

随书附赠

《高尔夫地产项目开发要点》

口袋手册

周汇
一周·世界

OVERVIEW OF THE GOLF REAL ESTATE

高尔夫地产一本通

周德喜 杨石文 田野○编著 天火同人工作室○策划



国内外高尔夫
发展现状



高尔夫地产
投资模式



高尔夫地产项目
打造要点



高尔夫地产项目
如何实现高溢价



高尔夫球场建造
与经营要点



NLIC2970976943



重庆出版集团  重庆出版社

OVERVIEW OF THE GOLF REAL ESTATE

高尔夫地产一本通

周德喜 杨石文 田野○编著 天火同人工作室○策划



图书在版编目 (CIP) 数据

高尔夫地产一本通 / 周德喜编. — 重庆 : 重庆出版社, 2014. 02

ISBN 978-7-229-07221-6

I. ①高… II. ①周… III. ①高尔夫球运动—房地产业—基本知识 IV. ①F293.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 284714 号

高尔夫地产一本通

OVERVIEW OF THE GOLF REAL ESTATE

周德喜 杨石文 田野 主编

出版人：罗小卫

责任编辑：邹禾 陈垦

责任校对：何建云

封面设计：杨春烨



重庆出版集团
重庆出版社 出版

重庆长江二路 205 号 邮政编码：400016 <http://www.cqph.com>

广州佳达彩印有限公司制版

广州佳达彩印有限公司印刷

重庆出版集团图书发行有限公司发行

开本：889mm×1194mm 1/16 印张：31.5 字数：286 千

2014 年 2 月第 1 版 2014 年 2 月第 1 版第 1 次印刷

印数：1~500 册

ISBN 978-7-229-07221-6

定价：488.00 元

如有印装质量问题，请向本集团图书发行有限公司调换：023-68706683

版权所有 侵权必究

序言 1

高尔夫文化及其运动精神已经得到越来越多中国爱好者的认同和热捧。中国大陆高尔夫产业短短 30 年的历史，是房地产与高尔夫产业相互绑架的发展史。

高尔夫作为一项古老的竞技性运动项目，将于 2016 年回归奥运会。从 1745 年最原始的一页纸的运动规则开始，经历了近 300 年的淬炼与发展，至今已经成为世界上最严谨、最自律、规则最复杂的体育运动项目。关于高尔夫运动的意义，我想与大家一起分享 David Forgan 一段经典的描述：

“高尔夫是一门科学，你竭尽全力却无法征服；高尔夫是一场竞技和决斗，你需要勇气、技能、战略和自我控制；高尔夫意味着步入神的天地，贴近大自然，呼吸新鲜空气，将纷乱的心尘一扫而空，让疲惫的身心尽情享受。”

高尔夫场地环境优美，空气新鲜，豪华会所的配套已经成为中国高尔夫地产规划的不二模型，高尔夫球场的配套已经给地产项目深深烙上高端、豪华、尊贵、稀缺的印记。高尔夫可以给地产带来热销和增值，热爱高尔夫的业主往往也是日后高尔夫球场营业额的基本保障，双方相得益彰。因此围绕着高尔夫与房地产两大主题的组合，演绎出很多休闲地产、体育地产、度假地产、养老地产多种美妙的故事。

本书作者纵观中国高尔夫产业 30 年的演变，以地产配套开发的模型、运作以及政策法规为要素，以多个著名景点的实际案例，揭示高尔夫房地产投资需要遵循的基本规律和流程。富有深厚行业经验分享式的案例点评，给予读者身入其境的体验。书中详细的统计以及相关历史数据，具有非常实用的参考和引用价值。

纵观国内外，高尔夫俱乐部的投资者中有许多是地产开发商，而且高尔夫球场项目也大多同步开发地产。以地产开发、球场及其配套项目的持续经营产生盈利，正是这类项目的投资初衷。但这两者如何“1+1>2”，达到投资开发项目的盈利预期，而不是两张皮，甚至相互牵纠和负面影响，造成企业经营和品牌受损，正是我们高尔夫企业的管理者和投资人需要研究的课题。

本书从普及高尔夫常识及经营管理特点的角度，为高尔夫综合地产项目的建设、经营做出了一些探索。书的作者都是资深业内人士，从他们各自的视角和经验，为大家提出一些见解和案例分享，为现有高尔夫职业和学历教育的教材资料补充了一些新内容，这是好事。

阻碍中国高尔夫的长远持续发展的因素很多，既有国情和产业政策，也有客观的土地属性以及期限问题，也有开发商主观上缺乏对高尔夫文化和精神的理解，对高尔夫文化、传统的尊重程度不够，以及经营者片面追求短期的绩效和利益等问题。作者从高尔夫最基本的运作原理和理论，阐述了高尔夫企业的品牌和文化长期建设的观念，可以帮助经营者以及从业人员系统、完整地理解和认识高尔夫产业发展的基本规律，希望本书的出版为中国高尔夫健康持续的发展带来正能量。

上海交通大学海外教育学院高尔夫管理分院

执行院长 吴名

2013年7月18日

序言 2

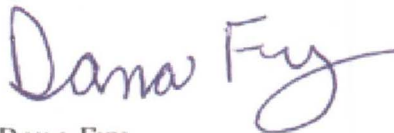
Golf and real estate development have long been established in markets like North America and Europe but are very new to the emerging and expanding market in China. The development of golf courses and the real estate that surrounds them is a complex one that takes a team of dedicated professionals such as land planners, building architects, engineers, environmental consultants, landscape architects, lighting experts, irrigation consultants, golf course architects, construction companies, etc.

The need for a book to guide the developers in China in how to properly plan, permit and construct a golf/real estate development has been needed for some time and that is exactly what this book does. It offers valuable insight and guides the developer through this difficult process and if followed closely will help them immensely, save them time and money by knowing what to do and what not to do.

The development of golf courses and the communities that surround them can be beneficial for all involved. They can promote income for the developer by the selling of real estate and golf memberships, they create jobs for locals who are there to construct the course, build the homes, roads, hotels, etc. that surround the golf course, then create long term permanent jobs after the development is finished. These projects create tax revenue for the local government, showcase the area that is developed and help

promote local tourism as well. If designed and built properly they also create lots of permanent green space including the golf course, parks and environmental areas that are built into golf and real estate developments. All of these things help to increase the standard of living for many people for many different reasons.

I highly recommend this book and think every developer would benefit from reading it.


Dana Fry

Dana Fry Straka Global Golf Design

译文:

在北美以及欧洲,高尔夫地产有很长的历史,市场体系也早已经完善地建立。但在中国,高尔夫房地产还是一个新兴行业,正在发展壮大中。高尔夫球场以及围绕它的地产开发是一个复杂的综合体,需要一个专业的团队来为之努力,比如说总体规划师、建筑设计师、土木工程师、环境咨询顾问、园林景观设计师、灯光设计专家、喷灌顾问、高尔夫球场设计师、施工单位、专业营销顾问等等。

在现时中国,正需要有这方面的书籍,给予发展商一些指导。比如说如何恰当地规划,获得政府许可,以及建造一个高尔夫地产社区。本书应运而生,很好地满足了市场的需求。本书能提供一些极有价值的市场洞察力,以及指导发展商如何正确地解决这些复杂问题的程序,这也将极大地给

予开发商有力的帮助，让他们理解了什么该做，什么不该做，极大地节约成本和时间。

高尔夫球场以及围绕它建设的居民社区以及周边区域发展，对所有与之相关的人都是非常有益的。这些可以帮助开发商提升地产以及会员证的销售，当地居民可以通过球场的施工，包括建筑物、道路、酒店等项目的施工实现就业，而且就算开发完成后，许多当地居民也能实现长期就业。这些项目也可增加当地政府的税收，这些开发、经营的项目如同一个对外开放的窗口，大大推进了当地的旅游。如果这些项目能合理设计和正确施工、经营，还能够为当地创建一个绿色空间，包括高尔夫球场、景观公园以及环境保护区等，这些都是高尔夫地产综合项目开发的一部分。种种情况都能很好地证明，高尔夫地产开发能够很大程度上提高人们的生活标准。

我极力推荐这本书，我认为这是一本对每一个此类开发商都非常有意义的书。

美国 Hurdzan & Fry 世界高尔夫设计公司合伙人

美国高尔夫球场设计师协会会员 达纳·福艾

附：达纳·福艾先生在中国已有多个作品，包括深圳聚豪高尔夫球场、广西桂林山水球场改造、浙江凤凰山庄高尔夫球场、丝宝集团高尔夫球场项目等。

目录

CONTENTS

1	序言 1
1	序言 2
1	第一章 高尔夫发展史概述
3	第一节 高尔夫球运动的起源
4	一、苏格兰起源说
8	二、荷兰起源说
9	三、中国“捶丸”起源说
11	第二节 国际高尔夫运动简述
14	一、欧美地区高尔夫发展概况
15	二、亚洲地区高尔夫发展概况
17	三、亚洲及太平洋地区高尔夫发展概况
18	第三节 高尔夫国际大赛
20	一、高尔夫四大赛事
23	二、“莱德杯”赛
25	三、“美巡”“欧巡”“日巡”等大型高尔夫职业巡回赛
31	四、大型赛事的高尔夫球员世界积分
35	五、举办高尔夫赛事的意义
36	六、高尔夫球装备基本常识
39	第四节 国内高尔夫球场发展简述
40	一、中国最早的高尔夫球场
41	二、中国现代高尔夫运动的三个发展阶段

47	第五节 中国内地高尔夫球场数量发展猜想
48	一、中国未来高尔夫球场的合理猜想
51	二、2020 年中国高尔夫产业将进入鼎盛时期
51	三、高尔夫从业者的担忧
53	第六节 产业政策及经济规律对开发商的影响
54	一、中国房地产政策的演变
57	二、房地产开发与中国城镇化建设相结合
60	三、几类新型地产产品类型的问题
62	第七节 高尔夫地产开发基本概念
63	一、高尔夫产业特点
67	二、高尔夫地产对住宅配套的溢价能力
69	第二章 高尔夫地产投资模式研究
71	第一节 高尔夫地产常见的开发方式
72	一、中国高尔夫的投资原因分析
78	二、六种高尔夫地产投资开发方式
85	三、国外高尔夫球场经营模式
87	四、中国高尔夫球场经营模式
91	五、未来中国高尔夫经营模式判断
95	第二节 中国高尔夫成功投资模式类型
96	一、高尔夫地产投资回报仍以地产开发为主
101	二、国内高尔夫项目盈利模式研究

125	第三章 高尔夫项目开发技术要点
127	第一节 高尔夫地产策划与定位的前期注意事项
129	事项 01 前期策划定位需要专业研究机构介入
131	事项 02 大型项目拿地前的市场研究不可或缺
133	事项 03 高尔夫地产用地一定要事先测评地块价值
133	事项 04 高尔夫地产地段选择的几个标准
135	事项 05 对经典高尔夫项目个案的市场调研更要深入
138	事项 06 摆正高尔夫球场与地产项目的关系
139	事项 07 高尔夫地产的价值构建
143	第二节 高尔夫球场投资建设前期的专项研究
146	步骤 01 高尔夫球场项目可行性研究
151	步骤 02 高尔夫球会定位研究
163	步骤 03 高尔夫球场项目投入成本分析
176	第三节 高尔夫球场选址、调研及定位逻辑
177	一、高尔夫项目选址的考虑因素
190	二、竞争对手调研和客户分析是项目定位的必要前提
192	三、高尔夫球场立项前的市场调研分析
197	四、高尔夫地产项目的市场定位
204	五、高尔夫地产项目定位方法
206	六、高尔夫球场经营定位方向
210	七、高尔夫项目定位变化应尊重会员权益

211	第四章 高尔夫球场建造及运营管理要点
213	第一节 高尔夫球场设计的关键问题
215	一、投资人必须为项目选择合适的设计师
218	二、高尔夫设计师级别划分及收费标准
222	三、选择设计师的 3 类误区
223	四、怎么使用设计师
225	五、明确球场与地产开发地块间的关系
227	六、六类高尔夫设计方案研究
245	第二节 高尔夫球场建造及施工要点
246	一、可以选择的施工方式
247	二、如何选择球场施工方
248	三、如何控制施工质量把握关键问题
256	四、高尔夫草坪和景观工程管理
265	第三节 高尔夫会所设计要点
266	一、高尔夫会所选址要求
269	二、会所设计必须经过三个工作阶段
273	三、会所初步规划设计主要考虑的问题点
273	四、选择会所建筑设计师的注意事项
274	五、高尔夫会所设计应当关注的细节问题

282	第四节 开业筹备工作管理
283	步骤 01 筹备期建立清晰完善的组织架构
284	步骤 02 做市场调研及会籍房产一期产品的销售开展
286	步骤 03 采购设备
287	步骤 04 根据开业目标做好核心管理计划
296	步骤 05 确定球场经营期的组织架构
298	步骤 06 会所筹建及开业前准备
298	步骤 07 人员招聘与培训
300	步骤 08 确定并执市场营销方案
300	步骤 09 确定年度经营计划和预算
301	步骤 10 企业 VI 系统设计和管理软件采用
302	步骤 11 组织试营业
304	第五节 城市高尔夫练习场及迷你球场经营及建造
305	一、城市高尔夫（练习场、迷你球场）的经营模式
311	二、练习场选址规划及设计要点
320	三、城市高尔夫练习场项目的经营
321	四、城市高尔夫项目的日常营业管理
325	第五章 高尔夫地产项目经营特点
327	第一节 高尔夫地产与普通住宅地产的区别
331	一、三类高尔夫地产的项目特点
333	二、高尔夫地产投资价值如何变动
334	三、处理好高尔夫地产开发的六个关系
337	四、高尔夫球场与地产开发管理不能脱节
338	五、高尔夫地产开发流程的特殊环节

349	第二节 高尔夫地产项目规划设计特点
350	一、高尔夫地产项目的规划设计阶段划分
352	二、高尔夫地产项目规划设计确定
353	三、项目建设中的“修规”工作
354	四、方案设计和初步设计阶段管理
355	五、规划设计注意环节
358	第三节 高尔夫地产开发盈利模式测算
359	一、高尔夫地产盈利模式确定前的战略思考
360	二、影响高尔夫项目盈利的因素
362	三、高尔夫地产开发的盈利模式测算
373	第四节 高尔夫地产市场的营销常识
374	一、高尔夫人群消费特征
385	二、高尔夫项目常规营销架构及流程设计
388	三、高尔夫地产项目营销策略建立
395	第六章 高尔夫项目运营管理常识
397	第一节 高尔夫企业的文化与品牌建设
399	一、高尔夫文化的七个含义
401	二、建立和推广高尔夫文化的三个路径
403	三、提升高尔夫俱乐部文化品位的三种常规方式
405	四、建立高尔夫俱乐部品牌的四个方式

408	第二节 高尔夫球场的人才管理
409	一、如何选择合适的球场经营管理团队
414	二、球场经营管理团队的组建方式
418	三、国内高尔夫职业经理人现状
421	第三节 高尔夫球场日常管理
422	一、高尔夫球场运营管理基础知识
432	二、高尔夫球场运营部设置
435	三、球场管理制度与流程制订
443	第四节 高尔夫会籍日常管理
444	一、高尔夫会籍的四个价值
446	二、影响高尔夫会籍定价的十二个因素
450	三、会籍市场的马太效应
453	四、如何保证高尔夫会籍价值的不断上升
457	五、会籍产品及会员权益设置
467	六、球场如何处理好会员与地产业主的关系
469	第五节 高尔夫球场管理工具箱
471	一、俱乐部总机及球场预订流程图
472	二、VIP 客户接待流程
474	三、前台操作流程（前台及收银）
475	四、前台主管岗位职责
476	五、团队、球队赛事接待流程
477	六、某球场营运部组织结构与职责
479	七、某球场绩效考核制度
487	跋与致谢

第一章

Chapter
ONE

高尔夫发展史概述

