

2017-2022年中国高尔夫行业市场竞争格局及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国高尔夫行业市场竞争格局及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/303160.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.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、报告目录及图表目录

报告目录：

第1章：中国高尔夫产业发展综述 17

1.1 高尔夫运动的兴起与发展 17

1.1.1 高尔夫运动的兴起 17

1.1.2 高尔夫运动特征 17

1.1.3 高尔夫社会文化特征 18

1.2 高尔夫产业界定与结构 19

1.2.1 高尔夫产业的定义 19

1.2.2 高尔夫产业结构分析 19

(1) 高尔夫生产制造市场 20

(2) 高尔夫营销服务市场 21

(3) 高尔夫产业消费市场 23

(4) 高尔夫产业边缘市场 25

1.3 中国高尔夫产业的发展 27

1.3.1 高尔夫运动普及情况 27

1.3.2 高尔夫运动消费特征 27

(1) 高尔夫运动消费主体 27

(2) 高尔夫运动消费心理 29

(3) 高尔夫运动消费内容 30

1.3.3 高尔夫产业规模分析 32

1.4 高尔夫产业的国际格局 32

1.4.1 全球高尔夫产业形成 32

1.4.2 欧洲高尔夫产业发展 32

1.4.3 北美高尔夫产业发展 33

1.4.4 非洲高尔夫产业发展 33

1.4.5 亚洲高尔夫产业发展 33

1.4.6 全球高尔夫产业趋势 34

第2章：中国高尔夫场地建造与运营分析 35

2.1 高尔夫球场规划设计分析 35

2.1.1 高尔夫球场的选址 35

2.1.2 高尔夫球场设计原则 35

- 2.1.3 高尔夫球场的设计 36
- 2.1.4 高尔夫球场的种植设计 38
- 2.2 高尔夫球场规划设计发展 39
 - 2.2.1 高尔夫球场设计水平 39
 - 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 42
 - 2.3.1 成立独资公司 42
 - 2.3.2 组建球场建设部 42
 - 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 43
 - 2.4.1 高尔夫球场建设历程 43
 - 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 44

国内高尔夫设施2009年至2014年持续增长，2015年锐减100家。在国家2014年高尔夫球场清理整治措施实施后，2015年全国有108家高尔夫设施全年都未能营业，其中更有11家高尔夫设施自2014年以来已经连续两年停业。2015年营业中的高尔夫设施仅438家共9753个球洞，折合约542个18洞，设施数与球洞数下降幅度分别达到18.6%和17.4%。与2014年数据相比设施总量净减少100家。此前，2009年至2013年，我国高尔夫设施数量净增长173家，增幅49.7%，年均增长10.6%；18洞球场净增长207个，增幅47.9%，年均增长10.3%。

国内高尔夫设施数量情况

国内高尔夫球洞数量情况

- 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 45
- 2.5 高尔夫球场经营情况分析 46
 - 2.5.1 高尔夫场地从业人员 46
 - 2.5.2 高尔夫场地供给服务 47
 - 2.5.3 高尔夫场地供给价格 48
 - 2.5.4 高尔夫场地打球轮次 50
 - 2.5.5 高尔夫场地经营业绩 51
- 2.6 高尔夫场地发展主要问题 51
 - 2.6.1 违规建设现象普遍 51
 - 2.6.2 盲目设计开发 52

- 2.6.3 行业政策不完善 52
- 2.6.4 经营状况不佳 53
- 第3章：中国高尔夫俱乐部经营管理分析 54
 - 3.1 高尔夫俱乐部管理模式 54
 - 3.1.1 业主直接管理 54
 - 3.1.2 职业经理人全权负责管理 55
 - 3.1.3 委托专业管理公司进行管理 55
 - 3.2 高尔夫俱乐部经营模式 56
 - 3.2.1 封闭型俱乐部或球会 56
 - 3.2.2 半封闭型俱乐部或球会 56
 - 3.2.3 社会开放型公众高尔夫球场 56
 - 3.3 高尔夫俱乐部竞争环境分析 56
 - 3.3.1 行业现有竞争 57
 - 3.3.2 潜在进入者威胁 57
 - 3.3.3 替代威胁 58
 - 3.3.4 供应商议价能力 58
 - 3.3.5 顾客议价能力 59
 - 3.4 高尔夫俱乐部营销战略案例 59
 - 3.4.1 北京万柳高尔夫俱乐部 59
 - (1) 俱乐部概况及产品分析 59
 - (2) 俱乐部经营swot分析 60
 - (3) 俱乐部市场营销策略分析 60
 - 3.4.2 重庆国际高尔夫俱乐部 62
 - (1) 俱乐部概况及产品分析 62
 - (2) 俱乐部经营swot分析 62
 - (3) 俱乐部市场营销策略分析 63
 - 3.5 高尔夫俱乐部运营风险管理 64
 - 3.5.1 俱乐部风险管理问题 64
 - 3.5.2 俱乐部运营风险管理 66
 - (1) 运营风险管理作用 66
 - (2) 营运风险管理原则 66
 - (3) 营运风险管理策略 67
 - 3.6 高尔夫俱乐部经营发展趋势 68
 - 3.6.1 多元化可持续发展趋势 68
 - (1) 服务产品多元化模式 68

- (2) 业务范围多元化模式 69
- (3) 发展内涵多元化模式 69
- 3.6.2 资本运作发展趋势 69
 - (1) 上市公司资本运作模式 69
 - (2) 兼并收购资本运作模式 70
- 3.6.3 连锁化可持续发展模式 70

第4章：中国高尔夫地产开发现状与前景 71

- 4.1 高尔夫地产定义与分类 71
 - 4.1.1 高尔夫地产的定义 71
 - 4.1.2 高尔夫地产的类型 71
 - 4.1.3 与传统房地产区别 72
- 4.2 高尔夫综合资源对地产的影响 73
 - 4.2.1 稀缺的景观资源 73
 - 4.2.2 巨大的品牌资源 73
 - 4.2.3 高端的商务资源 74
 - 4.2.4 多元的社区资源 74
 - 4.2.5 丰富的客户资源 74
 - 4.2.6 综合资源提升房地产价值 74
- 4.3 高尔夫地产开发现状分析 75
 - 4.3.1 国外高尔夫地产开发现状 75
 - 4.3.2 国内高尔夫地产开发现状 75
 - 4.3.3 不同类型高尔夫地产开发 76
 - (1) 高尔夫别墅的开发 76
 - (2) 高尔夫公寓的开发 76
 - (3) 高尔夫酒店的开发 77
 - (4) 高尔夫度假村的开发 78
- 4.4 高尔夫地产开发模式分析 78
 - 4.4.1 高尔夫主体开发运作模式 78
 - 4.4.2 旅游主体开发运作模式 80
 - 4.4.3 房产主体开发运作模式 81
- 4.5 高尔夫物业开发策略分析 82
 - 4.5.1 高尔夫物业的选择 82
 - 4.5.2 球场与住宅的空间布局 83
 - 4.5.3 高尔夫物业的开发时序 83

4.5.4 高尔夫物业的定价 84

4.6 高尔夫地产营销策略分析 84

4.6.1 体育营销运作方式 84

(1) 体育营销的含义 85

(2) 体育营销运作方式与案例 85

1) 举办高尔夫赛事 85

2) 利用高尔夫明星效应 85

3) 开办高尔夫学院 86

4.6.2 跨界营销运作方式 86

(1) 跨界营销的含义 86

(2) 跨界营销的优势 86

(3) 跨界营销的核心 86

(4) 跨界营销运作方式与案例 87

1) 与金融界合作 87

2) 与娱乐界合作 87

3) 与商业界合作 87

4) 与慈善界合作 88

4.7 高尔夫地产典型案例分析 88

4.7.1 观澜湖高尔夫项目 88

(1) 项目简介 88

(2) 项目规划与设计 88

(3) 项目物业开发 89

(4) 项目营销策略 90

4.7.2 汤臣高尔夫项目 91

(1) 项目简介 91

(2) 项目规划与设计 91

(3) 项目物业开发 91

(4) 项目营销策略 91

4.7.3 肇庆高尔夫度假村 92

(1) 项目简介 92

(2) 项目规划与设计 92

(3) 项目物业开发 92

(4) 项目营销策略 93

4.8 高尔夫地产开发前景分析 93

4.8.1 高尔夫地产发展困境 93

- 4.8.2 高尔夫地产发展预测 93
- 4.8.3 高尔夫地产项目走势 94
 - (1) 地产项目价格走势 94
 - (2) 地产项目开发走势 95
- 第5章：中国高尔夫旅游市场经营情况分析 96
- 5.1 高尔夫旅游定义及类型 96
 - 5.1.1 高尔夫旅游的定义 96
 - 5.1.2 高尔夫旅游的特点 96
 - 5.1.3 高尔夫旅游的类型 96
- 5.2 高尔夫旅游消费特征分析 97
 - 5.2.1 高尔夫旅游消费调研 97
 - (1) 旅游者客源地特征 97
 - (2) 旅游者人口统计学特征 97
 - (3) 旅游者行为特征 98
 - 5.2.2 高尔夫旅游需求分析 98
- 5.3 高尔夫旅游发展模式分析 99
 - 5.3.1 国外高尔夫旅游发展模式 99
 - 5.3.2 国内高尔夫旅游发展模式 100
 - 5.3.3 高尔夫旅游发展模式影响因素 102
- 5.4 国外高尔夫旅游经营现状 104
 - 5.4.1 欧美高尔夫旅游经营现状 104
 - 5.4.2 亚洲高尔夫旅游经营现状 104
- 5.5 中国高尔夫旅游经营现状 105
 - 5.5.1 高尔夫旅游总体经营情况 105
 - 5.5.2 高尔夫旅游市场区域特征 105
 - 5.5.3 发达省市高尔夫旅游现状 105
 - (1) 广东高尔夫旅游经营情况 105
 - (2) 北京高尔夫旅游经营情况 106
 - (3) 上海高尔夫旅游经营情况 106
 - 5.5.4 典型省市高尔夫旅游现状 106
 - (1) 云南高尔夫旅游经营情况 106
 - (2) 海南高尔夫旅游经营情况 106
 - (3) 山东高尔夫旅游经营情况 107
 - 5.5.5 其它省市高尔夫旅游现状 107
- 5.6 中国高尔夫旅游国际竞争力 108

- 5.6.1 高尔夫旅游的竞争对手 108
- 5.6.2 高尔夫旅游国际竞争力 108
 - (1) 与日本韩国的竞争分析 108
 - (2) 与港澳台地区的竞争分析 109
 - (3) 与东南亚国家的竞争分析 109
- 5.6.3 高尔夫旅游竞争力提升 110
- 5.7 中国高尔夫旅游发展思路 112
 - 5.7.1 高尔夫旅游市场发展趋势 112
 - 5.7.2 高尔夫旅游市场发展瓶颈 112
 - 5.7.3 高尔夫旅游产业发展思路 113

第6章：中国高尔夫教育发展现状与趋势 116

- 6.1 高尔夫专业人才市场需求 116
- 6.2 高尔夫教育发展现状分析 116
 - 6.2.1 高尔夫教育发展历程 116
 - 6.2.2 高尔夫专业教育规模 117
 - 6.2.3 高尔夫教育专业设置 118
 - 6.2.4 高尔夫课程设置情况 118
 - 6.2.5 高尔夫教材体系现状 120
 - 6.2.6 高尔夫教育师资情况 120
 - 6.2.7 高尔夫场地配置情况 121
 - 6.2.8 高尔夫专业学生就业 122
- 6.3 高尔夫职业教育发展分析 122
 - 6.3.1 高尔夫职业院校分布 122
 - 6.3.2 2.高尔夫职业院校的定位 122
 - 6.3.3 高尔夫职业院校开设专业 122
- 6.4 高尔夫教育办学形式分析 123
 - 6.4.1 校企联合办学模式 123
 - 6.4.2 境外合作办学模式 123
 - 6.4.3 与协会合作办学模式 123
- 6.5 高尔夫教育主要问题分析 124
 - 6.5.1 地域限制性的问题 124
 - 6.5.2 场地限制性的问题 124
 - 6.5.3 师资医乏性的问题 124
 - 6.5.4 泛专业性的问题 124

- 6.5.5 课程设置的问题 125
- 6.5.6 教材滞后性的问题 125
- 6.5.7 校企联合性的问题 125
- 6.5.8 “贵族”教育性的问题 127
- 6.6 高尔夫教育发展前景分析 127
 - 6.6.1 高尔夫教育发展时机成熟 127
 - 6.6.2 高尔夫教育发展优势明显 127
 - 6.6.3 高尔夫教育发展势头迅猛 128
- 6.7 美国高尔夫教育发展借鉴 128
- 6.8 高尔夫教育发展对策分析 130
- 第7章：中国高尔夫用品制造发展分析 135
 - 7.1 国外（境外）高尔夫用品市场 135
 - 7.1.1 美国高尔夫用品市场分析 135
 - （1）美国高尔夫用品市场规模 135
 - （2）美国高尔夫用品主要品牌 137
 - 7.1.2 日本高尔夫用品市场分析 138
 - （1）日本高尔夫用品市场规模 138
 - （2）日本高尔夫用品主要品牌 139
 - 7.1.3 台湾高尔夫用品市场分析 139
 - （1）台湾高尔夫用品市场概况 140
 - （2）台湾高尔夫用品主要品牌 141
 - 7.2 中国高尔夫用品市场总体状况 141
 - 7.2.1 高尔夫用品行业市场规模 141
 - （1）行业概况 141
 - （2）行业产值 142
 - 7.2.2 高尔夫用品消费行为调研 142
 - （1）消费者的购买行为 142
 - （2）影响购买行为的因素 143
 - （3）结论与建议 145
 - 7.2.3 高尔夫用品行业竞争格局 145
 - （1）市场格局 145
 - （2）品牌格局 146
 - 7.2.4 自主品牌高尔夫用品现状 146
 - （1）行业概况 146
 - （2）知名品牌 146

- 7.2.5 高尔夫用品行业发展趋势 147
- 7.2.6 高尔夫用品行业发展对策 147
- 7.3 中国高尔夫用品细分市场分析 148
 - 7.3.1 高尔夫球杆球具市场分析 148
 - (1) 高尔夫球杆球具品牌格局 148
 - (2) 高尔夫球杆球具营销策略 149
 - 7.3.2 高尔夫服装市场分析 152
 - (1) 高尔夫服装特点分析 152
 - (2) 高尔夫服装市场需求 152
 - (3) 高尔夫服装品牌格局 153
 - (4) 高尔夫服装产品定位 154
 - (5) 高尔夫服装发展趋势 154

- 第8章：中国高尔夫产业区域发展潜力分析 155
 - 8.1 长三角地区高尔夫产业发展潜力 155
 - 8.1.1 高尔夫产业运行环境分析 155
 - (1) 长三角经济运行情况 155
 - (2) 上海经济运行情况 156
 - (3) 浙江经济运行情况 161
 - (4) 江苏经济运行情况 165
 - 8.1.2 高尔夫场地建设运营情况 168
 - (1) 上海高尔夫场地建设运营 169
 - (2) 浙江高尔夫场地建设运营 169
 - (3) 江苏高尔夫场地建设运营 170
 - 8.1.3 高尔夫相关产业运营分析 172
 - (1) 上海高尔夫相关产业运营分析 172
 - (2) 浙江高尔夫相关产业运营分析 175
 - (3) 江苏高尔夫相关产业运营分析 177
 - 8.1.4 高尔夫产业swot分析 180
 - (1) 产业发展优势(s) 180
 - (2) 产业发展劣势(w) 181
 - (3) 产业发展机遇(o) 181
 - (4) 产业发展威胁(t) 182
 - 8.2 环渤海地区高尔夫产业发展潜力 182
 - 8.2.1 高尔夫产业运行环境分析 182

- (1) 北京经济运行情况 182
- (2) 天津经济运行情况 186
- (3) 山东经济运行情况 188
- 8.2.2 高尔夫场地建设运营情况 193
 - (1) 北京高尔夫场地建设运营 193
 - (2) 天津高尔夫场地建设运营 194
 - (3) 山东高尔夫场地建设运营 195
- 8.2.3 高尔夫相关产业运营分析 198
 - (1) 北京高尔夫相关产业运营分析 198
 - (2) 天津高尔夫相关产业运营分析 201
 - (3) 山东高尔夫相关产业运营分析 202
- 8.2.4 高尔夫产业swot分析 204
 - (1) 产业发展优势(s) 204
 - (2) 产业发展劣势(w) 205
 - (3) 产业发展机遇(o) 205
 - (4) 产业发展威胁(t) 206
- 8.3 珠三角地区高尔夫产业发展潜力 206
 - 8.3.1 高尔夫产业运行环境分析 206
 - (1) 广州经济运行情况 206
 - (2) 深圳经济运行情况 210
 - (3) 东莞经济运行情况 212
 - (4) 珠海经济运行情况 215
 - 8.3.2 高尔夫场地建设运营情况 218
 - (1) 广州高尔夫场地建设运营 218
 - (2) 深圳高尔夫场地建设运营 218
 - (3) 东莞高尔夫场地建设运营 219
 - (4) 珠海高尔夫场地建设运营 220
 - (5) 佛山高尔夫场地建设运营 220
 - (6) 惠州高尔夫场地建设运营 221
 - 8.3.3 高尔夫相关产业运营分析 221
 - (1) 广州高尔夫相关产业运营分析 221
 - (2) 深圳高尔夫相关产业运营分析 224
 - (3) 惠州高尔夫相关产业运营分析 226
 - (4) 珠海高尔夫相关产业运营分析 227
 - 8.3.4 高尔夫产业swot分析 228

- (1) 产业发展优势 (s) 228
- (2) 产业发展劣势 (w) 229
- (3) 产业发展机遇 (o) 229
- (4) 产业发展威胁 (t) 230
- 8.4 其它地区高尔夫产业发展潜力 230
- 8.4.1 海南省高尔夫产业发展潜力 230
 - (1) 高尔夫产业运行环境分析 230
 - (2) 高尔夫球场建设运营分析 232
 - (3) 高尔夫相关产业运营分析 235
 - (4) 高尔夫产业优劣势分析 236
- 8.4.2 云南省高尔夫产业发展潜力 237
 - (1) 高尔夫产业运行环境分析 237
 - (2) 高尔夫球场建设运营分析 240
 - (3) 高尔夫相关产业运营分析 241
 - (4) 高尔夫产业优劣势分析 242
- 8.4.3 湖南省高尔夫产业发展潜力 243
 - (1) 高尔夫产业运行环境分析 243
 - (2) 高尔夫球场建设运营分析 245
 - (3) 高尔夫相关产业运营分析 245
 - (4) 高尔夫产业优劣势分析 247
- 第9章：中国高尔夫产业投资机会分析 249
- 9.1 高尔夫产业投资环境分析 249
- 9.1.1 产业政策环境分析 249
 - (1) 土地政策 249
 - (2) 税费政策 249
 - (3) 产业政策 250
- 9.1.2 产业经济环境分析 251
 - (1) 经济发展水平 251
 - (2) 人均gdp 253
 - (3) 人均可支配收入 254
 - (4) 居民消费结构 256
 - (5) 经济环境与行业的关系 257
- 9.1.3 产业社会环境分析 257
 - (1) 城镇化水平 257
 - (2) 基尼系数 259

(3) 社会对高尔夫的认识 260

9.1.4 产业自然环境分析 261

9.2 高尔夫产业投资机会分析 261

9.2.1 产业发展前景分析 261

9.2.2 产业投资机会分析 263

9.2.3 产业投资风险分析 266

9.3 前瞻高尔夫产业投资建议 267

9.3.1 重点投资领域建议 267

9.3.2 重点投资地区建议 267

第10章：中国高尔夫产业标杆企业分析 268

10.1 高尔夫设计与建设企业运营分析 268

10.1.1 兰星高尔夫工程有限公司 268

(1) 企业发展简介 268

(2) 企业组织架构分析 268

(3) 企业主要服务项目 269

(4) 企业设计与建造实力 269

(5) 企业工程业绩分析 270

(6) 企业经营优劣势分析 274

(7) 企业投资与并购分析 275

10.1.2 朝向管理集团 276

(1) 企业发展简介 276

(2) 企业主要服务项目 277

(3) 企业设计与建造实力 278

(4) 企业工程业绩分析 278

(5) 企业经营优劣势分析 279

(6) 企业投资与并购分析 279

(7) 企业最新发展动向 280

10.2 高尔夫俱乐部企业经营情况分析 306

10.2.1 北京高尔夫球俱乐部 306

(1) 企业发展简介 306

(2) 企业地理位置分析 306

(3) 企业硬件设施情况 306

(4) 企业服务设施 307

(5) 企业收费标准分析 307

- (6) 企业服务项目分析 307
- 10.2.2 大连金石高尔夫俱乐部 308
 - (1) 企业发展简介 308
 - (2) 企业地理位置分析 308
 - (3) 企业硬件设施情况 308
 - (4) 企业服务设施情况 309
 - (5) 企业经营情况分析 309
 - (6) 企业最新发展动向 309
- 10.3 高尔夫教育机构运营分析 330
- 10.3.1 深圳大学高尔夫学院 330
 - (1) 机构发展历程简介 330
 - (2) 高尔夫专业设置情况 330
 - (3) 高尔夫课程设置情况 331
 - (4) 高尔夫教育师资情况 331
 - (5) 高尔夫场地配置情况 331
 - (6) 高尔夫专业学生就业 331
 - (7) 机构最新发展动向 331
- 10.3.2 同济大学高尔夫商学院 331
 - (1) 机构发展历程简介 331
 - (2) 高尔夫专业设置情况 332
 - (3) 高尔夫课程设置情况 332
 - (4) 高尔夫教育师资情况 335
 - (5) 高尔夫场地配置情况 335
 - (6) 高尔夫专业招生情况 335
- 10.4 高尔夫制造业企业运营分析 353
- 10.4.1 泰勒梅-阿迪达斯高尔夫公司 353
 - (1) 企业发展历程简介 353
 - (2) 企业生产研发实力 353
 - (3) 企业经营情况分析 353
 - (4) 企业经营优劣势分析 353
 - (5) 企业投资与并购分析 354
- 10.4.2 卡拉威高尔夫公司 354
 - (1) 企业发展历程简介 354
 - (2) 企业主营业务分析 354
 - (3) 企业生产研发实力 354

- (4) 企业营销网络布局 355
- (5) 企业经营优劣势分析 355
- (6) 企业最新发展动向 356

部分图表目录：

- 图表1：高尔夫运动发展阶段 17
- 图表2：高尔夫社会文化特征 18
- 图表3：高尔夫产业结构要素示意图 20
- 图表4：高尔夫产业产品生产制造市场基本结构一览表 20
- 图表5：高尔夫产业营销服务市场的基本结构一览表 22
- 图表6：高尔夫产业消费市场发展结构框架 24
- 图表7：高尔夫产业边缘市场发展结构示意图 25
- 图表8：职业高尔夫竞赛市场的发展结构与相关组成因素一览表 25
- 图表9：高尔夫旅游市场的发展结构框架图 26
- 图表10：高尔夫房地产市场的发展结构框架图 26
- 图表11：2014年中国高尔夫运动发展指标分析（单位：家，万人，万轮次） 27
- 图表12：受调查的高尔夫运动群体的职业统计（单位：%） 28
- 图表13：受调查的高尔夫球运动人群年龄分布（单位：%） 28
- 图表14：受调查的高尔夫运动人群消费动机统计（单位：%） 29
- 图表15：受调查的高尔夫运动打球和练球统计（单位：%） 31
- 图表16：受调查的高尔夫运动人群旅游消费意愿图（单位：%） 31
- 图表17：高尔夫球场的选址原则 35
- 图表18：高尔夫球场的设计原则 36
- 图表19：高尔夫球场的球道设计 36
- 图表20：高尔夫球场的球道绿化设计 38
- 图表21：高尔夫球场设计师分类 39
- 图表22：中国高尔夫球场建设的发展历程（单位：家） 43
- 图表23：中国各阶段标准高尔夫球场的投资规模变化（单位：个，平方米，万元） 44
- 图表24：1984-2014年我国高尔夫球场建设数量及增长率（单位：家，%） 44
- 图表25：2007-2014年我国高尔夫练习场建设数量（单位：个） 45
- 图表26：我国高尔夫场地地区分布 46
- 图表27：受调查的高尔夫球场地从业人员专业背景分布 46
- 图表28：深圳市晟泰高尔夫学院课程价目表（单位：元） 47
- 图表29：2005-2014年中国职业高尔夫球赛事场次数（单位：场） 48
- 图表30：受调查的高尔夫球场会籍价格统计（单位：%） 49

图表31：受调查的高尔夫球球场单场价格统计（单位：%） 49

图表32：深圳梅林文体中心高尔夫练习场收费价目（单位：元，元/张） 50

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/303160.html>