

2010-2015年中国高尔夫行业 市场分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2010-2015年中国高尔夫行业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/tiyu1010/R818941M8T.html>

【报告价格】纸介版6000元 电子版7000元 纸介+电子8000元

【出版日期】2010-10-30

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2010-2015年中国高尔夫行业市场分析与投资前景研究报告》共十六章。首先介绍了高尔夫行业相关概述、中国高尔夫产业运行环境等，接着分析了中国高尔夫行业的现状，然后介绍了中国高尔夫行业竞争格局。随后，报告对中国高尔夫行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国高尔夫产业发展前景与投资预测。您若想对高尔夫产业有个系统的了解或者想投资高尔夫行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

→内容简介

随着社会的发展，人们生活水平的提高，高尔夫运动逐渐被中国人所接受。2009年我国营业中的高尔夫设施共有348家，共7772个球洞，折合约432个18洞标准球场(不包括港澳台地区)。目前全球共有31548家高尔夫设施，中国内地占其中的1.1%，占亚洲3785家高尔夫设施的9.2%。深圳是全国高尔夫球场密度最大、球洞数量最多、高球人口最多的城市。我国高尔夫核心人口约为30万人。2009年全国总打球轮次为872万，其中94%由高尔夫核心人口贡献。相比2008年，2009年度国内球场数量的增长率为11.5%，高尔夫核心人口的增长率则为22.7%。2009年的世界金融危机影响了全球的高尔夫行业，但高尔夫在中国仍然表现出了足够的发展活力。中国在建、拟建高尔夫球场多达454个，共计10506洞，这超过了1984年以来中国内地已有高尔夫球场的总和。预计到2011年年底，中国内地新增高尔夫设施将超过100个，总数量将达到450个左右。这样的发展速度，在全世界绝无仅有。2009年中国高尔夫球场累计产生了872万的总打球轮次，全国约有30万以上的高尔夫核心人口，这些人对打球总轮次的贡献率达到94%。目前，中国高尔夫球会大都是以会员制模式在经营，这类球会占到了总数的92.8%。而非会员制球场仅占7.2%，其中市政公众球场只有3家（两家在深圳），这无疑抬高了高尔夫运动的参与门槛。中国18洞规模球会个人正会籍均价为32.5万元人民币，访客平日打球均价亦高达796元 / 18洞，高尔夫在中国的确仍属于中高收入阶层的专利。

→报告目录

目录

CONTENTS

第一部分 发展现状与前景分析

第一章 全球高尔夫行业发展分析 1

第一节 2009-2010年全球高尔夫市场分析 1

- 一、2009年全球高尔夫市场回顾 1
- 二、2009年全球高尔夫市场环境 5
- 三、2009-2010年全球高尔夫球具品牌分析 10
- 四、2010年全球高尔夫市场规模 17

第二节 部分国家地区高尔夫行业发展状况 18

- 一、2010年美国高尔夫行业发展分析 18
- 二、2009-2010年日本高尔夫行业发展分析 20
- 三、2009-2010年印度高尔夫行业发展分析 21

第二章 我国高尔夫行业发展现状 29

第一节 我国高尔夫行业发展现状 29

- 一、高尔夫行业品牌发展现状 29
- 二、高尔夫行业消费市场现状 30
- 三、高尔夫市场消费层次分析 36
- 四、我国高尔夫市场走向分析 38

第二节 我国高尔夫行业发展状况 39

- 一、2009年中国高尔夫行业发展回顾 39
- 二、2009年高尔夫行业发展情况分析 40
- 三、2009年我国高尔夫市场特点分析 40
- 四、2010年我国高尔夫市场发展分析 45

第三节 中国高尔夫行业供需分析 48

- 一、2009年中国高尔夫市场供给总量分析 48
- 二、2009年中国高尔夫市场供给结构分析 48
- 三、2010年中国高尔夫市场需求总量分析 55
- 四、2010年中国高尔夫市场需求结构分析 56
- 五、2010年中国高尔夫市场供需平衡分析 56

第三章 中国高尔夫行业经济运行分析 57

第一节 2009-2010年中国高尔夫行业运行环境分析 57

- 一、2009-2010年经济发展环境分析 57
- 二、社会发展环境分析 89

第二节 2009-2010年高尔夫用品行业运行情况分析 100

一、2009年高尔夫用品行业经济指标分析 100

二、2010年高尔夫用品行业经济指标分析 101

第三节 高尔夫旅游地产开发模式分析 102

一、高尔夫主体开发运作模式 102

二、旅游主体开发运作模式 106

三、房产主体开发模式 108

第四节 中国高尔夫球场经营分析 111

一、高尔夫球场与旅游业 111

二、高尔夫球场与展览会 112

三、球场球会与房地产 112

四、高尔夫球场与会员制 112

五、高尔夫球场经营模式分析 113

第四章 中国高尔夫消费市场分析 119

第一节 高尔夫行业产品目标客户群体调查 119

一、不同年龄消费者偏好调查 119

二、不同性别消费者偏好调查 119

三、不同学历消费者偏好调查 119

四、不同职业消费者偏好调查 119

五、不同收入消费者偏好调查 120

第二节 高尔夫市场消费需求分析 120

一、高尔夫市场的消费需求情况 120

二、高尔夫行业的需求情况分析 121

三、2010年高尔夫品牌市场消费需求分析 122

第三节 北京高尔夫消费市场状况分析 122

一、北京高尔夫市场发展状况 122

二、北京消费者消费行为 123

三、消费群体消费能力对比分析 124

四、消费者购买会籍动机分析 125

五、消费者最看重因素分析 126

六、消费者对北京高尔夫球场评价 127

第四节 高尔夫消费者市场分析 128

- 一、高尔夫球会顾客与质量观念 128
- 二、高球装备买方市场分析 130
- 三、高尔夫消费者与市场增长趋势 135

第五章 中国高尔夫行业区域市场分析 139

第一节 华北地区高尔夫行业分析 139

- 一、2009-2010年北京高尔夫行业发展现状分析 139
- 二、2009-2010年天津高尔夫行业发展现状分析 139
- 三、2009-2010年内蒙古高尔夫行业发展现状分析 140

第二节 华东地区高尔夫行业分析 141

- 一、2009-2010年华东高尔夫行业发展现状分析 141
- 二、2009-2010年上海高尔夫行业发展现状分析 142
- 三、2009-2010年浙江高尔夫行业发展现状分析 143
- 四、2010-2015年华东地区高尔夫行业发展前景分析 144

第三节 华南地区高尔夫行业分析 145

- 一、2009-2010年广东高尔夫行业发展现状分析 145
- 二、2009-2010年深圳高尔夫行业发展现状分析 145
- 三、2009-2010年海南高尔夫行业发展现状分析 146

第四节 华中地区高尔夫行业分析 146

- 一、2009-2010年河南高尔夫行业发展现状分析 146
- 二、2009-2010年湖南高尔夫行业发展现状分析 149

第五节 西南地区高尔夫行业分析 151

- 一、2009-2010年云南高尔夫行业发展现状分析 151
- 二、2009-2010年重庆高尔夫行业发展SWOT分析 153
- 三、2009-2010年四川高尔夫行业发展现状分析 156

第六章 高尔夫行业投资与发展前景分析 159

第一节 2010年高尔夫行业投资情况分析 159

- 一、2010年高尔夫行业总体投资结构 159
- 二、2010年高尔夫行业投资增速情况 161
- 三、2010年高尔夫分行业投资分析 161

- 四、2010年高尔夫分地区投资分析 162
- 第二节 高尔夫行业投资机会分析 162
 - 一、高尔夫投资项目分析 162
 - 二、可以投资的高尔夫模式 163
 - 三、2010-2015年高尔夫投资机会 164
 - 四、2010-2015年高尔夫细分行业投资机会 165
 - 五、2010-2015年高尔夫投资新方向 166
- 第三节 高尔夫行业发展前景分析 169
 - 一、高尔夫市场发展前景分析 169
 - 二、我国高尔夫市场蕴藏的商机 171
 - 三、后危机时代高尔夫市场的发展前景 172
 - 四、2010-2015年高尔夫市场面临的发展商机 173

第二部分 市场竞争格局与形势

- 第七章 高尔夫行业竞争格局分析 175
 - 第一节 高尔夫行业集中度分析 175
 - 一、高尔夫市场集中度分析 175
 - 二、高尔夫球具品牌集中度分析 175
 - 三、高尔夫区域集中度分析 177
 - 第二节 高尔夫行业国际竞争力分析 178
 - 一、竞争者分类及竞争 179
 - 二、与日、韩的竞争分析 179
 - 三、与港、澳、台地区的竞争分析 180
 - 四、与泰国、越南等东南亚国家的竞争分析 181
 - 第三节 高尔夫行业竞争格局分析 182
 - 一、2009年高尔夫行业竞争分析 182
 - 二、2009-2010年国内外高尔夫竞争分析 183
 - 三、2009-2010年我国高尔夫用品市场竞争分析 185
 - 四、2010-2015年国内高尔夫企业发展趋势 186
 - 第四节 我国重点高尔夫球俱乐部分析 189
 - 一、中山温泉高尔夫球会 189
 - 二、观澜湖高尔夫球会球场 190

三、海南三亚亚龙湾高尔夫球会球场 195

四、上海旭宝高尔夫俱乐部球场 197

五、昆明春城湖畔度假村 197

六、北京乡村高尔夫俱乐部 198

七、大连金石高尔夫俱乐部 199

八、长安高尔夫球乡村俱乐部 200

第八章 2010-2015年中国高尔夫行业发展形势分析 201

第一节 高尔夫行业发展概况 201

一、高尔夫行业发展特点分析 201

二、高尔夫行业投资现状分析 202

三、高尔夫行业总产值分析 206

四、高尔夫行业发展趋势分析 206

第二节 2009-2010年高尔夫行业市场情况分析 214

一、高尔夫行业市场发展分析 214

二、高尔夫市场存在的问题 215

第三部分 赢利水平与企业分析

第九章 中国高尔夫行业整体运行指标分析 217

第一节 2009-2010年中国高尔夫行业总体规模分析 217

一、企业数量结构分析 217

二、行业生产规模分析 220

第二节 2009-2010年中国高尔夫行业财务指标总体分析 221

一、行业盈利能力分析 221

二、行业发展能力分析 221

第十章 高尔夫行业赢利水平分析 223

第一节 成本分析 223

一、土地成本分析 223

二、经营管理成本 223

三、税收成本 223

第二节 盈利水平分析 224

- 一、2009-2010年高尔夫行业价格走势 224
- 二、2009-2010年高尔夫行业赢利能力 224
- 三、2009-2010年高尔夫行业赢利水平 225
- 四、2010-2015年高尔夫行业赢利预测 225

第十一章 高尔夫行业盈利能力分析 227

第一节 2009-2010年中国高尔夫行业利润总额分析 227

- 一、不同规模企业利润总额比较分析 227
- 二、不同所有制企业利润总额比较分析 227

第二节 2009-2010年中国高尔夫行业销售利润率 227

- 一、不同规模企业销售利润率比较分析 227
- 二、不同所有制企业销售利润率比较分析 227

第三节 2009-2010年中国高尔夫行业总资产利润率分析 228

- 一、不同规模企业总资产利润率比较分析 228
- 二、不同所有制企业总资产利润率比较分析 228

第四节 2009-2010年中国高尔夫行业产值利税率分析 228

- 一、不同规模企业产值利税率比较分析 228
- 二、不同所有制企业产值利税率比较分析 228

第十二章 高尔夫重点企业发展分析 229

第一节 中山温泉高尔夫球会 229

- 一、企业概况 229
- 二、企业球场简介 229

第二节 观澜湖高尔夫球会球场 230

- 一、企业概况 230
- 二、企业发展概况 231
- 三、企业球场简介 234
- 四、企业产业集聚效应 238

第三节 海南三亚亚龙湾高尔夫球会球场 243

- 一、企业概况 243
- 二、企业发展方向 245

第四节 上海旭宝高尔夫俱乐部球场 251

- 一、企业概况 251
- 二、企业竞争优势 251
- 第五节 昆明春城湖畔度假村 252
 - 一、企业概况 252
 - 二、企业竞争优势 253
- 第六节 北京乡村高尔夫俱乐部 254
 - 一、企业概况 254
 - 二、企业发展分析 254
- 第七节 大连金石高尔夫俱乐部 255
 - 一、企业概况 255
 - 二、企业竞争优势 256
- 第八节 长安高尔夫球乡村俱乐部 257
 - 一、企业概况 257
 - 二、企业球场简介 257

第四部分 投资策略与风险预警

- 第十三章 高尔夫行业投资策略分析 259
 - 第一节 行业发展特征 259
 - 一、高尔夫的特点 259
 - 二、行业的区域性 261
 - 三、行业的上下游 261
 - 四、行业经营模式 263
 - 第二节 行业投资形势分析 265
 - 一、行业发展格局 265
 - 二、行业SWOT分析 266
 - 第三节 高尔夫行业投资效益分析 271
 - 一、2009年高尔夫行业投资状况分析 271
 - 二、2009年高尔夫行业投资效益分析 272
 - 三、2010-2015年高尔夫行业投资方向 272
 - 四、2010-2015年高尔夫行业投资建议 272
 - 第四节 高尔夫行业投资策略研究 275
 - 一、高尔夫投资前期工作 275

- 二、高尔夫市场定位 279
- 三、高尔夫投资实际操作 283
- 四、投资高尔夫经济效益分析 289
- 五、高尔夫投资价值分析 292

第十四章 高尔夫行业投资风险预警 295

第一节 影响高尔夫行业发展的主要因素 295

- 一、2010年影响高尔夫行业运行的有利因素 295
- 二、2010年影响高尔夫行业运行的稳定因素 296
- 三、2010年影响高尔夫行业运行的不利因素 297
- 四、2010年我国高尔夫行业发展面临的挑战 298
- 五、2010年我国高尔夫行业发展面临的机遇 299

第二节 高尔夫行业投资风险预警 301

- 一、2010-2015年高尔夫行业政策风险预测 301
- 二、2010-2015年高尔夫行业经营风险预测 309
- 三、2010-2015年高尔夫行业运行风险预测 312
- 四、2010-2015年高尔夫行业竞争风险预测 315

第五部分 发展趋势与规划建议

第十五章 高尔夫行业发展趋势分析 319

第一节 2010-2015年中国高尔夫市场趋势分析 319

- 一、2009-2010年我国高尔夫市场趋势总结 319
- 二、2010-2015年我国高尔夫市场价格趋势分析 320

第二节 2010-2015年高尔夫行业发展趋势分析 322

- 一、我国高尔夫产业化发展的趋势分析 322
- 二、2010-2015年我国高尔夫行业发展趋势分析 327

第三节 2010-2015年中国高尔夫行业供需预测 331

- 一、2010-2015年中国高尔夫供给预测 331
- 二、2010-2015年中国高尔夫需求预测 331
- 三、2010-2015年中国高尔夫价格预测 332

第四节 2010-2015年高尔夫行业规划建议 332

- 一、高尔夫行业“十一五”整体规划 332

二、高尔夫行业“十二五”规划预测 332

第十六章 高尔夫企业管理策略建议 333

第一节 市场策略分析 333

一、高尔夫价格策略分析 333

二、高尔夫渠道策略分析 336

三、高尔夫营销策略分析 339

第二节 销售策略分析 344

一、媒介选择策略分析 344

二、产品定位策略分析 348

三、企业宣传策略分析 352

第三节 提高高尔夫企业竞争力的策略 353

一、提高中国高尔夫企业核心竞争力的对策 353

二、高尔夫企业提升竞争力的主要方向 358

三、影响高尔夫企业核心竞争力的因素及提升途径 359

第四节 对我国高尔夫品牌的战略思考 361

一、高尔夫实施品牌战略的意义 361

二、高尔夫品牌战略管理的策略 363

三、高尔夫欠发达地区突围策略 377

四、高尔夫经营管理分析 382

图表目录

图表：2005-2009年国内生产总值 58

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度 58

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度 59

图表：2005-2009年年末国家外汇储备 59

图表：2005-2009年财政收入 60

图表：2005-2009年粮食产量 60

图表：2005-2009年工业增加值 62

图表：2009年主要工业产品产量及其增长速度 62

图表：2009年1-11月规模以上工业企业实现利润及其增长速度 64

图表：2005-2009年建筑业增加值 64

图表：2005-2009年全社会固定资产投资 65

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度 65

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力 66

图表：2009年房地产开发和销售主要指标完成情况 66

图表：2005-2009年社会消费品零售总额 67

图表：2009年货物进出口总额及其增长速度 68

图表：2009年主要商品出口数量、金额及其增长速度 69

图表：2009年主要商品进口数量、金额及其增长速度 69

图表：2009年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 70

图表：2005-2009年货物进出口总额 70

图表：2009年分行业外商直接投资及其增长速度 70

图表：2009年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 72

图表：2009年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 72

图表：2005-2009年年末电话用户数 73

图表：2009年全部金融机构本外币存贷款及其增长速度 74

图表：2005-2009年城乡居民人民币储蓄存款余额 74

图表：2005-2009年普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 75

图表：2009年人口数及其构成 77

图表：2005-2009年农村居民人均纯收入 78

图表：2005-2009年城镇居民人均纯收入 78

图表：2009-2010年我国消费者物价指数走势图 82

图表：2009-2010年我国生产者物价指数走势图 83

图表：2009-2010年我国GDP走势增长图 83

图表：2009年1月我国宏观经济景气指数 86

图表：2009年2月我国宏观经济景气指数 86

图表：2009年3月我国宏观经济景气指数 86

图表：2009年4月我国宏观经济景气指数 86

图表：2009年5月我国宏观经济景气指数 86

图表：2009年6月我国宏观经济景气指数 87

图表：2009年7月我国宏观经济景气指数 87

图表：2009年8月我国宏观经济景气指数 87

图表：2009年9月我国宏观经济景气指数 87

图表：2009年10月我国宏观经济景气指数 87

图表：2009年11月我国宏观经济景气指数 87

图表：2009年12月我国宏观经济景气指数 88

图表：2010年1月我国宏观经济景气指数 88

图表：2010年2月我国宏观经济景气指数 88

图表：2010年3月我国宏观经济景气指数 88

图表：2010年4月我国宏观经济景气指数 88

图表：2010年5月我国宏观经济景气指数 88

图表：2010年6月我国宏观经济景气指数 88

图表：2010年7月我国宏观经济景气指数 89

图表：2010年8月我国宏观经济景气指数 89

图表：2009年1月我国消费者信心指数 92

图表：2009年2月我国消费者信心指数 92

图表：2009年3月我国消费者信心指数 92

图表：2009年4月我国消费者信心指数 92

图表：2009年5月我国消费者信心指数 92

图表：2009年6月我国消费者信心指数 92

图表：2009年7月我国消费者信心指数 93

图表：2009年8月我国消费者信心指数 93

图表：2009年9月我国消费者信心指数 93

图表：2009年10月我国消费者信心指数 93

图表：2009年11月我国消费者信心指数 93

图表：2009年12月我国消费者信心指数 93

图表：2010年1月我国消费者信心指数 94

图表：2010年2月我国消费者信心指数 94

图表：2010年3月我国消费者信心指数 94

图表：2010年4月我国消费者信心指数 94

图表：2010年5月我国消费者信心指数 94

图表：2010年6月我国消费者信心指数 94

图表：2010年7月我国消费者信心指数 95

图表：2010年8月我国消费者信心指数 95

图表：2009年12月我国居民消费价格分类指数 95

图表：2010年1月我国居民消费价格分类指数 96

图表：2010年2月我国居民消费价格分类指数 96

图表：2010年3月我国居民消费价格分类指数 97

图表：2010年4月我国居民消费价格分类指数 97

图表：2010年5月我国居民消费价格分类指数 98

图表：2010年6月我国居民消费价格分类指数 98

图表：2010年7月我国居民消费价格分类指数 99

图表：2010年8月我国居民消费价格分类指数 99

图表：高尔夫旅游地产之高尔夫主体开发运作模式 102

图表：高尔夫旅游地产之高尔夫主体开发运作模式模式之成功关键要素 105

图表：高尔夫旅游地产之旅游主体开发运作模式 106

图表：高尔夫旅游地产之房产主体开发模式 109

图表：北京高尔夫球消费者增长情况 123

图表：高尔夫球消费者下场打球的频率 124

图表：高尔夫球消费者平均每次在球场消费情况 125

图表：球员购买会籍的最主要原因 126

图表：消费者对于球场的各项指标的态度 127

图表：世界杯球场 234

图表：新翠谷球场 235

图表：俊岭球场 235

图表：龙岛球场 235

图表：好望角球场 236

图表：奥拉沙宝球场 236

图表：索伦斯坦 236

图表：杜瓦尔球场 237

图表：利伯特球场 237

图表：格诺曼球 237

图表：北戴球场 238

图表：张连伟球场 238

图表：亚龙湾高尔夫球场 245

图表：2010-2015年高尔夫行业发展趋势 331

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国

家国土资源部、中国高尔夫产业经济中心、中国高尔夫球协会、中国经济景气监测中心、国内外相关刊物杂志的基础信息以及高尔夫研究单位等公布和提供的大量资料，结合对高尔夫相关企业的实地调查，对我国高尔夫行业发展现状与前景、市场竞争格局与形势、赢利水平与企业发展、投资策略与风险预警、发展趋势与规划建议等进行深入研究，并重点分析了高尔夫行业的前景与风险。报告揭示了高尔夫市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/tiyu1010/R818941M8T.html>