

# 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](http://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计局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  
新技术创新培训机制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>