

高尔夫实用精品系列教材

高尔夫GOLF

俱乐部经营与管理实务

丛书主编◎孙跃 蒋小丰

主编◎周华庭 陈巨红



CMS 湖南人民出版社
PUBLISHING & MEDIA

高尔夫实用精品系列教材

高尔夫GOLF

俱乐部经营与管理实务

丛书主编◎孙 跃 蒋小丰
主 编◎周华庭 陈巨红

图书在版编目(CIP)数据

高尔夫俱乐部经营与管理实务/周华庭, 陈巨红主编. —长沙: 湖南人民出版社, 2012. 7

ISBN 978-7-5438-8521-9

I. ①高… II. ①周…②陈…III. ①高尔夫球运动—俱乐部—经营管理 IV. ①G849.36

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第157147号

高尔夫俱乐部经营与管理实务

出 版 人: 谢清风

丛 书 主 编: 孙 跃 蒋小丰

本 册 主 编: 周华庭 陈巨红

本册副主编: 黄 勇 曹 申 王湘平

责 任 编 辑: 龙仕林 杨丁丁 夏文欢

特 邀 编 辑: 蒋玉婷

编辑部电话: 0731-82683328 82683306

装 帧 设 计: 唐祥飞

出 版 发 行: 湖南人民出版社

网 址: <http://www.hnppp.com>

地 址: 长沙市营盘东路3号

邮 编: 410005

经 销: 湖南省新华书店

印 刷: 湖南天闻新华印务邵阳有限公司

印 次: 2012年7月第1版第1次印刷

开 本: 889×1194 1/16

印 张: 9

字 数: 260 000

书 号: ISBN 978-7-5438-8521-9

定 价: 60.00元

《高尔夫实用精品系列教材》编委会

主 审：张江波

主 编：孙 跃 蒋小丰

副主编：（以姓氏笔画为序）

贺本兴 谢培山 熊定勋 魏忠发

编 委：（以姓氏笔画为序）

马 龙	王 伟	王志凡	王绍建	王湘平	邓瓚洲	卢 玮
陈巨红	陈文华	杨中意	吴立波	肖玉衡	何兵雄	张松平
周华庭	胡 立	赵有华	赵 杰	姬承东	钟 勘	涂爱斌
黄文华	黄 勇	黄登峰				

《高尔夫俱乐部经营与管理实务》编委会

主 编：周华庭 陈巨红

副主编：黄 勇 曹 申 王湘平

编 委：陆时红 陈 胤 刘伟华 姜超凡 湛 杰 龙 滔



写在前面的话

全国一级出版社、全国百佳图书出版单位湖南人民出版社邀请我牵头组织湖南高尔夫旅游职业学院、全国有关开有高尔夫专业的高等院校、高尔夫俱乐部、高尔夫企业等的专家、学者一道，编写出版一套高尔夫专业系列精品教材。我作为湖南高尔夫旅游职业学院的院长，对湖南人民出版社的邀请深感荣幸、欣然应允的同时，又深感责任重大、诚惶诚恐。但好在我组织了一支以湖南高尔夫旅游职业学院中青年骨干教师为主体的年富力强的作者队伍，在全国高尔夫业界有影响力的专家和学者的指导和帮助下，经过他们一年多艰苦卓绝的努力，高尔夫专业系列精品教材第一期共14本即将与广大读者见面了。

在这一批教材即将付梓之际，湖南人民出版社有关领导、编辑又嘱我为丛书的出版写几句话，我认为自己作为丛书的主编，这也是义不容辞的责任。那么，应该写些什么呢？想来思去，自己认为，应该把我们编写出版团队编辑出版这套教材一直秉持的一些基本原则告知广大读者，以便让广大读者对这套教材有更全面、更深入、更准确的把握与了解，以便让广大读者更关注、更热爱、更支持这套教材的出版与使用。

那么，在这套教材编辑出版的过程中，我们秉持与坚守的原则有哪些呢？归纳起来，主要有以下三点：

一、编写理念的前瞻性

在教材编写理念前瞻性的问题上，我们主要坚守了三条：一是教材的编写一定要与国际惯例接轨。我国自1984年诞生第一个高尔夫球场以来，至今还只有20多年的历史。我国的高尔夫运动尤其是我国高校的高尔夫专业教育、高尔夫专业教材、高尔夫专业人才培养，与发达国家相比是有很大距离的。因此，从教材编写的第一天起，我们就十分强调，教材的编写一定要与国际惯例接轨，一定要把国际上高尔夫运动最新的研究成果、最新的管理规则、最新的营销方案等，全部吸收到所编教材中来，一定要使教材具有国际视野，具有国际理念，具有国际高度。二是教材的编写一定要符合中国国情。现代高尔夫运动在中国只有20多年的历史，无论是高尔夫球会，还是高尔夫球洞；无论是参加高尔夫运动的人数，还是与高尔夫运动相关的企业、机构、院校数，与发达国家相比，都有很大的距离。这就是高尔夫运动的中国国情。我们在教材编写过程中，不能偏离了这些中国国情。此外，中国国情还包括现时中国对高尔夫运动的大众方针政策，人们对高尔夫运动的认识与了解等。如果在教材编写过程中偏离了这些中国国情，教材就会失去生存的环境与基础，从而教材也就会失去应有的市场和空间。三是教材的编写一定要适应中国未来的发展。中国的现代高尔夫运动，虽然起步较晚，但发展却迅猛异常。到2012年，全国拥有高尔夫球会500余家，高尔夫球洞数达9500余洞，参与高尔夫运动的人数达100万余人（含台、港、澳地区和外国在华人士），与高尔夫运动相关的企业、机构、院校有1300余家，各种高尔夫运动赛事层出不穷，尤其是已建成还未完善手续的球会和在建的球会还有近千家。这些都充分说明，我国高尔夫运动在蓬勃发展。因此，我们一直强调，教材编写一定要具有前瞻性，要适应和符合我国未来高尔夫运动发展的要求，尤其是要通过教材的传播使用，来推动我国高尔夫运动的健康发展。

二、编写体系的完整性

在教材编写体系的完整性上，我们始终坚守了两点：第一，确保教材品种是齐全的。丛书第一期推出的品种有《高尔夫导学》、《高尔夫球童实务》、《高尔夫俱乐部经营与管理实务》、《高尔夫赛事组织与运作》、《高尔夫技术与运用》、《高尔夫草坪实训教程》、《高尔夫市场营销实务》、《高尔夫规则与礼仪》、《高尔夫球具基础知识》、《高尔夫技能实训教程》、《高尔夫球场建造基础》、《高尔夫球场机械设备维护》、《高尔夫英语会话训练教程》、《高尔夫英语阅读实用教程》等14种，基本上能满足高职高专高尔夫专业人才培养的需要，基本上

做到了品种齐全，应有尽有。但显然还缺少学生的选修课教材、高尔夫学术专著等，这对于学生的拓展阅读、开阔视野是极其不利的。因此，我们将通过丛书第二期、第三期甚至更多期的出版，有计划、有步骤地推出一批高尔夫选修课教材以及一批高尔夫专业的学术专著，使教材品种更加多样化、系统化、整体化。第二，确保每一种教材的体系是完整的。无论是第一期推出的14种教材，还是以后各期推出的选修课教材和学术专著，我们都将确保每一种教材和专著内容体系是科学的、完整的、系统的，是能经得起时间和实践检验的。无论是理论的诠释，还是技术的介绍，无论是教材的整体框架，还是教材的每个案例，都是逻辑十分严密，论证十分充分，演绎十分到位的。

三、编写内容的适用性

目前市场上流行的高尔夫专业教材，基本存在着“重理论、轻实践”的倾向，大多面向本科及以上学历的学生使用，在实用性和实际操作方面存在着很大的缺陷，理论篇幅过大。在教材编写过程中，为杜绝这一现象的发生，我们特别强调要注重教材内容的适用性。在教材内容的编写上，我们要求以高职高专院校教育教学和人才培养规律为依据，以高尔夫行业和相关企业对人才的需求为导向，以人才的职业素养和职业能力培养为本位，既要注重对学生理论知识的传授，更要注重对学生职业能力的培养，充分体现“理论够用，突出实践”的原则，尤其是要求其在校时是学生的教材，就业后就是员工的操作指南，并且还能成为相关企业培训的教材。为落实上述教材编写的指导思想，我们坚持做到了三点：其一，按照理论——范例——实训三位一体的原则来构建每一本教材的内部结构，使范例和实训占到了教材的绝大部分比例。这样就能确保学生能热爱这样的教材，学习这样的教材，使用这样的教材。其二，诠释理论时，也要从实用的角度出发，那些与实用无关的理论一概不涉及，那些与实用有关的理论一个也不能遗漏，基本做到理论与实践一一对应。其三，在讲解范例和进行实训时，着重强调学生动口、动手能力的培养，要使每一个学生都具有“能说会做”的职业素养和职业能力。

由此可见，我们编辑出版这套教材的理念是比较先进的，态度是比较认真的，方法是比较科学的。但是由于时间仓促，尤其是我这个主编的水平和能力有限，丛书也还存在诸多问题，如编写理念还有待于进一步完善，教材品种还有待于进一步丰富，教材实用性还有待于进一步加强等。就已经出版的14种教材而言，由于现代高尔夫运动在我国起步较晚，尤其是我国高校的高尔夫教育起步更是晚之又晚。这样就使得我们在教材编写过程中可用来借鉴和参考的资料极其有限。因此，教材的错误、疏漏及不完善之处肯定还很多，期待能得到广大读者尤其是广大同行的批评指正，以便我们再版时，能得到及时的补充与完善。

作为本丛书的主编，在这套教材即将付梓之际，我要衷心感谢湖南人民出版社尤其是湖南人民出版社高等教育出版分社的领导、编辑们对我的充分信任与支持；尤其要衷心感谢他们对本丛书所付出的辛勤劳动和所作的不懈努力；我还要衷心感谢所有参加教材编写的专家、学者及所有工作人员为本套教材所作出的艰苦卓绝的探索与努力。

最后，期盼我们编辑出版的教材能培养出一代又一代祖国需要的各类高尔夫运动的实用性人才，期盼我们的教材能在推动我国高尔夫运动健康发展上做出应有的贡献。

孙 跃

2012年6月

（作者系湖南高尔夫旅游职业学院院长）



总序

湖南高尔夫旅游职业学院院长孙跃博士主编了一套高尔夫专业系列精品教材，在即将付梓之际，他嘱我为其教材的出版写一个总序。由于高尔夫教育事业，我与孙跃院长有着多年的交往和深厚的友谊，于是我欣然答应了。当14本书稿摆在眼前时，我被孙跃院长的这一创造性劳动惊呆了。他们在短短的一年多时间里，就完成了如此浩大的鸿篇巨制，真是令人折服与敬仰。随着一股股浓浓的油墨清香，我一一地浏览了14本书稿。掩卷而思，丛书的整体特色便慢慢地在我脑海中清晰起来。

一、视野开阔，眼光独到

孙跃院长曾留学日本并在日本工作近20年，是日本著名的拓殖大学的商学博士。在日本留学和在日本工作的丰富的人生阅历，尤其是商学博士的扎实的知识功底，使得他视野开阔，眼光独到，使得他对市场具有敏锐的观察力和超强的驾驭能力。

2009年10月9日，在第121届国际奥委会全体会议上，通过投票决定，高尔夫成为2016年、2020年两届奥运会的正式比赛项目，全球高尔夫人的梦想终于实现了。对于现代高尔夫运动的发展还只有20多年历史的中国来说，这意味着中国政府会像重视其他体育运动一样来重视高尔夫运动，这也就意味着政府会对高尔夫运动做出一些重大的政策调整，这尤其意味着高尔夫运动会在中国大地如火如荼地发展起来。伴之而来的是，高尔夫企业、高尔夫教育也会随之如雨后春笋般地发展起来。这对于高尔夫爱好者是一个千载难逢的大好机会，这对于高尔夫企业、高尔夫教育工作者更是一个可遇而不可求的大好机会。谁能抓住这样的机会，谁就能干出一番惊天动地的伟大事业。湖南涉外经济学院的张剑波、张江波两兄弟就是这样独具慧眼的人，他们适时而动，通过艰难努力，在原湖南涉外经济学院清水湖校区的基础上，经湖南省人民政府和教育部批准，创办了湖南高尔夫旅游职业学院，尤其张剑波董事长更匠心独运，聘任孙跃博士担任了这一学院的院长。

孙跃院长上任伊始，针对全国高尔夫运动迅猛发展而各种人才青黄不接（缺口达60万以上）的现状，更是立即抓住了高尔夫教育发展的最佳时期，在学院内部强化了高尔夫专业的教师队伍建设、专业建设及教材建设。尤其在教材建设上抢占先机，乘势而上，顺势而为，组织全国开有高尔夫专业的高职高专院校、高尔夫球会、高尔夫相关企业的专家和学者，编写出版了这套实操性极强的高尔夫系列精品教材，填补了市场空白，抢占了市场商机，赢得了自身发展空间。他们对市场的敏感力和洞察力，是令人油然而生敬意的。

二、年富力强，团队一流

以孙跃院长为首的高尔夫专业系列精品教材编写团队，是一支公认的具有超强执行力和创造力的团队。这个团队由孙跃院长牵头，由具有硕士、博士学位的中青年骨干教师为主体组成。就孙跃院长而言，前文已经说到，他不仅阅历丰富，而且知识渊博，他不仅懂管理，而且会经营，是一位十分难得的学者型管理人才。由他牵头，就使这套教材的成功出版和发行有了强大的组织保障与支撑。就其他成员而言，他们中有的具有长期在高校担任高尔夫教学、训练的工作经历，有的具有长期在高尔夫球会、俱乐部、企业管理工作的经历，有的具有长期草坪种植与维护工作的经历，还有的具有长期的球童管理工作经历等等。总之，他们都是高尔夫第一线工作实践中摸爬滚打出来的。这样一支编者队伍，不可能不编出科学实用的教材。

尤其还值得一提的是，这套教材的编辑加工团队——湖南人民出版社高等教育出版分社，也是一个思想作风和

专业素养十分过硬的团队。为了确保教材的编辑质量，他们两次赴湖南高尔夫旅游职院，与这套教材的主创团队一道讨论编写提纲，交流编写要求，畅谈编写体会，使教材主创团队深受启发和鼓舞，使双方建立了深厚的感情与友谊。尤其是书稿交到出版社以后，编辑们都能及时全身心得投入到书稿的编辑加工中，书稿的任何问题都能及时与相关作者沟通，一一地得到有效解决，确保了书稿的编辑加工质量是一流的。可见，这套教材的编写团队和编辑团队都是一支埋头苦干、忘我工作的团队，是他们珠联璧合、齐心协力共同打造了这套高水准的教材。

三、匠心独运，方法新颖

高尔夫专业系列精品教材在编写方法上，进行了许多大胆的创新与尝试，从目前教材反映出来的水准来看，这些创新和尝试是获得了成功的。这些创新和尝试有：一是遴选适用型人才来编写适用性教材，从而再来培养实用型人才，这就一反传统的只能由书斋中的权威来编写教材的做法。事实证明，长期在一线工作的非权威人士，也是能编好教材的；同时还一反传统的编书的不用书、用书的不编书的做法，事实证明，这种既是编书者又是用书者的做法，是更有利于教材的编写出版的，尤其更有利于教材的修订完善。二是在教材体系的构建上，主要汲取了国内外适用的高尔夫技术分析与教学方法，注重实践操作能力的培养与实践管理经验的养成，注重高尔夫俱乐部管理的内容和方法，注重赛事组织与合作，注重市场营销与实务，注重球场建造和草坪种植及养护等内容。而这些内容，对高职高专高尔夫专业的学生而言是非常适用和有价值的。三是由于这套教材的编者大都具有高尔夫专业技术和管理水平，又具有球场管理和实际运作能力，使这套教材真正做到了理论与实践的高度统一，实际教学经验与编写教材方法的高度统一。可见，这是一套真正具有实用价值的教材。

歌德在读到佳作时曾说过这样一句话：“精神有一个特征，就是对精神起到推动作用。”我期盼，这套教材的出版能对我国高校高尔夫专业人才的培养起到积极的推动作用，能对我国高尔夫运动的健康发展起到积极的推动作用。

是为序。

谭受清

2012年6月

（作者系原湖南师范大学体育学院院长，现任湖南省体育局高尔夫专业委员会会长）



前言

高尔夫运动是一项极富有魅力且在世界上非常流行的高雅体育运动，它由迄今最古老和最富有贵族气息的运动逐渐演变成现代社会的大众休闲运动项目。1896年，中国上海高尔夫球俱乐部的成立标志着这项已有几百年历史的运动进入了中国。从此，高尔夫球在中国一定范围内得到传播，但后来却被视为“腐朽的资产阶级生活方式”而取缔。20世纪80年代，中国的对外开放和经济改革政策吸引了世界各国的外商前来投资，促使高尔夫球运动重新进入中国。1984年，广东中山温泉高尔夫俱乐部的诞生标志着中国现代高尔夫运动的开始。

高尔夫经营管理实务是现代企业经营科学的一门分支学科，是现代经济社会一个特殊的市场成分。高尔夫经营管理是指在高尔夫经营活动中为确保企业的生存和发展并取得良好的经济效益和社会效益，运用现代企业经营理论和方法，对企业经营活动行使一定的管理职能如决策、计划、组织、指挥、控制、教育和激励，有效地实现预定目标的过程。高尔夫经济以高尔夫设施为平台对外开展商业服务。作为经济产业，其涵盖的范围已远远超越了高尔夫竞技本身。高尔夫经营思想、价值取向、消费行为等无不与现代社会发生紧密的联系。

近年来，我国高尔夫俱乐部经营管理逐步走向成熟和规范化，专业的高尔夫经营管理人才队伍正逐渐形成，高尔夫将朝着产业化、主题化、集团化、网络化的方向前进。然而，与国外高尔夫俱乐部先进的经营管理水平相比，我国还存在着很大差距，主要表现在高尔夫俱乐部组织结构设计缺乏合理性，工作流程不规范，高尔夫管理人才相对匮乏，且缺乏系统的绩效考核和薪酬激励制度，有的高尔夫俱乐部还存在着岗位职责不明晰，服务质量目标不明确等问题，从而造成总体服务质量不高的状况。这些都将在某种程度上直接影响高尔夫俱乐部的经济效益与竞争力。

2009年10月9日，国际奥委会（IOC）第121次全会在丹麦首都哥本哈根投票决定，高尔夫成为2016年奥运会、2020年奥运会的正式比赛项目。高尔夫球进入奥运会，对中国高尔夫球的发展意义重大！国人对高尔夫的认识将会有个质的飞跃，会有越来越多的人走近高尔夫，了解高尔夫。高尔夫入奥毫无疑问是这个市场的催化剂。面对高尔夫俱乐部发展的机遇和挑战，我国高尔夫俱乐部加强管理，提高服务水平迫在眉睫。高尔夫俱乐部应尽快建立起规范化的管理体系，提

高服务质量以满足消费者不断提高的需求和应对各种竞争。

高尔夫俱乐部经营与管理是高尔夫球场管理的核心，是俱乐部能否取得良好经济效益、社会效益以及能否实现俱乐部既定目标的关键。本书从高尔夫俱乐部经营管理的角度，讲述了高尔夫俱乐部规范化管理的过程。书中从高尔夫俱乐部的产生与发展、高尔夫俱乐部球场管理、高尔夫俱乐部会所管理、高尔夫俱乐部人力资源管理、高尔夫俱乐部会籍销售与管理、高尔夫俱乐部赛事策划与管理、高尔夫俱乐部营销市场经营与管理、高尔夫俱乐部经营风险与管理等方面讲述了高尔夫俱乐部规范化管理的制度、工具、流程和模板。

本书实用性强，可以作为高尔夫俱乐部管理人员、高尔夫服务人员、高尔夫培训人员进行规范化管理和实务操作的参照范本和工具书，也是高尔夫企业咨询师、高校教师和专家学者的实务类参考指南。

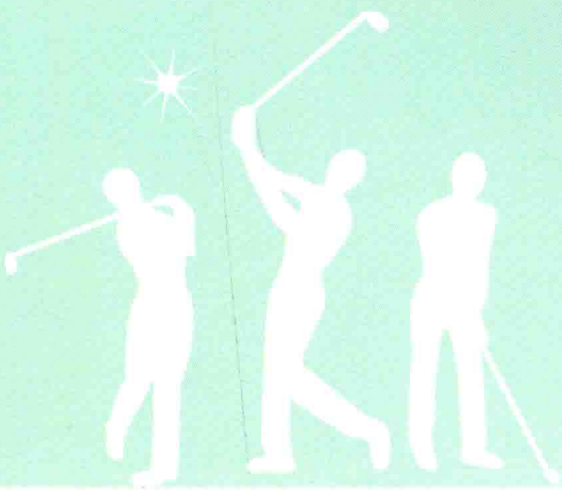
在本书编写的过程中，黄勇老师负责资料的收集和整理以及数字图表的编排，周华庭老师编写了本书的第一章、第二章、第七章、第八章、第九章，曹申老师编写了本书的第三章、第四章、第五章，王湘平老师编写了本书的第六章。全书由周华庭老师统撰定稿。

在即将付梓出版之际，作者衷心感谢在本书撰写期间付出心血的各位同仁和师长，同时感谢湖南高尔夫旅游职业学院院长孙跃博士的大力支持，感谢湖南人民出版社各位编辑在出版工作中所付出的艰辛劳动，在编写过程中，编者参考了国内外的文献资料，在此对相关的编著者一并表示感谢。

尽管编者做出了很多努力，但由于水平有限，书中难免存有错误和不当之处，望读者提出宝贵意见并及时反馈给我们，以便修订时改进。

编者

2012年3月于湖南常德清水湖畔



目 录

第一章 高尔夫俱乐部概述 /001

第一节 高尔夫俱乐部的性质与功能 /002

第二节 高尔夫俱乐部的产生与发展 /006

第三节 高尔夫俱乐部在中国的发展 /010

第二章 高尔夫俱乐部的经营与管理原理 /015

第一节 高尔夫俱乐部的经营原理 /016

第二节 高尔夫俱乐部的管理原理 /019

第三节 高尔夫俱乐部经营管理的要素及模式 /023

第三章 高尔夫俱乐部球场管理 /029

第一节 高尔夫俱乐部球场管理概述 /030

第二节 高尔夫球场管理规则 /034

第三节 高尔夫练习场管理 /038

第四章 高尔夫会所接待服务与管理 /043

第一节 高尔夫会所接待服务部门概述 /044

第二节 高尔夫会所接待业务流程 /047

第三节 高尔夫会所信息传递与营业收入管理 /053

第五章 高尔夫俱乐部的会籍销售与管理 /059

第一节 高尔夫俱乐部会籍的品种及设计 /060

第二节 高尔夫俱乐部会籍的价值与价格 /063

第三节 高尔夫俱乐部会籍的销售与管理 /066

第六章 高尔夫俱乐部人力资源管理 /073

第一节 高尔夫俱乐部人力资源管理概述 /074

第二节 高尔夫俱乐部人员招聘与培训 /077

第三节 高尔夫俱乐部员工绩效考核与薪酬管理 /082

第七章 高尔夫俱乐部营销市场经营与管理 /089

第一节 高尔夫营销市场的基本特征 /090

第二节 高尔夫营销市场的细分 /093

第三节 高尔夫目标市场的选择与市场定位 /096

第八章 高尔夫赛事策划与管理 /103

第一节 高尔夫赛事组织机构及运营管理 /104

第二节 高尔夫赛事特征及管理原则 /109

第三节 高尔夫赛事策划及营销 /113

第九章 高尔夫俱乐部经营风险与管理 /119

第一节 风险管理的内涵及方法 /120

第二节 高尔夫俱乐部经营风险管理的内容 /122

第三节 高尔夫俱乐部经营风险的识别与控制 /125



第一章 高尔夫俱乐部概述

课前导读

高尔夫俱乐部是高尔夫运动的重要组成部分，是人们体验和感受高尔夫文化的平台，是高尔夫文化发展的载体。从人类历史的社会进程来讲，高尔夫俱乐部的产生与发展，同其他社会文化形态的发展一样，既有高尔夫运动自身的发展作用，又有不同时期社会发展的文化背景对其所产生的影响。随着生活质量的提高，人们对户外生活的向往，对身心健康的强烈关注派生出竞技体育组织，进而产生各种形式的体育俱乐部，高尔夫俱乐部成为其中独特的一族。它通过必要的俱乐部章程和各种体育健身设施以及高尔夫联合组织，将许多有此兴趣爱好的人组织到一起，充分享受高尔夫带来的乐趣。本章将着重介绍高尔夫俱乐部的性质与功能、高尔夫俱乐部的产生与发展以及高尔夫俱乐部在中国的发展。

教学目标

1. 掌握高尔夫俱乐部的性质与功能
2. 了解高尔夫俱乐部的产生与发展
3. 了解高尔夫俱乐部在中国的发展

第一节 高尔夫俱乐部的性质与功能

【学习要点】

1. 俱乐部与高尔夫俱乐部的含义
2. 高尔夫俱乐部的性质
3. 高尔夫俱乐部的功能

高尔夫俱乐部是从娱乐俱乐部中分化出来的一种俱乐部形式。在现代社会中以体育、休闲、交流作为人际交往和精神休闲的平台，正在为改变区域环境、商贸往来和人类身心健康发挥着高雅的绿色交流功能。高尔夫俱乐部的出现，正好适应了人们生活的需要。它是集竞技、文化、休闲、交流和经营于一体的经济服务实体。它同传统公司一样，在经济市场上同样存在着企业战略、经营决策、市场营销以及生产、设备、物料、人力、信息、财务、企业文化和形象的管理。

一、俱乐部与高尔夫俱乐部的界定

中文“俱乐部”一词来自英文“club”，字典解释为拥有某种共同兴趣的人聚集在一起进行社会交际、文化娱乐等活动的团体和场所。俱乐部作为人类文明进程中的一种文化现象，最早起源于英国。但是，对这种古老的社会文化至今并没有一个统一的认识。

（一）对俱乐部的认识

俱乐部（club）早期较为流行的形态是咖啡厅文化。18世纪初期（1709-1712），“club”一词在欧洲逐渐流行，与之同时，喝咖啡的文化也日渐盛行，咖啡厅也是现代俱乐部的雏形之一。咖啡深深影响了当时的社会习俗和个人生活习惯，咖啡厅总是文学界、艺术界及政界名人等团体的聚会点。17世纪，英格兰Calves Head Club（1693年）和Green Ribbon Club（1675年）是对政局影响较大的两家咖啡厅。当时以咖啡厅为交流纽带的团体主要有两个特征：一是团体成员之间没有任何财务关系，即不存在费用关系，每个人在尽了成员义务和责任后，不需要用钱币去支付晚餐；二是没有固定的俱乐部场所，但小团体会选择一家较为特别的咖啡厅作为总部。此外，17世纪还是英国社会结构发生变化的时期，因为工业革命的影响，上层贵族地位骤降，他们被剥夺了城堡，而拥有的田地收入不断减少，他们无法忍受门可罗雀的境况，便四处相邀集结资金，寻找适合的地点建立一个可供不再风光的王公贵族聚会联谊的场所。早期的俱乐部采用会员制，但因招收对象仅局限于特定职业或专业人员，因此会员人数并不多，性质也偏向让贵族消磨时光、重拾往日荣景。当时的俱乐部主要是发挥联谊、休闲和社交的目的，如果拥有充足的空间，贵族便可享受打高尔夫、骑马等活动。这一时期英国没落贵族建立的小型俱乐部，为18世纪高尔夫俱乐部的诞生埋下了伏笔，但受时代所限，他们建立的俱乐部也跟文学家、政治家的一样，没有固定的场所。

18世纪初期，俱乐部文化得以发展，其中明显的变化是固定场所和独立机构的诞生。伦敦的一些咖啡厅招募自己的会员，并在会员开会时提供餐饮、住宿等，这就是最初的俱乐部会所（clubhouse）。当时的会所以咖啡厅老板名字命名，例如White's、Brooks's、Arthur's以及Boodle's等等，有的至今还是著名绅士俱乐部的代表。其中，1693年成立的White's，是可以追溯的最早出现的俱乐部。这一时期，俱乐部的种类也越来越多样化，运动、休闲类俱乐部也在此阶段涌现。

俱乐部，一般由企业经营者出面组织，会员在自愿、互助、互惠的基础上自主参加，并有相应的权利和义务的自由协会或团体。

（二）对高尔夫俱乐部的认识

目前人们对高尔夫俱乐部的理论认识，也没有一个统一的定义。高尔夫俱乐部作为西方早期社会发展衍生出来的文化思想，有着特定历史环境背景下的文化特质。从历史文化的认识来讲，早期的高尔夫俱乐部，是具有相同社会地位、财富、身份以及共同对高尔夫游戏有兴趣爱好的高层社会的贵族阶层自愿组成，共担成本，具有一定私密性质和小规模、非营利性的社会团体组织。而从现代社会发展的经济角度来讲，高尔夫俱乐部既有早期俱乐部的历史文化的基本特征（比如：会员制、私密性、小规模等），也有现代高尔夫产业文化发展的经济特征（比如：商业化经营、科学化管理等）。因此，现代高尔夫俱乐部的内涵和外延，已经远远超越了早期高尔夫俱乐部的社会发展范畴。

因此，对于高尔夫俱乐部，我们可以归纳为：以高尔夫运动为基础而建立起来的，为满足人们进行社交、娱乐、运动、旅游等需求的社会团体或场所。

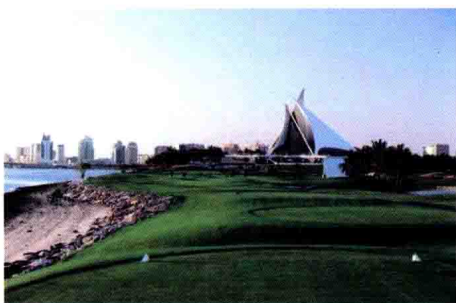


图1-1 充满艺术元素的高尔夫俱乐部

二、高尔夫俱乐部的性质

无论是早期高尔夫俱乐部，还是当代市场经济环境下的高尔夫俱乐部，始终都是一种有着共同兴趣与爱好的社会个体进行交流与沟通的社会载体。社会经济与文化的发展，进一步加速了高尔夫俱乐部的完善与发展，使其在形式与内容方面都在不断地变革，形成了独特的产业特性和文化特性，概括如下：

（一）普遍性

高尔夫俱乐部，作为俱乐部文化的延伸，同其他行业俱乐部一样，也具有共同的特性。

1. 服务性。

服务性是高尔夫俱乐部作为休闲产业的一种独特的特性。俱乐部从业人员主要的工作是出售“服务”，服务品质的好坏直接影响了俱乐部形象，而会员的满意度是俱乐部存在和发展的依据。人的因素决定俱乐部的一切，人为的服务特征也更为明显与突出。

2. 综合性。

高尔夫俱乐部的机制具有综合性，一般生活中的衣、食、住、行、育、乐均可包括在内。其主要特点是以球会友，是集休闲、度假、观光、娱乐、养生为一体的综合性娱乐休闲场所。同时，可以提供与高尔夫相关的综合性专业服务与讯息，全方位为顾客提供高尔夫服务与管理。

3. 私密性。

高尔夫俱乐部是通过会员自己管理的方式，实现会员之间相互交流与沟通，以及相互切磋高尔夫技术的平台，因此，高尔夫俱乐部的规模通常是按照俱乐部的承受能力、投资成本估算等相关要素，得出俱乐部会员人数的基数以及会籍价格。在此条件的制约下，可以看出俱乐部的会员数量越少，俱乐部会员的私密性也就越高。

4. 娱乐性。

高尔夫作为现代经济运动的组成部分，不仅具有一般竞技运动的特点，还具有以健康娱乐、户外消遣为主题的休闲运动特征。因此，高尔夫俱乐部为其会员或其他消费者所提供的产品，也是紧紧围绕着高尔夫运动的竞技性与娱乐性而专门设计的服务内容。

5. 开放性。

高尔夫球场是许多商界人士交流、交友、交际的活动场所，是一个信息互动平台。他们更热衷在球场间穿行，边打球、边谈生意，既旅游观光，又交朋结友，往往在不知不觉中完成了一项项商务的洽谈。有人戏称，球道就是沟通的桥梁，果岭就是签约的会场。各种论坛、会议常常落户各个不同的高尔夫俱乐部，阳光、绿草、清新空气使与会者精神抖擞，效率倍增。



图1-2 充满现代气息的高尔夫俱乐部

（二）特殊性

1. 地域性。

度假型、社区型、商务型等不同形态的俱乐部，都要受到地理环境上极大的限制。因为高尔夫运动是一项受地域环境影响较大的运动，特别是高尔夫球场的建设，草皮的生长与维护。这样，不同地域的高尔夫俱乐部都会根据其地理环境上的不同，设置成各种不同形态的俱乐部。不同国家、不同地区、不同自然条件、不同设计造型的球场有着不同的风格、不同的个性。

2. 季节性。

淡、旺之季节性在俱乐部产业中也经常可见，尤其是在风景区的度假俱乐部。高尔夫运动具有明显的季节性特征，这主要是高尔夫球的运动条件对气候因素的要求决定的。如寒冬腊月，北方的高球爱好者如候鸟南飞，借假期和周末纷纷飞往南方的球场，打球、度假，享受南国温暖和煦的阳光。因此，针对季节性的变化，各高尔夫俱乐部所建球场的景观各具特色，不同季节可提供不同特色的球场，整个市场可适应高尔夫旅游的季节性。

3. 商品无法储存性。

优质的服务是俱乐部一个尤为明显的特征，俱乐部提供的服务是无形的，可以感知和记忆，却不能变为实体。例如你内心感受到俱乐部提供的一种独特体验，却无法将这份体验像固体商品那样转卖他人。

4. 社会地位性。

俱乐部并不是任何人都可加入的，国外一些著名私人高尔夫俱乐部就对会员的入会执行严格筛选制度，会员的地位也体现着私人俱乐部的社会地位。高尔夫是一种贵族运动，更多体现的是身份和地位，强调优雅，甚至精致。从俱乐部的配置到服装的讲究，礼仪的学习，无处不是优雅生活方式的显现。这种高雅的运动，跟其他球类运动是不同的。

三、高尔夫俱乐部的功能

随着社会经济的发展，高尔夫俱乐部早期的定义范围，也在市场经济大潮的冲击下，不断被延