平台6.2 2016-2019年中国高尔夫用品进出口分析6.2.1 高尔夫球棍进出口规模6.2.2 高尔夫球进出口规模6.2.3 高尔夫球器械进出口规模6.3 高尔夫球杆专利状况分析6.3.1 全球专利状况6.3.2 国内专利状况6.3.3 企业专利战略6.4 高尔夫服饰产业发展分析6.4.1 高球服饰的特点6.4.2 产业发展动力6.4.3 消费规模分析6.4.4 企业收购动态6.4.5 产业前景可期6.4.6 典型企业案例——比音勒芬服饰股份有限公司6.5 高尔夫服饰品牌分析6.5.1 国际高尔夫服饰品牌6.5.2 国内高尔夫服饰品牌6.6 高尔夫用品知名品牌分析6.6.1 美国品牌6.6.2 日本品牌6.6.3 国内品牌

第七章 2017-2019年中国高尔夫教育培训行业分析7.1 高尔夫教育开展状况7.1.1 高尔夫球教育现状7.1.2 高尔夫球教育问题7.1.3 高尔夫球教育建议7.1.4 高尔夫教育联盟成立7.2 高尔夫培训市场状况7.2.1 高尔夫培训产业融资加快7.2.2 高尔夫球的培训逐步平民化7.2.3 高尔夫教育培训与国际接轨7.3 青少年高尔夫培训市场7.3.1 青少年高尔夫的参与率7.3.2 青少年高尔夫发展阶段7.3.3 青少年高球培训市场空间7.3.4 相关机制助力青少年高球7.3.5 青少年高球发展方向分析7.3.6 高球运动进入中山市课堂7.3.7 青少年高球培训示范单位7.4 高尔夫俱乐部发展分析7.4.1 高尔夫俱乐部的分类7.4.2 高尔夫俱乐部会籍分类7.4.3 高尔夫俱乐部发展状况7.4.4 高尔夫俱乐部的培训业务7.4.5 高尔夫俱乐部营销策略选择7.4.6 高尔夫俱乐部营销实例分析

第八章 2017-2019年

中国高尔夫竞赛业分析8.1 高尔夫重大赛事介绍8.1.1 国际8.1.2 国内8.1.3 高尔夫重返奥运8.2 高尔夫赛事举办状况分析8.2.1 国际比赛排名分析8.2.2 赛事奖金规模丰厚8.2.3 国内赛事举办规模8.2.4 竞技水平不断提高8.2.5 赛事组织日益规范8.3 高尔夫赛事转播平台分析8.3.1 电视频道转播8.3.2 网络平台转播8.4 高尔夫赛事运营分析8.4.1 高尔夫赛事运营效益8.4.2 赛事运营的主要内容8.4.3 赛事运作的管理系统8.4.4 赛事运营的盈利模式8.4.5 高尔夫赛事营销的内涵8.4.6 高尔夫赛事营销的方式 第九章 2017-2019年中国高尔夫旅游业分析9.1 高尔夫旅游产业基本概述9.1.1 高尔夫旅游的基本定义9.1.2 高尔夫旅游的经济效益9.1.3 高尔夫旅游产品介绍9.2 2017-2019年中国高尔夫旅游产业发展状况9.2.1 高尔夫旅游业发展动因9.2.2 高尔夫旅游业发展阶段9.2.3 高尔夫旅游市场升温9.2.4 高尔夫旅游投资动态9.2.5 高尔夫主题旅游兴起9.3 重点地区布局高尔夫旅游市场9.3.1 珠三角地区9.3.2 环渤海地区9.4 高尔夫旅游业发展问题及方向9.4.1 高尔夫旅游业发展问题9.4.2 高尔夫旅游业发展对策9.4.3 高尔夫旅游业发展方向 第十章 2017-2019年中国高尔夫相关产业分析10.1 高尔夫地产行业分析10.1.1 高尔夫地产的特点10.1.2 高尔夫地产的分类10.1.3 高尔夫地产与球场的关系10.1.4 高尔夫地产行业运行10.1.5 高尔夫地产投资模式10.1.6 高尔夫地产营销策略10.1.7 高尔夫地产项目分析——深圳观澜湖高尔夫球项目10.2 高尔夫球车行业分析10.2.1 高尔夫球车基本介绍10.2.2 高尔夫球车产业状况10.2.3 高尔夫球车跨境电商10.2.4 高尔夫球车进出口分析10.3 高尔夫展会行业分析10.3.1 我国会展业发展规模上升10.3.2 会展业助力高尔夫产业发展10.3.3 中韩建立高尔夫展会联盟10.3.4 深莞高尔夫展会合作动态 第十一章 2017-2019年重点省市高尔夫产业发展分析11.1 山东省11.1.1 球场发展状况11.1.2 产业整治加强11.1.3 打球人口消费11.1.4 球会运营结构11.1.5 高尔夫旅游业分析11.2 云南省11.2.1 球场发展状况11.2.2 消费情况调查11.2.3 产业发展状况11.2.4 产业整治加强11.2.5 运动推广状况11.2.6 云南特色高球场11.2.7 高尔夫旅游业分析11.3 广东省11.3.1 产业发展综况11.3.2 产业整治加强11.3.3 俱乐部发展状况11.3.4 青少年高尔夫普及11.3.5 深圳高尔夫产业分析11.3.6 珠海高尔夫产业综况11.4 海南省11.4.1 产业发展优势11.4.2 赛事带动效应11.4.3 高尔夫旅游展会11.4.4 高尔夫产业状况11.4.5 俱乐部发展状况11.4.6 高尔夫产业收益11.4.7 高尔夫旅游业提速11.5 安徽省11.5.1 产业发展概况11.5.2 产业转型契机11.5.3 产业发展方向11.6 其他地区11.6.1 北京市11.6.2 上海市 第十二章 2017-2019年中国高尔夫产业典型企业12.1 深圳市云高信息技术股份有限公司12.1.1 企业发展概况12.1.2 财务状况分析12.1.3 公司业务分析12.1.4 核心技术分析12.1.5 竞争优势分析12.2 深圳市朝向集团有限公司12.2.1 企业发展概况12.2.2 业务发展动态12.2.3 球场运营业务12.2.4 赛事运营情况12.3 海航高尔夫控股(集团)有限公司12.3.1 企业发展概况12.3.2 全产业链布局12.3.3 企业发展展望12.4 上海美津浓有限公司12.4.1 企

业基本概况12.4.2 公司品牌分析12.5 中山广盛运动器材有限公司12.5.1 企业基本概况12.5.2
企业发展规模12.6 乐视体育文化产业发展(北京)有限公司12.6.1 企业基本概况12.6.2
企业发展战略12.6.3 赛事版权资源12.6.4 布局高尔夫产业 第十三章 中国高尔夫产业投资
分析13.1 高尔夫项目投资分析13.1.1 项目投资要点13.1.2 项目投资定位13.2 高尔夫产业
投资分析13.2.1 投融资主体分析13.2.2 投融资动态分析13.2.3 互联网+高尔夫融资13.2.4
行业投资机遇分析13.3 高尔夫产业投资风险分析13.3.1 政策风险13.3.2 税收风险13.3.3 经
营风险13.3.4 资金风险13.3.5 消费风险13.4 高尔夫产业投资发展建议13.4.1 推动高尔夫平
民化发展13.4.2 建立有效的行业管理机构13.4.3 健全产业规范发展的制度13.4.4 企业加快
产业机制创新13.4.5 探索新型产业融资方式 第十四章 中国高尔夫产业投资前景分析14.1
高尔夫球“十三五”发展规划分析14.1.1 指导思想14.1.2 基本原则14.1.3 主要目
标14.1.4 主要任务14.2 高尔夫产业发展前景及趋势预测14.2.1 高尔夫产业前景展望14.2.2
高尔夫产业发展形势14.2.3 高尔夫产业发展方向14.2.4 高尔夫产业发展新模式14.2.5 模拟
高尔夫成发展热点14.3 高尔夫产业将迈向新的发展阶段14.3.1 新人口激发产业活力14.3.2
技术创新培训机制14.3.3 新球场实现产业扶贫14.3.4 新业态实现产业融合14.3.5 新势力
布局产业投资() 附录附录一：全民健身计划(2017-2020年) 附录二：国务院办公厅关于加
快发展健身休闲产业的指导意见附录三：高尔夫运动员技术等级标准

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/174566.html>