

# 2017-2022年中国养生旅游行业市场运营态势及发展前景预测报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国养生旅游行业市场运营态势及发展前景预测报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201612/481112.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

随着人口结构的老龄化与亚健康现象的日渐普遍，以及全球整体健康理念的革命性影响，人们对健康养生的需求成为继温饱需求之后的又一市场主流趋势和时代发展热点。养生旅游集养生资源与旅游活动交叉渗透，实现融合，以一种新型业态形式的出现，满足了人们对身心健康的全方位需求，开始受到全球性关注。如今的国际养生旅游业已初具规模，在很多国家都形成了具有核心竞争力和独特卖点的产品，可谓异彩纷呈，各有特色。如中国文化养生、日本温泉养生、泰国美体养生、法国庄园养生、瑞士抗老养生、美国养老养生、韩国美容养生、阿尔卑斯高山养生等，同时也发展出不同的养生旅游开发模式。

我国大城市居民，尤其是“都市白领”，超过半数处在亚健康状态，而且人数还在呈现上升趋势。而与此同时，过去的十年间，我国65岁以上人口占比逐年上升，老龄化率呈现出明显的上升趋势。因此，这就要求人们在物质生活已经提升到较高水平之后，必须更多地考虑生活的质量和身心的健康。在这种形势下，养生休闲将成为热点和潮流。养生旅游，也算是对身心的休假式治疗。一般来说，人们消费养生休闲旅游产品主要有以下几大诉求——延年益寿、强身健体、修身养性、身体医疗、修复保健、生活体验或养生文化体验，目前国内养生旅游产业包括温泉养生旅游、森林养生旅游和滨海养生旅游等项目。

养生旅游作为高端旅游的一部分，其发展的基础是滨海、温泉等自然资源，但养生旅游的生活设施及服务、完善的养生体系同样不可或缺，这些设施与服务能使游客达到调理身心和恢复健康的目的，因此，加强养生旅游的配套建设也将成为我国养生旅游业发展的必要条件。“十三五”期间，我国养生旅游业将有望迎来投资、建设及发展高潮，而随着养生旅游业的发展，养生旅游将从小众旅游项目向大众旅游方向发展，旅游项目也将日益多元化，并实现产业链的延伸和拓展。据世界养生旅游白皮书显示，到了2017年，全球养生旅游产业将增长到6785亿美元，平均年增速达8.26%，而中国和印度预计将成为最新的出发地和目的地。

智研咨询发布的《2017-2022年中国养生旅游行业市场运营态势及发展前景预测报告》共十三章。首先介绍了养生旅游相关概念及发展环境，接着分析了中国养生旅游规模及消费需求，然后对中国养生旅游市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国养生旅游面临的机遇及发展前景。您若想对中国养生旅游有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一章 养生旅游行业相关概述

1.1 养生旅游的定义

- 1.2 养生旅游产品类型
- 1.3 养生旅游资源分析
  - 1.3.1 自然养生旅游资源
  - 1.3.2 人文养生旅游资源
- 1.4 与传统观光旅游比较

## 第二章 2014-2016年中国养生旅游相关行业发展分析

- 2.1 旅游业发展分析
  - 2.1.1 旅游市场发展概况
  - 2.1.2 全年旅游业各项统计情况
    - 1、居民旅游人数规模
    - 2、旅游行业收入规模
    - 3、城镇居民国内旅游情况
    - 4、农村居民国内旅游情况
  - 2.1.3 国内出境旅游市场分析
    - 1、居民出境旅游人数分析
    - 2、因私出境旅游人数分析
    - 3、赴日旅游市场状况分析
    - 4、赴台旅游市场状况分析
  - 2.1.4 入境旅游市场发展分析
    - 1、入境旅游接待人数
    - 2、入境旅游外汇收入
    - 3、入境旅游过夜游客数
    - 4、入境旅游客源情况
      - (1) 客源结构分析
      - (2) 客源入境方式
      - (3) 入境旅游目的
      - (4) 年龄及性别结构
  - 2.1.5 中国旅游消费趋势分析
- 2.2 酒店业发展分析
  - 2.2.1 星级饭店发展分析
    - 1、星级饭店总体统计情况
    - 2、各省区市星级饭店情况
    - 3、三大区域星级饭店情况
    - 4、旅游城市星级饭店情况

## 2.2.2 经济型连锁酒店发展分析

- 1、经济型酒店业规模分析
- 2、经济型酒店抢会议市场
- 3、经济型酒店布局二三线
- 4、经济型酒店消费者分析
  - (1) 消费者构成及特征分析
  - (2) 消费的动机与原因分析
  - (3) 消费者的认知能力分析
  - (4) 消费者心理与消费趋势
- 5、经济型酒店发展瓶颈分析
- 6、经济型酒店固有模式突破
- 7、经济型酒店品牌两大趋势
- 8、经济型酒店转型策略分析

## 2.3 餐饮业发展分析

### 2.3.1 餐饮业发展概况

### 2.3.2 餐饮行业总体规模分析

### 2.3.3 餐饮行业资产负债统计

### 2.3.4 餐饮行业经营效益分析

### 2.3.5 餐饮行业市场结构分析

### 2.3.6 国内各地餐饮市场规模

### 2.3.7 餐饮行业百强经营情况

- 1、百强企业总体经营状况
- 2、餐饮百强收入结构分析
- 3、餐饮百强业绩综合表现
- 4、餐饮百强业态比较分析

### 2.3.8 国内餐饮行业发展特点

### 2.3.9 国内餐饮行业发展趋势

## 2.4 旅行社发展分析

### 2.4.1 旅行社行业发展规模

- 1、旅行社数量规模统计
- 2、旅行社地区数量规模
- 3、旅行社区域排名情况

### 2.4.2 旅行社行业总体结构分析

- 1、旅行社区域分布情况
- 2、旅行社经营状况分布

### 3、旅行社类别分布情况

#### 2.4.3 旅行社国内游业务经营情况

##### 1、旅行社国内游营业收入分析

##### 2、旅行社国内游业务利润分析

##### 3、旅行社国内游组织和接待情况

#### 2.4.4 旅行社入境游业务经营情况

##### 1、旅行社入境游营业收入分析

##### 2、旅行社入境游业务利润分析

##### 3、旅行社入境游外联和接待情况

## 第三章 2014-2016年中国养生旅游行业发展环境分析

### 3.1 养生旅游行业政治法律环境（P）

#### 3.1.1 养生旅游业管理体制

#### 3.1.2 《关于促进文化与旅游结合发展的指导意见》

#### 3.1.3 《国务院关于加快发展旅游业的意见》

#### 3.1.4 《关于金融支持旅游业加快发展的若干意见》

#### 3.1.5 《旅游景区质量等级管理办法》

#### 3.1.6 国家对旅游业发展扶持力度不断加大

#### 3.1.7 旅游行业“十三五”规划纲要分析

#### 3.1.8 旅游业信息化“十三五”发展目标

#### 3.1.9 旅游公共服务“十三五”专项规划

### 3.2 养生旅游行业经济环境分析（E）

#### 3.2.1 宏观经济形势分析

#### 3.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

### 3.3 养生旅游行业社会环境分析（S）

#### 3.3.1 人口年龄结构分析

#### 3.3.2 居民健康状况分析

#### 3.3.3 居民收入水平分析

#### 3.3.4 居民消费水平与结构

#### 3.3.5 居民旅游消费行为分析

## 第四章 全球养生旅游行业发展概述

### 4.1 2014-2016年全球养生旅游行业发展情况概述

#### 4.1.1 全球养生旅游行业发展现状

#### 4.1.2 全球养生旅游行业发展特征

#### 4.1.3 全球养生旅游行业市场规模

#### 4.1.4 国外养生旅游开发经验借鉴

### 4.2 国外养生旅游开发模式分析

#### 4.2.1 日本温泉养生模式分析

#### 4.2.2 泰国美体养生模式分析

#### 4.2.3 法国庄园养生模式分析

#### 4.2.4 瑞士康复疗养模式分析

#### 4.2.5 美国养老养生模式分析

#### 4.2.6 韩国美容养生模式分析

#### 4.2.7 阿尔卑斯山地养生模式

### 4.3 2017-2022年全球养生旅游行业发展前景预测

#### 4.3.1 全球养生旅游行业市场规模预测

#### 4.3.2 全球养生旅游行业发展前景分析

#### 4.3.3 全球养生旅游行业发展趋势分析

### 4.4 国外养生旅游典型案例分析

#### 4.4.1 印度普纳—心灵进修之都

##### 1、城市概况

##### 2、静修项目

##### 3、经营特色

##### 4、配套服务

#### 4.4.2 墨西哥坎昆—滨海养生之都

##### 1、城市概况

##### 2、养生项目

##### 3、相关服务

#### 4.4.3 法国依云小镇—著名养生度假区

##### 1、城市概况

##### 2、核心资源

##### 3、小镇功能布局

##### 4、重点度假项目

#### 4.4.4 蒙特勒—世界医疗养生之都

##### 1、城市概况

##### 2、医疗养生项目

##### 3、支持系统

#### 4.4.5 韩国首尔—美容养颜之都

##### 1、区域概况

## 2、韩国的医疗观光业

## 3、美容养生项目

## 4、核心优势

## 第五章 中国养生旅游行业发展概述

### 5.1 中国养生旅游行业发展状况分析

#### 5.1.1 中国养生旅游行业发展阶段

#### 5.1.2 中国养生旅游行业发展总体概况

#### 5.1.3 中国养生旅游行业发展特点分析

### 5.2 2014-2016年养生旅游行业发展现状

#### 5.2.1 2014-2016年中国养生旅游行业市场规模

#### 5.2.2 2014-2016年中国养生旅游行业发展分析

#### 5.2.3 2014-2016年中国养生旅游企业发展分析

### 5.3 2017-2022年中国养生旅游行业面临的困境及对策

#### 5.3.1 养生旅游发展存在问题

##### 1、规划设计粗放或缺失

##### 2、配置不当，形式单一

##### 3、忽视解说设计和生态环保教育

##### 4、价值低，品牌少

#### 5.3.2 养生旅游发展对策分析

##### 1、拓展养生旅游形式

##### 2、培育养生旅游资源可持续开发模式

##### 3、着力提升养生旅游产品价值

##### 4、打造养生旅游品牌

## 第六章 中国养生旅游行业市场运行分析

### 6.1 2014-2016年中国养生旅游行业总体规模分析

#### 6.1.1 企业数量结构分析

#### 6.1.2 人员规模状况分析

#### 6.1.3 行业资产规模分析

#### 6.1.4 行业市场规模分析

### 6.2 2014-2016年中国养生旅游行业市场供需分析

#### 6.2.1 中国养生旅游行业供给分析

#### 6.2.2 中国养生旅游行业需求分析

#### 6.2.3 中国养生旅游行业供需平衡

### 6.3 2014-2016年中国养生旅游行业财务指标总体分析



### 6.3.1 行业盈利能力分析

### 6.3.2 行业偿债能力分析

### 6.3.3 行业营运能力分析

### 6.3.4 行业发展能力分析

## 第七章 中国养生旅游产品开发现状分析

### 7.1 养生旅游消费群体需求分析

#### 7.1.1 养生旅游消费人群分析

#### 7.1.2 养生旅游消费特点分析

#### 7.1.3 消费群体的养生旅游诉求

##### 1、各年龄阶段人群的养生旅游诉求

##### 2、不同性别人群的养生旅游诉求

##### 3、不同收入阶层的养生旅游诉求

### 7.2 养生旅游产品开发模式分析

#### 7.2.1 养生旅游产品开发原则分析

#### 7.2.2 养生旅游产品设计类型分析

#### 7.2.3 养生旅游产品开发模式分析

##### 1、健康管理模式

##### 2、医疗旅游模式

##### 3、健身俱乐部模式

##### 4、养生休闲目的地

##### 5、养生休闲旅游区

### 7.3 养生旅游典型运营案例分析

#### 7.3.1 广西打造巴马长寿养生国际旅游区

##### 1、广西巴马的养生资源分析

###### (1) 自然养生资源

###### (2) 养生文化资源

##### 2、巴马国际旅游区特色分析

##### 3、巴马国际旅游区功能区划

###### (1) 两带

###### (2) 三区

###### (3) 六组团

##### 4、景区养生旅游建设运营分析

##### 5、景区养生旅游前景规划分析

#### 7.3.2 湖北武当山——道教武术文化圣地

- 1、湖北武当山养生资源分析
    - (1) 自然养生资源
    - (2) 养生文化资源
  - 2、武当山养生旅游特色分析
  - 3、武当山养生旅游重点项目
    - (1) 太极湖医院
    - (2) 太极养生谷
    - (3) 太极小镇
  - 4、武当山养生旅游建设运营
  - 5、武当山养生旅游前景规划
- ### 7.3.3 黑龙江五大连池养生旅游胜地

- 1、五大连池养生资源分析
  - (1) 自然养生资源
  - (2) 养生文化资源
- 2、风景区养生旅游特色
- 3、风景区产业升级情况
  - (1) 旅游产业
  - (2) 康疗产业
  - (3) 矿泉饮食品产业
- 4、风景区工程建设分析
  - (1) 地质遗迹保护工程
  - (2) 基础设施建设工程
  - (3) 城镇建设工程
  - (4) 民生事业发展工程
- 5、风景区养生旅游规划

## 第八章 中国养生旅游行业市场竞争格局分析

- 8.1 中国养生旅游行业竞争格局分析
  - 8.1.1 养生旅游行业区域分布格局
  - 8.1.2 养生旅游行业企业规模格局
  - 8.1.3 养生旅游行业企业性质格局
- 8.2 中国养生旅游行业竞争五力分析
  - 8.2.1 养生旅游行业上游议价能力
  - 8.2.2 养生旅游行业下游议价能力
  - 8.2.3 养生旅游行业新进入者威胁

- 8.2.4 养生旅游行业替代产品威胁
- 8.2.5 养生旅游行业现有企业竞争
- 8.3 中国养生旅游行业竞争SWOT分析
  - 8.3.1 养生旅游行业优势分析（S）
  - 8.3.2 养生旅游行业劣势分析（W）
  - 8.3.3 养生旅游行业机会分析（O）
  - 8.3.4 养生旅游行业威胁分析（T）
- 8.4 中国养生旅游行业投资兼并重组整合分析
  - 8.4.1 投资兼并重组现状
  - 8.4.2 投资兼并重组案例
- 8.5 中国养生旅游行业重点企业竞争策略分析

## 第九章 中国养生旅游行业领先企业竞争力分析

- 9.1 雅居乐地产控股有限公司
  - 9.1.1 企业发展基本情况
  - 9.1.2 养生旅游产品开发现状
  - 9.1.3 企业竞争优势分析
  - 9.1.4 企业经营状况分析
  - 9.1.5 企业最新发展动态
  - 9.1.6 企业发展战略分析
- 9.2 杭州宋城旅游发展股份有限公司
  - 9.2.1 企业发展基本情况
  - 9.2.2 养生旅游产品开发现状
  - 9.2.3 企业竞争优势分析
  - 9.2.4 企业经营状况分析
  - 9.2.5 企业最新发展动态
  - 9.2.6 企业发展战略分析
- 9.3 三亚亚龙湾开发股份有限公司
  - 9.3.1 企业发展基本情况
  - 9.3.2 养生旅游产品开发现状
  - 9.3.3 企业竞争优势分析
  - 9.3.4 企业经营状况分析
  - 9.3.5 企业最新发展动态
  - 9.3.6 企业发展战略分析
- 9.4 武汉三特索道集团股份有限公司

- 9.4.1 企业发展基本情况
- 9.4.2 养生旅游产品开发现状
- 9.4.3 企业竞争优势分析
- 9.4.4 企业经营状况分析
- 9.4.5 企业最新发展动态
- 9.4.6 企业发展战略分析
- 9.5 张家界旅游集团股份有限公司
  - 9.5.1 企业发展基本情况
  - 9.5.2 养生旅游产品开发现状
  - 9.5.3 企业竞争优势分析
  - 9.5.4 企业经营状况分析
  - 9.5.5 企业最新发展动态
  - 9.5.6 企业发展战略分析
- 9.6 中国港中旅集团公司
  - 9.6.1 企业发展基本情况
  - 9.6.2 养生旅游产品开发现状
  - 9.6.3 企业竞争优势分析
  - 9.6.4 企业经营状况分析
  - 9.6.5 企业最新发展动态
  - 9.6.6 企业发展战略分析
- 9.7 北京万通地产股份有限公司
  - 9.7.1 企业发展基本情况
  - 9.7.2 养生旅游产品开发现状
  - 9.7.3 企业竞争优势分析
  - 9.7.4 企业经营状况分析
  - 9.7.5 企业最新发展动态
  - 9.7.6 企业发展战略分析
- 9.8 恒大地产集团有限公司
  - 9.8.1 企业发展基本情况
  - 9.8.2 养生旅游产品开发现状
  - 9.8.3 企业竞争优势分析
  - 9.8.4 企业经营状况分析
  - 9.8.5 企业最新发展动态
  - 9.8.6 企业发展战略分析
- 9.9 承德力宝北方地产投资控股有限公司

9.9.1 企业发展基本情况

9.9.2 养生旅游产品开发现状

9.9.3 企业竞争优势分析

9.9.4 企业经营状况分析

9.9.5 企业最新发展动态

9.9.6 企业发展战略分析

9.10 四川金杯房地产集团有限公司

9.10.1 企业发展基本情况

9.10.2 养生旅游产品开发现状

9.10.3 企业竞争优势分析

9.10.4 企业经营状况分析

9.10.5 企业最新发展动态

9.10.6 企业发展战略分析

第十章 2017-2022年中国养生旅游行业发展趋势与前景分析

10.1 2017-2022年中国养生旅游市场发展前景

10.1.1 2017-2022年养生旅游市场发展潜力

10.1.2 2017-2022年养生旅游市场发展前景展望

10.1.3 2017-2022年养生旅游细分行业发展前景分析

10.2 2017-2022年中国养生旅游市场发展趋势预测

10.2.1 2017-2022年养生旅游行业发展趋势

10.2.2 2017-2022年养生旅游市场规模预测

10.2.3 2017-2022年养生旅游行业应用趋势预测

10.2.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测

10.3 2017-2022年中国养生旅游行业供需预测

10.3.1 2017-2022年中国养生旅游行业供给预测

10.3.2 2017-2022年中国养生旅游行业需求预测

10.3.3 2017-2022年中国养生旅游供需平衡预测

10.4 影响企业生产与经营的关键趋势

10.4.1 行业发展有利因素与不利因素

10.4.2 养生旅游产品开发关键要素分析

第十一章 2017-2022年中国养生旅游行业投资前景

11.1 养生旅游行业投资现状分析

11.1.1 养生旅游行业投资规模分析

- 11.1.2 养生旅游行业投资资金来源构成
- 11.1.3 养生旅游行业投资项目建设分析
- 11.1.4 养生旅游行业投资资金用途分析
- 11.1.5 养生旅游行业投资主体构成分析
- 11.2 养生旅游行业投资特性分析
  - 11.2.1 养生旅游行业进入壁垒分析
  - 11.2.2 养生旅游行业盈利模式分析
  - 11.2.3 养生旅游行业盈利因素分析
- 11.3 养生旅游行业投资机会分析
  - 11.3.1 产业链投资机会
  - 11.3.2 细分市场投资机会
  - 11.3.3 重点区域投资机会
  - 11.3.4 产业发展的空白点分析
- 11.4 养生旅游行业投资风险分析
  - 11.4.1 养生旅游行业政策风险
  - 11.4.2 宏观经济风险
  - 11.4.3 市场竞争风险
  - 11.4.4 关联产业风险
  - 11.4.5 产品结构风险
  - 11.4.6 技术研发风险
  - 11.4.7 其他投资风险
- 11.5 养生旅游行业投资潜力与建议
  - 11.5.1 养生旅游行业投资潜力分析
  - 11.5.2 养生旅游行业最新投资动态
  - 11.5.3 养生旅游行业投资机会与建议

## 第十二章 2017-2022年中国养生旅游企业投资战略分析

- 12.1 养生旅游企业战略规划制定依据
  - 12.2.1 国家政策支持
  - 12.2.2 行业发展规律
  - 12.2.3 企业资源与能力
  - 12.2.4 可预期的战略定位
- 12.2 养生旅游企业战略规划策略分析
  - 12.2.1 战略综合规划
  - 12.2.2 技术开发战略

12.2.3 区域战略规划

12.2.4 产业战略规划

12.2.5 营销品牌战略

12.2.6 竞争战略规划

### 第十三章 研究结论及建议 (ZY ZM)

13.1 研究结论

13.2 建议

13.2.1 行业发展策略建议

13.2.2 行业投资方向建议

13.2.3 行业投资方式建议

图表目录：

图表：养生旅游行业特点

图表：养生旅游行业生命周期

图表：养生旅游行业产业链分析

图表：2014-2016年养生旅游行业市场规模分析

图表：2017-2022年养生旅游行业市场规模预测

图表：中国养生旅游行业盈利能力分析

图表：中国养生旅游行业运营能力分析

图表：中国养生旅游行业偿债能力分析

图表：中国养生旅游行业发展能力分析

图表：中国养生旅游行业经营效益分析

图表：2014-2016年养生旅游重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国养生旅游行业销售情况分析

图表：2014-2016年中国养生旅游行业利润情况分析

图表：2014-2016年中国养生旅游行业资产情况分析

图表：2014-2016年中国养生旅游竞争力分析

图表：2017-2022年中国养生旅游消费量预测

图表：2017-2022年中国养生旅游市场前景预测

图表：2017-2022年中国养生旅游市场价格走势预测

图表：2017-2022年中国养生旅游发展前景预测

图表：投资建议

图表：区域发展战略规划

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201612/481112.html>