

# 2022-2028年中国高尔夫用品行业市场发展规划及 未来发展潜力报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2022-2028年中国高尔夫用品行业市场发展规模及未来发展潜力报告》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.chyxx.com/research/202111/984485.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

高尔夫用品由球杆、高尔夫球、球TEE、球包、服装、杆头刷、果岭叉等组成，是高尔夫运动专用物品的统称。

智研咨询发布的《2022-2028年中国高尔夫用品行业市场发展规模及未来发展潜力报告》共十五章。首先介绍了高尔夫用品行业市场发展环境、高尔夫用品整体运行态势等，接着分析了高尔夫用品行业市场运行的现状，然后介绍了高尔夫用品市场竞争格局。随后，报告对高尔夫用品做了重点企业经营状况分析，最后分析了高尔夫用品行业发展趋势与投资预测。您若想对高尔夫用品产业有个系统的了解或者想投资高尔夫用品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

### 第一章 中国高尔夫用品行业相关概述

#### 第一节 高尔夫用品产品概述

##### 一、产品概念

##### 二、产品分类

#### 第二节 高尔夫用品产品品牌

### 第二章 高尔夫用品行业发展环境分析

#### 第一节 高尔夫用品行业宏观环境分析

##### 一、中国gdp增长情况分析

##### 二、工业经济发展形势分析

##### 三、社会固定资产投资分析

##### 四、全社会消费品零售总额

##### 五、城乡居民收入增长分析

##### 六、居民消费价格变化分析

##### 七、对外贸易发展形势分析

##### 八、高收入群体规模扩大

#### 第二节 高尔夫用品行业政策环境分析

##### 一、高尔夫产业发展政策背景

##### （一）高尔夫产业政策历程

##### （二）高尔夫球场开发禁令

- (三) 高尔夫球场开发主要名目
- 二、高尔夫用品主要产业政策分析
- 三、高尔夫用品主要法律法规分析
- 第三节 高尔夫用品行业社会环境分析
- 一、人口环境分析
- 二、中国城镇化率
- 第三章 高尔夫行业发展情况分析
- 第一节 全球高尔夫运动发展概况
- 一、高尔夫运动的兴起
- 二、高尔夫运动的特征
- (一) 适宜人群广泛
- (二) 环境条件要求高
- (三) 具有浓郁的人文情怀
- (四) 尊崇礼仪、讲求自律
- 三、全球高尔夫运动主要赛事
- (一) pga锦标赛
- (二) 英国公开赛
- (三) 美国公开赛
- 四、高尔夫的经济效应
- (一) 投资环境改善作用
- (二) 旅游经济拉动作用
- (三) 房地产业促进作用
- (四) 其他关连业带动作用
- 五、高尔夫的社会效应
- 六、高尔夫投资者个人效应
- 第二节 高尔夫产业价值链分析
- 一、高尔夫产业链分析
- 二、高尔夫的核心产业
- (一) 高尔夫投资运营
- (二) 高尔夫用品设备
- 三、高尔夫的相关产业
- (一) 高尔夫地产
- (二) 高尔夫旅游
- (三) 高尔夫会展
- (四) 高尔夫教育

### 第三节 中国高尔夫运动发展概况

- 一、高尔夫运动发展历程
- 二、高尔夫消费人口规模
- 三、高尔夫赛事开展情况
- 四、高尔夫赛事奖金规模

### 第四节 中国高尔夫球场投资情况

- 一、高尔夫球场开发情况
- 二、高尔夫球场区域分布
- 三、高尔夫球场规模结构
- 四、高尔夫球场盈利状况
- 五、中国十佳球会分析

### 第五节 中国高尔夫产业竞争力评价

- 一、高尔夫产业基础竞争力
  - (一) 自然资源竞争力
  - (二) 人力资源竞争力
  - (三) 基础设施竞争力
  - (四) 相关支持产业竞争力
- 二、高尔夫产业核心竞争力
  - (一) 企业战略能力
  - (二) 国际竞争力
  - (三) 产业价值创造力
- 三、高尔夫产业环境竞争力
  - (一) 经济实力
  - (二) 政府政策
  - (三) 社会环境
- 四、高尔夫产业竞争力提升思路
  - (一) 发挥政府协会作用，提升环境竞争力
  - (二) 提高人力综合素质，提升基础竞争力
  - (三) 建设行业优秀企业，提升核心竞争力

## 第四章 中国消费者调查情况分析

### 第一节 中国高尔夫用品消费者理念分析

- 一、消费者理念分析
- 二、消费者分类分析

### 第二节 高尔夫用品消费模式分析

### 第三节 高尔夫用品消费群体分析

一、年收入情况

二、年龄分布

三、性别分布

四、行业分布

第四节 高尔夫用品消费习惯分析

一、球具消费及品牌偏好

二、球具消费影响因素

三、球具消费认知渠道

四、服饰及其他消费情况

第五章 我国高尔夫用品所属行业市场发展情况分析

第一节 高尔夫用品市场发展现状分析

第二节 高尔夫用品市场供给情况分析

一、球杆

二、球

三、服装

第三节 高尔夫用品市场需求情况分析

一、球杆

二、球

三、服装

第四节 高尔夫用品市场价格情况分析

第六章 高尔夫用品所属行业进出口情况分析

第一节 完整的高尔夫球棍所属行业进出口分析

一、完整的高尔夫球棍所属行业进口分析

（一）进口数量分析

（二）进口金额分析

（三）进口来源分析

（四）进口均价分析

二、完整的高尔夫球棍所属行业出口分析

（一）出口数量分析

（二）出口金额分析

（三）出口流向分析

（四）出口均价分析

第二节 高尔夫球所属行业进出口分析

一、高尔夫球所属行业进口分析

（一）进口数量分析

(二) 进口金额分析

(三) 进口来源分析

(四) 进口均价分析

二、高尔夫球所属行业出口分析

(一) 出口数量分析

(二) 出口金额分析

(三) 出口流向分析

(四) 出口均价分析

第三节 其他高尔夫球器械所属行业进出口分析

一、其他高尔夫球器械所属行业进口分析

(一) 进口数量分析

(二) 进口金额分析

(三) 进口来源分析

(四) 进口均价分析

二、其他高尔夫球器械所属行业出口分析

(一) 出口数量分析

(二) 出口金额分析

(三) 出口流向分析

(四) 出口均价分析

第七章 高尔夫用品行业区域分析

第一节 华北地区高尔夫用品行业发展状况分析

第二节 华中地区高尔夫用品行业发展状况分析

第三节 华东地区高尔夫用品行业发展状况分析

第四节 华南地区高尔夫用品行业发展状况分析

第五节 西北地区高尔夫用品行业发展状况分析

第六节 东北地区高尔夫用品行业发展状况分析

第七节 西南地区高尔夫用品行业发展状况分析

第八章 我国高尔夫用品销售渠道分析

第一节 我国高尔夫用品行业渠道等级分析

一、品牌公司

二、品牌代理商

三、一级批发商

四、二级批发商

五、零售商

第二节 我国高尔夫用品行业销售渠道分析

- 一、球场店
- 二、练习场店
- 三、小型综合店
- 四、品牌专卖店
- 五、高尔夫商场
- 六、百货商场
- 七、网络商城

### 第三节 我国高尔夫用品行业销售平台分析

- 一、高尔夫用品销售平台情况
- 二、高尔夫用品销售平台介绍
  - (一) 壹佰高尔夫
  - (二) 德霖高尔夫
  - (三) 200高尔夫
  - (四) 迈达康
  - (五) 高尔夫地带

### 第九章 高尔夫用品产业经营策略分析

#### 第一节 高尔夫用品营销市场现状分析

- 一、现有规模小
- 二、渠道单一散乱
- 三、水货泛滥

#### 第二节 高尔夫用品行业市场营销建议

- 一、观念的转变
- 二、定位的准确
- 三、高品质的服务
- 四、高尔夫球具市场营销的创新发展之路

### 第十章 高尔夫用品行业重点企业分析

#### 第一节 高尔夫用品重点品牌企业

- 一、callaway
  - (一) 企业发展简况分析
  - (二) 企业经营情况分析
  - (三) 企业经营优劣势分析
- 二、taylormade
  - (一) 企业发展简况分析
  - (二) 企业经营情况分析
  - (三) 企业经营优劣势分析



### 三、titleist

- (一) 企业发展简况分析
- (二) 企业经营情况分析
- (三) 企业经营优劣势分析

### 四、honma

- (一) 企业发展简况分析
- (二) 企业经营情况分析
- (三) 企业经营优劣势分析

### 五、nikegolf

- (一) 企业发展简况分析
- (二) 企业经营情况分析
- (三) 企业经营优劣势分析

### 六、macgregor

- (一) 企业发展简况分析
- (二) 企业经营情况分析
- (三) 企业经营优劣势分析

### 七、mizuno

- (一) 企业发展简况分析
- (二) 企业经营情况分析
- (三) 企业经营优劣势分析

### 八、ping

- (一) 企业发展简况分析
- (二) 企业经营情况分析
- (三) 企业经营优劣势分析

### 九、odyssey

- (一) 企业发展简况分析
- (二) 企业经营情况分析
- (三) 企业经营优劣势分析

### 十、cleveland

- (一) 企业发展简况分析
- (二) 企业经营情况分析
- (三) 企业经营优劣势分析

## 第二节 高尔夫用品国内重点生产企业

### 一、比音勒芬服饰股份有限公司

- (一) 企业发展简况分析

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经营优劣势分析

二、上海美津浓有限公司

(一) 企业发展简况分析

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经营优劣势分析

三、明安运动器材(东莞)有限公司

(一) 企业发展简况分析

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经营优劣势分析

四、中山广盛运动器材有限公司

(一) 企业发展简况分析

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经营优劣势分析

五、奇利田高尔夫用品(深圳)有限公司

(一) 企业发展简况分析

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经营优劣势分析

六、临沂顺亿高尔夫球制品有限公司

(一) 企业发展简况分析

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经营优劣势分析

七、东莞广德运动用品有限公司

(一) 企业发展简况分析

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经营优劣势分析

八、阿迪达斯(苏州)有限公司

(一) 企业发展简况分析

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经营优劣势分析

九、锦美运动用品(东莞)有限公司

(一) 企业发展简况分析

(二) 企业经营情况分析

(三) 企业经营优劣势分析

第十一章 高尔夫用品行业品牌营销策略分析

## 第一节 高尔夫用品行业产品策略分析

- 一、消费群体高度细分,产品定位精准
- 二、提供定制化服务,进行高尔夫礼品开发

## 第二节 高尔夫用品行业价格策略分析

- 一、控制销售折扣,营造高端形象
- 二、树立高端形象定位,差异化营销

## 第三节 高尔夫用品行业分销策略分析

- 一、代理商经销制为主流
- 二、以形象专卖店为先锋抢占一线城市
- 三、以代理商、经销商为点开拓二级市场

## 第四节 高尔夫用品行业推广策略分析

- 一、利用赛事塑造品牌形象
- 二、举办试打会,推广新产品
- 三、跨界合作营销,寻找合作伙伴

## 第五节 启示及建议分析

## 第十二章 高尔夫用品投资前景分析

### 第一节 我国高尔夫产业投资前景分析

- 一、高尔夫发展与经济增长相关性
- 二、中国人均收入增长趋势分析
- 三、高尔夫产业规模发展预测

### 第二节 我国高尔夫用品产业前景分析

- 一、球杆
- 二、球
- 三、服装

## 第十三章 高尔夫用品相关产业发展趋势分析

### 第一节 高尔夫运动发展趋势分析

- 一、高尔夫消费群体扩大趋势
- 二、高尔夫运动的大众化趋势

### 第二节 高尔夫用品行业发展趋势分析

## 第十四章 高尔夫用品行业投资机会分析研究

### 第一节 高尔夫用品行业投资环境分析

- 一、宏观经济环境
- 二、政策环境分析

### 第二节 高尔夫用品行业区域投资分析

### 第三节 高尔夫用品行业投资建议

一、合理的市场定位及系统的发展战略

二、加强技术研发与创新

三、注意销售模式与销售渠道的选择

四、注重知识产权的保护

第十五章 高尔夫用品产业投资风险

第一节 宏观经济风险

第二节 市场竞争风险

第三节 品牌风险

第四节 技术风险

第五节 进出口贸易风险 (ZY ZS)

部分图表目录：

图表 1 中国国内生产总值及增长变化趋势图

图表 2 国内生产总值构成及增长速度统计

图表 3 中国规模以上工业增加值及增长速度趋势图

图表 4 中国规模以上工业增加值及增长速度趋势图

图表 5 中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表 6 中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表 7 城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表 8 中国居民消费价格月度变化趋势图

图表 9 中国进出口总额增长趋势图

图表 10 中国高净值区域人数统计分布图

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/202111/984485.html>