

INTRODUCTION TO
GOLF
INDUSTRY

规模 结构 产业链

高尔夫产业概论

吴克祥 著

中国旅游出版社

INTRODUCTION TO
GOLF
INDUSTRY

高 尔 夫 产业概论

—— 吴克祥 著 ——

中国旅游出版社

项目统筹：付 蓉
责任编辑：张珊珊
责任印制：冯冬青
封面设计：中文天地

图书在版编目（CIP）数据

高尔夫产业概论 / 吴克祥著. --北京：中国旅游出版社，2014.9
ISBN 978 - 7 - 5032 - 5028 - 6

I. ①高… II. ①吴… III. ①高尔夫球运动—体育产业—概论 IV. ①G849.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2014）第 174649 号

书 名：高尔夫产业概论

作 者：吴克祥

出版发行：中国旅游出版社

（北京建国门内大街甲 9 号 邮编：100005）

http: //www. cttp. net. cn E-mail: cttp@cnta. gov. cn

发行部电话：010 - 85166503

经 销：全国各地新华书店

印 刷：三河市灵山红旗印刷厂

版 次：2014 年 9 月第 1 版 2014 年 9 月第 1 次印刷

开 本：787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张：15.25

印 数：1 - 3000 册

字 数：251 千

定 价：32.00 元

I S B N 978 - 7 - 5032 - 5028 - 6

版权所有 翻印必究

如发现质量问题，请直接与发行部联系调换

序

随着我国经济水平的快速增长,休闲时代到来,越来越多的居民选择高尔夫运动作为日常休闲健身方式,将其作为休闲生活的组成部分。高尔夫运动在我国已经走过了30多年的发展历程。据统计,截至2013年,我国高尔夫人口已接近200万。高尔夫人口的猛增带动了高尔夫运动设施、用品企业、中介服务业等行业的发展,大型高尔夫赛事的数量和水平也逐年攀高,我国的高尔夫运动呈现出强劲的产业化发展态势。而其中,广东在中国高尔夫运动国际化发展和产业化进程中功不可没,这里是中国高尔夫顶尖人才的摇篮,从张连伟、梁文冲到冯珊珊等;这里曾举办中国顶尖高尔夫赛事,如观澜高尔夫世界杯、汇丰高尔夫冠军赛到沃尔沃(VOLVO)中国高尔夫公开赛等;这里有中国最早的公众球场,这里还有世界知名的高尔夫球具生产加工基地,产业结构完善。时至今日,广东的高尔夫产业、高尔夫运动和高尔夫人才的发展仍为国内领先。

高尔夫运动和高尔夫产业的可持续发展需要具有相应专业理论知识和实践能力的管理、服务和竞技专门人才作为保证。高尔夫运动在我国践行的同时需要扎实稳妥的理论指导,理论源于实践,理论又反过来用于指导实践。高水平人才的培养,高尔夫相关理论研究的跟进都对我国高尔夫运动教学和科研提出了新时代下的新要求。欣闻暨南大学深圳旅游学院高尔夫专业教师团队撰写了一系列高尔夫管理方面的专著和教材,即将由中国旅游出版社发行出版,甚感欣慰。

我还清晰记得几年前受邀到该学院访问的情景。学院地处久负盛名的深圳华侨城旅游景区之中,学院面积不大,但实验、实践、教学设施完整齐备,凸显了其特色教学与科研的专业性。暨南大学的高尔夫专业从2003年开始,是我国最早开办高尔夫本科教育的院校之一,业已形成从本科到研究生的办学层次,为业界输送了数百名精英才俊,尤其是在高尔夫裁判、高尔夫赛事管理、高尔夫球场管理等方面得到业界的广泛嘉许。

当时,学院具有前瞻性地选派和组织教师前往高尔夫的发源地苏格兰圣安德鲁斯进修学习,先后选派3批共8人次,他们皆荣获了苏格兰教育监管局授予的高尔夫球会管理教师资格证书和英国皇家古老俱乐部授予的高尔夫球会管理专业证书,为高尔夫专业办学储备了师资力量;其后他积极推动了首届高尔夫职业经理人国际论坛的圆满召开,促进了高尔夫与休闲领域的国际交流与合作,提高了高尔夫国际化办学水平;多年来,泽彭兄

一直牵挂该校高尔夫专业建设,特别是高尔夫专业的专著和教材建设,多次督促其发展。该校目前已经出版的《高尔夫球会管理》和《高尔夫规则与礼仪》两本著作,反响不俗。此次推出的《高尔夫产业概论》、《高尔夫赛事管理》、《高尔夫俱乐部管理》、《高尔夫球童管理》、《高尔夫历史与文化》、《高尔夫球会运作管理》、《高尔夫球会经营管理》、《高尔夫专卖店经营管理》等系列专著是暨南大学高尔夫与体育休闲产业研究中心及高尔夫专业教师们多年理论积淀和实践经验的结晶,凝聚了作者们的心血和对高尔夫健康发展的殷切期许。十年磨一剑,十多年的辛勤耕耘凝聚于字里行间。这是刘泽彭先生之欣慰,也是吾之欣慰。

这套丛书既有理论深度,又注重知识的实用性和文字的可读性。其出版发行将为当前高尔夫从业人员和高尔夫产业经营管理者提供有益的理论指导,引导高尔夫运动和高尔夫产业健康、持续发展;也将为高尔夫专业的办学提供理论性和实践性强的学习材料,推动高尔夫教学质量和水平提高。因此,这是学界和业界不可多得的理论与实践兼备的丛书,值得一读和推荐。

休闲体验时代的到来,必然会进一步推动高尔夫运动的发展,然而这需要同人的共同努力。在这里,我诚挚祝贺暨南大学高尔夫专业教师团队,感谢他们对中国高尔夫事业的辛勤奉献!

与同人们共勉,是为序。

中国高尔夫球协会主席

A handwritten signature in black ink, appearing to read '刘泽彭' (Liu Zepeng), the Chairman of the China Golf Association.

2014年8月

前言

随着高尔夫运动重返奥运会大家庭,这项在欧美发达国家非常普及的休闲运动,近年来在发展中国家也得到快速发展,呈现出大众化、全球化、产业化的趋势。高尔夫运动的普及推动了高尔夫相关上下游企业的发展,如高尔夫球场建造、高尔夫赛事举办、高尔夫球具生产、高尔夫俱乐部运营、高尔夫中介服务等,初步形成了融合制造业、服务业的高尔夫复合型产业链。高尔夫的产业化发展实践需要相关的理论指导,但目前高尔夫产业理论研究相对滞后,特别是在我国高尔夫专门人才较为缺乏,很大程度上制约了高尔夫产业的可持续发展。基于此,本书对我国的高尔夫产业化发展过程中的一系列问题进行探讨,对高尔夫产业理论研究进行有益的尝试,希望能抛砖引玉,对后继的相关研究起到一定的启发和参考作用。

高尔夫产业研究属于前沿性的课题,需要融合多学科知识进行探讨。但鉴于国内外相关研究成果较少,可供参考的文献有限,以至于在本书撰写过程中,从最初的资料准备、实地走访调研到最终成稿,几经修改,历经十载。高尔夫产业研究离不开高尔夫的产业实践,在过去的十年间,作者几乎考察了全国各地具有代表性的高尔夫球场,调查了高尔夫球具企业和经销商,追踪和持续研究高尔夫的各级赛事,走访了国内高尔夫领域的多位企业家和经理人,对我国高尔夫产业化发展中的关键问题进行总结与提炼,架构了基于高尔夫运动特征的高尔夫企业集合的市场行为的研究范围,以期让读者对高尔夫行业有一个全面客观的了解。

因高尔夫产业涉及面广,包容度大,本书在内容的设置上结合我国高尔夫产业现状,对内容进行了相应取舍,既保持了内容体系的完整性和系统性,又突出重点,并注重内容的先进性,努力保证章节之间知识的相互联系与协调。本书从高尔夫产业结构特征分析了高尔夫消费群体、设施供给模式,较为详尽地介绍了高尔夫球场、高尔夫赛事、高尔夫球具、高尔夫旅游、高尔夫中介企业等产业组织的市场规模、经济行为特征及产业内的相互关系。另外,本书采用了理论与实践相结合的方法,注重理论联系实际。文中各章节选用了国内外大量的案例,主要目的就是利用理论来审视实际问题,切实做到将高尔夫产业的相关现状问题进行剖析,以期有新的理解和见解,得出更为有效的解决方案。本书将为高尔夫企业的管理者针对行业特征制定经营战略提供参考,为相关政府部门制定高尔夫产

业政策提供理论依据和分析的手段。

本书在撰写过程中,得到了深圳高尔夫俱乐部郁小平总经理、深圳名商高尔夫俱乐部常向前总经理、佛山山语湖高尔夫球会邵莹莹总经理、深圳正中高尔夫球会费海龙总经理、云南华侨城云海谷高尔夫球会袁铁坚总经理、泰州云海湿地高尔夫球场刘正总经理等的大力支持与帮助。他们丰富的实践经验和敏锐的思维,为本书的研究提供了很多宝贵意见和建议,在此深表谢意!感谢周浦、陈炫宇、冯少雅等为本书的资料收集、文献整理和文字校对所做的大量工作!此外,还要感谢中国旅游出版社的总编辑助理付蓉和编辑张珊珊对本书的精心审校!

高尔夫产业发展迅速,学科理论尚处在探索阶段,正因为如此,书中很多方面尚未成熟,加之作者水平所限,书中疏漏和不足之处在所难免,希望广大读者批评、指正,便于我们及时修正和完善。

吴克祥
2014年7月
于深圳华侨城

目 录

CONTENTS

序	1
前言	1
第一章 高尔夫产业特征	1
第一节 高尔夫产业结构	1
第二节 高尔夫产业特征	7
第二章 高尔夫运动产业形成	18
第一节 高尔夫运动从起源到贵族运动	18
第二节 工业革命后高尔夫成为有产阶层的运动	22
第三节 高尔夫运动大众化与高尔夫产业形成	25
第三章 高尔夫消费者	32
第一节 高尔夫消费者	32
第二节 高尔夫消费	40
第三节 高尔夫消费影响因素	44
第四章 高尔夫设施	50
第一节 高尔夫球场设施	50
第二节 高尔夫练习场设施	58
第三节 高尔夫会所及附属设施	61

第五章	高尔夫生态球场	64
第一节	高尔夫球场建造业	64
第二节	球场草坪养护业	71
第三节	高尔夫地产	76
第六章	高尔夫赛事产业	84
第一节	高尔夫赛事市场	84
第二节	高尔夫赛事收益	89
第七章	高尔夫中介服务业	100
第一节	高尔夫信息咨询业	100
第二节	体育经纪公司与高尔夫经纪人	106
第三节	管理咨询服务	112
第八章	高尔夫旅游业	117
第一节	高尔夫旅游市场	117
第二节	高尔夫旅游产品	126
第三节	高尔夫旅游目的地	129
第九章	高尔夫球具用品业	138
第一节	高尔夫球具制造业	138
第二节	高尔夫用品国际品牌	143
第三节	国内高尔夫用品销售业	156
第十章	高尔夫产业集聚	161
第一节	高尔夫产业链	161
第二节	高尔夫产业集群	169
第三节	高尔夫企业合作	179
第十一章	高尔夫产业政策	187
第一节	高尔夫产业政策	187
第二节	高尔夫球场政策演变	193

第三节	高尔夫市场政府管制	200
第十二章	高尔夫行业组织	206
第一节	国际高尔夫行业组织	206
第二节	国内高尔夫行业组织	216
参考文献		224

高尔夫产业特征

核 心 内 容

高尔夫产业是社会经济发展到一定阶段的产物。本章依据产业结构的演变规律，对现代高尔夫产业结构及高尔夫产业形成背景进行了分析，阐明了高尔夫产业是现代休闲产业的组成部分，高尔夫运动的高品位、时尚性及国际化决定了高尔夫产业的休闲性、文化性、服务性及经济性的特征，以及高尔夫产业具有的社会经济功能。

关 键 概 念

高尔夫产业；高尔夫产业特征；高尔夫产业功能

第一节 高尔夫产业结构

一、高尔夫产业形成背景

（一）体育休闲产业发展

随着经济发展，产业结构不断演变，劳动人口从农业向制造业进而向商业和服务业转移。根据“配第一克拉克定律”，产业结构的转换表现为第一产业创造财富和吸收就

业的能力逐渐转移到第二产业和第三产业。其中,工业化前期阶段,第二产业成为财富的主要创造者,而第三产业成为吸纳劳动力的主要场所;工业化后期,第二产业创造财富的比重逐渐下降,第三产业成为经济发展的主体,既是财富的主要创造者也是吸纳劳动力的主要场所。美国著名经济学家西蒙·库兹涅茨(Simon Kuznets)在1946年将产业结构划分为农业部门、工业部门和服务部门^①。从发达国家产业结构演变规律来看,当社会生产力水平达到一定程度后,服务业作为一个新兴产业发展迅速,尤其是在发达国家,服务业所占GDP的比重远超过农业与工业。在美国,服务业占GDP的比重高达80%。

美英等发达国家的体育产业发展的实践表明,体育产业的形成与发展是一个过程,即随着社会生产力的发展和产业结构由低级向高级的演进,逐步形成和发展起来的。产业结构不断升级,各产业内部的分工不断细化,人们的生活方式和生产方式不断发生变化,导致新的产业部门大量涌现。休闲体育产业就是其中之一。体育产业不断壮大,逐步成为国民经济新的增长点。美国经济在20世纪多数时间里的持续增长与该国第三产业的迅速发展,尤其是与体育产业成为美国第三产业中的支柱产业有直接关系。有数据表明,目前西方发达国家体育产业产值一般都占本国国内生产总值的1%~2%。可见,体育产业的发展在一国的经济增长中占有举足轻重的地位。

我国在1985年颁发的《国民生产总值计算方案》中,将体育与教育、卫生等划归到第三产业中的第三层次,即其为提高科学文化技术水平和居民素质服务的部门。1992年在《关于加快第三产业发展的决定》中再次确认了这种分类方法。2008年国家统计局、国家体育总局印发了《体育及相关产业分类(试行)》条文,2010年5月国务院办公厅颁布《关于加快发展体育产业的指导意见》,加快了体育产业化发展的步伐。根据《体育及相关产业分类(试行)》的规定,体育产业是指为社会公众提供体育产品和服务的产业活动,以及与这些活动相关联的产业活动的集合。体育产业化符合市场需求规律,符合体育产业经济发展的趋势,也符合国家经济和社会整体发展的潮流。

体育产业作为一个新兴产业,不同于传统服务业和其他第三产业部门。体育消费本身是与居民健康、娱乐有关的精神产品消费,具有规模性。所以,体育产业作为一种朝阳产业,呈多样性、多层次性,逐渐成为国民经济新的增长点,在社会生活中发挥着越来越重要的作用。

高尔夫产业围绕高尔夫运动需求形成了生产、服务等完整产业体系和产业链结构。巨大的高尔夫运动消费需求及延伸需求,使高尔夫迅速发展成为一种相对独立的产业。高尔夫产业从需求的角度,包含具有同类或相互密切竞争关系和替代关系的高尔夫产品

^① 胡红安,常艳.西方产业结构理论的形成发展及其研究方法[J].生产力研究,2007,21:113-114+119.

或服务；从供应的角度来说，是由从事高尔夫球具、设施等产品生产和具有类似经济性质的服务活动组成。高尔夫产业的形成与发展，其实质就是体育产业细分化的结果。现代高尔夫产业正成为具有巨大商业价值的全球性休闲产业的一部分，是属于具有高附加值的朝阳产业。

（二）高尔夫全球化趋势

随着经济全球化的发展，各国居民的文化、经济、社会交流活动越来越多，高尔夫运动打破国界的局限，成为交流的平台和社会交往的手段，推动高尔夫产品和要素在国际流动或转移。

（1）信息资讯的全球化。大型国际高尔夫赛事新闻、赛况等信息，通过电视、网络、手机等通信工具及时传播。人们可以随时随地欣赏到精彩的比赛，并有身临其境的感觉。各种围绕高尔夫开展的经济活动也迅速兴盛起来，促进了高尔夫企业、公司、俱乐部等经营实体的发展。

（2）赛事资源的全球化。随着信息产业的发展 and 科学技术的进步，高尔夫职业赛事信息传播范围越来越广、速度越来越快，促进了教练员、运动员、裁判员等人员的国际流动，增强了赛事的竞争力和趣味性。由于各国高尔夫运动发展不平衡，国际高尔夫赛事不断转移到新兴经济体国家举办，如欧巡赛、美巡赛及世界杯等高尔夫赛事由发展中国家承办，促进了高尔夫运动发展。

（3）体育组织的国际合作增强。高尔夫运动的全球化决定了高尔夫产业必定具有国际性。英国的皇家古老高尔夫俱乐部、美国高尔夫球协会欧巡赛、美巡赛、职业高尔夫球员协会（Professional Golfer Association, PGA）等组织是管理、协调高尔夫赛事的专门机构，负责运动竞赛规则的制定和修改，赛事的组织、筹备和安排，以及协调球员之间交流与合作。这意味着国际高尔夫机构与当地高尔夫机构的合作容易使后者获得必要的技术、人才及相应资源的支持，可以节省当地产业转移的成本。

（4）体育用品的国际化。随着欧美发达国家产业结构的升级，促使高尔夫球具、用品等向成本相对较低的国家转移。高尔夫生产要素在国际市场流动，形成了高尔夫全球市场。随着科学技术的进步，投入高尔夫产业中的物质资料的数量和种类越来越多，从而创造出更多高科技的高尔夫产品。一些高尔夫企业在国际上的发展，出现了全球化、集约化和垄断化的趋势。卡拉威等高尔夫用品公司已经成为规模较大的跨国公司，在当今世界高尔夫用品市场占有一定的市场份额。高尔夫运动国际化趋势日趋增强，在世界范围内蓬勃发展，必然带动中国的高尔夫运动走产业化发展道路。

二、高尔夫产业概念

体育经济活动是一种特殊的经济活动,由职业体育和休闲体育两部分构成。体育经济主体既有职业运动员和教练员、大众体育消费者,也有体育经纪人和体育商家。根据国家体委在1996年颁发的《体育产业发展纲要》,体育产业具体包括体育组织管理活动、体育场(馆)管理活动、体育健身休闲活动、体育中介服务、其他体育活动、体育场馆建筑活动以及体育用品、服装、鞋帽及相关体育产品制造和销售。

按照市场经济学理论,确定一个行业是否是产业,一要看其是否有投入和产出,二要看其产品能否进入市场进行交换。高尔夫是在一定的社会经济条件下,创造出社会对高尔夫的需求,推动高尔夫产业的发展。高尔夫运动设施的有偿使用改变了体育设施纯公共性的特点,参与者自行负担球具和用品的消耗、技能培训及球场打球的支出。高尔夫要素全方位进入市场,高尔夫市场特征清晰,体现了产业性。

高尔夫产业是高尔夫经济主体围绕高尔夫运动需求进行的产品和服务的生产、交换、分配、消费等活动的集合。为了充分满足高尔夫爱好者的健身、休闲、社会交往的需求,围绕高尔夫运动形成了球场建设、场地管理、球具生产、竞技服务等高尔夫生产和服务企业。在高尔夫产业经济活动中,企业是最主要、最重要的经济主体,同时是多种利益关系的载体。高尔夫企业是人、财、物、技术、信息、关系等聚合起来的一种体育组织形态。高尔夫产业由高尔夫运动健身产业、高尔夫赛事、高尔夫球场、练习场、高尔夫教练与培训、高尔夫用品、高尔夫中介服务、高尔夫旅游等组成有机整体,形成完整的高尔夫产业体系。

三、高尔夫产业结构

高尔夫产业属于第三产业中的体育休闲服务业。根据高尔夫经济活动性质,高尔夫产业可细分如下:一是高尔夫运动服务业,为高尔夫球员提供各类服务,包括球场竞技服务、职业赛事、中介服务、旅游服务、专业培训等。二是高尔夫产品制造业,以生产制造有形产品为主,如球场建造、球场机械、球具用品、草坪种业、肥料生产等。三是高尔夫产品零售业,以商品贸易销售为主,如球具经销商、专卖店等(图1-1)。

高尔夫产业发展空间巨大,因为高尔夫是个关联性强,涉及第一、第二、第三产业,具有高附加值的产业。

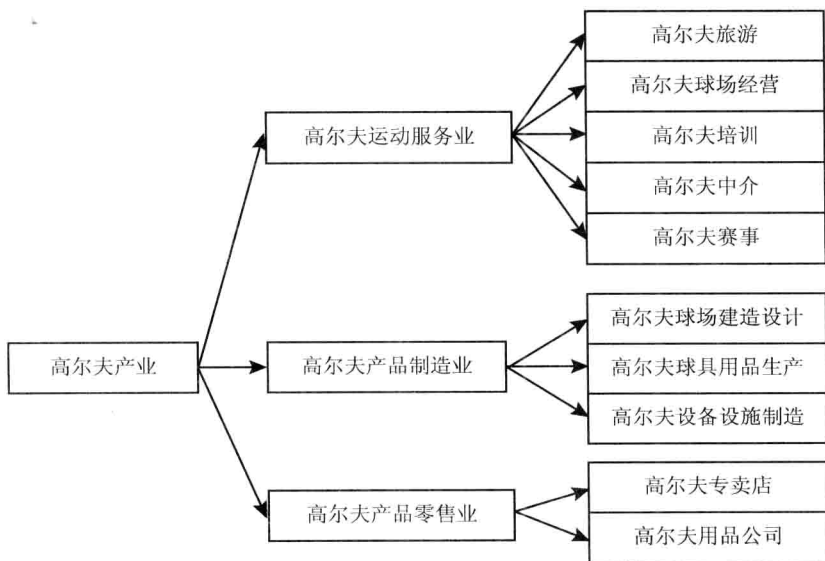


图 1-1 高尔夫产业分类图

四、高尔夫产业构成要素

借鉴美国学者埃尔菲·迈克对体育产业的分类，结合高尔夫运动特征，对高尔夫产业主要构成要素进行介绍。

(1) 高尔夫球场。高尔夫球场是人们参与高尔夫运动的基本场所，是高尔夫产业的基础部分。高尔夫场地设施涉及球场、会所和附属设施等，具体包括高尔夫球车、草坪机械、人造草皮产品、化学生物制品及肥料、灌溉和排水设备、练习场设施、洗球机、捡球器、回收器、码数度量器及符号、模拟练习设备和挥杆分析器、景观美化及器材等。球场草坪的维护保养，一方面推动了肥料、杀虫剂等行业的发展；另一方面，促进了专门机械的发展，如辅沙机、剪草机、打孔机等各种机械设备。球场规模、球场数量对高尔夫产业发展起到基础和决定性作用，反映了一个地区高尔夫产业整体发展水平。

(2) 高尔夫赛事。高尔夫职业赛事体现了高尔夫运动的专业水平和技术水平，对高尔夫产业发展起到较强的带动作用 and 广泛的影响作用。高尔夫赛事以欧美市场最为成熟，四大满贯赛和五大巡回赛，是目前最有吸引力的赛事。高尔夫职业赛事是包含

多种要素，如观众、球员、俱乐部、媒体、赞助商，以及赛事经纪人、裁判等在内的多层面的复杂系统。高尔夫赛事促进了直接服务于高尔夫运动的服饰球具厂商发展，间接影响热情赞助和鼎力支持高尔夫赛事的银行、汽车企业、保险公司、房地产公司等企业的发展。

(3) 高尔夫用品业。高尔夫用品业也伴随着高尔夫运动的发展而成长。20 世纪 50 年代后，随着高尔夫运动的普及和大众化，美日欧市场对高尔夫用品的需求迅速增长，促进了高尔夫用品产业的快速发展。高尔夫用品业是高尔夫产业的重要组成部分，主要是高尔夫球具、服装和辅助用品，对高尔夫产业发展起到支撑作用。高尔夫球具主要涵盖球杆、球、球座、球标、球杆握把、杆身、杆头、球杆套、球杆量度、制造及维修品、球包、旅行袋、手袋等。高尔夫服装主要有 T 恤、风衣、背心、球鞋、袜子、帽子、头饰、手套、雨伞、毛巾、太阳眼镜、防晒、护肤用品等。

(4) 高尔夫中介。高尔夫中介是连接高尔夫产业各经济活动的主体，在高尔夫爱好者与球场之间发挥着重要的信息服务作用，传递市场信息，使高尔夫产业运行协调顺畅。目前，我国高尔夫中介市场以二手会籍代理、订场服务、赛事组织、旅游安排、健身、娱乐、咨询、培训等为主。高尔夫经纪业因我国职业高尔夫赛事处于起步阶段，尚处于发展初期。从欧美体育经纪公司的发展来看，高尔夫最大的体育经纪公司如国际管理集团（International Management Group, IMG）和地平线体育管理公司（Horizon Sports Management），在推动整个高尔夫产业发展中起着至关重要的作用。高尔夫中介机构在高尔夫产业发展中的作用表现在：一方面，高尔夫经纪是高尔夫职业体育产业发展和壮大的直接原因；另一方面，高尔夫经纪公司和经纪人卓越的专业化服务，尤其是拓展市场的能力，在推动高尔夫产业无形资产的开发、广告代理业等方面发挥了重要作用。

(5) 高尔夫培训。高尔夫专业培训的发达程度是衡量产业规模或产业成熟度的重要指标。培训业指围绕着培训产品交换所反映的各种经济现象和经济关系的总和，涉及在一定范围内影响、促进培训产品交换的所有机构、部门及供求主体。高尔夫各种培训服务机构，通过培训师资、场地、训练器材等的投入，为消费者提供培训服务；而消费者通过支付培训费用，获得培训的机会，提高自己的技能，掌握专业知识。由于培训存在着交换关系，所以它表现出明显的产业性质。高尔夫培训业是高尔夫产业中最具有潜力的市场。高尔夫学院等培训机构是相对独立的办学实体，属自负盈亏性质，通过对培训场所、教学仪器设备、师资和培训的组织管理者，以及培训经费、时间和空间等人力、物力、财力资源的投入与综合利用，获得相应经济效益。根据高尔夫市场实际的需要，培训产品包括球场经营管理培训、球童培训、教练员培训、运动技能培训等。运动技能培训的子市场包括职业球员培训、业余球手培训和青少年培训。接受过培训的人员其个

人价值会因知识、能力、素质的提高而增长，一旦他们将所学知识、技能运用于实践中，便会创造相应的价值。

(6) 高尔夫旅游。高尔夫旅游是高尔夫运动的延伸与拓展。高尔夫旅游是高尔夫爱好者到异地挑战球场，享受运动带来的乐趣的一种休闲方式。高尔夫旅游成为高尔夫产业中最具发展潜力和生命力的朝阳产业，已成为高尔夫的一个新的经济增长点。同时，高尔夫旅游的进一步发展还可以带动餐饮、住宿等产业的发展，促进产业规模的扩大。

第二节 高尔夫产业特征

一、休闲性特征

高尔夫运动是集健身、娱乐和社交等于一体的高雅休闲运动，是消费者在余暇生活中得到快乐的一种载体。

(一) 高度自主性

休闲水平是一个国家生产力发展水平高低的标志，是衡量社会文明发展程度的标尺。从欧美发达国家来看，高尔夫正成为人们提高生活质量的重要手段。我国政府将体育归为提高居民素质的部门。高尔夫运动融合了人们所需要的休闲服务要素，包含观光、运动、度假等，具有体力与智力的统一、身体活动与心理活动的统一、参与性和观赏性活动的统一的特点，是最典型的新型体育休闲方式。人们利用在工作、学习之余的闲暇时间，为了达到休闲、健身、消遣、娱乐等多种目的，完全是个人需求决定参与高尔夫运动。在余暇时间里，人们积极主动地、轻松愉快地、毫无心理负担地参加高尔夫运动，满足文化上、精神上和心理上的需求，是一种享受性的活动。

(二) 高度娱乐性

现代社会的纷繁喧嚣和现代生活的冗杂、忙碌，导致人们身心疲惫，从文化需求上产生了向往宁静致远、身心净化的心理趋势，而高尔夫运动的趣味性和娱乐性为日常休闲提供了丰富的内容。高尔夫休闲运动能够让不同水平的人同台竞技，具有公平性、趣味性。高尔夫运动是一项挑战自我的运动。“世界上最难战胜的对手就是自己”，高尔夫运动周而复始的自我挑战，成为人们持续参与高尔夫运动的主要动力。参与高尔夫运动