



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国高尔夫用品市 场分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2017-2022年中国高尔夫用品市场分析及投资策略研究报告》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/287424.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。

中国高尔夫运动在短短的20多年当中蓬勃发展，高尔夫用品市场潜力巨大，发展十分迅速。我国高尔夫用品市场的现状是品牌在国外，生产在国内，而且大部分采用的是代工贴牌生产。

按照目前我国高尔夫球市场发展趋势，未来我国高尔夫球运动将会走向大众，而随着我国经济的发展，城镇化进程的发展，人民生活水平的提高，未来我国高尔夫人口规模将继续增加，而我国高尔夫用品市场空间巨大，前景看好。预计未来中国高尔夫用品需求量将延续增长趋势。

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。

报告目录：

第一章 中国高尔夫用品行业相关概述 14

第一节 高尔夫用品产品概述 14

一、产品概念 14

二、产品分类 14

第二节 高尔夫用品产品品牌 14

第二章 高尔夫用品行业发展环境分析 15

第一节 高尔夫用品行业宏观环境分析 15

一、中国GDP增长情况分析 15

二、工业经济发展形势分析 16

三、社会固定资产投资分析 17

四、全社会消费品零售总额 18

五、城乡居民收入增长分析 19

六、居民消费价格变化分析 20

七、对外贸易发展形势分析 21

八、高收入群体规模扩大 22

第二节 高尔夫用品行业政策环境分析 24

一、高尔夫产业发展政策背景	24
(一) 高尔夫产业政策历程	24
(二) 高尔夫球场开发禁令	26
(三) 高尔夫球场开发主要名目	27
二、高尔夫用品主要产业政策分析	27
三、高尔夫用品主要法律法规分析	28
第三节 高尔夫用品行业社会环境分析	28
一、人口环境分析	28
二、中国城镇化率	30
第三章 高尔夫行业发展情况分析	31
第一节 全球高尔夫运动发展概况	31
一、高尔夫运动的兴起	31
二、高尔夫运动的特征	32
(一) 适宜人群广泛	32
(二) 环境条件要求高	32
(三) 具有浓郁的人文情怀	33
(四) 尊崇礼仪、讲求自律	33
三、全球高尔夫运动主要赛事	33
(一) PGA锦标赛	33
(二) 英国公开赛	34
(三) 美国公开赛	35
四、高尔夫的经济效应	35
(一) 投资环境改善作用	35
(二) 旅游经济拉动作用	36
(三) 房地产业促进作用	36
(四) 其他关连业带动作用	36
五、高尔夫的社会效应	37
六、高尔夫投资者个人效应	37
第二节 高尔夫产业价值链分析	38
一、高尔夫产业链分析	38
二、高尔夫的核心产业	38
(一) 高尔夫投资运营	38

(二) 高尔夫用品设备	39
三、高尔夫的相关产业	39
(一) 高尔夫地产	39
(二) 高尔夫旅游	40
(三) 高尔夫会展	40
(四) 高尔夫教育	41
第三节 中国高尔夫运动发展概况	41
一、高尔夫运动发展历程	41
二、高尔夫消费人口规模	42
三、高尔夫赛事开展情况	42
四、高尔夫赛事奖金规模	43
第四节 中国高尔夫球场投资情况	43
一、高尔夫球场开发情况	43
二、高尔夫球场区域分布	44
三、高尔夫球场规模结构	45
四、高尔夫球场盈利状况	46
五、中国十佳球会分析	46
第五节 中国高尔夫产业竞争力评价	47
一、高尔夫产业基础竞争力	47
(一) 自然资源竞争力	48
(二) 人力资源竞争力	48
(三) 基础设施竞争力	49
(四) 相关支持产业竞争力	50
二、高尔夫产业核心竞争力	52
(一) 企业战略能力	53
(二) 国际竞争力	54
(三) 产业价值创造力	57
三、高尔夫产业环境竞争力	58
(一) 经济实力	59
(二) 政府政策	60
(三) 社会环境	62
四、高尔夫产业竞争力提升思路	63

- (一) 发挥政府协会作用,提升环境竞争力 63
- (二) 提高人力综合素质,提升基础竞争力 64
- (三) 建设行业优秀企业,提升核心竞争力 65

第四章 中国消费者调查情况分析 67

第一节 中国高尔夫用品消费者理念分析 67

一、消费者理念分析 67

二、消费者分类分析 67

第二节 高尔夫用品消费模式分析 68

第三节 高尔夫用品消费群体分析 69

一、年收入情况 69

二、年龄分布 69

三、性别分布 70

四、行业分布 70

第四节 高尔夫用品消费习惯分析 71

一、球具消费及品牌偏好 71

二、球具消费影响因素 72

三、球具消费认知渠道 73

四、服饰及其他消费情况 74

第五章 我国高尔夫用品市场发展情况分析 75

第一节 高尔夫用品市场发展现状分析 75

第二节 高尔夫用品市场供给情况分析 76

一、球杆 76

二、球 77

三、服装 77

第三节 高尔夫用品市场需求情况分析 78

一、球杆 78

二、球 79

三、服装 79

第四节 高尔夫用品市场价格情况分析 80

第六章 高尔夫用品进出口情况分析 82

第一节 完整的高尔夫球棍进出口分析 82

一、完整的高尔夫球棍进口分析 82

(一) 进口数量分析 82

(二) 进口金额分析 82

(三) 进口来源分析 83

(四) 进口均价分析 83

二、完整的高尔夫球棍出口分析 84

(一) 出口数量分析 84

(二) 出口金额分析 84

(三) 出口流向分析 84

(四) 出口均价分析 85

第二节 高尔夫球进出口分析 86

一、高尔夫球进口分析 86

(一) 进口数量分析 86

(二) 进口金额分析 86

(三) 进口来源分析 87

(四) 进口均价分析 87

二、高尔夫球出口分析 88

(一) 出口数量分析 88

(二) 出口金额分析 88

(三) 出口流向分析 88

(四) 出口均价分析 89

第三节 其他高尔夫球器械进出口分析 90

一、其他高尔夫球器械进口分析 90

(一) 进口数量分析 90

(二) 进口金额分析 90

(三) 进口来源分析 91

(四) 进口均价分析 91

二、其他高尔夫球器械出口分析 92

(一) 出口数量分析 92

(二) 出口金额分析 92

(三) 出口流向分析 93

(四) 出口均价分析 94

第七章 高尔夫用品行业区域分析 95

第一节 华北地区高尔夫用品行业发展状况分析 95

一、高尔夫用品行业盈利能力分析 95

二、高尔夫用品行业偿债能力分析 95

三、高尔夫用品行业营运能力分析 95

第二节 华中地区高尔夫用品行业发展状况分析 96

一、高尔夫用品行业盈利能力分析 96

二、高尔夫用品行业偿债能力分析 96

三、高尔夫用品行业营运能力分析 96

第三节 华东地区高尔夫用品行业发展状况分析 97

一、高尔夫用品行业盈利能力分析 97

二、高尔夫用品行业偿债能力分析 97

三、高尔夫用品行业营运能力分析 97

第四节 华南地区高尔夫用品行业发展状况分析 98

一、高尔夫用品行业盈利能力分析 98

二、高尔夫用品行业偿债能力分析 98

三、高尔夫用品行业营运能力分析 98

第五节 西北地区高尔夫用品行业发展状况分析 99

一、高尔夫用品行业盈利能力分析 99

二、高尔夫用品行业偿债能力分析 99

三、高尔夫用品行业营运能力分析 99

第六节 东北地区高尔夫用品行业发展状况分析 100

一、高尔夫用品行业盈利能力分析 100

二、高尔夫用品行业偿债能力分析 100

三、高尔夫用品行业营运能力分析 100

第七节 西南地区高尔夫用品行业发展状况分析 101

一、高尔夫用品行业盈利能力分析 101

二、高尔夫用品行业偿债能力分析 101

三、高尔夫用品行业营运能力分析 101

第八章 我国高尔夫用品销售渠道分析 102

第一节 我国高尔夫用品行业渠道等级分析 102

一、品牌公司 102

二、品牌代理商 102

三、一级批发商 102

四、二级批发商 102

五、零售商 102

第二节 我国高尔夫用品行业销售渠道分析 102

一、球场店 102

二、练习场店 103

三、小型综合店 103

四、品牌专卖店 103

五、高尔夫商场 103

六、百货商场 103

七、网络商城 104

第三节 我国高尔夫用品行业销售平台分析 104

一、高尔夫用品销售平台情况 104

二、高尔夫用品销售平台介绍 104

（一）壹佰高尔夫 104

（二）德霖高尔夫 106

（三）200高尔夫 107

（四）迈达康 109

（五）高尔夫地带 109

第九章 高尔夫用品产业经营策略分析 110

第一节 高尔夫用品营销市场现状分析 110

一、现有规模小 110

二、渠道单一散乱 110

三、水货假货泛滥 110

第二节 高尔夫用品行业市场营销建议 111

一、观念的转变 111

二、定位的准确 111

三、高品质的服务 112

四、高尔夫球具市场营销的创新发展之路 112

第十章 高尔夫用品行业重点企业分析 114

第一节 高尔夫用品重点品牌企业 114

一、Callaway 114

(一) 企业发展简介	114
(二) 品牌主要产品	114
(三) 品牌专利技术	115
二、Taylormade	116
(一) 企业发展简介	116
(二) 品牌主要产品	117
(三) 品牌分销渠道	118
三、Titleist	118
(一) 企业发展简介	118
(二) 品牌主要产品	118
(三) 品牌分销渠道	119
四、HONMA	119
(一) 企业发展简介	119
(二) 品牌主要产品	119
(三) 品牌在华网点	123
五、Nikegolf	124
(一) 企业发展简介	124
(二) 品牌主要产品	124
(三) 品牌分销渠道	125
六、MacGregor	125
(一) 企业发展简介	125
(二) 品牌主要产品	126
(三) 品牌创新技术	126
七、Mizuno	127
(一) 企业发展简介	127
(二) 品牌主要产品	128
(三) 品牌产品特点	128
八、PING	129
(一) 企业发展简介	129
(二) 品牌主要产品	130
(三) 品牌专业技术	130
九、Odyssey	130

(一) 企业发展简介 130

(二) 品牌主要产品 131

(三) 品牌专利技术 132

十、Cleveland 133

(一) 企业发展简介 133

(二) 品牌主要产品 133

(三) 品牌专利技术 133

第二节 高尔夫用品国内重点生产企业 135

一、比音勒芬服饰股份有限公司 135

(一) 企业发展基本情况 135

(二) 企业主营产品分析 135

(三) 企业经营情况分析 136

(四) 企业销售网络分布 137

(五) 企业竞争优势分析 139

(六) 企业发展战略分析 142

二、上海美津浓有限公司 142

(一)、企业发展基本情况 142

(二) 企业主要产品分析 143

(三) 企业主要经济指标 143

(四) 企业经营效益分析 144

(五) 企业销售网络分析 144

(六) 企业竞争优势分析 145

三、明安运动器材(东莞)有限公司 145

(一) 企业发展基本情况 145

(二) 企业主要产品分析 145

(三) 企业主要经济指标 146

(四) 企业经营效益分析 146

四、中山广盛运动器材有限公司 147

(一) 企业发展基本情况 147

(二) 企业主要产品分析 147

(三) 企业主要经济指标 148

(四) 企业经营效益分析 148

(五) 企业竞争优势分析 149

五、奇利田高尔夫用品(深圳)有限公司 149

(一) 企业发展基本情况 149

(二) 企业主要产品分析 150

(三) 企业主要经济指标 151

(四) 企业经营效益分析 151

(五) 企业销售网络分析 152

(六) 企业竞争优势分析 152

六、临沂顺亿高尔夫球制品有限公司 152

(一) 企业发展基本情况 152

(二) 企业主要产品分析 152

(三) 企业主要经济指标 153

(四) 企业经营效益分析 153

(五) 企业销售网络分析 154

(六) 企业竞争优势分析 154

七、东莞广德运动用品有限公司 154

(一) 企业发展基本情况 154

(二) 企业主要产品分析 155

(三) 企业主要经济指标 155

(四) 企业经营效益分析 156

(五) 企业销售网络分析 156

八、阿迪达斯(苏州)有限公司 156

(一) 企业发展基本情况 156

(二) 企业主要产品分析 157

(三) 企业主要经济指标 158

(四) 企业经营效益分析 158

(五) 企业销售网络分析 159

(六) 企业竞争优势分析 159

九、锦美运动用品(东莞)有限公司 160

(一) 企业发展基本情况 160

(二) 企业主要产品分析 160

(三) 企业主要经济指标 161

(四) 企业经营效益分析	161
第十一章 高尔夫用品行业品牌营销策略分析	162
第一节 高尔夫用品行业产品策略分析	162
一、消费群体高度细分, 产品定位精准	162
二、提供定制化服务, 进行高尔夫礼品开发	162
第二节 高尔夫用品行业价格策略分析	163
一、控制销售折扣, 营造高端形象	163
二、树立高端形象定位, 差异化营销	163
第三节 高尔夫用品行业分销策略分析	163
一、代理商经销制为主流	163
二、以形象专卖店为先锋抢占一线城市	163
三、以代理商、经销商为点开拓二级市场	164
第四节 高尔夫用品行业推广策略分析	164
一、利用赛事塑造品牌形象	164
二、举办试打会, 推广新产品	164
三、跨界合作营销, 寻找合作伙伴	165
第五节 启示及建议分析	165
第十二章 高尔夫用品投资前景分析	166
第一节 我国高尔夫产业投资前景分析	166
一、高尔夫发展与经济增长相关性	166
二、中国人均收入增长趋势分析	166
三、高尔夫产业规模发展预测	167
第二节 我国高尔夫用品产业前景分析	167
一、球杆	168
二、球	168
三、服装	168
第十三章 高尔夫用品相关产业发展趋势分析	170
第一节 高尔夫运动发展趋势分析	170
一、高尔夫消费群体扩大趋势	170
二、高尔夫运动的大众化趋势	170
第二节 高尔夫用品行业发展趋势分析	171
第十四章 高尔夫用品行业投资机会分析研究	172

第一节 高尔夫用品行业投资环境分析 172

一、宏观经济环境 172

二、政策环境分析 173

第二节 高尔夫用品行业区域投资分析 173

第三节 高尔夫用品行业投资建议 174

一、合理的市场定位及系统的发展战略 174

二、加强技术研发与创新 175

三、注意销售模式与销售渠道的选择 175

四、注重知识产权的保护 175

第十五章 高尔夫用品产业投资风险 176

第一节 宏观经济风险 176

第二节 市场竞争风险 176

第三节 品牌风险 176

第四节 技术风险 177

第五节 进出口贸易风险 177

图表目录：

图表 1 中国国内生产总值及增长变化趋势图 15

图表 2 国内生产总值构成及增长速度统计 16

图表 3 中国规模以上工业增加值及增长速度趋势图 17

图表 4 中国规模以上工业增加值及增长速度趋势图 17

图表 5 中国全社会固定资产投资增长趋势图 18

图表 6 中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 19

图表 7 城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 20

图表 8 中国居民消费价格月度变化趋势图 21

图表 9 中国进出口总额增长趋势图 22

图表 10 中国高净值区域人数统计分布图 23

图表 11 中国高净值人群地域分布图 23

图表 12 高尔夫用品所涉及的主要法律法规情况 28

图表 13 中国人口总量增长趋势图 29

图表 14 中国人口数量及其构成情况统计 29

图表 15 中国城镇化率变化趋势图 30

图表 16 高尔夫行业产业链示意图 38

图表 17 职业赛事数量对比	43
图表 18 中国高尔夫各地区设施总数变化图	44
图表 19 中国高尔夫设施球场区域分布	45
图表 20 中国高尔夫球场盈利情况	46
图表 21 中国十佳球会情况	47
图表 22 基础竞争力影响因素重要程度排名	47
图表 23 核心竞争力影响因素重要程度排名	53
图表 24 会籍价格和打球价格	55
图表 25 环境竞争力影响因素重要程度排名	58
图表 26 高尔夫用品消费群体收入情况	69
图表 27 高尔夫用品消费群体年龄情况	70
图表 28 高尔夫用品消费群体性别情况	70
图表 29 高尔夫用品消费群体行业分布情况	71
图表 30 中国高尔夫球具消费及品牌偏好情况	72
图表 31 中国高尔夫球具选择因素市场调查	73
图表 32 中国高尔夫球具选择信息来源市场调查	73
图表 33 中国高尔夫服饰及其他装备消费情况	74
图表 34 中国高尔夫总打球轮次变化趋势图	75
图表 35 中国完整高尔夫球杆产量变化趋势图	77
图表 36 中国高尔夫球产量变化趋势图	77
图表 37 中国高尔夫服装产量变化趋势图	78
图表 38 中国完整高尔夫球杆需求量变化趋势图	79
图表 39 中国高尔夫球需求量变化趋势图	79
图表 40 中国高尔夫服装需求量变化趋势图	80
图表 41 中国高尔夫用品企业产品价格情况（部分）	80
图表 42 中国完整的高尔夫球棍进口数量统计	82
图表 43 中国完整的高尔夫球棍进口金额统计	82
图表 44 中国完整的高尔夫球棍进口来源地情况	83
图表 45 中国完整的高尔夫球棍进口金额统计	83
图表 46 中国完整的高尔夫球棍出口数量统计	84
图表 47 中国完整的高尔夫球棍出口金额统计	84
图表 48 中国完整的高尔夫球棍出口目的地情况	85

图表 49 中国完整的高尔夫球棍出口金额统计 85

图表 50 中国高尔夫球进口数量统计 86

图表 51 中国高尔夫球进口金额统计 86

图表 52 中国高尔夫球进口来源地情况 87

图表 53 中国高尔夫球进口金额统计 87

图表 54 中国高尔夫球出口数量统计 88

图表 55 中国高尔夫球出口金额统计 88

图表 56 中国高尔夫球出口目的地情况 89

图表 57 中国高尔夫球出口金额统计 90

图表 58 中国其他高尔夫球器械进口数量统计 90

图表 59 中国其他高尔夫球器械进口金额统计 91

图表 60 其他高尔夫球器械进口来源地情况 91

图表 61 中国其他高尔夫球器械进口金额统计 92

图表 62 中国其他高尔夫球器械出口数量统计 92

图表 63 中国其他高尔夫球器械出口金额统计 92

图表 64 中国高尔夫球出口目的地情况 93

图表 65 中国其他高尔夫球器械出口金额统计 94

图表 66 中国华北地区盈利能力情况 95

图表 67 中国华北地区高尔夫用品行业偿债能力情况 95

图表 68 中国华北地区高尔夫用品行业总资产周转情况 95

图表 69 中国华中地区盈利能力情况 96

图表 70 中国华中地区高尔夫用品行业偿债能力情况 96

图表 71 中国华中地区高尔夫用品行业总资产周转情况 96

图表 72 中国华东地区盈利能力情况 97

图表 73 中国华东地区高尔夫用品行业偿债能力情况 97

图表 74 中国华东地区高尔夫用品行业总资产周转情况 97

图表 75 中国华南地区盈利能力情况 98

图表 76 中国华南地区高尔夫用品行业偿债能力情况 98

图表 77 中国华南地区高尔夫用品行业总资产周转情况 98

图表 78 中国西北地区盈利能力情况 99

图表 79 中国西北地区高尔夫用品行业偿债能力情况 99

图表 80 中国西北地区高尔夫用品行业总资产周转情况 99

图表 81 中国东北地区盈利能力情况 100

图表 82 中国东北地区高尔夫用品行业偿债能力情况 100

图表 83 中国东北地区高尔夫用品行业总资产周转情况 100

图表 84 中国华北地区盈利能力情况 101

图表 85 中国华北地区高尔夫用品行业偿债能力情况 101

图表 86 中国华北地区高尔夫用品行业总资产周转情况 101

图表 87 壹佰高尔夫国内门店分布情况表 105

图表 88 200高尔夫国内门店分布情况表 108

图表 89 Callaway产品情况表 114

图表 90 TaylorMade产品情况表 117

图表 91 Titleist产品情况表 118

图表 92 HONMA主要高尔夫球杆产品图示 120

图表 93 HONMA主要高尔夫球包图示 121

图表 94 HONMA主要高尔夫服饰图示 122

图表 95 HONMA主要高尔夫其他配件服饰 123

图表 96 HONMA在中国的店铺情况 123

图表 97 Nikegolf产品情况表 124

图表 98 Mizuno产品情况表 128

图表 99 PING产品情况表 130

图表 100 Odyssey产品情况表 131

图表 101 Cleveland产品情况表 133

图表 102 比音勒芬服饰股份有限公司产品情况表 135

图表 103 比音勒芬服饰股份有限公司服装系列风格情况表 136

图表 104 比音勒芬服饰股份有限公司主要经济指标统计 137

图表 105 比音勒芬服饰股份有限公司分产品情况表 137

图表 106 比音勒芬服饰股份有限公司业务结构情况 137

图表 107 比音勒芬服饰股份有限公司门店数量分地区情况表 138

图表 108 比音勒芬服饰股份有限公司按渠道门店数量情况表 139

图表 109 比音勒芬服饰股份有限公司分地区情况表 139

图表 110 上海美津浓有限公司基本情况 143

图表 111 上海美津浓有限公司产品图 143

图表 112 上海美津浓有限公司资产及负债统计 144

图表 113 上海美津浓有限公司收入及利润情况 144

图表 114 上海美津浓有限公司资产负债率情况 144

图表 115 上海美津浓有限公司盈利能力指标 144

图表116 明安运动器材（东莞）有限公司基本情况 145

图表117 明安运动器材(东莞)有限公司产品图 146

图表118 明安运动器材(东莞)有限公司资产及负债统计 146

图表119 明安运动器材(东莞)有限公司收入及利润情况 146

图表120 明安运动器材(东莞)有限公司资产负债率情况 147

图表121 明安运动器材(东莞)有限公司盈利能力指标 147

图表122 中山广盛运动器材有限公司基本情况 147

图表123 中山广盛运动器材有限公司产品图 148

图表124 中山广盛运动器材有限公司资产及负债统计 148

图表125 中山广盛运动器材有限公司收入及利润情况 148

图表126 中山广盛运动器材有限公司资产负债率情况 149

图表127 中山广盛运动器材有限公司盈利能力指标 149

图表128 奇利田高尔夫用品(深圳)有限公司基本情况 150

图表129 奇利田高尔夫用品(深圳)有限公司产品图 150

图表130 奇利田高尔夫用品(深圳)有限公司资产及负债统计 151

图表131 奇利田高尔夫用品(深圳)有限公司收入及利润情况 151

图表132 奇利田高尔夫用品(深圳)有限公司资产负债率情况 151

图表133 奇利田高尔夫用品(深圳)有限公司盈利能力指标 151

图表134 临沂顺亿高尔夫球制品有限公司基本情况 152

图表135 临沂顺亿高尔夫球制品有限公司产品图 153

图表136 临沂顺亿高尔夫球制品有限公司资产及负债统计 153

图表137 临沂顺亿高尔夫球制品有限公司收入及利润情况 153

图表138 临沂顺亿高尔夫球制品有限公司资产负债率情况 154

图表139 临沂顺亿高尔夫球制品有限公司盈利能力指标 154

图表140 东莞广德运动用品有限公司基本情况 155

图表141 东莞广德运动用品有限公司产品图 155

图表142 东莞广德运动用品有限公司资产及负债统计 155

图表143 东莞广德运动用品有限公司收入及利润情况 156

图表144 东莞广德运动用品有限公司资产负债率情况 156

图表145 东莞广德运动用品有限公司盈利能力指标 156
图表146 阿迪达斯（苏州）有限公司基本情况 157
图表147 阿迪达斯（苏州）有限公司产品表 157
图表 148 阿迪达斯（苏州）有限公司资产及负债统计 158
图表 149 阿迪达斯（苏州）有限公司收入及利润情况 158
图表 150 阿迪达斯（苏州）有限公司资产负债率情况 159
图表 151 阿迪达斯（苏州）有限公司盈利能力指标 159
图表152 锦美运动用品（东莞）有限公司基本情况 160
图表153 锦美运动用品（东莞）有限公司产品图 160
图表 154 锦美运动用品（东莞）有限公司资产及负债统计 161
图表 155 锦美运动用品（东莞）有限公司收入及利润情况 161
图表 156 锦美运动用品（东莞）有限公司资产负债率情况 161
图表 157 锦美运动用品（东莞）有限公司盈利能力指标 161
图表 158 中国完整高尔夫球杆需求量预测图 168
图表 159 中国高尔夫球需求量预测图 168
图表 160 中国高尔夫服装需求量预测图 169
图表 161 "十二五"时期中国经济社会发展主要指标 172
图表 162 ~ 主要地区高尔夫平均18洞打球轮次变化情况 174

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/287424.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专业提供投资咨询报告、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。