



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009年中国高尔夫市场研究预测报告

## 一、调研说明

《2009年中国高尔夫市场研究预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/132643.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

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、摘要、目录、图表

产业发展现状进入2009年，高尔夫的发展在中国了也进入了第25个年头。在这25年里中国高尔夫的发展已经形成了一个比较乐观的产业体。随着中国高尔夫职业选手在国际舞台上不断取得优异成绩，高尔夫运动在中国越来越受到大众的认识和关注。高尔夫球场如雨后春笋般出现，带动了高尔夫市场的火热发展。中国的地域性和季节性的差异更带动了高尔夫旅游市场的火爆，尤其每年的12月至次年的2月份，大批的北方高尔夫球友如候鸟迁徙般南飞。不仅如此，国际间的高尔夫旅游市场也相当的活跃，日本、韩国的高尔夫爱好者来中国进行高尔夫旅游消费，直接带动了如山东、海南等地的旅游收入。高尔夫旅游成为了高尔夫产业中最具发展潜力和生命力的朝阳产业。&hellip;&hellip;

### 未来市场需求

中国高尔夫球场建设每年将以20-30%的速度递增。从消费人数上看，中国高尔夫消费人群达100万人，年增长比例达30%。未来10年中，如果在4.5亿左右城市人口中有2&permil;打高尔夫球，则中国将接近有1000万之众打高尔夫球。如果按照美国打球人数与球场数量的比例关系，则中国未来10年需要建8000个球场及练习场。&hellip;&hellip;

行业发展趋势在这二十几年的发展过程中，高尔夫由最初的球具市场到后到来高尔夫会籍市场，再到现在的高尔夫赛事市场，高尔夫正逐步进行一个成熟稳健的发展阶段。像欧巡赛、亚巡赛等一系列国际大赛落户中国大陆，国内各式业余性赛事也如火如荼的进行，高尔夫赛事成为了带领高尔夫产业发展的领头羊。高尔夫订场是高尔夫发展过程中打球人数不断扩大，下场要求不断提高，打球人消费不断趋向理性的必然要求。高尔夫订场的优势在于将球场资源和消费需求有效的结合在一起，实现利益的合理分配。随着网络信息的不断发展，高尔夫订场也将越来越发挥它应有的价值和作用。&hellip;&hellip;

## 【 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 8
- 五、高尔夫经济 8

## 第二章 高尔夫产业发展环境分析 12

### 第一节 全球高尔夫产业发展大环境 12

- 一、现代高尔夫在国外的发展历程 12
- 二、现代高尔夫在中国的发展历程 15

### 第二节 世界高尔夫产业概况 21

### 第三节 各国高尔夫发展状况 22

- 一、北美各国高尔夫发展 25
- 二、法国高尔夫发展 34
- 三、亚洲各国高尔夫发展 37

### 第四节 中国高尔夫产业发展的软环境分析 43

- 一、经济环境 43
- 二、社会文化环境 46
- 三、政策环境 46

### 第五节 中国高尔夫球运动市场外部竞争环境 47

### 第六节 高尔夫产业基础设施建设 50

### 第七节 中国高尔夫产业特征 54

- 一、起步较晚,发展迅速 55
  - 二、球场建设追求大规模,缺乏本土设计师 55
  - 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
- ### 第八节 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

### 第一节 我国高尔夫市场发展分析 60

### 第二节 市场潜力与机遇分析 73

- 一、我国高尔夫球运动市场潜力 73
- 二、高尔夫运动在中国的发展现况 74
- 三、我国高尔夫产业发展的制约因素 76
  - (一) 高尔夫的门槛高 76
  - (二) 管理费用高 76
  - (三) 土地利用问题 76
  - (四) 行业不够规范 76
  - (五) 行业税收高 77
  - (六) 高球界人才的缺乏 77
  - (七) 高尔夫球场自身问题 77
- 四、我国高尔夫发展的机遇 77
- 第三节 我国高尔夫市场供需分析 79
  - 一、我国高尔夫球市场分析 79
  - 二、我国高尔夫市场需求状况分析 81
  - 三、我国高尔夫市场供给状况分析 89
  - 四、高尔夫市场供需与球会外部顾客需求 92
  - 五、中国高尔夫球运动平民化分析 93
    - (一) 人均可支配收入与高尔夫消费 93
    - (二) 高尔夫球场建设和经营管理成本 94
    - (三) 技术和经营管理人才 95
    - (四) 行业规范与政府引导 95
    - (五) 高尔夫文化与中国 95
  - 六、中国高尔夫源何如此昂贵 96

#### 第四章 高尔夫球场管理现状分析 98

- 一、高尔夫球场的经营管理 98
- 二、突破高尔夫球场经营瓶颈 100
  - (一) 高球场VS旅游业 100
  - (二) 高球场VS展览会 100
  - (三) 球场球会VS房地产 101
  - (四) 高球场VS会员制 101
- 三、会员制经营模式 102

- (一) 会员制资源集聚的效能 103
- (二) 会员制附带消费创造经济效益 103
- (三) 会员制与球场的品牌价值 104
- (四) 会员制与专业的会员服务 104
- (五) 会员制与高球场运营效率 104

## 第五章 高尔夫球产业与赛事发展 106

### 第一节 国外高尔夫球赛事发展 106

#### 一、从比赛形式划分 106

#### 二、从比赛性质划分 106

### 第二节 国内高尔夫球赛事发展 107

#### 一 现状与不足 107

#### 二 发展建议 107

## 第六章 关于高尔夫人口统计、球场的分类和定义 108

### 一、相关统计与分类 108

### 二、四个注意点 109

### 三、2007年美国打球人口构成 110

### 四、打球群体分析 111

### 五、借鉴与启发 113

## 第七章 中国高尔夫俱乐部区域发展分析 116

### 第一节 主要区域高尔夫产业发展条件分析 116

### 第二节 高尔夫俱乐部主要区域分布状况 116

#### 一、高尔夫发达地区 116

#### 二、高尔夫发展地区 118

#### 三、高尔夫落后地区 119

### 第三节 北京地区高尔夫运动市场 121

#### 一、北京高尔夫市场增长 121

#### 二、球龄与打球频率 121

#### 三、消费群体消费能力 122

#### 四、消费者卡与打球费用 123

五、消费者最看重的因素 124

六、消费者评价 124

第四节 山东地区高尔夫运动市场 125

一、山东高尔夫市场发展现状 125

二、山东高尔夫市场发展前景 126

第五节 广东高尔夫俱乐部发展状况分析 127

第六节 上海高尔夫俱乐部发展状况分析 129

第七节 海南高尔夫俱乐部发展状况分析 131

第八节 云南高尔夫俱乐部发展状况分析 133

第九节 山东高尔夫俱乐部发展状况分析 133

第八章 我国高尔夫俱乐部重点企业分析 135

第一节 中山温泉高尔夫球会 135

一、企业主要信息 135

二、企业运营状况分析 136

第二节 深圳观澜湖高尔夫球会 137

一、企业主要信息 137

二、企业运营状况分析 138

三、企业未来发展计划 139

第三节 亚龙湾高尔夫球会 139

一、企业主要信息 140

二、企业运营状况分析 143

第四节 上海旭宝高尔夫球俱乐部 144

一、企业主要信息 144

二、企业运营状况分析 147

三、企业未来发展计划 148

第五节 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

第六节 北京乡村高尔夫俱乐部 152

一、企业主要信息 152

二、企业运营状况分析 153

## 第七节 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

## 第八节 长安高尔夫球乡村俱乐部 156

### 一、企业主要信息 156

### 二、企业运营状况分析 158

## 第九章 我国高尔夫市场市场竞争分析 160

### 第一节 与国外高尔夫俱乐部的竞争分析 160

#### 一、竞争者分类 160

#### 二、竞争能力分析 161

##### （一）与日、韩的竞争分析 161

##### （二）与港、澳、台地区的竞争分析 161

##### （三）与泰国、越南等东南亚国家的竞争分析 162

### 第二节 行业内部竞争分析 163

## 第十章 我国高尔夫用品市场分析 166

### 第一节 我国高尔夫用品市场供需状况分析 166

### 第二节 高尔夫用品主要生产企业分析 168

#### 一、中山广盛运动器材有限公司 168

#### 二、广州增城市顺龙高尔夫球制品有限公司 169

#### 三、奇利田高尔夫用品（深圳）有限公司 169

#### 四、东莞虎门龙眼明安运动器材厂 170

### 第三节 中国高尔夫服装的未来之路 172

#### 一、高尔夫服装的国内外差异 173

#### 二、中国高尔夫服装发展趋势 176

## 第十一章 我国高尔夫市场发展中的问题及其发展策略 179

### 第一节 我国高尔夫市场发展中的问题分析 179

#### 一、高尔夫球场建设及其运动本身的行政管理 179

#### 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



## 第二节 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 185

## 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、2009年高尔夫产业发展 188

### 三、我国经济发达地区高尔夫的未来发展 189

### 四、2010-2020年中国的高尔夫球场数量和高尔夫人口预测 190

## 图表目录

图表2-1 2008年全球高尔夫球场数量排在前五位的国家 22

图表2-2 2008年中国和泰国高尔夫球场数量比较 23

图表2-3 2008年全球高尔夫人口统计 23

图表2-4 北美、亚洲、欧洲高尔夫人口统计 23

图表2-5 2008年中国高尔夫人口统计 23

图表2-6 欧洲和亚洲高尔夫球场数量占世界球场总量情况 24

图表2-7 世界十大富国（以人均国民收入为序）高尔夫球状况 24

图表2-8 亚太高尔夫球十强（以球场数量排序） 24

图表2-9 美国的高尔夫人口占总人口情况 29

图表2-10 美国高尔夫球场数量占世界球场总量情况 29

图表2-11 法国高尔夫人群按收入划分比例 34

图表2-12 法国高尔夫人群按年龄和性别划分 34

图表2-13 世界主要高尔夫国家人口球场比赛 35

图表2-14 2005年执证的法国球友人数增长情况 35

图表2-15 2003-2004年法国TOP9运动的增长情况 36

图表2-16 2005年法国高尔夫球场数量增长曲线 36

图表2-17 2004年法国球场增长率统计 37

图表2-18 韩国高尔夫球场数量统计 37

图表2-19 韩国高尔夫游客主要目的地 37

图表2-20 深圳高尔夫与经济分析 45

图表3-1 我国高尔夫球场数量和投资规模 61

图表3-2 全国主要球场分布	62
图表3-3 我国高尔夫消费人口和球场增长情况	74
图表3-4 2006年中国高尔夫球场建设数量及高尔夫消费人群统计	75
图表3-5 2001-2006年我国已建和在建高尔夫球场增长情况	75
图表3-6 中国内地高尔夫人口年增长率统计	76
图表3-7 中国高尔夫人口分类统计	79
图表3-8 2008-2020年中国高尔夫潜在消费者分析	79
图表3-9 截至2005年我国共有高尔夫球俱乐部统计	80
图表3-10 截至2005年我国高尔夫球俱乐部经营状况分析	80
图表3-11 2008年我国高尔夫球场总数及高尔夫人口预测	81
图表3-12 中国高尔夫球场建设年增长速度	81
图表3-13 中国高尔夫消费人群及年增长比例分析	81
图表3-14 2000年到2006年中国人均GDP增长	82
图表3-15 2000 ~ 2020年我国人均GDP规划增长	82
图表3-16 2006年底中国大陆城镇人口统计	82
图表3-17 人均收入与高尔夫发展关系	83
图表3-18 2008年中国年收入在1万美金以上的人数统计	83
图表3-19 2001 ~ 2003年韩国出境打高尔夫人数	85
图表3-20 2001 ~ 2006年海南接待韩国游客数量	86
图表3-21 2006年韩国人在国外高尔夫球旅行人数及花费情况	86
图表3-22 2004 ~ 2006年中国出境旅游人数	88
图表3-23 中日韩三国国土面积以及高尔夫球场对比	90
图表3-24 我国耕地、可利用荒滩面积以及可建造高尔夫球场情况	91
图表3-25 2001 ~ 2005年中国广东地区高尔夫球具出口额	91
图表6-1 2006年美国高尔夫的参与人数分析	111
图表6-2 2006年美国一个18洞球场年平均接待量情况	112
图表6-3 2005年美国高尔夫球会比例	115
图表7-1 珠江三角洲高尔夫市场规模	116
图表7-2 长江三角洲高尔夫市场规模	117
图表7-3 环渤海经济带高尔夫市场规模	117
图表7-4 我国高尔夫发达地区各省、市球场数量	117
图表7-5 高尔夫发达地区人均GDP情况	117

图表7-6 截至2006年一季度广东省已经建成的18洞以上的高尔夫球场数量 118

图表7-7 截至2006年7月上海、江浙地区高尔夫球俱乐部度假村数量 118

图表7-8 2006年我国已建、在建或计划建设的高尔夫球场数量 119

图表7-9 我国高尔夫发展地区各省、市球场数量 119

图表7-10 我国高尔夫落后地区各省、市球场数量 120

图表7-11 北京高尔夫消费者球龄结构 121

图表7-12 北京高尔夫消费者打球频率结构 122

图表7-13 北京高尔夫各球龄段消费者打球频率 122

图表7-14 北京高尔夫各球龄段消费者花费比较 123

图表7-15 北京高尔夫会员卡办理目的结构状况 123

图表7-16 北京高尔夫消费者最看重因素比较 124

图表7-17 山东已建和拟建高尔夫球场数统计 126

图表7-18 2008年广东省高尔夫各市县球场数 127

图表7-19 2008年广东地区著名的高尔夫俱乐部统计 127

图表7-20 上海地区著名的高尔夫俱乐部 130

图表7-21 2008年上海高尔夫球场情况 130

图表7-22 2008海南地区著名的高尔夫俱乐部 132

图表7-23 云南地区著名的高尔夫俱乐部统计 133

图表7-24 山东地区著名的高尔夫俱乐部统计 134

图表8-1 中山温泉高尔夫球会基本信息 136

图表8-2 深圳观澜湖高尔夫球会基本信息 137

图表8-3 三亚亚龙湾高尔夫球会基本信息 140

图表8-4 亚龙湾俱乐部消费详细价目表 143

图表8-5 上海旭宝高尔夫球球会消费标准 145

图表8-6 上海旭宝高尔夫球球场价格 145

图表8-7 上海旭宝高尔夫球俱乐部基本信息 146

图表8-8 上海旭宝高尔夫球会球场状况及获得荣誉 147

图表8-9 上海旭宝高尔夫球俱乐部基本信息 150

图表8-10 春城湖畔度假村高尔夫消费价格 151

图表8-11 春城湖畔度假村高尔夫套餐价 152

图表8-12 春城湖畔度假村高尔夫球球场价格 152

图表8-13 北京乡村高尔夫俱乐部基本信息 153

图表8-14 2008年北京乡村高尔夫俱乐部赛事安排 154

图表8-15 大连金石高尔夫俱乐部基本信息 156

图表8-16 长安高尔夫球乡村俱乐部基本信息 157

图表8-17 长安高尔夫球乡村俱乐部成就一览 158

图表8-18 长安高尔夫球乡村俱乐部慈善公益活动一览 159

图表10-1 2005年我国高尔夫球具的需求量年增长率统计 166

图表10-2 美国与日本高尔夫球具消费量 167

图表10-3 高尔夫球杆全球市场需求量 167

图表10-4 美国高尔夫球用品进口统计 167

图表10-5 日本高尔夫球用品进口统计 167

图表10-6 中山广盛运动器材有限公司近年来员工增长情况 168

图表10-7 中山广盛运动器材有限公司基本信息 169

图表10-8 广州增城市顺龙高尔夫球制品有限公司基本信息 169

图表10-9 奇利田高尔夫用品（深圳）有限公司基本信息 170

图表10-10 东莞虎门龙眼明安运动器材厂基本信息 170

图表10-11 台湾高尔夫球用品出口地区统计表 171

图表10-12 台湾明安产能、厂房及客户分析 171

图表10-13 台湾明安营业收入情况 171

图表10-14 台湾明安主要产品销售比例 172

图表12-1 2001-2003年我国高尔夫球场数量 190

图表12-2 2010-2015年我国高尔夫球场数量预测 191

图表12-3 2015-2020年我国高尔夫人口预测 191

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/132643.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法

- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

## 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究

## 报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

## 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

## 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。