



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国高尔夫市场发展现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2016-2022年中国高尔夫市场发展现状及战略咨询报告》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/279240.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

高尔夫是世界上最古老的体育运动之一，纵观人类有记载的历史，在许多国家都曾经出现过以棒击球的游戏，比如古代美索不达米亚用海枣木棒的击球游戏，中国唐代以杖击球的运动"捶丸"，中世纪荷兰的杆和球相结合的运动"kolven"，还有法国的"jeu de mail"。

高尔夫运动在全球的发展大致经历了三个阶段：

第一个阶段是从高尔夫运动出现到19世纪末，这一阶段高尔夫运动主要存在和盛行于苏格兰。1860年英国公开赛开始在苏格兰的球场举办，参赛选手几乎全部来自苏格兰。直到1894年，才第一次在英格兰的Sandwich举行，并且直到1890年，英格兰人第一次赢得了英国公开赛。

第二阶段是从19世纪末到第二次世界大战结束。在这一阶段高尔夫运动在英国获得了迅速发展，并开始在世界范围内建立高尔夫球场。从19世纪80年代开始到20世纪早期，高尔夫运动出现第一次发展高潮。这一方面是由于随着技术进步和生产效率提高，高尔夫球杆、高尔夫球等用品的价格越来越便宜；另一方面是由于工业革命带来了交通方式的革命，铁路的出现使大规模的旅行成为可能，使得高尔夫运动爱好者可以便捷地往返于各个球场。

第三阶段是从二战结束到现在。在这一阶段，大规模的商业赞助行为开始出现，高尔夫赛事的奖金额度不断上升，同时媒体对高尔夫运动的关注度也逐渐提高。1953年，美国全国电视网首次在全美范围内转播高尔夫比赛，收看这一节目的观众超过100万人。1962年起，电视转播高尔夫比赛已成为美国电视节目中经常性的内容，已经达到每年现场转播13场比赛的规模。泰格·伍兹在1997年扬名天下，也使美国名人赛一举登上美国电视收视率的冠军宝座。电视转播发挥了巨大的宣传作用，扩大了高尔夫运动的影响力，普及了高尔夫知识，从而促使全球高尔夫运动出现了第二次发展高潮，这一时期全球高尔夫球场数量快速增加，越来越多人投身于这项运动，高尔夫运动平民化、商业化趋势愈加明显。我国高尔夫运动产业结构要素示意图 资料来源：艾凯咨询网整理

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1章中国高尔夫产业发展综述1

1.1 高尔夫运动的兴起与发展1

1.1.1 高尔夫运动的兴起1

1.1.2 高尔夫运动特征2

1.1.3 高尔夫社会文化特征3

1.2 高尔夫产业界定与结构3

1.2.1 高尔夫产业的定义3

1.2.2 高尔夫产业结构分析4

(1) 高尔夫生产制造市场4

(2) 高尔夫营销服务市场7

(3) 高尔夫产业消费市场9

(4) 高尔夫产业边缘市场11

1.3 中国高尔夫产业的发展13

1.3.1 高尔夫运动普及情况13

1.3.2 高尔夫运动消费特征13

(1) 高尔夫运动消费主体13

(2) 高尔夫运动消费心理16

(3) 高尔夫运动消费内容17

1.3.3 高尔夫产业规模分析19

第2章中国高尔夫场地建造与运营分析20

2.1 高尔夫球场规划设计分析20

2.1.1 高尔夫球场的选址20

2.1.2 高尔夫球场设计原则20

2.1.3 高尔夫球场的设计31

2.1.4 高尔夫球场的种植设计33

2.2 高尔夫球场规划设计发展37

2.2.1 高尔夫球场设计水平37

2.2.2 高尔夫设计行业竞争40

2.2.3 高尔夫设计发展趋势41

2.3 高尔夫球场建造模式分析43

2.3.1 成立独资公司43

- 2.3.2 组建球场建设部43
- 2.3.3 委托给第三方公司43
- 2.4 高尔夫场地建造现状分析44
 - 2.4.1 高尔夫球场建设历程44
 - 2.4.2 高尔夫场地投资规模44
 - 2.4.3 高尔夫球场建设数量45
 - 2.4.4 高尔夫练习场建设数量45
 - 2.4.5 高尔夫场地地区分布47
- 2.5 高尔夫球场经营情况分析48
 - 2.5.1 高尔夫场地从业人员48
 - 2.5.2 高尔夫场地供给服务49
 - 2.5.3 高尔夫场地供给价格51
 - 2.5.4 高尔夫场地打球轮次53
 - 2.5.5 高尔夫场地经营业绩54
- 2.6 高尔夫场地发展主要问题55
 - 2.6.1 违规建设现象普遍55
 - 2.6.2 盲目设计开发55
 - 2.6.3 行业政策不完善56
 - 2.6.4 经营状况不佳57
- 2.7 我国高尔夫球场地发展对策分析58
 - 2.7.1 发挥政府与行业组织力量，制定行业发展规范58
 - 2.7.2 加强高尔夫文化传播与普及59
 - 2.7.3 完善设计管理体系，实现绿色环保最大化60
 - 2.7.4 多元化经营，刺激大众消费60
 - 2.7.5 与相关行业综合开发，整合经营62

第3章 中国高尔夫俱乐部经营管理分析63

- 3.1 高尔夫俱乐部管理模式63
 - 3.1.1 业主直接管理63
 - 3.1.2 职业经理人全权负责管理64
 - 3.1.3 委托专业管理公司进行管理64
- 3.2 高尔夫俱乐部经营模式65

- 3.2.1 封闭型俱乐部或球会65
- 3.2.2 半封闭型俱乐部或球会66
- 3.2.3 社会开放型公众高尔夫球场66
- 3.3 高尔夫俱乐部竞争环境分析66
 - 3.3.1 行业现有竞争66
 - 3.3.2 潜在进入者威胁66
 - 3.3.3 替代威胁67
 - 3.3.4 供应商议价能力67
 - 3.3.5 顾客议价能力67
- 3.4 高尔夫俱乐部营销战略案例68
 - 3.4.1 北京万柳高尔夫俱乐部68
 - (1) 俱乐部概况及产品分析68
 - (2) 俱乐部经营SWOT分析69
 - (3) 俱乐部市场营销策略分析70
 - 3.4.2 重庆国际高尔夫俱乐部70
 - (1) 俱乐部概况及产品分析70
 - (2) 俱乐部经营SWOT分析73
 - (3) 俱乐部市场营销策略分析75
- 3.5 高尔夫俱乐部运营风险管理79
 - 3.5.1 俱乐部风险管理问题79
 - 3.5.2 俱乐部运营风险管理80
 - (1) 运营风险管理作用80
 - (2) 营运风险管理原则80
 - (3) 营运风险管理策略81
- 3.6 高尔夫俱乐部经营发展趋势82
 - 3.6.1 多元化可持续发展趋势82
 - (1) 服务产品多元化模式82
 - (2) 业务范围多元化模式82
 - (3) 发展内涵多元化模式83
 - 3.6.2 资本运作发展趋势83
 - (1) 上市公司资本运作模式83
 - (2) 兼并收购资本运作模式84

3.6.3连锁化可持续发展模式84

第4章中国高尔夫地产开发现状与前景85

4.1 高尔夫地产定义与分类85

4.1.1 高尔夫地产的定义85

4.1.2 高尔夫地产的类型85

4.1.3 与传统房地产区别85

4.2 高尔夫综合资源对地产的影响86

4.2.1 稀缺的景观资源86

4.2.2 巨大的品牌资源86

4.2.3 高端的商务资源86

4.2.4 多元的社区资源87

4.2.5 丰富的客户资源87

4.2.6 综合资源提升房地产价值87

4.3 高尔夫地产开发现状分析87

4.3.1 国外高尔夫地产开发现状87

4.3.2 国内高尔夫地产开发现状88

4.3.3 不同类型高尔夫地产开发88

(1) 高尔夫别墅的开发88

(2) 高尔夫公寓的开发89

(3) 高尔夫酒店的开发90

(4) 高尔夫度假村的开发90

4.4 高尔夫地产开发模式分析95

4.4.1 高尔夫主体开发运作模式95

4.4.2 旅游主体开发运作模式98

4.4.3 房产主体开发运作模式101

4.5 高尔夫物业开发策略分析102

4.5.1 高尔夫物业的选择102

4.5.2 球场与住宅的空间布局103

4.5.3 高尔夫物业的开发时序103

4.5.4 高尔夫物业的定价104

4.6 高尔夫地产营销策略分析104

- 4.6.1 体育营销运作方式104
 - (1) 体育营销的含义104
 - (2) 体育营销运作方式与案例105
 - 1) 举办高尔夫赛事105
 - 2) 利用高尔夫明星效应105
 - 3) 开办高尔夫学院106
- 4.6.2 跨界营销运作方式106
 - (1) 跨界营销的含义106
 - (2) 跨界营销的优势106
 - (3) 跨界营销的核心106
 - (4) 跨界营销运作方式与案例107
 - 1) 与金融界合作107
 - 2) 与娱乐界合作107
 - 3) 与商业界合作107
 - 4) 与慈善界合作108
- 4.7 高尔夫地产典型案例分析108
 - 4.7.1 观澜湖高尔夫项目108
 - (1) 项目简介108
 - (2) 项目规划与设计109
 - (3) 项目物业开发109
 - (4) 项目营销策略110
 - 4.7.2 汤臣高尔夫项目110
 - (1) 项目简介110
 - (2) 项目规划与设计110
 - (3) 项目物业开发111
 - (4) 项目营销策略112
 - 4.7.3 肇庆高尔夫度假村112
 - (1) 项目简介112
 - (2) 项目规划与设计112
 - (3) 项目物业开发112
 - (4) 项目营销策略113
- 4.8 高尔夫地产开发前景分析113

4.8.1 高尔夫地产发展困境113

4.8.2 高尔夫地产发展预测115

4.8.3 高尔夫地产项目走势116

(1) 地产项目价格走势116

(2) 地产项目开发走势117

第5章 中国高尔夫旅游市场经营情况分析118

5.1 高尔夫旅游定义及类型118

5.1.1 高尔夫旅游的定义118

5.1.2 高尔夫旅游的特点118

5.1.3 高尔夫旅游的类型119

5.2 高尔夫旅游消费特征分析119

5.2.1 高尔夫旅游消费调研119

(1) 旅游者客源地特征119

(2) 旅游者人口统计学特征120

(3) 旅游者行为特征120

5.2.2 高尔夫旅游需求分析122

5.3 高尔夫旅游发展模式分析123

5.3.1 国外高尔夫旅游发展模式123

5.3.2 国内高尔夫旅游发展模式124

5.3.3 高尔夫旅游发展模式影响因素126

5.4 国外高尔夫旅游经营现状128

5.4.1 欧美高尔夫旅游经营现状128

5.4.2 亚洲高尔夫旅游经营现状128

5.5 中国高尔夫旅游经营现状129

5.5.1 高尔夫旅游总体经营情况129

5.5.2 高尔夫旅游市场区域特征129

5.5.3 发达省市高尔夫旅游现状132

(1) 广东高尔夫旅游经营情况132

(2) 北京高尔夫旅游经营情况134

(3) 上海高尔夫旅游经营情况134

5.5.4 典型省市高尔夫旅游现状134

- (1) 云南高尔夫旅游经营情况134
- (2) 海南高尔夫旅游经营情况135
- (3) 山东高尔夫旅游经营情况137
- 5.5.5其它省市高尔夫旅游现状137
- 5.6 中国高尔夫旅游国际竞争力138
 - 5.6.1高尔夫旅游的竞争对手138
 - 5.6.2高尔夫旅游国际竞争力138
 - (1) 与日本韩国的竞争分析138
 - (2) 与港澳台地区的竞争分析139
 - (3) 与东南亚国家的竞争分析139
 - 5.6.3高尔夫旅游竞争力提升140
- 5.7 中国高尔夫旅游发展思路141
 - 5.7.1高尔夫旅游市场发展趋势141
 - 5.7.2高尔夫旅游市场发展瓶颈141
 - 5.7.3高尔夫旅游产业发展思路142

第6章中国高尔夫教育发展现状与趋势144

- 6.1 高尔夫专业人才市场需求144
- 6.2 高尔夫教育发展现状分析145
 - 6.2.1高尔夫教育发展历程145
 - 6.2.2高尔夫专业教育规模146
 - 6.2.3高尔夫教育专业设置148
 - 6.2.4高尔夫课程设置情况149
 - 6.2.5高尔夫教材体系现状151
 - 6.2.6高尔夫教育师资情况152
 - 6.2.7高尔夫场地配置情况152
 - 6.2.8高尔夫专业学生就业153
- 6.3 高尔夫职业教育发展分析155
 - 6.3.1高尔夫职业院校分布155
 - 6.3.2 2.高尔夫职业院校的定位155
 - 6.3.3高尔夫职业院校开设专业156
- 6.4 高尔夫教育办学形式分析156

- 6.4.1 校企联合办学模式156
- 6.4.2 境外合作办学模式156
- 6.4.3 与协会合作办学模式156
- 6.5 高尔夫教育主要问题分析157
 - 6.5.1 地域限制性的问题157
 - 6.5.2 场地限制性的问题157
 - 6.5.3 师资匮乏性的问题157
 - 6.5.4 泛专业性的问题158
 - 6.5.5 课程设置的问题158
 - 6.5.6 教材滞后性的问题158
 - 6.5.7 校企联合性的问题159
 - 6.5.8 "贵族"教育性的问题159
- 6.6 高尔夫教育发展前景分析160
 - 6.6.1 高尔夫教育发展时机成熟160
 - 6.6.2 高尔夫教育发展优势明显160
 - 6.6.3 高尔夫教育发展势头迅猛161
- 6.7 美国高尔夫教育发展借鉴162
- 6.8 高尔夫教育发展对策分析163

第7章 中国高尔夫用品制造发展分析174

- 7.1 国外（境外）高尔夫用品市场174
 - 7.1.1 美国高尔夫用品市场分析174
 - (1) 美国高尔夫用品市场规模174
 - (2) 美国高尔夫用品主要品牌176
 - 7.1.2 日本高尔夫用品市场分析177
 - (1) 日本高尔夫用品市场规模177
 - (2) 日本高尔夫用品主要品牌178
 - 7.1.3 台湾高尔夫用品市场分析179
 - (1) 台湾高尔夫用品市场概况179
 - (2) 台湾高尔夫用品主要品牌179
- 7.2 中国高尔夫用品市场总体状况180
 - 7.2.1 高尔夫用品行业市场规模180

- (1) 行业概况180
- (2) 行业产值181
- 7.2.2 高尔夫用品消费行为调研181
 - (1) 消费者的购买行为181
 - (2) 影响购买行为的因素182
 - (3) 结论与建议183
- 7.2.3 高尔夫用品行业竞争格局184
 - (1) 市场格局184
 - (2) 品牌格局185
- 7.2.4 自主品牌高尔夫用品现状185
 - (1) 行业概况185
 - (2) 知名品牌186
- 7.2.5 高尔夫用品行业发展趋势186
- 7.2.6 高尔夫用品行业发展对策186
- 7.3 中国高尔夫用品细分市场分析188
 - 7.3.1 高尔夫球杆球具市场分析188
 - (1) 高尔夫球杆球具品牌格局188
 - (2) 高尔夫球杆球具营销策略190
 - 7.3.2 高尔夫服装市场分析193
 - (1) 高尔夫服装特点分析193
 - (2) 高尔夫服装市场需求193
 - (3) 高尔夫服装品牌格局194
 - (4) 高尔夫服装产品定位195
 - (5) 高尔夫服装发展趋势197

第8章 中国高尔夫产业区域发展潜力分析200

- 8.1 长三角地区高尔夫产业发展潜力200
 - 8.1.1 高尔夫产业运行环境分析200
 - (1) 长三角经济运行情况200
 - (2) 上海经济运行情况205
 - (3) 浙江经济运行情况206
 - (4) 江苏经济运行情况208

- 8.1.2 高尔夫场地建设运营情况209
 - (1) 上海高尔夫场地建设运营209
 - (2) 浙江高尔夫场地建设运营210
 - (3) 江苏高尔夫场地建设运营210
- 8.2 环渤海地区高尔夫产业发展潜力210
 - 8.2.1 高尔夫产业运行环境分析210
 - (1) 北京经济运行情况210
 - (2) 天津经济运行情况210
 - (3) 山东经济运行情况211
 - 8.2.2 高尔夫场地建设运营情况212
 - (1) 北京高尔夫场地建设运营212
 - (2) 天津高尔夫场地建设运营214
 - (3) 山东高尔夫场地建设运营216
- 8.3 珠三角地区高尔夫产业发展潜力218
 - 8.3.1 高尔夫产业运行环境分析218
 - (1) 广州经济运行情况218
 - (2) 深圳经济运行情况218
 - (3) 东莞经济运行情况219
 - (4) 珠海经济运行情况221
 - 8.3.2 高尔夫场地建设运营情况223
 - (1) 广州高尔夫场地建设运营223
 - (2) 深圳高尔夫场地建设运营224
 - (3) 东莞高尔夫场地建设运营225
 - (4) 珠海高尔夫场地建设运营226
 - (5) 佛山高尔夫场地建设运营226
 - (6) 惠州高尔夫场地建设运营227
- 8.4 其它地区高尔夫产业发展潜力228
 - 8.4.1 海南省高尔夫产业发展潜力228
 - (1) 高尔夫产业运行环境分析228
 - (2) 高尔夫球场建设运营分析229
 - (3) 高尔夫产业优劣势分析229
 - 8.4.2 云南省高尔夫产业发展潜力232

- (1) 高尔夫产业运行环境分析232
- (2) 高尔夫球场建设运营分析233
- (3) 高尔夫产业优劣势分析233

第9章中国高尔夫产业投资机会分析238

9.1 高尔夫产业投资环境分析238

9.1.1 产业政策环境分析238

- (1) 土地政策238
- (2) 税费政策240
- (3) 产业政策240

9.1.2 产业经济环境分析243

- (1) 经济发展水平243
- (2) 人均GDP243
- (3) 人均可支配收入244
- (4) 居民消费结构245
- (5) 经济环境与行业的关系247

9.1.3 产业社会环境分析248

- (1) 城镇化水平248
- (2) 基尼系数249
- (3) 社会对高尔夫的认识250

9.1.4 产业自然环境分析250

9.2 高尔夫产业投资机会分析253

9.2.1 产业发展前景分析253

9.2.2 产业投资机会分析255

9.2.3 产业投资风险分析256

9.3 高尔夫产业投资建议258

9.3.1 重点投资领域建议258

9.3.2 重点投资地区建议260

第10章中国高尔夫产业标杆企业分析262

10.1 高尔夫设计与建设企业运营分析262

10.1.1 兰星高尔夫工程有限公司262

- (1) 企业发展简介262
- (2) 企业组织架构分析262
- (3) 企业主要服务项目262
- (4) 企业设计与建造实力263
- (5) 企业工程业绩分析263
- (6) 企业经营优劣势分析263
- (7) 企业投资与并购分析264
- 10.1.2 朝向管理集团264
 - (1) 企业发展简介264
 - (2) 企业主要服务项目265
 - (3) 企业设计与建造实力266
 - (4) 企业工程业绩分析267
 - (5) 企业经营优劣势分析267
 - (6) 企业投资与并购分析268
 - (7) 企业最新发展动向268
- 10.2 高尔夫俱乐部企业经营情况分析269
 - 10.2.1 北京高尔夫球俱乐部269
 - (1) 企业发展简介269
 - (2) 企业地理位置分析269
 - (3) 企业硬件设施情况270
 - (4) 企业服务设施270
 - (5) 企业收费标准分析271
 - (6) 企业服务项目分析272
 - 10.2.2 大连金石高尔夫俱乐部272
 - (1) 企业发展简介272
 - (2) 企业地理位置分析272
 - (3) 企业硬件设施情况272
 - (4) 企业服务设施情况273
 - (5) 企业经营情况分析274
 - (6) 企业最新发展动向274
- 10.3 高尔夫教育机构运营分析275
 - 10.3.1 深圳大学高尔夫学院275

(1) 机构发展历程简介	275
(2) 高尔夫专业设置情况	275
(3) 高尔夫课程设置情况	276
(4) 高尔夫教育师资情况	276
(5) 高尔夫场地配置情况	277
(6) 高尔夫专业学生就业	278
(7) 机构最新发展动向	278
10.3.2 同济大学高尔夫商学院	278
(1) 机构发展历程简介	278
(2) 高尔夫专业设置情况	279
(3) 高尔夫课程设置情况	279
(4) 高尔夫教育师资情况	279
(5) 高尔夫场地配置情况	280
(6) 高尔夫专业招生情况	280
10.4 高尔夫制造业企业运营分析	281
10.4.1 泰勒梅-阿迪达斯高尔夫公司	281
(1) 企业发展历程简介	281
(2) 企业生产研发实力	283
(3) 企业经营情况分析	289
(4) 企业经营优劣势分析	292
(5) 企业投资与并购分析	296
10.4.2 卡拉威高尔夫公司	297
(1) 企业发展历程简介	297
(2) 企业主营业务分析	298
(3) 企业生产研发实力	298
(4) 企业营销网络布局	298
(5) 企业经营优劣势分析	298
(6) 企业最新发展动向	299

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

图表：高尔夫行业产业链

图表：2011-2015年我国高尔夫行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国高尔夫行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国高尔夫行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国高尔夫行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国高尔夫行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国高尔夫行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国高尔夫行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国高尔夫行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国高尔夫行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国高尔夫行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图
图表：企业6
图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：其他企业……
图表：主要经济指标走势图
图表：2011-2015年高尔夫行业市场供给
图表：2011-2015年高尔夫行业市场需求
图表：2011-2015年高尔夫行业市场规模
图表：高尔夫所属行业生命周期判断
图表：高尔夫所属行业区域市场分布情况
图表：2016-2022年中国高尔夫行业市场规模预测
图表：2016-2022年中国高尔夫行业供给预测
图表：2016-2022年中国高尔夫行业需求预测
图表：2016-2022年中国高尔夫行业价格指数预测

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/279240.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）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。