

2019-2025年中国互联网+ 高尔夫球市场前景研究与产业竞争格局报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2019-2025年中国互联网+高尔夫球市场前景研究与产业竞争格局报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/B88477SUMD.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话： 400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真： 010-60343813

Email： sales@abaogao.com

联系人： 刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

“高尔夫”是荷兰文kolf的音译，意思是“在绿地和新鲜氧气中的美好生活”。高尔夫球是一种以棒击球入穴的球类运动。如今，高尔夫球运动已经成为贵族运动的代名词，但是它是由一群牧羊人发明的！“高尔夫”原意为“在绿地和新鲜空气中的美好生活”。它是一种把享受大自然乐趣、体育锻炼和游戏集于一身的运动。

年份	出口（个、千美元）	进口（个、千美元）	数量	金额	数量	金额
2009年	226942137	59,095	3777924	5,365		
2010年	259438151	77,828	5946146	7,678		
2011年	206628646	67,952	7476857	10,124		
2012年	231747864	80,316	14060980	12,901		
2013年	225306141	74355	12634890	14870		
2014年	182475477	57,446	15792463	16,175		
2015年	**	**	**	**		
2016年	**	**	**	**		
2017年	**	**	**	**		

数据来源：中国海关、智研数据研究中心整理2009-2017年中国高尔夫球

年份	进口平均价格（美元/个）	出口平均价格（美元/个）
2009年	1.42	0.26
2010年	1.29	0.30
2011年	1.35	0.33
2012年	0.92	0.35
2013年	1.18	0.33
2014年	1.02	0.31
2015年	**	**
2016年	**	**
2017年	**	**

数据来源：中国海关、智研数据研究中心整理

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国互联网+高尔夫球市场前景研究与产业竞争格局报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：第一章 中国互联网+高尔夫球行业发展综述

1.1 “互联网+高尔夫球”行业概念界定

1.1.1 “互联网+”的提出及内涵

（1）“互联网+”的提出

（2）“互联网+”的内涵

1.1.2 “互联网+高尔夫球”行业的内涵

1.1.3 本报告的研究范围

1.2 中国互联网+高尔夫球行业发展背景

1.2.1 中国互联网+高尔夫球行业政策背景分析

- (1) 行业管理体制分析
- (2) 行业发展规划分析
- (3) 行业政策动向分析
- (4) 政策环境对行业的影响

1.2.2 中国互联网+高尔夫球行业经济背景分析

- (1) 宏观经济环境分析
 - 1) 国际宏观经济运行分析
 - 2) 国内宏观经济运行分析
 - 3) 宏观经济发展对行业的影响
- (2) 关联产业发展背景
 - 1) 中国电子商务发展状况分析
 - 2) 中国大数据产业发展状况分析
 - 3) 中国互联网产业发展状况分析

截至 2017 年 12 月，我国网民规模达 7.72 亿，全年共计新增网民 4074 万人。互联网普及率为 55.8%，较 2016 年底提升 2.6 个百分点。2016 年 6 月-2017 年 12 月我国网民规模及互联网普及率统计

年份	网民数(万人)	互联网普及率(%)
2012年6月	53760	39.9
2012年12月	56400	42.1
2013年6月	59056	44.1
2013年12月	61758	45.8
2014年6月	63200	46.9
2014年12月	64875	47.9
2015年6月	66769	48.8
2015年12月	68826	50.3
2016年6月	70958	51.7
2016年12月	73125	53.2
2017年6月	75116	54.3
2017年12月	77198	55.8

数据来源：公开资料整理我国网民规模及互联网普及率走势图数据来源：公开资料整理

我国网民规模继续保持平稳增长。互联网模式不断创新、线上线下服务融合加速以及公共服务线上化步伐加快，成为网民规模增长推动力。2017 年，习近平总书记在十九大报告中多次提及互联网，互联网在经济社会发展中的重要地位更加凸显，我国向网络强国建设目标持续迈进。过去一年，中国互联网产业发展加速融合，“中国制造 2025”全面实施、工业互联网全力推进，“互联网+”持续助推传统产业升级；互联网、大数据、人工智能和实体经济从初步融合迈向深度融合的新阶段，转型升级的澎湃动力加速汇集；数字经济成为经济发展新引擎，互联网和数字化推动传统经济向互联网经济升级和转型；信息化服务普及、网络扶贫大力开展、公共服务水平的提升，让广大人民群众在共享互联网发展成果上拥有了更多获得感。

截至 2017 年 12 月，我国手机网民规模达 7.53 亿，较 2016 年底增加 5734 万人。网民中使用手

机上网人群的占比由 2016 年的 95.1%提升至 97.5%，网民手机上网比例继续攀升。2012-2017年中国手机网民规模及其占网民比例数据来源：公开资料整理

2017 年，移动互联网主要呈现三个特点：服务场景不断丰富、移动终端规模加速提升、移动数据量持续扩大。首先，各类综合移动应用平台不断融合社交、信息服务、金融、交通出行及民生服务等功能，打造一体化服务平台，扩大服务范围和影响力；其次，以手机为中心的智能设备，成为“万物互联”的基础，车联网、智能家电促进“住行”体验升级，构筑个性化、智能化应用场景；最后，在人口红利逐渐消失、网民规模趋于稳定的同时，海量移动数据成为新的价值挖掘点，庞大的数据量与“大数据”处理技术深度结合，为移动互联网产业创造更多价值挖掘空间。

4) 关联产业发展对行业的影响

1.2.3 中国互联网+高尔夫球行业技术背景分析

- (1) 云计算技术发展现状及未来趋势分析
- (2) 物联网技术发展现状及未来趋势分析
- (3) 通信技术的发展现状及未来趋势分析
- (4) 互联网相关技术对行业的影响总结

第二章 中国互联网+高尔夫球行业发展现状及前景

2.1 中国互联网+高尔夫球行业市场发展阶段分析

2.1.1 互联网+高尔夫球行业发展阶段研究

2.1.2 中国互联网+高尔夫球行业细分阶段发展特点

2.2 互联网给高尔夫球行业带来的冲击和变革分析

2.2.1 互联网时代高尔夫球行业大环境变化分析

2.2.2 互联网给高尔夫球行业带来的突破机遇分析

2.2.3 互联网给高尔夫球行业带来的挑战分析

2.2.4 互联网+高尔夫球行业融合创新机会分析

2.3 中国互联网+高尔夫球行业市场发展现状分析

2.3.1 中国互联网+高尔夫球行业投资布局分析

- (1) 中国互联网+高尔夫球行业投资切入方式
- (2) 中国互联网+高尔夫球行业投资规模分析
- (3) 中国互联网+高尔夫球行业投资业务布局

2.3.2 高尔夫球行业目标客户互联网渗透率分析

2.3.3 中国互联网+高尔夫球行业市场规模分析

2.3.4 中国互联网+高尔夫球行业竞争格局分析

- (1) 中国互联网+高尔夫球行业参与者结构
- (2) 中国互联网+高尔夫球行业竞争者类型
- (3) 中国互联网+高尔夫球行业市场占有率
- 2.4 中国互联网+高尔夫球行业市场发展前景分析
 - 2.4.1 中国互联网+高尔夫球行业市场增长动力分析
 - 2.4.2 中国互联网+高尔夫球行业市场发展瓶颈剖析
 - 2.4.3 中国互联网+高尔夫球行业市场发展趋势分析
- 2.5 中国高尔夫球行业电商发展现状及前景预测
 - 2.5.1 中国高尔夫球行业电商总体开展情况
 - 2.5.2 中国高尔夫球行业电商交易规模分析
 - 2.5.3 中国高尔夫球行业电商产品/服务品类
 - 2.5.4 中国高尔夫球行业电商盈利情况分析
 - 2.5.5 中国高尔夫球行业电商市场现存问题
 - 2.5.6 中国高尔夫球行业电商市场趋势分析
 - 2.5.7 中国高尔夫球行业电商市场规模预测
- 第三章 中国互联网+高尔夫球行业商业模式创新策略
 - 3.1 商业模式研究基本思想介绍
 - 3.1.1 商业模式的定义及与其他模式的比较
 - 3.1.2 商业模式的核心构成要素及构建流程
 - 3.2 中国互联网+高尔夫球行业市场定位创新分析
 - 3.2.1 中国高尔夫球行业消费者特征分析
 - 3.2.2 中国高尔夫球行业企业主流的市场定位分析
 - 3.2.3 互联网对高尔夫球行业市场定位的变革分析
 - 3.2.4 互联网下高尔夫球行业市场定位优秀案例分析
 - 3.3 中国互联网+高尔夫球行业价值主张创新分析
 - 3.3.1 中国高尔夫球行业主要的客户价值主张要素分析
 - 3.3.2 互联网+高尔夫球行业价值主张创新策略分析
 - (1) 高尔夫球行业企业如何利用互联网升级产品使用体验
 - (2) 高尔夫球行业企业如何利用互联网改善个性化服务体验
 - (3) 高尔夫球行业企业如何利用互联网节约客户成本
 - 3.3.3 互联网+高尔夫球行业价值主张创新优秀案例
 - 3.4 中国互联网+高尔夫球行业渠道通路创新分析

3.4.1 中国高尔夫球行业渠道通路的主要类别及特点分析

- (1) 价值传递通路的定义及特点
- (2) 产品销售渠道的定义及特点
- (3) 现有渠道通路特点的优势及不足
- (4) 互联网对渠道通路的改造分析

3.4.2 互联网对高尔夫球行业渠道通路的颠覆性变革分析

3.4.3 互联网+高尔夫球行业网络媒体高尔夫球宣传策略分析

3.4.4 互联网+高尔夫球行业电商渠道构建策略分析

3.4.5 互联网+高尔夫球行业渠道通路创新优秀案例

3.5 中国互联网+高尔夫球行业客户关系创新分析

3.5.1 中国高尔夫球行业客户关系的类别及关系成本分析

- (1) 高尔夫球行业客户关系的类别分析
- (2) 高尔夫球行业客户关系成本分析

3.5.2 中国互联网+高尔夫球行业客户关系创新路径分析

3.5.3 中国互联网+高尔夫球行业客户关系创新优秀案例

3.6 中国互联网+高尔夫球行业收入来源创新分析

3.6.1 中国高尔夫球行业收入的主要来源渠道及特点

3.6.2 中国互联网+高尔夫球行业收入来源的创新分析

3.6.3 中国互联网+高尔夫球行业收入来源创新优秀案例

3.7 中国互联网+高尔夫球行业合作伙伴创新分析

3.7.1 中国高尔夫球行业主要的合作伙伴及其特点分析

3.7.2 互联网如何改变高尔夫球行业合作伙伴结构

3.7.3 互联网下高尔夫球行业新增合作伙伴的特点

3.7.4 互联网下高尔夫球行业新增合作伙伴优秀案例

3.8 中国互联网+高尔夫球行业成本机构优化分析

3.8.1 中国高尔夫球行业主要成本结构及特点分析

3.8.2 互联网如何改变高尔夫球行业成本结构

3.8.3 互联网下高尔夫球行业成本结构的优化路径

3.8.4 互联网下高尔夫球行业成本结构优化优秀案例

3.9 国外互联网+高尔夫球行业商业模式创新经验

3.9.1 国外互联网+高尔夫球行业商业模式优秀案例剖析

- (1) 案例一

- 1) 案例一基本信息分析
- 2) 案例一经营情况分析
- 3) 案例一盈利模式分析
- 4) 案例一商业模式评价

(2) 案例二

- 1) 案例二基本信息分析
- 2) 案例二经营情况分析
- 3) 案例二盈利模式分析
- 4) 案例二商业模式评价

3.9.2 国外互联网+高尔夫球行业商业模式创新经验借鉴

第四章 中国高尔夫球行业企业电商战略规划及模式选择

4.1 中国高尔夫球行业企业电商战略规划分析

4.1.1 高尔夫球企业电商如何正确定位

4.1.2 高尔夫球电商核心业务确定策略

4.1.3 高尔夫球企业电商化组织变革策略

4.2 中国高尔夫球行业典型电商发展模式总体分析

4.2.1 中国电子商务主流模式分析

4.2.2 B2B电商模式及其优劣势分析

(1) B2B电商模式的特点

(2) B2B电商模式的适用范围

(3) B2B电商模式的优秀案例

(4) B2B电商模式的优劣势

4.2.3 B2C电商模式及其优劣势分析

(1) B2C电商模式的特点

(2) B2C电商模式的适用范围

(3) B2C电商模式的优秀案例

(4) B2C电商模式的优劣势

4.2.4 C2C电商模式及其优劣势分析

(1) C2C电商模式的特点

(2) C2C电商模式的适用范围

(3) C2C电商模式的优秀案例

(4) C2C电商模式的优劣势

4.2.5 O2O电商模式及其优劣势分析

- (1) O2O电商模式的特点
- (2) O2O电商模式的适用范围
- (3) O2O电商模式的优秀案例
- (4) O2O电商模式的优劣势

4.2.6 中国高尔夫球行业最优电商模式的选择

4.3 中国高尔夫球行业企业电商切入模式及发展路径

4.3.1 模式一

- (1) 模式一的特点及优劣势
- (2) 模式一的业务布局分析
- (3) 模式一的渠道通路分析
- (4) 模式一的收入来源分析
- (5) 模式一的关键资源能力分析
- (6) 模式一的经营风险分析
- (7) 模式一的优秀案例分析

4.3.2 模式二

- (1) 模式二的特点及优劣势
- (2) 模式二的业务布局分析
- (3) 模式二的渠道通路分析
- (4) 模式二的收入来源分析
- (5) 模式二的关键资源能力分析
- (6) 模式二的经营风险分析
- (7) 模式二的优秀案例分析

4.4 中国高尔夫球行业移动电商切入路径及典型产品

4.4.1 中国高尔夫球行业移动电商的商业价值分析

- (1) 移动电商的商业价值分析
- (2) 中国移动互联网发展现状
- (3) 中国移动互联网前景预测

4.4.2 中国高尔夫球行业移动电商市场发展现状

4.4.3 中国高尔夫球行业移动电商市场切入路径

4.4.4 中国高尔夫球行业移动电商典型产品形式

4.4.5 中国高尔夫球行业移动电商发展趋势及前景

第五章 中国互联网+高尔夫球商业模式创新优秀案例剖析

5.1 案例一

5.1.1 案例一基本信息分析

5.1.2 案例一经营情况分析

5.1.3 案例一产品/服务分析

5.1.4 案例一盈利模式分析

5.1.5 案例一渠道通路分析

5.1.6 案例一合作伙伴分析

5.1.7 案例一融资情况分析

5.1.8 案例一商业模式评价

5.2 案例二

5.2.1 案例二基本信息分析

5.2.2 案例二经营情况分析

5.2.3 案例二产品/服务分析

5.2.4 案例二盈利模式分析

5.2.5 案例二渠道通路分析

5.2.6 案例二合作伙伴分析

5.2.7 案例二融资情况分析

5.2.8 案例二商业模式评价

第六章 中国互联网+高尔夫球行业市场投资机会及建议

6.1 中国互联网+高尔夫球行业投资特性及风险

6.1.1 互联网+高尔夫球行业投资壁垒分析

(1) 政策壁垒

(2) 技术壁垒

(3) 市场壁垒

6.1.2 互联网+高尔夫球行业投资特性分析

6.1.3 互联网+高尔夫球行业投资风险分析

6.2 中国互联网+高尔夫球行业投融资现状及趋势

6.2.1 中国互联网+高尔夫球行业投资现状及趋势

(1) 中国互联网+高尔夫球行业投资主体结构

(2) 各投资主体核心资源分析

(3) 各投资主体投资方式分析

(4) 各投资主体投资规模分析

(5) 主要投资事件分析

(6) 各投资主体投资趋势分析

6.2.2 中国互联网+高尔夫球行业融资现状及趋势

(1) 中国互联网+高尔夫球行业融资主体构成

(2) 各融资主体核心资源分析

(3) 各融资主体融资方式分析

(4) 各融资主体融资规模分析

(5) 主要融资事件及用途

(6) 各融资主体融资趋势分析

6.3 中国互联网+高尔夫球行业投资机会及建议

6.3.1 中国互联网+高尔夫球行业投资机会分析

6.3.2 中国互联网+高尔夫球行业投资建议分析

第七章 中国大型企业互联网+高尔夫球投资布局分析

7.1 相关公司“互联网+高尔夫球”投资布局

7.1.1 企业一

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+高尔夫球投资布局

(4) 企业互联网+高尔夫球产品/服务分析

(5) 企业最新发展动向

7.1.2 企业二

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+高尔夫球投资布局

(4) 企业互联网+高尔夫球产品/服务分析

(5) 企业最新发展动向

7.1.3 企业三

(1) 企业基本信息分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业互联网+高尔夫球投资布局

(4) 企业互联网+高尔夫球产品/服务分析

(5) 企业最新发展动向

7.2 大型互联网企业“互联网+高尔夫球”投资布局

7.2.1 阿里巴巴

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+高尔夫球投资布局
- (4) 企业互联网+高尔夫球产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

7.2.2 百度公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+高尔夫球投资布局
- (4) 企业互联网+高尔夫球产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

7.2.3 腾讯公司

- (1) 企业基本信息分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业互联网+高尔夫球投资布局
- (4) 企业互联网+高尔夫球产品/服务分析
- (5) 企业最新发展动向

图表目录

图表1：互联网+高尔夫球行业发展规划汇总表

图表2：互联网+高尔夫球行业主要政策汇总表

图表3：政策环境对行业的影响分析表

图表4：全球主要经济体经济增速预测（单位：%）

图表5：2010-2017年中国GDP增长率变化趋势图（单位：%）

图表6：2010-2017年中国工业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）

图表7：2010-2017年中国服务业增加值及增长率走势图（单位：万亿元，%）

图表8：2010-2017年中国电商交易规模发展趋势（单位：亿元，%）

图表9：2019-2025年中国电商交易规模预测

图表10：2010-2017年我国网民规模及互联网普及率

图表11：2013-2017年中国网民各类网络应用的使用率

图表12：2010-2017年我国移动网民规模及增长速度
图表13：关联产业发展对行业的影响总结表
图表14：互联网相关技术对行业的影响总结表
图表15：中国互联网+高尔夫球行业发展阶段
图表16：主要企业互联网+高尔夫球行业投资切入角度
图表17：2014-2017年中国互联网+高尔夫球行业主要投资事件
图表18：中国互联网+高尔夫球行业投资业务布局
图表19：2012-2017年中国互联网+高尔夫球行业市场规模发展趋势
图表20：中国互联网+高尔夫球行业主要的市场参与者
图表21：中国互联网+高尔夫球行业市场增长动力
图表22：中国互联网+高尔夫球行业市场发展瓶颈
图表23：中国高尔夫球行业电商交易规模（单位：亿元）
图表24：中国高尔夫球行业电商产品/服务品类
图表25：中国高尔夫球行业电商市场现存问题
图表26：2019-2025年中国高尔夫球行业电商市场规模预测
图表27：商业模式与其它模式的区别
图表28：商业模式与其它模式的联系
图表29：商业模式框架图
图表30：中国高尔夫球行业消费者特征
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/B88477SUMD.html>