

The Amazon logo is displayed in the top left corner, featuring the word "amazon" in a bold, black, lowercase sans-serif font with a curved orange arrow underneath it, pointing from the letter 'a' to 'z'.

amazon

# 日本机会品类动向调查

欧睿国际向亚马逊日本提供的定制报告

2025年4月

本报告由亚马逊为其卖家发布，数据来源于欧睿国际进行的定制报告研究。亚马逊不保证数据和计算的准确性，也不保证公司遵循相关推荐所产生的任何特定结果。报告中提供的信息基于公开来源、零售审计样本、行业讨论和建模的研究来进行估算。报告中的预测基于没有外部冲击的假设。因此，所有源材料均不提供任何保证或陈述，使用者需自行承担使用相关材料的风险。在标明来源和作者的条件下，可以使用本报告的摘录内容。© 欧睿国际有限公司【2025】。版权所有。

The logo for Euromonitor Consulting, consisting of a stylized white triangle on the left and the company name "Euromonitor Consulting" in a sans-serif font on the right.

Euromonitor  
Consulting



# 高尔夫用品

# 类别描述

本报告中“高尔夫用品”类别的范围主要包括高尔夫球杆、球包、高尔夫GPS配件以及练习设备。

## 目录

- 1 摘要
- 2 市场概况
- 3 渠道评估
- 4 竞争格局
- 5 主要法规
- 6 消费者偏好
- 7 主要产品属性
- 8 在线购物者画像
- 9 建议
- 10 附录-日本消费者概况

## 摘要



高尔夫用品的需求取决于该国高尔夫球手的数量，而过去15年来高尔夫人人口已减少逾30%，预计未来几年将保持停滞状态。

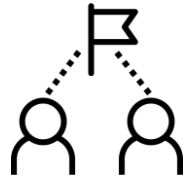
为维持顾客的兴趣，市场上推出了各类高尔夫球杆、**更轻便且实用**的高尔夫球袋，以及专注于**特定需求**（如挥杆姿势矫正）的练习工具。

注：截至2023年，根据R&A发布的《全球高尔夫参与报告》，日本大约有810万名在9洞或18洞球场打高尔夫的球手。与过去几十年相比，这一数字有所下降；1996年时，高尔夫人人口约为1200万，显示出这些年来约40%的减少。



在购买高尔夫球杆、球袋和GPS配件时，**设计与外观**是高尔夫球手最看重的产品特性。无论是中级还是资深球手，在挑选产品时都会考虑诸如**尺寸、重量、角度和材质**等详细的产品信息。

60至70多岁的高尔夫球手是主要的消费群体，但**20至40多岁的年轻一代**则是技能提升类商品的主要目标客群，例如定制球杆、时尚球袋和训练器材，因为这一群体大多希望提升球技，且具备较强的消费能力，购买频率也较高。



初学者和中级高尔夫球手倾向于在实体店购买，以便获取建议并进行试打，而经验丰富的球手则多通过线上渠道购买。练习工具因价格较低且购买方便，大多也是在线上购买完成。品牌在出口产品时，必须考虑相关的行业规范（如USGA、R&A、JGA）以及与材料相关的关税规定。

在过去四年中，尽管高尔夫人口数量保持稳定，但由于单价上涨，市场规模有所增长

## 高尔夫用品市场规模

以出厂价计算（2023年）

市场总规模: 3080亿日元



高尔夫球杆  
1170亿日元



高尔夫球包  
150亿日元



高尔夫球  
280亿日元



配件  
230亿日元



高尔夫服饰  
1250亿日元

高尔夫在日本是参与人数最多的球类运动之一，涵盖多个年龄层的群体都在享受这项运动。此外，高尔夫也被广泛用作商务场合和人脉交流的机会。

2023年，以制造商销售价格计算，包括球杆、球袋、鞋子、高尔夫服装、高尔夫球及配件在内的高尔夫相关产品的总市场规模估计约为3080亿日元。**自2021年至2024年的四年间，市场规模略有增长**，主要得益于高尔夫人口维持在约800万人左右的稳定水平，同时受到定制球杆、高端材料所带来的单价上升，以及日元贬值的推动。

来源：Euromonitor通过包括学术机构在内的二手资料进行估算。

## 高尔夫用品的季节性趋势

高尔夫用品的需求预计将在5月以及8月下旬至10月期间激增，因为这是日本许多地区高尔夫活动最频繁的季节。为了刺激需求，新款高尔夫产品通常会在春季和秋季高尔夫季节开始前发布。

不同品牌和产品的发布时间有所差异，但主要品牌通常会在每年特定时间推出新产品。



## 高尔夫专卖店是中高级高尔夫球手的主要购买渠道，而初学者则更倾向于前往连锁体育用品店选购

消费者通常倾向于在实体店购买高尔夫用品，以便获得专业建议，但对于球杆零件和配件等商品，则较愿意在线上购买



### 高尔夫专卖店

高尔夫专卖店主要经营各大高尔夫品牌，并为消费者提供试打新球杆的场所。主要的连锁专卖店包括 Golf 5、鹤屋高尔夫以及 Golf Partner。



### 连锁体育用品店

对于初学者来说，高尔夫专卖店可能有些让人望而却步，连锁运动用品店如 Xebio和 Sports Depot则提供价格亲民、适合新手使用的高尔夫球杆套装。



### 百货公司

Daimaru、Keio等百货公司过去主要销售高尔夫服饰和鞋类，但近年来已扩展其产品线，开始销售高尔夫球杆及相关配件等其他高尔夫用品。



### 电商平台

部分有经验的高尔夫球手由于清楚自己球技所需，倾向于在线上购买特定品牌的高尔夫球杆零部件、球袋以及配件等产品。



确实存在一些消费者会先到实体店看看实物，然后再为了折扣选择在线上购买，但线下购买依然更受欢迎。消费者在购买前通常希望能够实际触摸并挥动球杆，以确认手感与适配度。

—— 高尔夫球杆品牌 产品开发部门

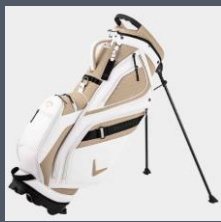
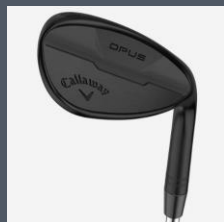
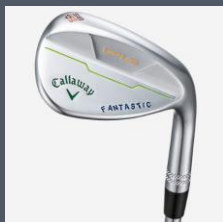
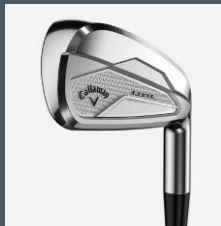
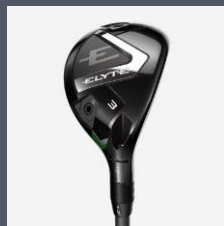
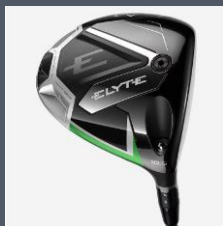
由于技术要求较高，高尔夫球杆、高尔夫球和GPS手表等市场趋于集中；而高尔夫球包和练习工具市场则较为分散，以满足多样化的消费者需求

- **高尔夫球杆市场**由美国和日本品牌主导，部分原因在于品牌忠诚度、技术创新以及广泛的销售渠道网络。
- 前三大品牌为 **Callaway**、**Acushnet** 和 **Dunlop**。  
在球杆杆身方面，四大主要制造商分别是 **Graphite Design**、**Fujikura**、**Mitsubishi Chemical**和 **UST Mamiya**。
- **用于练习的高尔夫球品牌多种多样**，但在球场上使用时，**美国与日本的主要品牌如 TaylorMade、Titleist 和 Dunlop 占据主导地位**。
- **高尔夫用GPS手表市场则相对集中**，主要由少数几家品牌主导，其中 **Garmin**、**Uncomm Technology** 和 **Greenon** 是该领域的领先品牌。
- 高尔夫球袋市场则高度分散，产品种类丰富，依据用途、材质、重量、设计与功能性等进行差异化。消费者在选购时，通常会先看外观与设计，再进一步确认产品细节。
- **高尔夫练习器材市场同样高度分散**。训练工具涵盖挥杆、切杆、推杆等多个项目，满足不同的训练目的与需求。





许多型号具备出色的击球距离性能，并且具有较强的容错性



**公司名称:** Callaway Golf

**公司简介:**

Callaway Golf 以其创新理念与设计而闻名，尤其擅长运用科学方法打造高尔夫球杆。该公司引以为傲的是，其所推出的高尔夫装备——包括球杆、高尔夫球、球袋及其他配件设计上易于使用，任何人都可以轻松上手，享受高尔夫的乐趣。此外，Callaway 还提供兼具时尚感与机能性的服装，既适合在球场上穿着，也适合日常休闲场合使用。

**产品定位:**

Callaway 高尔夫球杆具备独特技术，具备轻量化、挥杆轻松、击球距离远、容错率高等特点，使球手更容易将球打直。Callaway 还通过细分目标用户群，针对不同类型球手的常见失误，采用了专门设计的球杆杆面，以提高击球的稳定性与精准度。

### 高尔夫用品SKU数量与价格范围

- 一号木 44 SKUs (24%) 22,900-133,100日元
  - 球杆套装 16 SKUs (9%) 16,900-143,500日元
  - 球包 34 SKUs (18%) 22,440-52,470日元
  - 高尔夫球 44 SKUs (24%) 3,085-16,920日元
  - 高尔夫手套 45 SKUs (25%) 929-5,000日元
- 上述五个子品类的总SKU数量为183个（占整体100%）

(As of February 2025, Golf 5 and Tsuruya Golfs online shops <https://store.alpen-group.jp/golf5/CSfGolfTop.jsp> and <https://ec.tsuruyagolf.co.jp/>)



将产品定位在两个维度上：精准确度与击球距离，以及高弹道与低弹道



**公司名称:** GRAPHITE DESIGN INC.

**公司简介:**

Graphite Design 是一家专注于高尔夫球杆杆身及相关零部件制造的公司，并以自有品牌“Tour AD 系列”杆身在市场上占有一席之地。在 2018 年日本男子职业高尔夫巡回赛中，约有 35% 的选手使用 Graphite Design 的杆身，使其成为当年巡回赛中使用率最高的杆身品牌。事实上，该品牌已连续超过十年蝉联巡回赛使用率第一。为了进一步发展杆身业务，该公司认为扩大美国市场份额至关重要，并正积极推动其产品在美国 PGA 巡回赛中的使用，以提高品牌影响力与市场占有率。

**产品定位:**

Graphite Design 的杆身在杆头和握把部位增强了刚性，具备强劲击球力道、挥杆易控性，以及良好的柔韧性与回弹性等特点。这种设计旨在为球手提供稳定而有力的击球体验。

### 高尔夫用品SKU数量与价格范围

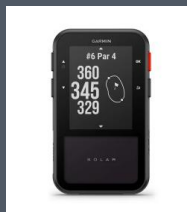
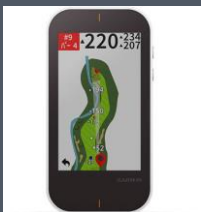
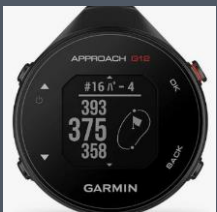
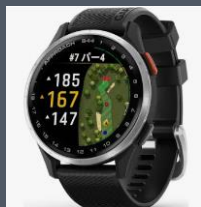
- 高尔夫球杆杆身 24 SKUs (100%) 8,360-36,960 日元  
总SKU数量为24个 (占整体100%)

(As of February 2025, Tsuruya Golfs online shops <https://ec.tsuruyagolf.co.jp>)

# GARMIN



可向所有希望提升球技的高尔夫球手提供关于球场信息、个人挥杆与击球的数据分析，帮助他们更高效地进行技能提升



**公司名称:** Garmin Ltd

**公司简介:**

Garmin 是在航空、海事、汽车、户外、健身以及高尔夫 GPS 手表领域广受认可的顶级品牌。该公司同时开发硬件与软件，并以其出色的设计、品质与可靠性而闻名。其推出的 Garmin Approach 系列高尔夫 GPS 智能手表，适用于初学者、中级及高级球手。

**产品定位:**

Garmin Approach 系列内建全球超过 43,000 个高尔夫球场的信息，旨在为各个水平的高尔夫球手提供支持。其主要功能包括：提供详尽的球场信息，精准测量至障碍区与果岭的距离，根据用户自身击球距离，推荐合适的球杆选择。该系列产品帮助用户在球场上更有策略性地打球，有效提升整体球技与判断力。

**高尔夫用品SKU数量与价格范围**

- Golf GPS配件 20 SKUs (100%) 22,800-858,000日元  
总SKU数量为20个 (占整体100%)

(As of February 2025, Golf 5 and Tsuruya Golfs online shops <https://store.alpen-group.jp/golf5/CsfGolfTop.jsp> and <https://ec.tsuruyagolf.co.jp/>)

## 高尔夫球杆和高尔夫球需符合高尔夫协会的规定，特别是美国高尔夫协会的相关规则

- 在日本，高尔夫器材必须符合 JGA（日本高尔夫协会）规定，该规定与 R&A 和 USGA 的规则保持一致，涵盖球的形状、球杆的尺寸、速度、重量和性能。不符合规定的器材是被禁止使用的。高尔夫器材的相关规则由日本高尔夫协会制定，这些规则是以 R&A Rules Limited 和美国高尔夫协会（USGA）的规则为基础。这些规则详细规定了球的形状、结构、性能和重量，球杆的尺寸、初速度与总体距离，以及球杆的握把和杆身的标准。任何不符合这些标准，或在其他方面不合规的高尔夫器材，都被禁止使用。
- 高尔夫器材的制造商和销售商自愿遵守《运动用品公平竞争规则》。该公平竞争规则是由制造商和销售商制定，并经由消费者厅和公正交易委员会批准，目的是确保商品的提供和标示方式是适当的。该规则要求对制造和销售的运动用品（包括高尔夫器材）在商品目录、产品本体、使用说明书、展示等方面进行标示。
- 对于高尔夫球杆和高尔夫球，日本不征收进口关税；但对于高尔夫球袋、高尔夫手套和高尔夫鞋则征收关税。关税税率根据商品类别而异，其中皮革类高尔夫产品的关税为 5% ~ 12.5%。至于外表面为纺织纤维或塑料薄膜材质的高尔夫球袋，其关税为 7.2%。



## 对于初学者而言，设计感和易用性是重要的考量因素；而有经验的高尔夫球手则倾向于选择符合自身技术的定制化产品

- 当消费者，特别是有经验的高尔夫球手，在选择**高尔夫球杆**时，他们重视的是**性能**、手感、设计与外形、重量以及可定制性。对于初学者来说，通常建议使用包含7~8支球杆的套装。
- 在选择**高尔夫球袋**时，消费者主要关注设计、尺寸、重量和耐用性；而在选择**高尔夫手套与握把**时，则更注重舒适度与贴合感。**高尔夫球手**会使用激光测距仪与GPS手表，他们看重的是测量精准度、操作便利性、重量与外观设计。在**训练工具**方面，挥杆训练器最受欢迎，其次是推杆训练器与短打辅助工具。**消费者虽然倾向于寻找价格合理的产品，但也会愿意投资具有长期效益的优质训练器材，并经常参考其他用户的评价进行选购。**



Image source: Unsplash



初学者倾向于寻找价格更实惠、对新手更友好的产品，例如轻便、易于挥杆的高尔夫球杆。而技术熟练者或职业选手则偏好更具技术性的球杆和高端产品。他们常常会收集使用不同材质与尺寸的球杆。

—— 高尔夫球杆品牌 产品开发部门

## 消费者对产品及其属性的偏好，往往因年龄、经验以及对高尔夫运动的熟悉程度而有所不同

- 标准套装 / 球杆套装：主要面向20多岁的高尔夫初学者
- 一号木与挖起杆：主要由40~60多岁之间的男性资深球手购买，他们经常打高尔夫，并重视球杆的性能与定制化程度。
- 球包：适用于既重视实用性又看重设计感的球手。30~50多岁的男性球手若频繁打球，倾向于购买高端或品牌球包；20~40多岁的女性球手则更偏好时尚感强的球包。
- 高尔夫配件（如GPS手表、手套、握把等）：面向20~40多岁的休闲球手与爱好者，他们希望提升打球体验。其中，GPS手表使用者多为30~50多岁之间、具有科技意识的球手。
- 挥杆与推杆训练工具：主要由寻求技术提升的初学者与中级球手购买，使用者多为20~40多岁年龄段。



## 外观与设计是刺激需求的重要因素，其次是消费者对尺寸、重量等方面的个人偏好



### 设计 / 造型



### 可定制化程度



### 尺寸 / 重量



### 耐用性



### 材质

- **设计与外形**对于所有高尔夫用品都非常重要，尤其是对不熟悉产品细节的初学者而言。而有经验的球手则更重视**可定制性**，例如使用**定制杆身**。定制球包主要受到高收入者和高级球手的青睐。
- 对于高尔夫球杆与球包而言，**重量**是影响挥杆和携带便利性的关键因素。对于**20至40多岁的球手而言**，**建议参考45.25英寸、总重约300克的一号木**作为合适的标准。对于高尔夫GPS手表来说，重量也十分关键，必须佩戴起来“自然无感”才能提升使用体验。
- 高尔夫用品的使用寿命通常超过5年，但**实际耐用性**受到使用频率与储存方式的影响。消费者在选购时会参考关于耐用性（如是否容易刮伤、生锈）的评论，尤其是在网购时更加关注这些细节。
- 高尔夫球杆的**材料**选择对于**杆头、杆身、握把**等部位均十分重要。而练习工具的材质则通常与使用者的练习需求相关，依据训练内容而异。

## 市面上提供多种类型的高尔夫用品，以满足不同高尔夫球手的偏好与技能水平

消费者在高尔夫用品各子类别中所重视的产品属性程度



	高尔夫球杆	高尔夫球包	高尔夫GPS手表	挥杆训练器
设计 / 造型	高	高 球包、球杆袋 直径为8至9.5英寸	高	高
可定制化程度	高 杆头、杆身、握把	低 口袋分隔数 收纳袋数量	中 可与智能手机应用程序连接 以设定各类功能	低
重量	高	高 3-4kg	中	中
耐用性	高 杆头: 10年 杆身: 5年 握把: 1年	中 平均为5年 (根据用户调查)	中 5-10年	中
材质	高 杆头: 不锈钢、钛 杆身: 钢、碳素 握把: 橡胶、弹性体	高 合成皮、聚酯纤维、尼龙、 亮面漆皮	N/A	中
消费者重视的关键因素	挥杆轻松、易于控制、 击球距离远	大直径、轻量	距离测量的准确性	使用的便利性

## 关键产品属性

高尔夫用品

高尔夫球杆

高尔夫球包




高尔夫GPS配件

挥杆训练器



高尔夫球手虽然认为多个因素都很重要，但在选购球杆时，往往还是会根据品牌知名度以及对其品质的信赖来做出选择

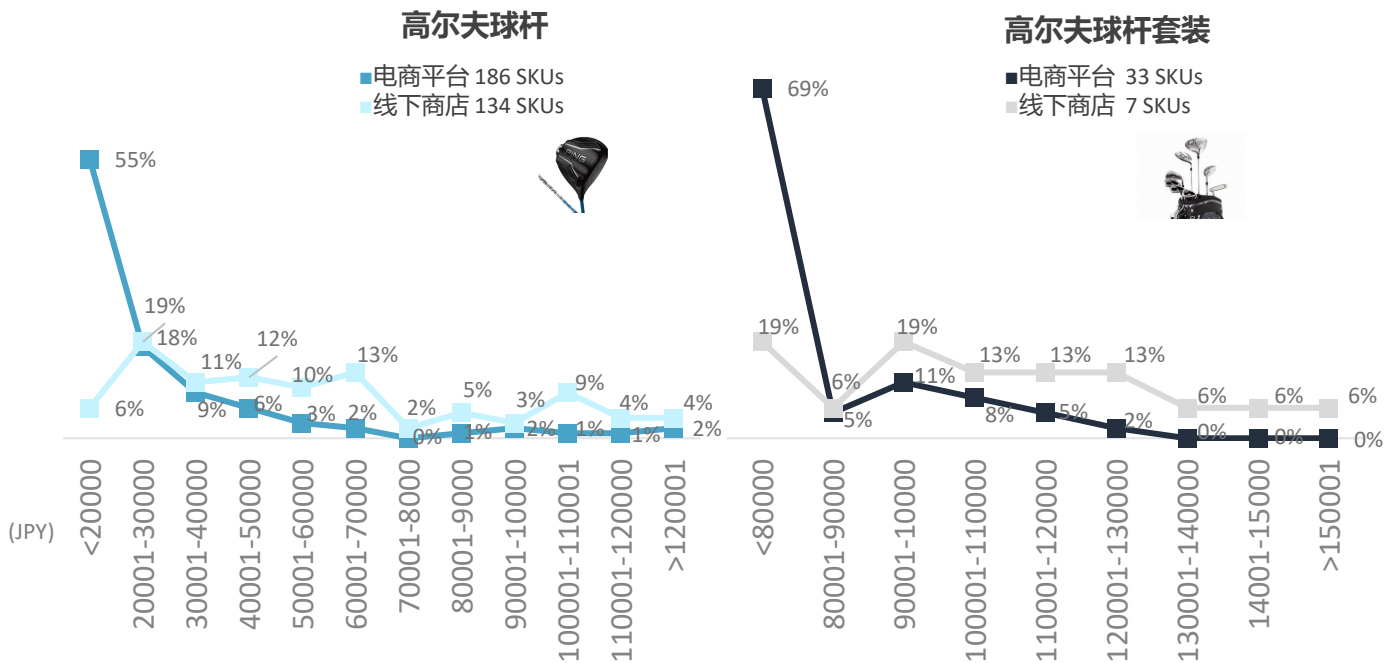
### 常见的产品特性和宣传卖点

高尔夫球杆	 高尔夫球杆 134 SKUs	 高尔夫球杆套装 16 SKUs	 杆身 150 SKUs
球杆类型	<b>一号木 (26%)</b> 球道木杆 (16%) 铁杆 (10%) 救援杆 (7%) 混合杆 (2%)	<b>球杆套装 (62%)</b> 铁杆套装 (38%)	<b>木杆 (45%)</b> 铁杆 (30%) 混合杆 (9%) 救援杆 (7%) 挖起杆 (4%) 一号木 (3%)
设计 (目标群体)	<b>男性 (93%)</b> 女性 (4%)	<b>男性 (69%)</b> 女性 (31%)	N/A
球杆数	N/A	<b>8 (25%)</b> 5 (17%) 6 (17%)	N/A
品牌	<b>Callaway (21%)</b> PING (18%) TaylorMade (17%) SRIXON (7%) YAMAHA (7%)	<b>PING (38%)</b> Callaway (25%) BRIDGESTONE GOLF (13%)	<b>Nippon Shaft (23%)</b> Fujikura Composite (23%) Mitsubishi Chemical (21%) UST Mamiya (17%) Graphite design (16%)
价格	<b>最常见的价格区间</b> 20,001-30,000日元 (19%) <b>低价位区间</b> 低于20,000日元 (6%) <b>最低</b> 15,999日元 <b>最高</b> 550,000日元	<b>最常见的价格区间</b> 低于80,000日元 (17%) 90,001-100,000日元 (17%) <b>低价位区间</b> 低于80,000日元 (17%) <b>最低</b> 27,999日元 <b>最高</b> 159,500日元	<b>最常见的价格区间</b> 35,001-40,000日元 (22%) <b>低价位区间</b> 低于6,000日元 (8%) <b>最低</b> 4,708日元 <b>最高</b> 88,000日元

注：百分比表示在被观察的产品中，声称具有该属性的产品所占的比例。因此，各属性的百分比之和不一定为100%。

# 电商平台上的高尔夫球杆及球杆套装，吸引的是那些希望以实惠价格购买特定类型球杆的消费者

## SKU在不同价格区间中的货架占比

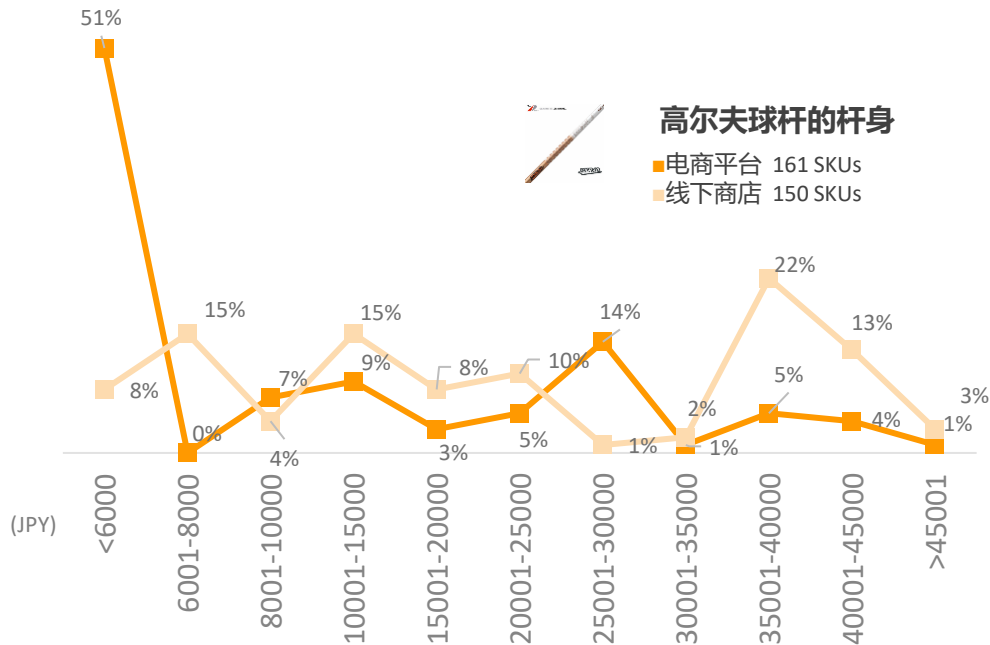


大多数线上販售的高尔夫球杆价格在20,000日元以下，主要为小众品牌或旧款型号。商品页面通常会详细标示球杆编号、杆面倾角以及杆身类型，以满足特定偏好的消费者。线上販售的球杆套装主要面向初学者与中级球手，价格多在80,000日元以下，通常包含10~11支球杆。

来源：电商（亚马逊和乐天）。在亚马逊上，所审核产品来自相关子分类中按“畅销商品”排序的产品，排除了广告商品。在乐天上，所审核产品来自相关子分类中按“用户评论数量”排序的产品，最多审核145个商品。两个电商平台的门店审核均在2025年2月进行。Golf Five和Tsuruya Golf online website的审核也在2025年2月进行。

价格较低的球杆杆身可在网店购买，尤其是Nihon Shaft提供的钢制杆身，售价在6,000日元以下，这类产品在实体店中较为少见

### SKU在不同价格区间中的货架占比



线上球杆杆身的品牌与实体店相同，但价格更便宜。在6,000日元以下的价位区间，由Japan Shaft和TRUE TEMPER主导，提供价格亲民的钢制杆身。

来源：电商（亚马逊和乐天）。在亚马逊上，所审核产品来自相关子分类中按“畅销商品”排序的产品，排除了广告商品。在乐天上，所审核产品来自相关子分类中按“用户评论数量”排序的产品，最多审核145个商品。两个电商平台的门店审核均在2025年2月进行。Golf Five和Tsuruya Golf online website的审核也在2025年2月进行。

## 受欢迎的产品以其先进的技术和专业知识为卖点，具有易于使用、击球距离远、操控性强等优势

### 2025年2月 Golf Five在线商城上热销的人气高尔夫球杆与球杆套装



**品牌:** Callaway

**产品名称:** Soleil 球杆套装

**产品介绍:** 为考虑开始打高尔夫的女性以及初学者女性球手提供强力支持。本套装包含从一号木到推杆在内的8支球杆、杆头套和球包，让您立即前往球场挥杆。Callaway 结合其球杆制造经验，打造出易于上手且手感良好的球杆。球包则追求简约设计与使用便利性。

**套装内容:** 一号木、球道木（5号）、救援杆（6号）、铁杆（7号、9号）、挖起杆（PW、SW）、推杆、球包、杆头套、名牌

**价格:** 98,000日元



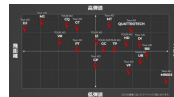
**品牌:** PING

**产品名称:** G440 MAX 一号木 ALTA J CB BLUE

**产品介绍:** 重心设计助力击远的理念，打造出更远距离且不易偏离的击球表现。多余重量被分配到高比重的后部配重，实现高惯性矩（MOI）与稳定飞行轨迹。新设计的“Free Hosel Design”减少了杆颈周围的重量，有助于打出高弹道、低旋转的球路。杆面中央比前一代薄约4%，周边薄约7%，进一步提升击球距离。全新杆头造型更易于瞄准与挥杆，并在击球时带来更悦耳的击球音与舒适的手感。

**价格:** 107,800日元

Graphite Design提供的二维坐标轴中，位置最接近中心的产品



**品牌:** Graphite Design

**产品名称:** Tour AD GC 一号木杆身

**产品介绍:** 采用高品质碳纤维材料，于日本 Graphite Design 总部制造。提供从40克到80克不等的多种重量与硬度选择，适用于低旋转或中等旋转的击球风格。运用了新材料技术 AD SHIELD，打造出优化的杆身轮廓与顺畅的击发点（kick point）。杆头部分使用 TORAYCA T1100G 碳纤维材料，实现击球时的高度稳定性与精准控制。

**价格:** 27,500日元

## 关键产品属性

### 高尔夫用品

高尔夫球杆

高尔夫球包

高尔夫GPS配件


挥杆训练器



Image source: Unsplash

# 高尔夫球杆品牌与服饰品牌通过多样化的设计、颜色和材质的高尔夫球包来吸引高尔夫球手

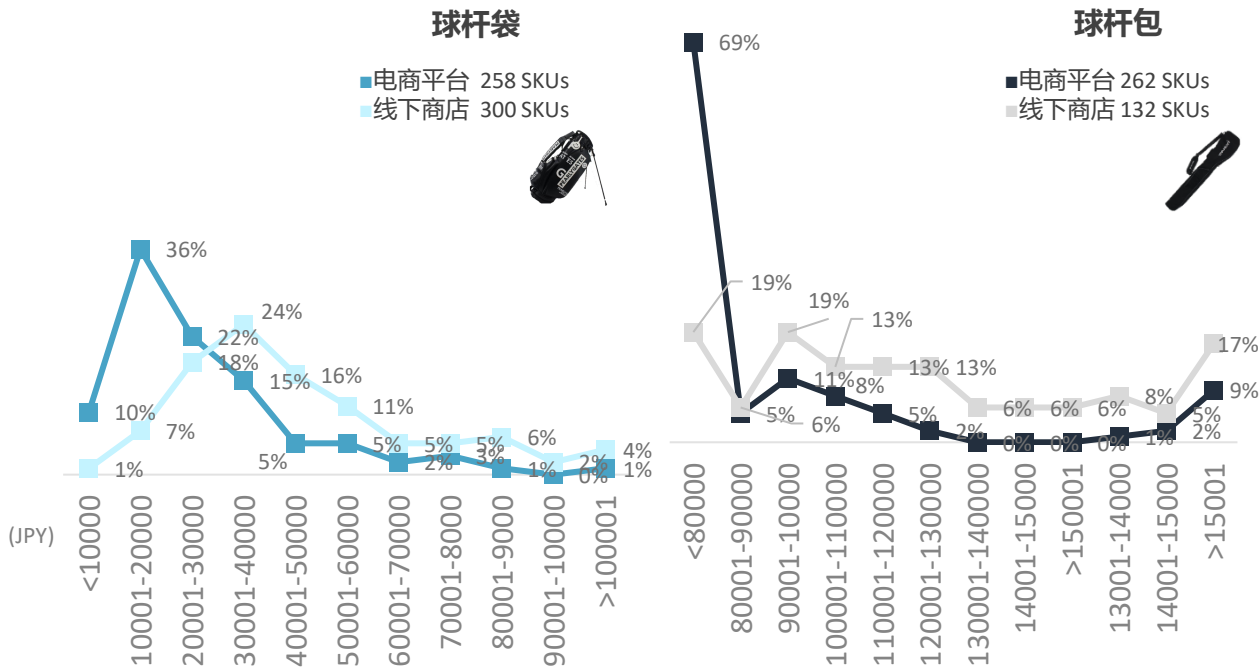
## 常见的产品特性和宣传卖点

高尔夫球包	 <b>球杆袋</b> 300 SKUs (%)	 <b>球杆包</b> 132 SKUs
<b>设计 (目标群体)</b>	<b>男性 (53%)</b> 女性 (7%) 男女通用 (6%)	<b>男性 (53%)</b> 女性 (10%) 男女通用 (3%)
<b>描述</b>	<b>立式球袋 (27%)</b> <b>轻量型 (7%)</b> 运动型 (4%) <b>9.5英寸口径 (4%)</b> 8.5英寸口径 (2%)	<b>立式球袋 (29%)</b> 带有推杆专用袋 (2%)
<b>品牌</b>	<b>Callaway (10%)</b> <b>PING (10%)</b> TOMMY HILFIGER (6%) ZERO HALLIBURTON (5%) le coq sportif GOLF (5%)	<b>TaylorMade (9%)</b> Callaway (8%) Admiral (8%) le coq sportif GOLF (7%)
<b>价格</b>	<b>最常见的价格区间</b> 30,001-40,000日元 (24%) <b>低价位区间</b> 低于10,000 (1%) <b>最低 7,689日元 最高 275,000日元</b>	<b>最常见的价格区间</b> 高于15,001日元 (17%) <b>低价位区间</b> 低于5,000 (6%) <b>最低 2,189日元 最高 47,520日元</b>

注：百分比表示在被观察的产品中，声称具有该属性的产品所占的比例。因此，各属性的百分比之和不一定为100%。

# 在线零售商销售的高尔夫球包价格低廉且设计多样，非常有可能吸引高尔夫球手的关注

## SKU在不同价格区间中的货架占比



线上球包大多为价格亲民的软壳款，主要用于练习场，强调可容纳球杆数量（如7支）而非外观设计。用于球场的球杆包则更注重外观设计、重量与收纳容量，吸引消费者购买。

来源：电商（亚马逊和乐天）。在亚马逊上，所审核产品来自相关子分类中按“畅销商品”排序的产品，排除了广告商品。在乐天上，所审核产品来自相关子分类中按“用户评论数量”排序的产品，最多审核145个商品。两个电商平台的门店审核均在2025年2月进行。Golf Five和Tsuruya Golf online website的审核也在2025年2月进行。

品牌往往在提供基本功能（如直径尺寸、高度和重量）的同时，主打其独特的设计风格来进行宣传

## 2025年2月 Golf Five在线商城上热销的人气高尔夫球包



**品牌:** PEARLY GATES

**产品名称:** 合成皮革立式球包 (带支架, CB)

**产品介绍:** 轻量型, 9英寸口径, 支持46英寸球杆。经典款合成皮革立式球包, 设计简约酷感, 兼具实用性与美观性。

**颜色:** 海军蓝 (或白色)

**材质:** 聚氨酯

**重量:** 3.3公斤

**价格:** 49,280日元



**品牌:** JORDAN

**产品名称:** Fade Away 球包

**产品介绍:** 六分隔口袋设计, 附可拆式背带。内衬口袋采用柔软的丝绒材质, 可保护贵重物品。包身多处运用了历年来 JORDAN 系列的经典设计元素。支持最长 47 英寸球杆。

**颜色:** 黑色 (或红白配色)

**材质:** 聚酯纤维、合成皮革

**重量:** 2.8 公斤

**价格:** 59,400 日元



**品牌:** PEARLY GATES

**产品名称:** Alpen 限定款 自立式球包

**产品介绍:** Alpen (门店品牌) 限定商品。适用于 47 英寸球杆的自立式球包, 可广泛用于练习场、无球童自助打球等多种场景。

**颜色:** 海军蓝 (或米色、粉色、白色)

**材质:** 再生聚酯斜纹布, 部分部位使用合成皮革

**重量:** 未公开

**价格:** 19,800 日元

## 关键产品属性

### 高尔夫用品

高尔夫球杆

高尔夫球包

高尔夫GPS配件

挥杆训练器



对于GPS配件来说，收录球场数量和显示清晰度是重要的功能，其他差异化因素还包括测量风速功能以及产品设计

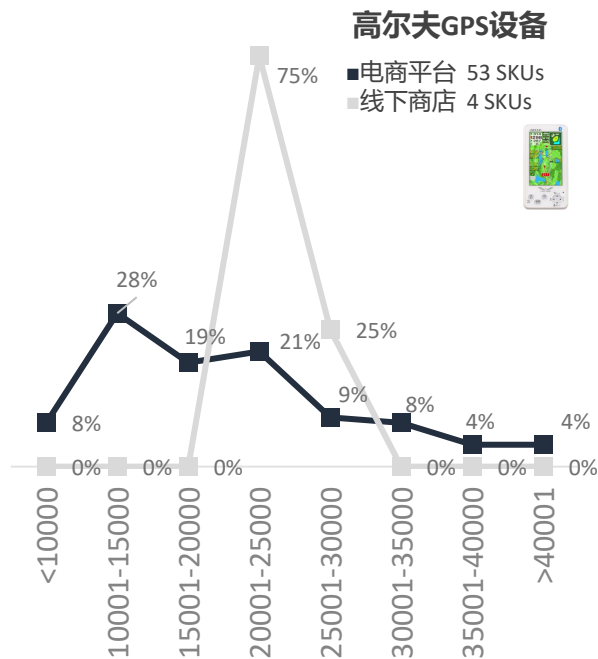
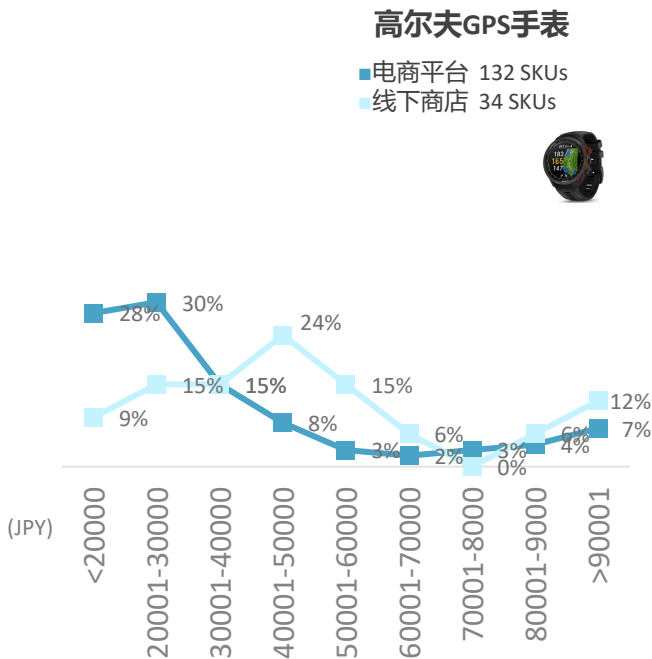
### 常见的产品特性和宣传卖点

高尔夫GPS配件	 <b>手表</b> 34 SKUs	 <b>设备</b> 4 SKUs
<b>属性</b>	记录球场数量 高低差 户外可视性 风速与风向信息 连续使用时间 记分功能 支持卫星系统	记录球场数量 高低差 户外可视性 连续使用时间 记分功能 支持卫星系统
<b>品牌</b>	<b>GARMIN (32%)</b> <b>Shot Navi (32%)</b> Voice Caddy (12%)	<b>Yupiteru (50%)</b> <b>EAGLE VISION (50%)</b>
<b>价格</b>	<b>最常见的价格区间</b> 40,001-50,000日元 (24%) <b>低价位区间</b> 低于20,000日元 (9%) <b>最低</b> 14,800日元 <b>最高</b> 99,800日元	<b>最常见的价格区间</b> 20,001-25,000日元 (75%) <b>最低</b> 23,100日元 <b>最高</b> 29,700日元

注：百分比表示在被观察的产品中，声称具有该属性的产品所占的比例。因此，各属性的百分比之和不一定为100%。

由于电商平台的价格竞争更为激烈，品牌可能需要针对每一款产品在实体店与网店之间制定差异化的定价策略

### SKU在不同价格区间中的货架占比



来源：电商（亚马逊和乐天）。在亚马逊上，所审核产品来自相关子分类中按“畅销商品”排序的产品，排除了广告商品。在乐天上，所审核产品来自相关子分类中按“用户评论数量”排序的产品，最多审核145个商品。两个电商平台的门店审核均在2025年2月进行。Golf Five和Tsuruya Golf online website的审核也在2025年2月进行。

除了显示清晰度、操作便利性和轻量化设计之外，使用场景的广泛性（如日常使用、球场上使用、练习场使用）也是一个重要因素

## 2025年2月 Golf Five在线商城上热销的人气高尔夫GPS配件



**品牌:** GARMIN

**产品名称:** Approach S70

**产品介绍:** 本系列中最易读取的显示效果，采用全新1.4英寸高亮AMOLED美观屏幕。虚拟球童与高低差信息功能全面升级，定位精度为该系列最高水准。

**收录球场数量:** 全球超过43,000个球场

**连续使用时间:** GPS模式下20小时，手表模式下可达16天

**尺寸:** 47 (宽) × 47 (深) × 14 (高) mm

**重量:** 56克

**支持卫星系统:** Michibiki L1S、GLONASS、Galileo

**价格:** 99,800日元



**品牌:** EAGLE VISION

**产品名称:** ACE PRO WH ACE PRO

**产品介绍:** 支持天气信息、风速风向、完整球场布局显示，搭载触控屏幕、固定旗杆导航功能，可与App联动，支持显示Layup点距离。

**收录球场数量:** 日本 2,578 个球场，海外 261 个球场

**连续使用时间:** 11小时

**尺寸:** 46 (宽) × 46 (深) × 16 (高) mm

**重量:** 41克

**支持卫星系统:** GLONASS、MSAS、QZSS (Michibiki L1S)

**价格:** 49,500日元



**品牌:** EAGLE VISION

**产品名称:** NEXT2

**产品介绍:** 高性能全场布局显示，具备自动距离测量、精确导航、旗杆位置共享、智能手机联动 (EV-PRO)、简易启动功能、随时显示高低差、点位注册、距离显示功能、竞赛模式、移动轨迹记录 (支持 Google Earth 链接) 等多种功能。

**收录球场数量:** 日本 2,578 个球场，海外 261 个球场

**连续使用时间:** 15 小时

**尺寸:** 65 (宽) × 125 (深) × 15 (高) mm

**重量:** 135 克

**支持卫星系统:** GLONASS、MSAS、Galileo、QZSS (Michibiki)

**价格:** 23,100 日元

## 关键产品属性

### 高尔夫用品

高尔夫球杆

高尔夫球包

高尔夫GPS配件

挥杆训练器



## 高尔夫练习工具大致可根据练习目的和使用场所进行分类

### 常见的产品特性和宣传卖点

练习工具	 <b>挥杆训练器</b> 56 SKUs	 <b>切球训练器</b> 25 SKUs	 <b>推杆训练器</b> 28 SKUs	 <b>设备</b> 11 SKUs
属性	适用于家庭或户外 有助于培养挥杆姿势或动作 有助于提升挥杆精准度 有助于提升击球距离技巧	适用于家庭或户外 有助于培养挥杆动作 有助于提升挥杆精准度	适用于家庭 有助于提升推杆精准度	适用于户外或高尔夫练习场 有助于提升挥杆精准度 有助于提升击球距离技巧
价格	<b>最常见的价格区间</b> 低于2,000日元 (31%) <b>低价位区间</b> 低于2,000日元 (31%) <b>最低</b> 130日元 <b>最高</b> 54,780日元	<b>最常见的价格区间</b> 低于2,000日元 (24%) <b>低价位区间</b> 低于2,000日元 (24%) <b>最低</b> 396日元 <b>最高</b> 39,578日元	<b>最常见的价格区间</b> 低于2,000日元 (23%) <b>低价位区间</b> 低于2,000日元 (23%) <b>最低</b> 174日元 <b>最高</b> 32,450日元	<b>最常见的价格区间</b> 70,001-80,000日元 (36%) <b>低价位区间</b> 低于20,000日元 (9%) <b>最低</b> 14,900日元 <b>最高</b> 858,000日元

注：百分比表示在被观察的产品中，声称具有该属性的产品所占的比例。因此，各属性的百分比之和不一定为100%。

来源：Euromonitor 参考了 Golf Five 与鹤屋高尔夫的官方网站。Golf Five 中相关子类别的商品按“人气”排序，鹤屋高尔夫的商品则按“标准”排序，两个网站分别最多审核150件商品。两家店铺的审核均于2025年2月进行。

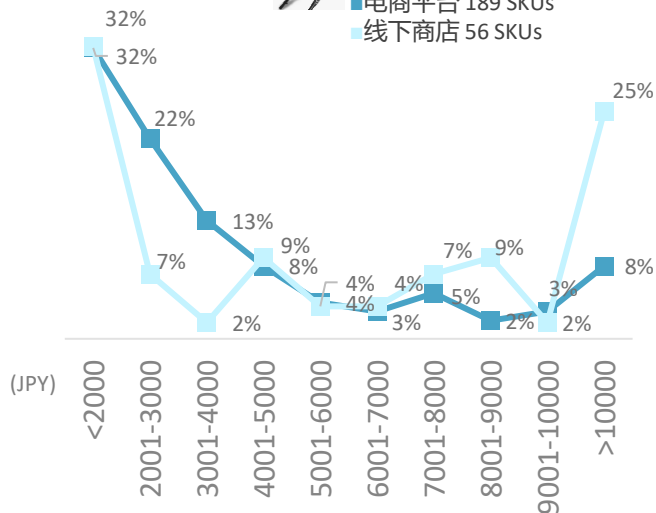
高尔夫练习工具在网店和实体店的定价大致相似，但实体店通常提供更高端的选项，例如配备传感器或模拟器的练习设备

### SKU在不同价格区间中的货架占比

#### 挥杆训练器

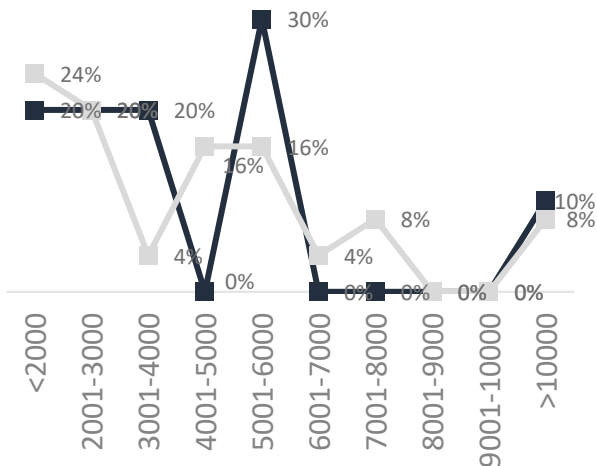


■ 电商平台 189 SKUs  
■ 线下商店 56 SKUs



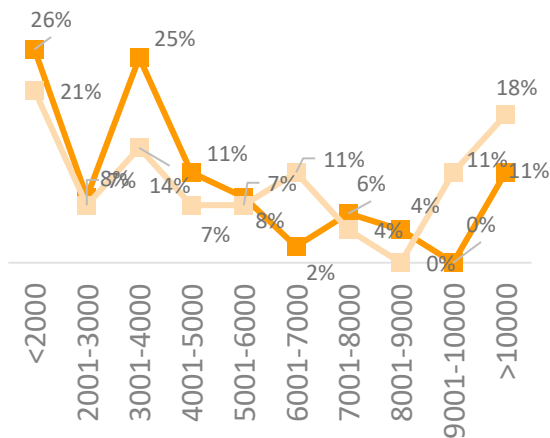
#### 切球训练器

■ 电商平台 10 SKUs  
■ 线下商店 25 SKUs



#### 推杆训练器

■ 电商平台 53 SKUs  
■ 线下商店 28 SKUs



来源：电商（亚马逊和乐天）。在亚马逊上，所审核产品来自相关子分类中按“畅销商品”排序的产品，排除了广告商品。在乐天上，所审核产品来自相关子分类中按“用户评论数量”排序的产品，最多审核145个商品。两个电商平台的门店审核均在2025年2月进行。Golf Five和Tsuruya Golf online website的审核也在2025年2月进行。

受欢迎的练习工具通常由职业高尔夫球手监制，能够带来接近实战的体验，并且安静、体积小，适合在家中使用

## 2025年2月 Golf Five在线商城上热销的人气高尔夫挥杆训练工具



**产品名称:** elite grips 1SPEED ORANGE

**产品介绍:** 由职业高尔夫球手仓本昌弘监修，有助于调整挥杆节奏，最大限度发挥球手潜力，附赠练习用DVD。

**尺寸:** 46英寸

**重量:** 330克

**材质:** 硅胶橡胶

**价格:** 8,580日元



**产品名称:** DAIYA GOLF 切球练习双面垫

**产品介绍:** 可体验两种草地类型的专业练习用果岭垫，包含人工草皮区与3厘米深草区，适合切球练习。

**尺寸:** 500 × 245 mm

**重量:** 未公开

**材质:** 未公开

**价格:** 2,750日元



**产品名称:** DAIYA GOLF Auto-putt HD 自动回球式推杆练习垫

**产品介绍:** 球可安静自动返回，让您在家中反复练习推杆。人工草皮密度为普通的约1.8倍，重现类似弯曲草坪的真实滚动感，可体验高速果岭上的球速。垫面绘有两条相隔6cm的直线，引导击球保持直线，帮助练就稳定推杆。通往球洞的坡道高差为2cm，营造接近实战的练习体验。

**尺寸:** 2650 (宽) × 250 (深) × 35 (高) mm

**重量:** 1.25公斤

**材质:** 本体: 聚丙烯、ABS树脂; 垫面: 聚丙烯、SBR

**价格:** 9,295日元

高尔夫用品的线上消费者以男性为主，其中40多岁人群及月可支配收入在40万至50万日元的家庭购买率更高。

### 性别

问：请选择您的性别(N=111)



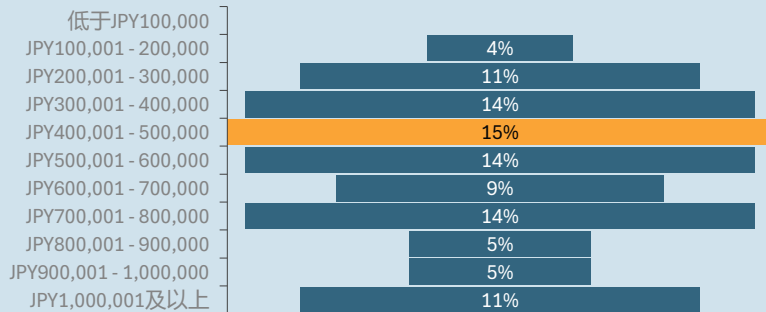
女性  
31%



男性  
69%

### 家庭月可支配收入

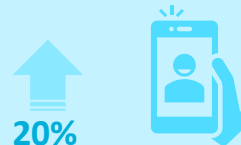
问：您的家庭月税后支配收入是多少？(N=111)



### 感兴趣的生活方式趋势

问：您对哪些生活方式趋势感兴趣？  
(可多选, N=111)

购买过高尔夫用品的线上消费者



20%

对“科技驱动的智能生活”  
更感兴趣<sup>1</sup>



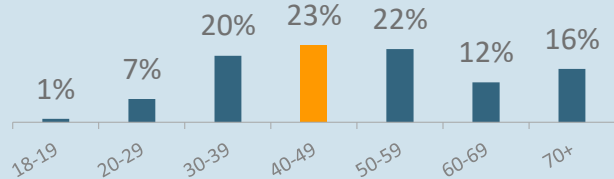
15%

对“健身与自我提升”  
更感兴趣<sup>2</sup>

<sup>1</sup> 科技驱动的智能生活：指倾向于在日常生活中运用先进科技的生活方式。  
<sup>2</sup> 健身与自我提升：指注重身体健康与个人成长的生活方式。

### 受访者年龄

问：您的年龄是？(N=111)



注：当样本量低于100例时(N<100)，因样本规模较小，分析结果仅作参考，需谨慎解读。

来源：由Euromonitor于2025年3月开展的消费者调查。所有问题均为单选题，除非特别注明为“多选题”。

线上高尔夫用品消费者通常具有相关产品的购买经验。其中60%的消费者会每1-2年或更频繁地进行复购，而价格在20,001至60,000日元区间的产品购买率最高。

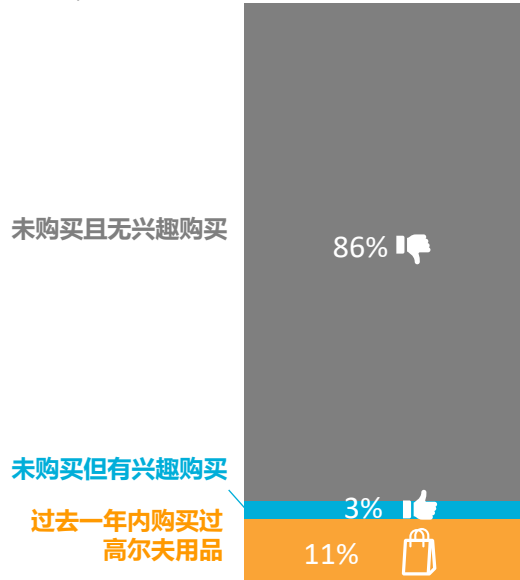
## 历史购买行为与潜在需求

问: 过去1年内, 您曾在线上购买过以下哪些产品? (可多选)

问: 您还有兴趣购买哪些其他产品? (可多选)

- 高尔夫用品

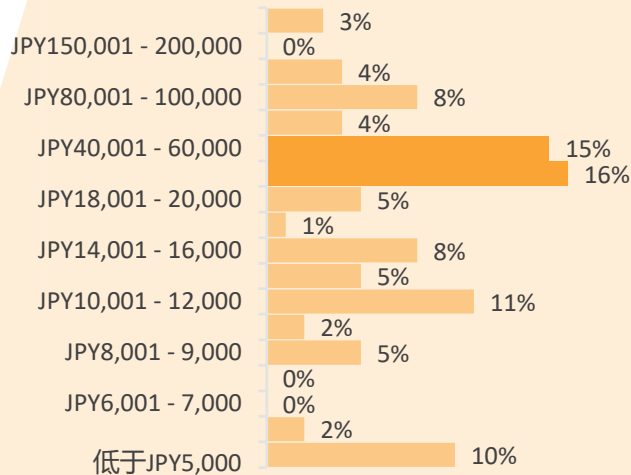
N= 1,004



## 历史购买价格与购买频率

问: 您过去一年内购买的高尔夫用品, 单件平均价格是多少? N=99

问: 您购买高尔夫用品的频率是? N=99



**60%** 每1-2年或更频繁购买新品

**28%** 每3-4年或更频繁购买新品

**8%** 每5-6年或更频繁购买新品

**4%** 每7-10年或更频繁购买新品

**0%** 首次购买

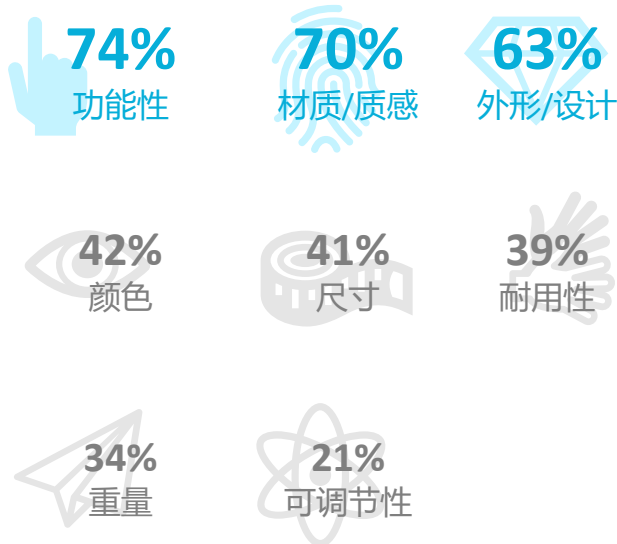
注: 当样本量低于100例时(N<100), 因样本规模较小, 分析结果仅作方向性参考, 需谨慎解读。

来源: 由Euromonitor于2025年3月开展的消费者调查。所有问题均为单选题, 除非特别注明为“多选题”。

# 高尔夫用品选购的三大核心驱动因素为功能性、材质与设计，消费者更愿为精准度、优质材质及易操控性支付高价。

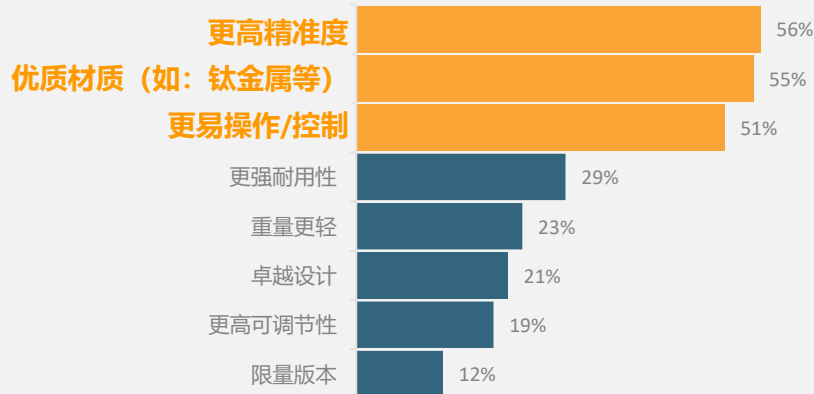
## 标准选择准则

问：在选购高尔夫用品时，哪些关键特性会影响您的购买决策？  
(可多选) N=99



虽然有 1% 的受访者始终偏好价格较低的产品，但有 **99%** 的受访者**愿意为**附加价值功能支付更高的价格。

## 消费者所需的附加价值功能



问：您愿意为以下哪些特性支付更高价格？请选择最感兴趣的3项。(N=99)

注：“始终偏好低价产品”的受访者：指在本问题中选择“以上都不是，我始终偏好价格更低的产品”的群体。“愿为附加价值支付溢价”的受访者：指选择≥1项附加价值的群体

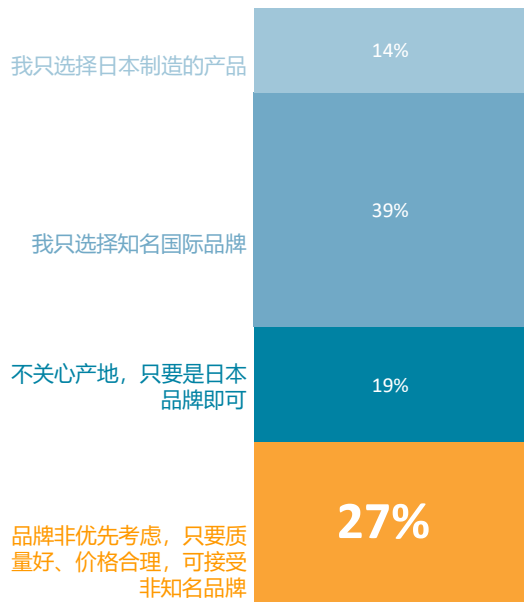
注：当样本量低于100例时(N<100)，因样本规模较小，分析结果仅作方向性参考，需谨慎解读。

来源：由Euromonitor于2025年3月开展的消费者调查。所有问题均为单选题，除非特别注明为“多选题”。

多数高尔夫用品线上消费者愿意转购其他品牌，只要产品具备卓越的功能性、更优的美学设计或更好的用户评价。

### 品牌偏好

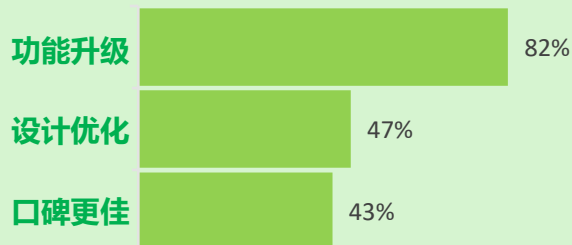
问: 购买高尔夫用品时, 品牌对您的决策影响程度如何?  
(N=99)



96%的受访者表示下次购买时愿意更换品牌。

### 影响品牌转换的三大关键因素

问: 更换高尔夫用品时, 哪些是促使您更换品牌的最重要因素? 请选择最多项。(可多选, N=99)



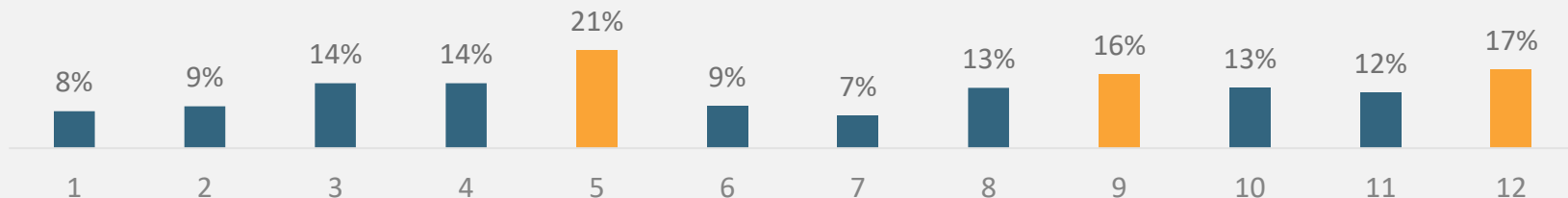
注: 当样本量低于100例时(N<100), 因样本规模较小, 分析结果仅作方向性参考, 需谨慎解读。

来源: 由Euromonitor于2025年3月开展的消费者调查。所有问题均为单选题, 除非特别注明为“多选题”。

高尔夫用品购买高峰集中在5月、9月和12月，这几个月为产品展示和促销活动提供了绝佳契机，可有效提升销售额。

### 购买月份

问：在过去1年中，您在哪个月份购买过高尔夫用品？（可多选） N=99



### 促使消费者购买的核心驱动因素

问：促使您考虑购买新的高尔夫用品的原因是什么？（可多选） N=99



注：当样本量低于100例时(N<100)，因样本规模较小，分析结果仅作方向性参考，需谨慎解读。

来源：由Euromonitor于2025年3月开展的消费者调查。所有问题均为单选题，除非特别注明为“多选题”。

## 初学者与中级高尔夫球手是主要目标客群，搭配合适的产品组合，如球杆包、练习工具和球杆袋，能有效吸引他们的关注



- ▶ 中国卖家看好标准高尔夫球具套装、球杆包和练习工具等产品的市场潜力。高尔夫套装以标准配置为主，功能简单，便于新手使用。球杆包应轻便、简约，可容纳6~7支球杆，适合日常练习场使用。练习工具应专注于特定训练（如挥杆动作、推杆精准度），同时需体积小巧、安静，适合家庭使用，最好有职业高尔夫球手背书，售价控制在4,000日元以内。



- ▶ 目标客户群为20至30多岁、擅长使用科技产品的男性初学者或中级球手，他们寻求提升挥杆与推杆技巧的工具。这类消费者偏好附带指导内容（如小册子、DVD或在线课程），便于修正动作。特别是初学者，更倾向于选择易用且价格实惠的球杆套装，并且最适合在高尔夫季节开始前（5月与8月下旬）进行推广。



- ▶ 除了球杆包和练习工具外，受到名人或KOL使用影响的球杆袋也可能吸引女性消费者的注意。



- ▶ 对中国卖家来说，主要挑战在于：新手球手通常会首先前往体育用品店选购。因此，若要吸引20岁到30岁出头的目标消费者，就必须进行持续且符合季节性的促销活动，以抓住他们的注意力。

在目标产品的线上消费者中，最常见的群体为：年龄在40岁及以上、已婚，以及月收入在200,001日元至400,000日元之间的家庭。

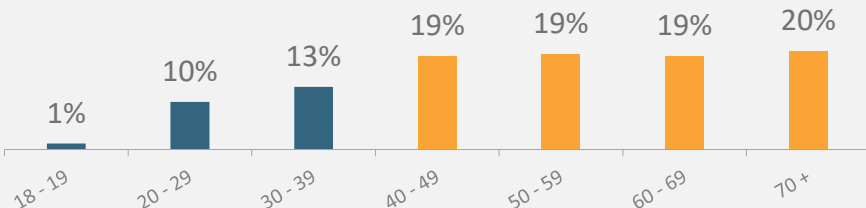
### 样本数量

问：请选择您的性别 N=1,004



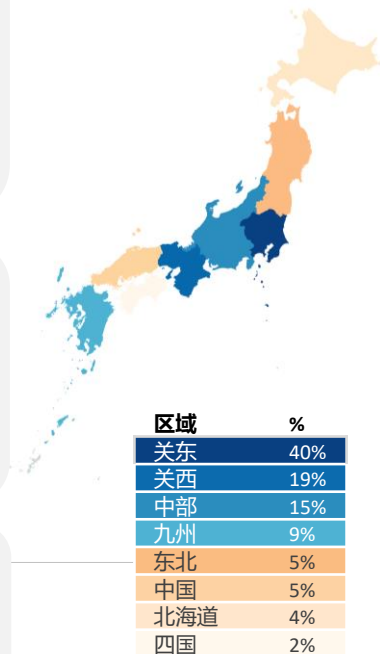
### 受访者年龄

问：请回答您的年龄区间 N=1,004



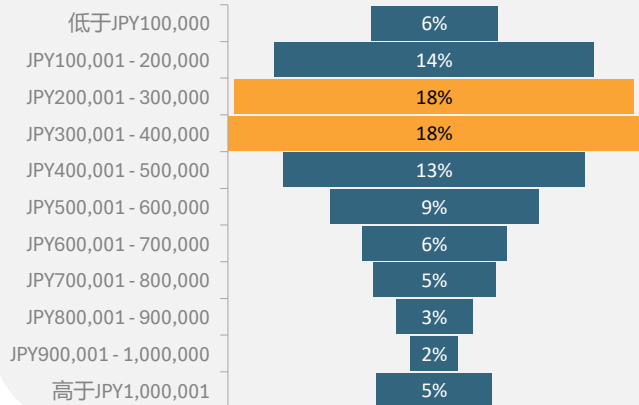
### 受访者所在地

问：请问您目前住在哪个区域？  
N=1,004



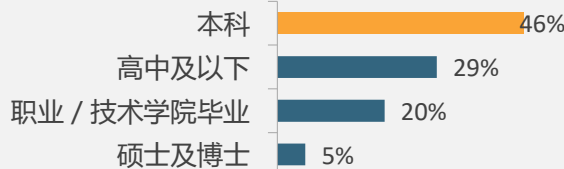
### 家庭每月可支配收入

问：您家庭每月的税后可支配收入是多少？



### 最高学历

问：请选择您的最高学历 N=1,004



### 婚姻状况

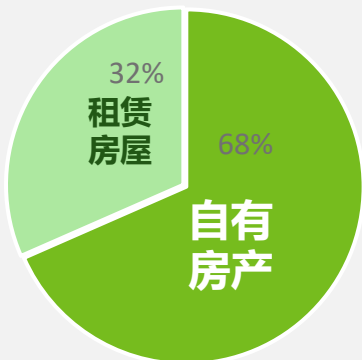
问：请问您的婚姻状况如何？ N=1,004



在目标产品的线上消费者中，有68%居住于自有房产，32%居住于租赁房屋。其中，以夫妻家庭最为常见。

### 住房拥有状况

问：您目前的居住状况是怎样的？(N=1,004)



备注：“自有”指的是包括有无房贷/贷款的自有住房、共有产权住房，或与家人、亲属同住且无需支付房租的情形。“租赁”指的是包括租赁住宅、公共或政府补贴住房等情形。

### 家庭结构

分析来源：问：您家中还有哪些人是与您同住的？请选择所有适用项。（可多选）(N=1,004)

**80%**  
的家庭为仅有  
成年人的家庭



伴侣（配偶、伙伴等）

40%

1位成年人

21%

2位成年人以上

19%

**20%**  
的家庭为有  
子女的家庭



\* “子女”指的是18岁以下的未成年人

\* “其他有子女的家庭”指的是由1位家长与子女同住，及/或与其他成年人共同居住的家庭

双亲与子女家庭

18%

2% 其他有子女的家庭

大多数居住在集合住宅的消费者居住于楼层数少于20层的公寓中，其中最常见的户型面积为25–30平方米和60–80平方米。

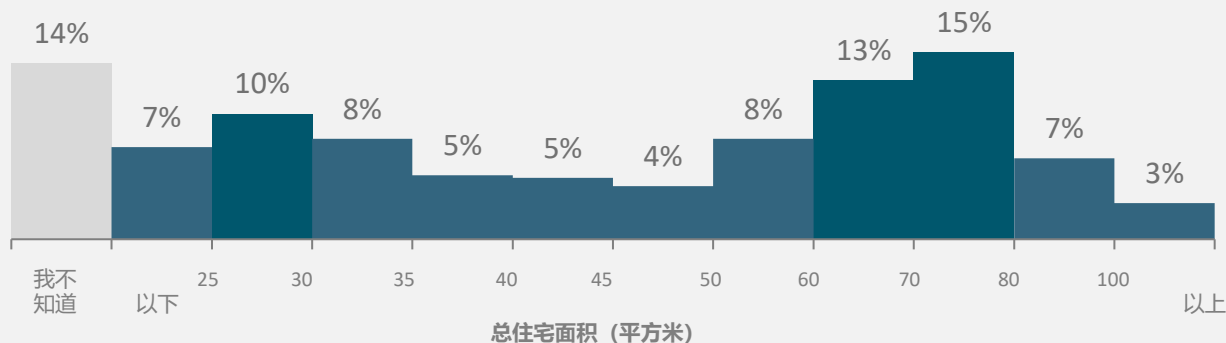
44%

的线上消费者居住在集合住宅中



### 集合住宅的面积

问：您居住的住宅面积有多大？ N=443



注：

**日式公寓**是指一种低成本住宅建筑，通常为木造或轻钢结构，一般为两到三层楼高，不设电梯。

**公寓式住宅**是指使用混凝土与钢筋建造的多层住宅楼，通常设有电梯等便利设施，有些还配备公共设施。

**住宅面积**以总地板面积计算，包含室内所有空间，如卧室、厨房、浴室等。不包括阳台、花园、停车位等室外空间。

大多数目标消费者居住在带楼梯的定制化独栋住宅中，其总面积通常在 80 平方米以上。

56%

的线上消费者居住在  
独栋住宅中

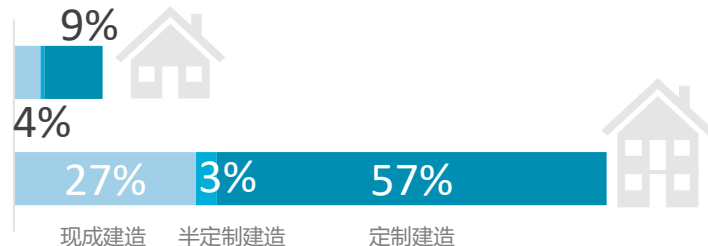


### 独栋住宅的类型

问：您住的是哪种类型的房屋？ N= 561

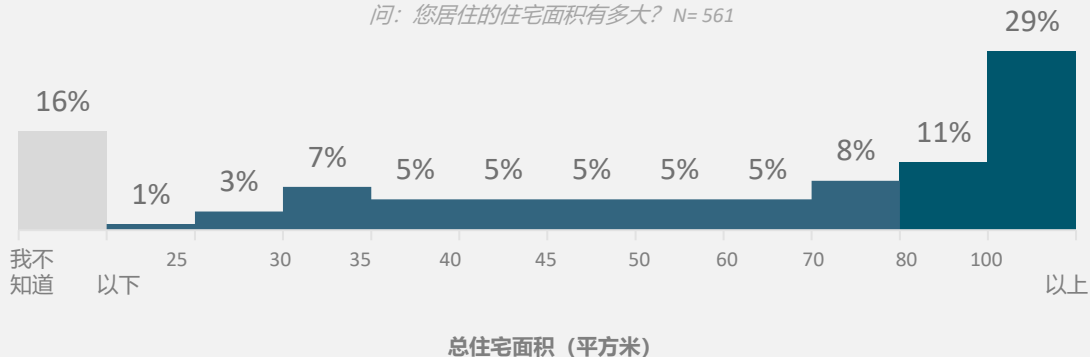
13% 的独栋住宅类型  
(一层)

87% 的独栋住宅类型  
(两层及以上)



### 独栋住宅的面积

问：您居住的住宅面积有多大？ N= 561



注：

**现成建造**：指已建造完成、连同土地一并出售的独栋住宅。

**定制建造**：指根据屋主的需求完全设计并建造的独栋住宅，通常比现成建造成本更高。

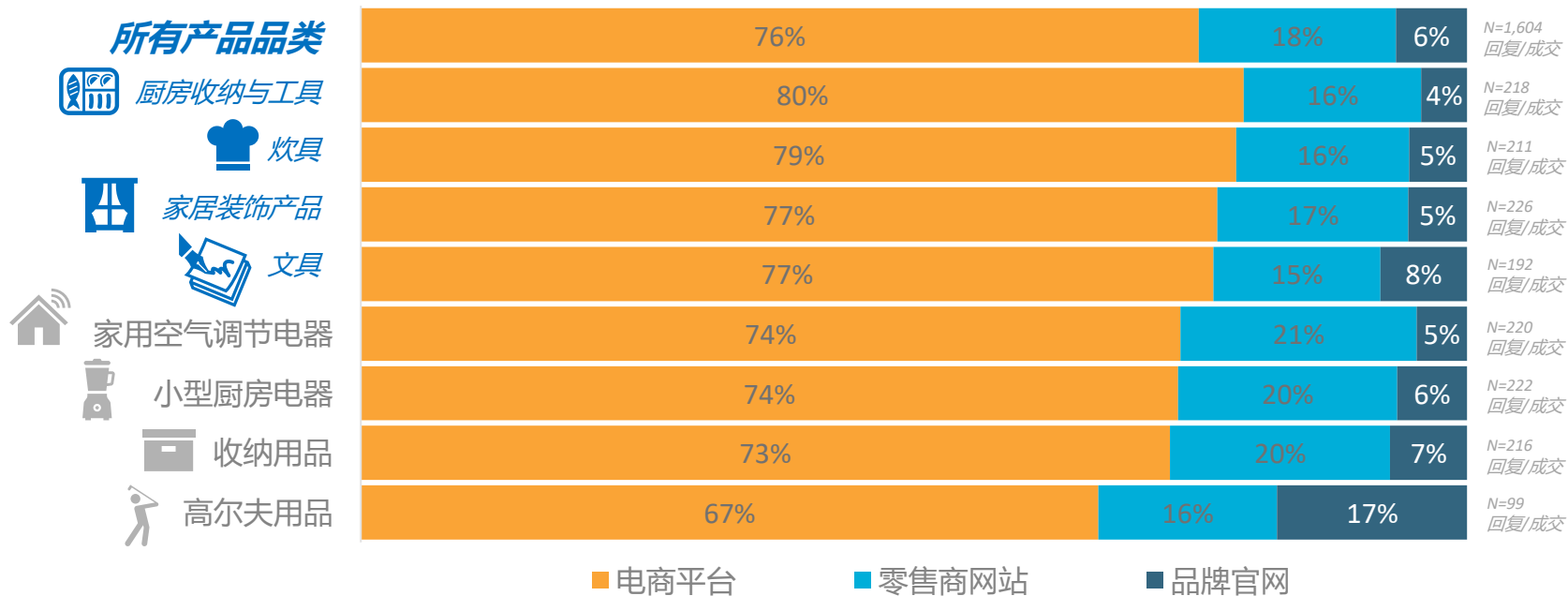
**半定制建造**：指由建商提供固定的选项供屋主选择（如布局、内部装潢等），在一定范围内可做个性化调整的独栋住宅。在土地价值相同的情况下，现成建造的住宅成本远低于定制建造住宅，而半定制建造的成本通常介于两者之间。

**住宅面积**以总地板面积计算，包含室内所有空间，如卧室、厨房、浴室等。不包括阳台、花园、停车位等室外空间。

电商平台在线上购物中占据主导地位，特别是在厨房收纳工具、炊具、家居装饰产品及文具等类别表现尤为突出。

### 主要线上购物渠道

Q: 请回想您最近一次在线购买商品的经历，您是在哪个平台/网站上购买的？（共有1,004名受访者回答了约1,604笔线上购物经历）



注：当样本量 (N) 小于100时，由于样本规模较小，分析结果仅作方向性参考，需谨慎解读。

来源：由Euromonitor于2025年3月开展的消费者调查。所有问题均为单选题，除非特别注明为“多选题”。

丰富的选择、会员积分计划以及有竞争力的价格是渠道决策的关键因素，其中电商平台的直接转化率最高。

### 购买渠道

问：回想您最近一次在线购买（该类产品）的经历，您是通过哪个渠道完成购买的？

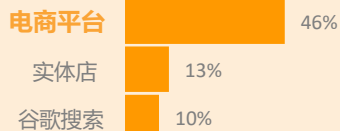


电商平台

N = 1,215 受访者

### 购买前三大信息来源

Q：当您考虑购买家用空气调节电器时，您从哪些渠道收集信息？请选择所有适用选项。（多选题）



N = 2,388 回复

### 渠道选择三大关键因素

问：您选择该购买渠道而非其他渠道的原因是？请选择所有符合的选项。（多选题）

22%  
积分奖励或可使用  
现有积分

21%  
价格更低

16%  
选择多样性

N = 3,355 回复



零售商网站

N = 286 受访者



N = 638 回复

19%  
积分奖励或可使用  
现有积分

19%  
价格更低

15%  
选择多样性

N = 790 回复



品牌官网

N = 103 受访者



N = 263 回复

16%  
更优质的产品质  
量

16%  
选择多样  
性

14%  
值得信赖的售  
后支持

N = 283 回复

消费者对健康生活和高效生活方式最为关注，烹饪、美食鉴赏以及在社交媒体观看生活方式类内容是其核心爱好。

### 影响购买决策的爱好

问：您的哪些爱好经常会影响到您的购买决策？（多选题） N= 1,004

53%  
烹饪与美食

44%  
室内设计/家装装饰

26%  
收藏使用高品质文具

21%  
DIY手工艺制作

49%

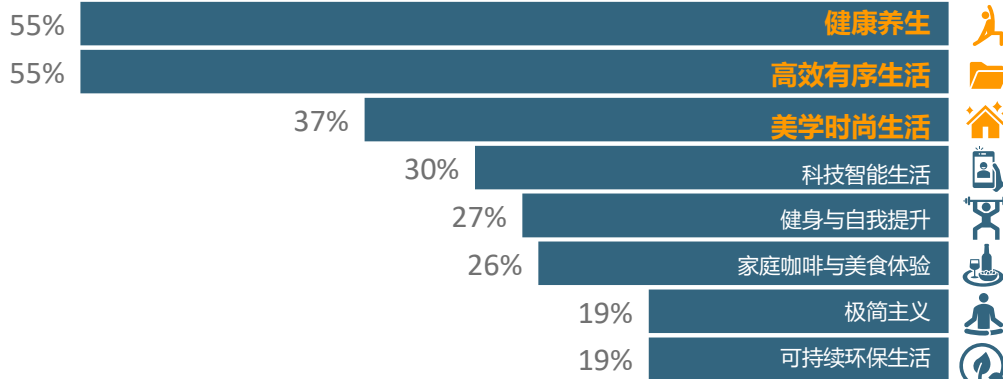
浏览社交媒体生活方式内容

38%  
科技产品研究

25%  
户外运动

### 消费者生活方式趋势调研

问：您对哪些生活方式趋势感兴趣？（多选题） N= 1,004



注：

**健康养生：**注重身体与心理的双重健康管理

**高效有序生活：**专注于空间规划与日常流程的优化

**美学时尚生活：**强调生活场景的美学设计与风格表达

**科技智能生活：**倾向于将先进技术应用于日常生活

**健身与自我提升：**聚焦体能锻炼与个人成长领域

**家庭咖啡与美食体验：**享受居家咖啡师级饮品及精致餐饮体验

**极简主义：**通过精选少量核心物品/功能简化生活

**可持续环保生活：**选择对环境负责的生活习惯与产品

来源：由Euromonitor于2025年3月开展的消费者调查。所有问题均为单选题，除非特别注明为“多选题”。

# 调查方法

## 亚马逊日本-欧睿国际的初始协调



- 就研究目标、类别和定义协调一致。
- 就“日本机会品类动向调查”指南的报告模板协调一致。

## 二次研究



- 协调一致后，欧睿国际将开始对内部和外部二次研究进行详尽审查。
- 欧睿国际将利用自家数据库Passport和有关高尔夫用品和市场的内部知识。

## 线下市场调查



- 多达 35 家商店，包括收集产品信息并对员工进行访谈，以收集当地对高尔夫用品类别和品牌表现的评价。

## 深度访谈



- 对高尔夫用品行业进行多达 12 次访谈，以了解主要参与者对日本高尔夫用品的未来以及主要趋势和竞争格局的见解。

## 报告



- 欧睿国际将把在研究中从各个来源获得的所有数据汇总成一份报告，并提供见解和建议。