



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 中国高尔夫俱乐部运营盈利模式 探讨及投资风险预警分析报告( 2011-2015)

## 一、调研说明

《中国高尔夫俱乐部运营盈利模式探讨及投资风险预警分析报告(2011-2015)》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/187342.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

俱乐部单从字面上理解就是人们聚集在一起进行娱乐活动的组织团体或者其场所，严格解释是具有某种相同兴趣的人进行社会交际、文化娱乐等活动的团体和场所。俱乐部（Club），一般由企业经营者出面组织，会员在自愿、互助、互惠的基础上自主参加，并有相应的权利和义务的自由协会或团体。因此，高尔夫俱乐部：就是以高尔夫运动为基础而建立起来的，为满足上层社会进行社交、娱乐、运动、旅游等需求的社会团体或场所。

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家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。

### 第一章 高尔夫运动相关概况

#### 第一节 高尔夫运动的起源

- 一、高尔夫运动的国外发展现状
- 二、国内高尔夫运动发展现状分析
- 三、中国高尔夫运动市场发展的历史演变

#### 第二节 目前中国高尔夫球场管理的基本类型

#### 第三节 中国球场经营管理的基本特征

#### 第四节 高尔夫球产业的属性分析

- 一、竞技属性
- 二、文化属性
- 三、企业属性
- 四、消费属性

### 第二章 2010-2011年世界高尔夫球俱乐部产业运行状况分析

#### 第一节 2010-2011年世界高尔夫球俱乐部产业发展概况

- 一、世界高尔夫球俱乐部产业特点分析
- 二、世界著名的高尔夫俱乐部（球会）介绍
- 三、世界最古老的高尔夫俱乐部分析

#### 第二节 2010-2011年世界重点区域高尔夫球俱乐部现状分析

- 一、美洲

二、欧洲

三、亚洲

四、全球

第三节 2011-2015年世界高尔夫球俱乐部发展趋势分析

第三章 2010-2011年中国高尔夫球俱乐部产业运行环境分析

第一节 2010-2011年中国高尔夫球俱乐部宏观环境层面分析

一、国家对高尔夫球产业基本政策

二、限制政策的转变影响分析

三、高尔夫球俱乐部产业影响分析

四、促进城市化分析

第二节 2010-2011年中国高尔夫球俱乐部产业技术环境层面分析

一、球场的现状和技术开发和利用分析

二、信息技术

第三节 2010-2011年中国高尔夫球俱乐部产业区域环境层面分析

一、区域经济发展条件

二、自然条件因素

三、区域间经济发展水平与高尔夫球俱乐部发展比较

四、中国各省市的高尔夫球俱乐部规模与经济关系表

五、各省市人均GDP/球洞数、GDP/球洞数的指标排序比较

六、人均GDP划分的高尔夫球俱乐部区域分布现状比例

七、气候、日照、降水条件影响分析

第四节 2010-2011年中国高尔夫球俱乐部文化环境层面分析

一、中国三类市民、从业人员及会员、人员的认知状况

二、高尔夫运动的文化特征分析

三、建立城市高尔夫公园的创业和分析

第四章 2010-2011年中国高尔夫俱乐部营销策略分析

第一节 细分市场确定

第二节 产品策略

第三节 定价策略

第四节 渠道策略

## 第五节 促销和沟通策略

## 第六节 高尔夫旅游营销策略及对策

## 第七节 国外高尔夫旅游发展状况

## 第八节 高尔夫俱乐部市场营销策略及对策

# 第五章 2010-2011年中国高尔夫球俱乐部产业发展形势分析

## 第一节 2010-2011年中国高尔夫球俱乐部产业介绍

### 一、发展经历的阶段和目前所处阶段

### 二、中国高尔夫发展曲线

### 三、中国高尔夫发展区域分布

### 四、古盐田高尔夫俱乐部最新工程进展

## 第二节 2010-2011年中国高尔夫球俱乐部产业发展面临的主要问题

### 一、自然资源的制约

### 二、经济发展条件的限制

### 三、政策和消费观念问题

### 四、产业发展缺少规划

### 五、产业研究力量不足

## 第三节 2010-2011年中国高尔夫球俱乐部产业发展解决对策

# 第七章 2010-2011年中国珠三角及广州高尔夫产业分析及发展对策

## 第一节 2010-2011年中国珠三角高尔夫的外部环境分析

### 一、政策因素分析

### 二、文化因素分析

### 三、宏观经济环境分析

### 四、自然因素分析

## 第二节 2010-2011年中国珠三角高尔夫的内部环境分析

### 一、市场需求分析

### 二、产业基础分析

### 三、经营现状分析

## 第三节 2010-2011年中国广州及其周边地区高尔夫产业现状

### 一、产业发展速度快

### 二、一般运营模式

### 三、会员组成分析

### 四、有利于提高社会就业

#### 第五节2010-2011年中国珠三角及广州高尔夫产业效益分析

#### 第六节2010-2011年中国珠三角及广州高尔夫产业服务质量分析

#### 第七节2010-2011年中国珠三角及广州高尔夫产业存在的问题分析

#### 第八节2010-2011年中国广东高尔夫产业的五大区位优势

### 第八章2010-2011年中国高尔夫运动消费的认知、行为和心理调查分析

#### 第一节2010-2011年中国高尔夫运动调研中涉及的区域

##### 一、直辖市

##### 二、省会城市

##### 三、经济发达城市宁波、青岛等、

#### 第二节2010-2011年中国高尔夫运动消费规律的探索分析

##### 一、主要城市高尔夫运动在休闲活动中排名

##### 二、主要城市高尔夫运动在想作休闲活动中排名

#### 第三节2010-2011年中国高尔夫运动消费的认知情况

##### 一、对高尔夫运动了解情况

##### 二、对高尔夫运动的实质

##### 三、您认为球员购买会籍的主要目的

##### 四、高尔夫运动的前景

### 第九章2010-2011年中国高尔夫俱乐部产业市场竞争格局分析

#### 第一节 高尔夫球俱乐部与国内体育行业间的竞争分析

##### 一、吸引运动参与者的条件分析

##### 二、受众及相关市场上的竞争分析

#### 第二节2010-2011年中国与国外高尔夫球俱乐部的竞争分析

##### 一、竞争者分类及竞争

##### 二、竞争能力分析

##### 1、与日、韩的竞争分析

##### 2、与港、奥、台地区的竞争分析

##### 3、与第三类国家的竞争分析

#### 第三节2010-2011年中国高尔夫俱乐部行业内部竞争分析

- 一、区域内行业竞争状况
- 二、区域间行业竞争状况
- 三、不同档次俱乐部、公众球场、练习场间的竞争

## 第十章 2010-2011年中国高尔夫俱乐部优势企业运营及竞争力分析

### 第一节 中山温泉高尔夫乡村俱乐部

- 一、俱乐部基本状况
- 二、俱乐部运营活动情况
- 三、俱乐部竞争优劣势分析

### 第二节 亚龙湾高尔夫球场

- 一、高尔夫球场基本状况
- 二、高尔夫球场运营活动情况
- 三、高尔夫球场竞争优劣势分析

### 第三节 昆明阳光高尔夫球场

- 一、高尔夫球场基本状况
- 二、高尔夫球场运营活动情况
- 三、高尔夫球场竞争优劣势分析

### 第四节 上海旭宝高尔夫球俱乐部

- 一、俱乐部基本状况
- 二、俱乐部运营活动情况
- 三、俱乐部竞争优劣势分析

### 第五节 大连金石滩乡村高尔夫俱乐部

- 一、俱乐部基本状况
- 二、俱乐部运营活动情况
- 三、俱乐部竞争优劣势分析

### 第六节 西安亚建国际高尔夫俱乐部

- 一、俱乐部基本状况
- 二、俱乐部运营活动情况
- 三、俱乐部竞争优劣势分析

### 第七节 青城山美国乡村高尔夫俱乐部

- 一、俱乐部基本状况
- 二、俱乐部运营活动情况

### 三、俱乐部竞争优劣势分析

## 第八节 重庆佰富江景高尔夫俱乐部

## 一、俱乐部基本状况

## 二、俱乐部运营活动情况

### 三、俱乐部竞争优劣势分析

## 第九节 略……

## 第十一章 2010-2011年中国高尔夫相关产业运行走势分析

### 第一节 2010-2011 年中国高尔夫相关产业结构简析

## 一、高尔夫与房地产业

## 二、高尔夫赛事行业

### 三、高尔夫与旅游业

#### 四、高尔夫与博览会行业分析

## 第二节 2010-2011年中国高尔夫用品市场供需状况分析

## 一、中国高尔夫球用品市场需求状况分析

## 二、中国高尔夫球用品市场供给状况分析

### 三、中国高尔夫球用品市场供需状况总结

### 第三节 2010-2011年中国高尔夫用品主要企业竞争力分析

## 一、中山广盛运动器材有限公司

## 二、上海美津浓有限公司

### 三、洛阳双瑞精铸钛业有限公司

#### 四、新泰肯特高尔夫用品有限公司

## 五、青岛东成高尔夫有限公司

## 六、锦美运动用品（东莞）有限公司

## 七、艾德拉碳纤维产品（珠海）有限公司

#### 八、青岛高丽体育用品有限公司

## 九、绩能复合材料制品（广州）有限公司

## 十、广州钜东娱乐用品有限公司

## 第十二章 2011-2015年中国高尔夫俱乐部投资机会与风险分析

## 第一节 2011-2015 年中国高尔夫球俱乐部投资政策环境分析

## 一、国家对高尔夫球俱乐部投资的技术政策

二、国家对高尔夫球俱乐部投资的组织政策

三、国家对高尔夫球俱乐部投资的结构政策

第二节2011-2015年中国高尔夫球俱乐部投资机会分析

第三节2011-2015年中国高尔夫球俱乐部产业投资风险分析

一、政策风险

二、技术风险

三、市场风险

四、消费风险

第四节 专家建议

第十三章2011-2015年中国高尔夫球产业发展趋势与前景分析

第一节2011-2015年中国高尔夫球产业发展前景展望分析

一、中国高尔夫球球场未来建设方向分析

二、中国高尔夫产业未来发展趋势分析

三、中国专业高尔夫管理公司未来前景分析

四、中国高尔夫练习场未来发展前景分析

第二节2011-2015年高尔夫球俱乐部投资对社会和经济的作用和影响

一、对投资环境的改善作用

二、对房产、旅游及相关产业的带动作用

三、对城市的生态环境优化作用

四、对社会文明的促进作用

第三节 2011-2015年中国高尔夫俱乐部产业盈利预测分析

图表名称：部分

图表 人均GDP划分的高尔夫球俱乐部区域分布现状比例

图表 各省市人均GDP/球洞数、GDP/球洞数的指标排序比较

图表 中国三类市民、从业人员及会员、人员的认知状况

图表 高尔夫运动的文化特征分析

图表 主要城市高尔夫运动在休闲活动中排名

图表 主要城市高尔夫运动在想作休闲活动中排名

图表 对高尔夫运动了解情况

图表 对高尔夫运动的实质

图表 您认为球员购买会籍的主要目的

图表 高尔夫运动的前景

图表 不同档次俱乐部、公众球场、练习场间的竞争

图表 中山温泉高尔夫乡村俱乐部运营活动情况

图表 亚龙湾高尔夫球场运营活动情况

图表 昆明阳光高尔夫球场运营活动情况

图表 上海旭宝高尔夫球俱乐部运营活动情况

图表 大连金石滩乡村高尔夫俱乐部运营活动情况

图表 西安亚建国际高尔夫俱乐部运营活动情况

图表 青城山美国乡村高尔夫俱乐部运营活动情况

图表 重庆佰富江景高尔夫俱乐部运营活动情况

图表 中山广盛运动器材有限公司盈利指标情况

图表 中山广盛运动器材有限公司资产运行指标状况

图表 中山广盛运动器材有限公司资产负债能力指标分析

图表 中山广盛运动器材有限公司盈利能力情况

图表 中山广盛运动器材有限公司销售收入情况

图表 中山广盛运动器材有限公司成本费用构成情况

图表 上海美津浓有限公司盈利指标情况

图表 上海美津浓有限公司资产运行指标状况

图表 上海美津浓有限公司资产负债能力指标分析

图表 上海美津浓有限公司盈利能力情况

图表 上海美津浓有限公司销售收入情况

图表 上海美津浓有限公司成本费用构成情况

图表 洛阳双瑞精铸钛业有限公司盈利指标情况

图表 洛阳双瑞精铸钛业有限公司资产运行指标状况

图表 洛阳双瑞精铸钛业有限公司资产负债能力指标分析

图表 洛阳双瑞精铸钛业有限公司盈利能力情况

图表 洛阳双瑞精铸钛业有限公司销售收入情况

图表 洛阳双瑞精铸钛业有限公司成本费用构成情况

图表 新泰肯特高尔夫用品有限公司盈利指标情况

图表 新泰肯特高尔夫用品有限公司资产运行指标状况

图表 新泰肯特高尔夫用品有限公司资产负债能力指标分析

图表 新泰肯特高尔夫用品有限公司盈利能力情况

图表 新泰肯特高尔夫用品有限公司销售收入情况

图表 新泰肯特高尔夫用品有限公司成本费用构成情况

图表 青岛东成高尔夫有限公司盈利指标情况

图表 青岛东成高尔夫有限公司资产运行指标状况

图表 青岛东成高尔夫有限公司资产负债能力指标分析

图表 青岛东成高尔夫有限公司盈利能力情况

图表 青岛东成高尔夫有限公司销售收入情况

图表 青岛东成高尔夫有限公司成本费用构成情况

图表 锦美运动用品（东莞）有限公司盈利指标情况

图表 锦美运动用品（东莞）有限公司资产运行指标状况

图表 锦美运动用品（东莞）有限公司资产负债能力指标分析

图表 锦美运动用品（东莞）有限公司盈利能力情况

图表 锦美运动用品（东莞）有限公司销售收入情况

图表 锦美运动用品（东莞）有限公司成本费用构成情况

图表 艾德拉碳纤维产品（珠海）有限公司盈利指标情况

图表 艾德拉碳纤维产品（珠海）有限公司资产运行指标状况

图表 艾德拉碳纤维产品（珠海）有限公司资产负债能力指标分析

图表 艾德拉碳纤维产品（珠海）有限公司盈利能力情况

图表 艾德拉碳纤维产品（珠海）有限公司销售收入情况

图表 艾德拉碳纤维产品（珠海）有限公司成本费用构成情况

图表 青岛高丽体育用品有限公司盈利指标情况

图表 青岛高丽体育用品有限公司资产运行指标状况

图表 青岛高丽体育用品有限公司资产负债能力指标分析

图表 青岛高丽体育用品有限公司盈利能力情况

图表 青岛高丽体育用品有限公司销售收入情况

图表 青岛高丽体育用品有限公司成本费用构成情况

图表 绩能复合材料制品（广州）有限公司盈利指标情况

图表 绩能复合材料制品（广州）有限公司资产运行指标状况

图表 绩能复合材料制品（广州）有限公司资产负债能力指标分析

图表 绩能复合材料制品（广州）有限公司盈利能力情况

图表 绩能复合材料制品（广州）有限公司销售收入情况

图表 绩能复合材料制品（广州）有限公司成本费用构成情况

图表 广州钜东娱乐用品有限公司盈利指标情况

图表 广州钜东娱乐用品有限公司资产运行指标状况

图表 广州钜东娱乐用品有限公司资产负债能力指标分析

图表 广州钜东娱乐用品有限公司盈利能力情况

图表 广州钜东娱乐用品有限公司销售收入情况

图表 广州钜东娱乐用品有限公司成本费用构成情况

图表 略&hellip;&hellip;&hellip;&hellip;&hellip;&hellip;

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/187342.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。