

2017-2022年中国养生旅游 行业深度研究与市场前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国养生旅游行业深度研究与市场前景预测报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/7741286HNP.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

以养生为主的旅游活动在旅游学中还没有一个共通的用语和概念。不同的国家，其文化背景的不同，研究的出发点会有不同。西方学者较为重视健康，英语文献中涉及到旅游与健康、养生的相关用语有Wellness tourism、Health tourism、Health care tourism、Spa tourism、Thermalism tourism等，日本用保健旅游，健康旅游，或直接使用外来语health tourism，以上用语的不同，体现了对养生旅游这一现象的不同理解。

养生旅游是恢复健康、增强体质为目的去它地旅行，其构成要素和条件包含疗养、恢复、增进健康为目的各种资源、设施和服务。这些要素和条件的组合形成不同的养生形态，包含了从治疗到增强健康、休闲一个很宽的面。

下图中的形态1和形态2与医疗服务关系密切，但并不是以医疗为目的旅游，旅游的主要群体为身体有障碍者、不健康者或老年人群。形态3如专门的美容、减肥、禁烟等健康度假区，形态4如一般的温泉地、旅游地的养生设施；形态5与体育旅游较为接近，主要是利用自然、运动等增进健康为目的休闲活动，但不包含竞技运动。

所谓养生旅游产业就是跟养生旅游相关产业的集合，既有旅游业的内容也有养生休闲的内容，更有旅游地产等相关的内容。

养生旅游的内容及形态

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国养生旅游行业深度研究与市场前景预测报告》共十四章。首先介绍了养生旅游行业市场发展环境、养生旅游整体运行态势等，接着分析了养生旅游行业市场运行的现状，然后介绍了养生旅游市场竞争格局。随后，报告对养生旅游做了重点企业经营状况分析，最后分析了养生旅游行业发展趋势与投资预测。您若想对养生旅游产业有个系统的了解或者想投资养生旅游行业，本报告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 养生旅游行业发展概述

1.1 养生旅游的概念

1.1.1 养生旅游的定义

1.1.2 养生旅游的特点

1.1.3 养生旅游的分类

从资源特点来看，在我国适宜开展养生休闲旅游形式很多，如气象气候养生、园林花卉、养生滨水养生、山岳森林养生、草原沙漠养生、温泉养生、农业养生、宗教民俗养生等。由于养生休闲旅游诉求的多样性，其产品的类型也呈现多元化。根据不同资源，结合市场需求特点，可开发的养生休闲旅游产品大致有如下几类：

居住养生 居住型养生是以旅游房地产开发为主导而形成的旅游产品，它是以经营土地、经营城市的手法来围绕养生休闲进行开发的。这种养生居住社区向人们提供没有污染、没有公害的新鲜空气、有机食物和住宅条件。它的另一个特点是不设置任何具有刺激性的或需剧烈运动的体育、游乐活动设施，而提倡人们去冥想静思，在恬静的气氛中修身养性。

游乐养生 游乐养生是在更具旅游资源的不同，设施适宜当地地脉、文脉，参与性、趣味性较强的养生休闲旅游活动，通过一定的技术手段和创意，把一些生硬的、静态的东西进行情景化和趣味化处理，使之让游客主动参与到养生休闲活动中去，并获得一定程度的身心放松和教育。

文化养生 通过对历史文化中所积淀下来的各种与养生有关的理论进行深入挖掘，应用到养生旅游活动之中，以此提高养生休闲活动本身的品味和档次，同时丰富休闲活动的内在要素，使养生休闲不仅具有了身体养生的功能，同时还具有心理养生的益处。传统文化中与养生有关的理论著作主要有：《黄帝内经》、《道德经》、《阴阳五行学说》、《风水学说》以及诸多我国古代中医药理论著作等。

医疗养生 医疗养生旅游产品的构成主要是依托中医、西医、营养学、心理学等理论知识作为指导，结合人体生理行为特征进行的以药物康复、药物治疗为主要手段，配合一定的休闲活动内容进行的康复养生旅游产品，包括康体检查类产品。它是医疗旅游开发中的重要内容之一。

美食养生 药食同源，是东方食养的一大特色。因此美食养生可以说是我国国内养生休闲旅游中至关重要的一项内容之一，在进行美食养生休闲旅游产品的开发中，美食餐厅的设计一定窑情调独特，别具一格，室内有山、水及种类各异的植被，就餐者置身其中，如同置身于美丽的南国花园，怡然自得，潇洒惬意。餐厅菜式丰富，营养搭配合理，具有不同风味特色。

生理美容养生 生理美容养生是时下女性游客比较喜爱的一项活动之一，然而当把生理美容同养生休闲旅游结合起来，可以取到较好的互动作用。它既丰富了旅游活动的的内容，又增强了旅游产品的吸引力，此类产品的开发可以将一些美容会所中的专业护肤、芳香 SPA 水疗、瑜伽养生，抗衰老美容融入到某些旅游项目之中去，同时可结合一些花卉产品开发系列美容产品，如：花香、精油，可外用美容，内服等。

运动养生 生命在于运动，适宜的运动健身是一种比较科学的养生休闲方式，在进行此类旅游产品的开发中，可充分利用多种运动养生方式，开发成不同的运动养生系列产品，如：开发室内瑜伽术、中华武术、BODYPOMP、专业SPA、形体训练、棋牌、器

械等室内运动，同时也能提供篮球、网球、羽毛球、垂钓、跑步、骑车健身等户外运动，并为游客推荐专业的运动指导，使您拥有健康的身心去感受自由美丽的生活。生态养生生态与养生有着天然的联系养生首先在于环境。城市的废气、污染，是人类生命的大敌，而生态的绿色环境是养生休闲的理想场所。生态养生旅游不同于一般旅游，需要在观光游乐中开展养生活动，而且是以生态为手段的养生开发，如森林浴养生法、雾浴养生法、生态温汤浴法、生态阳光浴法等。

1.2 养生旅游行业发展成熟度

1.2.1 行业发展周期分析

1.2.2 行业中外市场成熟度对比

1.2.3 行业及其主要子行业成熟度分析

1.3 养生旅游市场特征分析

1.3.1 市场规模

1.3.2 产业关联度

1.3.3 影响需求的关键因素

1.3.4 国内和国际市场

1.3.5 主要竞争因素

第二章 2014-2016年中国养生旅游行业发展环境分析

2.1 养生旅游行业政治法律环境（P）

2.1.1 行业主管部门分析

2.1.2 行业监管体制分析

2.1.3 行业主要法律法规

2.1.4 相关产业政策分析

2.1.5 行业相关发展规划

2.1.6 政策环境对行业的影响

2.2 养生旅游行业经济环境分析（E）

2.2.1 宏观经济形势分析

2.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

2.3 养生旅游行业社会环境分析（S）

2.3.1 养生旅游产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.4 养生旅游行业消费环境分析（T）

2.4.1 养生旅游消费分析

（1）消费水平总体发展情况

（2）中国养生旅游行业新消费研究

2.4.2 养生旅游消费发展水平

（1）中国养生旅游行业消费水平所处阶段

（2）与国外养生旅游行业的消费差距

2.4.3 行业主要消费发展趋势

2.4.4 消费环境对行业的影响

第三章 全球养生旅游行业发展概述

3.1 2014-2016年全球养生旅游行业发展情况概述

3.1.1 全球养生旅游行业发展现状

3.1.2 全球养生旅游行业发展特征

3.1.3 全球养生旅游行业市场规模

3.2 2014-2016年全球主要地区养生旅游行业发展状况

3.2.1 欧洲养生旅游行业发展情况概述

3.2.2 美国养生旅游行业发展情况概述

3.2.3 日韩养生旅游行业发展情况概述

3.3 2016年全球养生旅游行业发展前景预测

3.3.1 全球养生旅游行业市场规模预测

3.3.2 全球养生旅游行业发展前景分析

3.3.3 全球养生旅游行业发展趋势分析

3.4 全球养生旅游行业重点企业发展动态分析

第四章 中国养生旅游行业发展概述

4.1 中国养生旅游行业发展状况分析

4.1.1 中国养生旅游行业发展阶段

4.1.2 中国养生旅游行业发展总体概况

4.1.3 中国养生旅游行业发展特点分析

4.2 2014-2016年养生旅游行业发展现状

4.2.1 2014-2016年中国养生旅游行业市场规模

- 4.2.2 2014-2016年中国养生旅游行业发展分析
- 4.2.3 2014-2016年中国养生旅游企业发展分析
- 4.3 2014-2016年年中国养生旅游行业面临的困境及对策
 - 4.3.1 中国养生旅游行业面临的困境及对策
 - (1) 中国养生旅游行业面临困境
 - (2) 中国养生旅游行业对策探讨
 - 4.3.2 中国养生旅游企业发展困境及策略分析
 - (1) 中国养生旅游企业面临的困境
 - (2) 中国养生旅游企业的对策探讨
 - 4.3.3 国内养生旅游企业的出路分析

第五章 2014-2016年养生旅游行业经济运行效益分析

- 5.1 2014-2016年中国养生旅游发展分析
 - 5.1.1 2014年中国养生旅游概述
 - 5.1.2 2015年中国养生旅游概述
 - 5.1.3 2016年中国养生旅游概述
- 5.2 2014-2016年中国养生旅游规模分析
 - 5.2.1 养生旅游企业数量统计
 - 5.2.2 养生旅游资产总额分析
 - 5.2.3 养生旅游销售收入分析
 - 5.2.4 养生旅游利润总额分析
- 5.3 2014-2016年养生旅游经营效益分析
 - 5.3.1 养生旅游偿债能力分析
 - 5.3.2 养生旅游盈利能力分析
 - 5.3.3 养生旅游的毛利率分析
 - 5.3.4 养生旅游营运能力分析

第六章 中国重点城市养生旅游市场分析

- 6.1 北京市养生旅游市场分析
 - 6.1.1 北京市养生旅游行业需求分析
 - 6.1.2 北京市养生旅游发展情况
 - 6.1.3 北京市养生旅游存在的问题与建议

- 6.2 上海市养生旅游市场分析
 - 6.2.1 上海市养生旅游行业需求分析
 - 6.2.2 上海市养生旅游发展情况
 - 6.2.3 上海市养生旅游存在的问题与建议
- 6.3 安徽省养生旅游市场分析
 - 6.3.1 天津市养生旅游行业需求分析
 - 6.3.2 天津市养生旅游发展情况
 - 6.3.3 天津市养生旅游存在的问题与建议
- 6.4 海南省养生旅游市场分析
 - 6.4.1 深圳市养生旅游行业需求分析
 - 6.4.2 深圳市养生旅游发展情况
 - 6.4.3 深圳市养生旅游存在的问题与建议
- 6.5 重庆市养生旅游市场分析
 - 6.5.1 重庆市养生旅游行业需求分析
 - 6.5.2 重庆市养生旅游发展情况
 - 6.5.3 重庆市养生旅游存在的问题与建议

第七章 互联网对养生旅游的影响分析

- 7.1 互联网对养生旅游行业的影响
 - 7.1.1 智能养生旅游设备发展情况分析
 - (1) 智能养生旅游设备发展概况
 - (2) 主要养生旅游APP应用情况
 - 7.1.2 养生旅游智能设备经营模式分析
 - (1) 智能硬件模式
 - (2) 养生旅游APP模式
 - (3) 虚实结合模式
 - (4) 个性化资讯模式
 - 7.1.3 智能设备对养生旅游行业的影响分析
 - (1) 智能设备对养生旅游行业的影响
 - (2) 养生旅游智能设备的发展趋势分析
- 7.2 互联网+养生旅游发展模式分析
 - 7.2.1 互联网+养生旅游商业模式解析

(1) 养生旅游O2O模式分析

(2) 智能联网模式

7.2.2 互联网+养生旅游案例分析

(1) 携程旅游网

(2) 去哪儿网

(3) 同城旅游网

(4) 艺龙网

7.2.3 互联网背景下养生旅游行业发展趋势分析

第八章 中国养生旅游需求与消费者偏好调查

8.1 养生旅游产品目标客户群体调查

8.1.1 不同收入水平消费者偏好调查

8.1.2 不同年龄的消费者偏好调查

8.1.3 不同地区的消费者偏好调查

8.2 养生旅游产品的品牌市场调查

8.2.1 消费者对养生旅游品牌认知度宏观调查

8.2.2 消费者对养生旅游产品的品牌偏好调查

8.2.3 消费者对养生旅游品牌的首要认知渠道

8.2.4 消费者经常购买的品牌调查

8.2.5 养生旅游品牌忠诚度调查

8.2.6 养生旅游品牌市场占有率调查

8.2.7 消费者的消费理念调研

8.3 不同客户购买相关的态度及影响分析

8.3.1 价格敏感程度

8.3.2 品牌的影响

8.3.3 购买方便的影响

8.3.4 广告的影响程度

第九章 中国养生旅游行业市场竞争格局分析

9.1 中国养生旅游行业竞争格局分析

9.1.1 养生旅游行业区域分布格局

9.1.2 养生旅游行业企业规模格局

- 9.1.3 养生旅游行业企业性质格局
- 9.2 中国养生旅游行业竞争五力分析
 - 9.2.1 养生旅游行业上游议价能力
 - 9.2.2 养生旅游行业下游议价能力
 - 9.2.3 养生旅游行业新进入者威胁
 - 9.2.4 养生旅游行业替代产品威胁
 - 9.2.5 养生旅游行业现有企业竞争
- 9.3 中国养生旅游行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1 养生旅游行业优势分析（S）
 - 9.3.2 养生旅游行业劣势分析（W）
 - 9.3.3 养生旅游行业机会分析（O）
 - 9.3.4 养生旅游行业威胁分析（T）
- 9.4 中国养生旅游行业重点企业竞争策略分析

第十章 中国养生旅游行业领先企业竞争力分析

- 10.1 中国港中旅集团竞争力分析
 - 10.1.1 企业发展基本情况
 - 10.1.2 企业主要产品分析
 - 10.1.3 企业竞争优势分析
 - 10.1.4 企业经营状况分析
 - 10.1.5 企业最新发展动态
 - 10.1.6 企业发展战略分析
- 10.2 携程旅游集团竞争力分析
 - 10.2.1 企业发展基本情况
 - 10.2.2 企业主要产品分析
 - 10.2.3 企业竞争优势分析
 - 10.2.4 企业经营状况分析
 - 10.2.5 企业最新发展动态
 - 10.2.6 企业发展战略分析
- 10.3 同程网络科技股份有限公司竞争力分析
 - 10.3.1 企业发展基本情况
 - 10.3.2 企业主要产品分析

- 10.3.3 企业竞争优势分析
- 10.3.4 企业经营状况分析
- 10.3.5 企业最新发展动态
- 10.3.6 企业发展战略分析
- 10.4 南京金陵饭店集团有限公司竞争力分析
 - 10.4.1 企业发展基本情况
 - 10.4.2 企业主要产品分析
 - 10.4.3 企业竞争优势分析
 - 10.4.4 企业经营状况分析
 - 10.4.5 企业最新发展动态
 - 10.4.6 企业发展战略分析
- 10.5 开元旅业集团竞争力分析
 - 10.5.1 企业发展基本情况
 - 10.5.2 企业主要产品分析
 - 10.5.3 企业竞争优势分析
 - 10.5.4 企业经营状况分析
 - 10.5.5 企业最新发展动态
 - 10.5.6 企业发展战略分析
- 10.6 黄山徽州文化旅游集团竞争力分析
 - 10.6.1 企业发展基本情况
 - 10.6.2 企业主要产品分析
 - 10.6.3 企业竞争优势分析
 - 10.6.4 企业经营状况分析
 - 10.6.5 企业最新发展动态
 - 10.6.6 企业发展战略分析
- 10.7 江苏国际旅行社有限公司竞争力分析
 - 10.7.1 企业发展基本情况
 - 10.7.2 企业主要产品分析
 - 10.7.3 企业竞争优势分析
 - 10.7.4 企业经营状况分析
 - 10.7.5 企业最新发展动态
 - 10.7.6 企业发展战略分析

10.8 新疆大西部国际旅行社竞争力分析

10.8.1 企业发展基本情况

10.8.2 企业主要产品分析

10.8.3 企业竞争优势分析

10.8.4 企业经营状况分析

10.8.5 企业最新发展动态

10.8.6 企业发展战略分析

10.9 安徽省旅游集团竞争力分析

10.9.1 企业发展基本情况

10.9.2 企业主要产品分析

10.9.3 企业竞争优势分析

10.9.4 企业经营状况分析

10.9.5 企业最新发展动态

10.9.6 企业发展战略分析

10.10 山东银座旅游集团公司竞争力分析

10.10.1 企业发展基本情况

10.10.2 企业主要产品分析

10.10.3 企业竞争优势分析

10.10.4 企业经营状况分析

10.10.5 企业最新发展动态

10.10.6 企业发展战略分析

第十一章 2017-2022年中国养生旅游行业发展趋势与前景分析

11.1 2017-2022年中国养生旅游市场发展前景

11.1.1 2017-2022年养生旅游市场发展潜力

11.1.2 2017-2022年养生旅游市场发展前景展望

11.1.3 2017-2022年养生旅游细分行业发展前景分析

11.2 2017-2022年中国养生旅游市场发展趋势预测

11.2.1 2017-2022年养生旅游行业发展趋势

11.2.2 2017-2022年养生旅游市场规模预测

11.2.3 2017-2022年养生旅游行业应用趋势预测

11.2.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测

- 11.3 2017-2022年中国养生旅游行业供需预测
 - 11.3.1 2017-2022年中国养生旅游行业供给预测
 - 11.3.2 2017-2022年中国养生旅游行业需求预测
 - 11.3.3 2017-2022年中国养生旅游供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
 - 11.4.1 行业发展有利因素与不利因素
 - 11.4.2 市场整合成长趋势
 - 11.4.3 需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 11.4.4 企业区域市场拓展的趋势
 - 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十二章 2017-2022年中国养生旅游行业投资前景

- 12.1 养生旅游行业投资现状分析
 - 12.1.1 养生旅游行业投资规模分析
 - 12.1.2 养生旅游行业投资资金来源构成
 - 12.1.3 养生旅游行业投资项目建设分析
 - 12.1.4 养生旅游行业投资资金用途分析
 - 12.1.5 养生旅游行业投资主体构成分析
- 12.2 养生旅游行业投资特性分析
 - 12.2.1 养生旅游行业进入壁垒分析
 - 12.2.2 养生旅游行业盈利模式分析
 - 12.2.3 养生旅游行业盈利因素分析
- 12.3 养生旅游行业投资机会分析
 - 12.3.1 产业链投资机会
 - 12.3.2 细分市场投资机会
 - 12.3.3 重点区域投资机会
 - 12.3.4 产业发展的空白点分析
- 12.4 养生旅游行业投资风险分析
 - 12.4.1 养生旅游行业政策风险
 - 12.4.2 宏观经济风险
 - 12.4.3 市场竞争风险
 - 12.4.4 关联产业风险

12.4.5 产品结构风险

12.4.6 其他投资风险

12.5 养生旅游行业投资潜力与建议

12.5.1 养生旅游行业投资潜力分析

12.5.2 养生旅游行业最新投资动态

12.5.3 养生旅游行业投资机会与建议

第十三章 2017-2022年中国养生旅游企业投资战略与客户策略分析

13.1 养生旅游企业发展战略规划背景意义

13.1.1 企业转型升级的需要

13.1.2 企业做大做强的需要

13.1.3 企业可持续发展需要

13.2 养生旅游企业战略规划制定依据

13.2.1 国家政策支持

13.2.2 行业发展规律

13.2.3 企业资源与能力

13.2.4 可预期的战略定位

13.3 养生旅游企业战略规划策略分析

13.3.1 战略综合规划

13.3.2 区域战略规划

13.3.3 产业战略规划

13.3.4 营销品牌战略

13.3.5 竞争战略规划

13.4 养生旅游中小企业发展战略研究

13.4.1 中小企业存在主要问题

(1) 缺乏科学的发展战略

(2) 缺乏合理的企业制度

(3) 缺乏现代的企业管理

(4) 缺乏高素质的专业人才

(5) 缺乏充足的资金支撑

13.4.2 中小企业发展战略思考

(1) 实施科学的发展战略

- (2) 建立合理的治理结构
- (3) 实行严明的企业管理
- (4) 培养核心的竞争实力
- (5) 构建合作的企业联盟

第十四章 研究结论及建议 (ZYPX)

14.1 研究结论

14.2 建议

14.2.1 行业发展策略建议

14.2.2 行业投资方向建议

14.2.3 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年中国养生旅游产能预测

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

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/7741286HNP.html>