

# 2017-2022年中国养生旅游 市场运行形势分析及发展战略研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2017-2022年中国养生旅游市场运行形势分析及发展战略研究报告》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/C97161WKQ8.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

在欧美国家，养生（Wellness）这一新生词汇产生于1961年，由美国医师Halbert Dunn提出，将Wellbeing（幸福）和fit-ness（健康）结合而成。Halbert Dunn医生认为自我丰盈的满足状况为较高的养生境界。这一理念由Ardel、Travis等作家在有关健康的出版物中采用，Travis强调养生的动态性，认为养生是一种状态、过程与态度，而不是静止不变的状态。

我国旅游业经过黄金十年，发展势头延续，今年以来中国旅游市场规模稳步扩大，继续领跑宏观经济。2016年上半年，我国旅游市场规模稳步扩大，继续领跑宏观经济。其中，国内旅游22.36亿人次，比上年同期增长10.47%；上半年实现旅游总收入2.25万亿元，增长12.4%。

旅游总人数及其增速

旅游业收入占比及增速

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国养生旅游市场运行形势分析及发展战略研究报告》共九章。首先介绍了养生旅游产业相关概念及发展环境，接着分析了中国养生旅游行业规模及消费需求，然后对中国养生旅游行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国养生旅游行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国养生旅游行业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 中国养生旅游的界定与客源市场分析15

1.1 养生旅游产业的界定与产品分类15

1.1.1 养生旅游产业的界定15

1.1.2 养生旅游产品的分类16

（1）按照内容划分16

（2）按照资源条件划分17

1.2 养生旅游的要素18

1.2.1 养生旅游的资源基础18

1.2.2 养生旅游的设施基础19

- 1.3 养生旅游与传统旅游的对比分析20
- 1.4 中国养生旅游产品的客源市场分析21
  - 1.4.1 中国温泉养生旅游产品的客源市场分析21
    - (1) 中国温泉养生旅游主要客源市场分析21
    - (2) 中国温泉养生旅游群体消费习惯分析23
    - (3) 中国温泉养生旅游潜在客源市场分析23
  - 1.4.2 中国森林养生旅游客源市场分析23
    - (1) 中国森林养生旅游主要客源市场分析24
    - (2) 中国森林养生旅游群体消费习惯分析24
    - (3) 中国森林养生旅游潜在客源市场分析25
  - 1.4.3 中国滨海养生旅游客源市场分析25
    - (1) 中国滨海养生旅游主要客源市场分析25
    - (2) 中国滨海养生旅游群体消费习惯分析25
    - (3) 中国滨海养生旅游潜在客源市场分析26

## 第二章 中国养生旅游产业发展环境分析27

- 2.1 养生旅游产业政策环境分析27
  - 2.1.1 中国养生旅游产业的行政管理体制27
  - 2.1.2 《国务院关于加快发展旅游业的意见》27
  - 2.1.3 国民经济和社会发展规划“十三五”规划28
  - 2.1.4 旅游业发展“十三五”规划28
  - 2.1.5 老龄宜居养生基地建设规划纲要29
- 2.2 养生旅游产业经济环境分析30
  - 2.2.1 国民经济发展状况30

2015年，我国国民经济稳定增长。初步核算，全年国内生产总值676708亿元，比上年增长6.9%。其中，第一产业增加值60863亿元，增长3.9%；第二产业增加值274278亿元，增长6.0%；第三产业增加值341567亿元，增长8.3%。第一产业增加值占国内生产总值的比重为9.0%，第二产业增加值比重为40.5%，第三产业增加值比重为50.5%，首次突破50%。2015年以来，面对错综复杂的国际形势和国内经济下行压力加大的困难局面，稳中求进成为2015年的工作总基调，中国进入以提高质量效益为中心，调整产业结构，深化改革开放的发展阶段。

2011-2016年中国国内生产总值及其增长速度

2.2.2 旅游经济发展状况31

2.3 养生旅游产业消费环境分析32

2.3.1 居民收入水平分析32

2.3.2 居民消费水平与结构33

2.3.3 居民旅游消费行为分析35

2.4 养生旅游产业社会环境分析36

2.4.1 人口年龄结构分析36

第三章 国内外养生旅游业的发展与产品开发模式38

3.1 国内外养生旅游的发展历程与现状38

3.1.1 国外养生旅游发展历程与现状38

3.1.2 中国养生旅游发展历程与现状38

3.2 国内外养生旅游产品的主要开发模式39

3.2.1 主要国家养生旅游产品的开发模式39

3.2.2 中国养生旅游产品的开发模式分析40

(1) 健康管理模式40

(2) 医疗旅游模式41

(3) 建设俱乐部模式41

(4) 养生旅游目的地模式41

(5) 养生旅游景区模式41

3.3 国内外养生旅游产品的功能定位42

3.3.1 日本温泉差异化战略--温泉养生42

3.3.2 泰国组合式养生疗程--美体养生43

3.3.3 法国田园慢生活--庄园养生44

3.3.4 瑞士康复疗养模式--抗老养生45

3.3.5 美国CCRC社区模式--养生养老46

3.3.6 韩国“造美”旅游模式--美容养生46

3.3.7 阿尔卑斯山地运动--山地养生47

3.3.8 “太极传奇”--巅峰养生旅游全方位开发理论49

第四章 主要国家养生旅游产业竞争力分析51

4.1 瑞士养生旅游产业竞争力分析51

- 4.1.1 瑞士养生旅游资源评价51
  - (1) 瑞士的温泉--五大温泉胜地51
  - (2) 瑞士的高山资源52
  - (3) 瑞士的湖泊资源54
- 4.1.2 瑞士养老设施与服务评价55
- 4.1.3 瑞士医疗技术与设施评价56
- 4.1.4 瑞士政府对于旅游资源的国际推介57
- 4.1.5 瑞士主要养生旅游服务实体分析58
- 4.1.6 瑞士养生旅游业发展的制度环境59
- 4.1.7 瑞士养生旅游产业发展情况分析59
- 4.1.8 瑞士养生旅游资源对外国游客的吸引力评价60
- 4.1.9 瑞士其他旅游资源对外国游客的吸引力评价61
- 4.2 法国养生旅游产业竞争力分析62
  - 4.2.1 法国养生旅游资源评价62
    - (1) 法国海滨旅游资源63
    - (2) 法国的高山资源66
    - (3) 法国的温泉资源67
  - 4.2.2 法国养老设施与服务评价69
  - 4.2.3 法国政府对于旅游资源的国际推介70
    - (1) 成立专门的旅游服务推广机构70
    - (2) 重视本地化“窗口宣传服务”71
    - (3) 在各国设立法国旅游推介机构71
    - (4) 建立“法国文化中心”宣传法国旅游71
    - (5) 积极和鼓励推动旅游展览会72
    - (6) 推动国际旅游活动72
    - (7) 前往各国举办法国旅游业推介会72
    - (8) 设立宣传和推广法国旅游的网站73
    - (9) 推出“旅游质量品牌”计划74
  - 4.2.4 法国养生旅游产业发展情况分析75
  - 4.2.5 法国养生旅游资源对外国游客的吸引力评价78
  - 4.2.6 法国其他旅游资源对外国游客的吸引力评价79
- 4.3 德国养生旅游产业竞争力分析79

- 4.3.1 德国养生旅游资源评价79
- 4.3.2 德国养老设施与服务评价80
- 4.3.3 德国医疗技术与设施评价82
- 4.3.4 德国旅游局旅游资源推介活动82
- 4.3.5 德国主要养生旅游服务实体分析83
- 4.3.6 德国旅游资源对外国游客的吸引力评价84
- 4.4 韩国养生旅游产业竞争力分析86
  - 4.4.1 韩国养生旅游资源评价86
    - (1) 韩国的高山资源86
    - (2) 韩国的滨海资源88
    - (3) 韩国的温泉资源88
  - 4.4.2 韩国养老设施与服务评价91
  - 4.4.3 韩国医疗技术与设施评价92
  - 4.4.4 韩国政府对于旅游资源的国际推介92
    - (1) 韩国旅游业的主管部门92
    - (2) 韩国政府的旅游业推动措施93
  - 4.4.5 韩国养生旅游产业发展情况分析95
- 4.5 日本养生旅游产业竞争力分析96
  - 4.5.1 日本养生旅游资源评价 96
    - (1) 日本的高山资源96
    - (2) 日本的温泉资源97
    - (3) 日本的海洋和森林资源97
  - 4.5.2 日本养老设施与服务评价98
  - 4.5.3 日本医疗技术与设施评价99
  - 4.5.4 日本政府对于旅游资源的国际推介100
  - 4.5.5 日本主要养生旅游服务实体分析100
  - 4.5.6 日本养生旅游产业发展情况分析101
    - (1) 温泉养生旅游产业发展分析101
    - (2) 医疗养生旅游产业发展分析101
  - 4.5.7 日本旅游资源对外国游客的吸引力评价102
    - (1) 赴日游客的地区分布及消费状况102
    - (2) 赴日中国游客的旅游偏好分析103

## 4.6 泰国养生旅游产业竞争力分析104

### 4.6.1 泰国养生旅游资源评价104

### 4.6.2 泰国医疗技术与设施评价105

### 4.6.3 泰国养生旅游产业发展分析105

## 4.7 印度养生旅游产业竞争力分析106

### 4.7.1 印度养生旅游资源评价106

### 4.7.2 印度医疗技术与设施评价106

### 4.7.3 印度旅游产业的发展分析106

## 第五章 中国养生旅游度假区的规划与设计策略109

### 5.1 养生旅游度假区的空间布局109

#### 5.1.1 养生旅游度假区的功能分区109

#### 5.1.2 养生旅游度假区的空间布局模式110

##### (1) 带状布局模式110

##### (2) 核式布局模式111

##### (3) 多组团布局模式111

### 5.2 养生旅游度假区规划的景观环境策略112

#### 5.2.1 结合自然的景观环境营造112

#### 5.2.2 结合文化的景观环境营造113

### 5.3 养生旅游度假区的景观生态设计114

#### 5.3.1 斑块的设计114

#### 5.3.2 廊道的设计115

#### 5.3.3 基质的设计116

#### 5.3.4 景观生态格局的优化116

##### (1) 完善现有自然斑块116

##### (2) 构建自然生态廊道116

##### (3) 合理布局人工斑块116

##### (4) 引导景观格局优化变迁117

### 5.4 养生旅游度假区的产品设计策略117

#### 5.4.1 养生旅游产品的设计117

##### (1) 环境养生产品117

##### (2) 运动养生产品117



- (3) 美食养生产品118
- (4) 中医养生产品118
- (5) 宗教养生产品118
- (6) 地方民俗文化养生产品119
- 5.4.2 养生旅游产品组合设计策略119
  - (1) 温泉+自然观光119
  - (2) 温泉+运动游乐120
  - (3) 温泉+人文旅游121
  - (4) 温泉+饮食文化121
- 5.5 广西巴马百魔洞养生旅游度假区规划、设计案例分析122
  - 5.5.1 广西巴马的养生资源分析122
    - (1) 自然养生资源122
    - (2) 养生文化资源124
  - 5.5.2 百魔洞养生旅游度假区养生功能特色125
  - 5.5.3 百魔洞养生旅游度假区的生态保护策略126
    - (1) 百魔洞养生旅游度假区的自然条件126
    - (2) 百魔洞养生旅游度假区的空间管制规划127
  - 5.5.4 百魔洞养生旅游度假区功能分区策略128
    - (1) 百魔洞养生旅游度假区的功能定位128
      - 1) 国际养生康体中心128
      - 2) 广西“博鳌”养生国际会议中心128
      - 3) 养生民俗村129
        - (2) 百魔洞养生旅游度假区的功能分区129
          - 1) 度假养生别墅组团129
          - 2) 中心公告建筑组团130
          - 3) 商务养生别墅组团130
  - 5.5.5 百魔洞养生旅游度假区规划的景观环境策略130
    - (1) 基于自然的景观环境设计策略130
    - (2) 基于地域文化的景观环境设计策略131
  - 5.5.6 百魔洞养生旅游度假区地域建筑设计策略134
    - (1) 依照地形的建筑布局策略134
    - (2) 地域建筑材料的选用135

(3) 建筑布局的形态136

5.5.7 百魔洞养生旅游度假区的产品设计138

(1) 整体旅游产品设计138

(2) 文化体验产品设计139

第六章 中国各类养生旅游产品的开发分析140

6.1 温泉养生旅游产品的开发分析140

6.1.1 温泉的养生意义/作用140

6.1.2 中国温泉养生旅游资源禀赋142

(1) 华南地区142

(2) 西南地区143

(3) 华东地区144

(4) 华中地区145

(5) 华北地区146

(6) 东北地区146

(7) 西北地区147

6.1.3 中国温泉养生旅游资源开发模式的演变148

6.1.4 中国现行温泉养生旅游产品的开发模式148

(1) 综合开发模式148

(2) 观光娱乐开发模式149

(3) 主题度假开发模式149

(4) 山地温泉开发模式149

(5) 商务型温泉开发模式149

(6) 家庭作坊开发模式149

6.1.5 中国温泉养生旅游产业发展分析150

(1) 中国温泉养生旅游的发展历史150

(2) 中国温泉养生旅游的发展现状150

1) 温泉养生旅游资源开发现状150

2) 温泉养生旅游企业经营状况151

6.1.6 中国温泉养生旅游资源开发要点 152

(1) 充分发挥温泉泉质的作用152

(2) 注重对温泉养生的科学研究152

- (3) 温泉养生服务的标准化、设施的舒适化152
- 6.1.7 温泉养生旅游资源开发成功案例分析152
- 6.2 森林养生旅游产品的开发分析153
  - 6.2.1 中国森林养生旅游资源禀赋情况153
  - 6.2.2 中国森林养生旅游产业发展情况155
    - (1) 中国森林旅游景区的建设历程155
      - 1) 森林公园的建设历程156
      - 2) 风景名胜区的建设历程157
      - 3) 植物园的建设发展历程159
    - (2) 中国森林旅游规划的发展历程159
    - (3) 中国森林养生旅游的发展现状159
      - 1) 森林旅游资源的开发现状159
      - 2) 森林旅游景区经营状况分析160
  - 6.2.3 森林养生旅游景区的投资建设要素163
  - 6.2.4 森林养生旅游资源开发的功能分区165
    - (1) 国际上典型的森林旅游景区功能分区165
    - (2) 森林旅游景区功能划分的原则166
  - 6.2.5 森林养生旅游资源开发成功案例分析166
- 6.3 滨海养生旅游产品的开发分析168
  - 6.3.1 中国滨海旅游资源禀赋情况168
  - 6.3.2 典型地区滨海养生旅游开发模式借鉴169
    - (1) 整岛开发模式--马尔代夫模式169
    - (2) 群岛式海岛开发模式--夏威夷模式170
    - (3) 城市型海岛模式--新加坡模式171
    - (4) 城市群滨海旅游开发模式--佛罗里达模式173
  - 6.3.3 中国滨海养生旅游的发展现状174
    - (1) 滨海养生旅游资源开发概况175
    - (2) 滨海旅游业增加值规模分析176
    - (3) 滨海养生旅游市场规模分析177
  - 6.3.4 中国滨海养生旅游资源的开发策略178
    - (1) 滨海旅游功能区建设时序安排178
    - (2) 滨海旅游的统筹协调发展178

- 1) 滨海旅游功能区的协调178
- 2) 三大旅游圈的协调179
- 3) 区际多层次协调179
- 6.3.5 国内外滨海旅游资源开发成功案例分析180
  - (1) 三亚亚龙湾国家旅游度假区180
  - (2) 北海银滩国家旅游度假区182
  - (3) 印度巴厘岛努萨杜阿度假区183
  - (4) 法国尼斯城滨海旅游度假地185

## 第七章 中国养生旅游产业区域发展条件与机会分析187

### 7.1 福建省养生旅游产业的发展条件与机会分析187

#### 7.1.1 福建省发展养生旅游产业的条件187

- (1) 福建省的自然条件与旅游资源禀赋187
- (2) 福建省发展养生旅游的交通基础189
- (3) 福建省居民收入和消费状况分析189
- (4) 福建省旅游业发展现状与目标分析190

#### 7.1.2 福建省旅游产业的客源市场分析193

#### 7.1.3 福建省重点养生旅游项目开发分析194

#### 7.1.4 福建省市、县域养生旅游产业的打造--以南平市为例195

- (1) 南平市的旅游资源禀赋分析195
- (2) 南平市旅游业发展现状分析196
- (3) 南平市养生旅游发展战略与规划196
- (4) 南平市养生旅游重点项目打造197
- (5) 南平市养生旅游市场定位与营销策略198

#### 1) 入境市场定位与营销策略198

#### 2) 国内市场定位与营销策略200

#### 7.1.5 福建省旅游产业的整合发展分析201

- (1) 旅游景区的区域整合201
- (2) 打造若干旅游精品202
- (3) 旅游产品开发合作策略205

#### 7.1.6 福建省养生旅游产业的发展机遇分析206

### 7.2 浙江省养生旅游产业的发展条件与机会分析207

- 7.2.1 浙江省发展养生旅游产业的条件207
  - (1) 浙江省的自然条件与旅游资源禀赋208
  - (2) 浙江省发展养生旅游的交通基础208
  - (3) 浙江省居民收入和消费状况分析209
  - (4) 浙江省旅游业发展现状与目标分析210
    - 1) 浙江省旅游业发展现状210
    - 2) 浙江省旅游业发展目标211
- 7.2.2 浙江省旅游产业的客源市场分析211
- 7.2.3 浙江省重点养生旅游项目的开发分析213
- 7.2.4 浙江省市、县域养生旅游产业的打造--以丽水市为例213
  - (1) 丽水市的旅游资源禀赋分析214
  - (2) 丽水市旅游业发展现状分析214
  - (3) 丽水市养生旅游产业发展的阶段目标215
  - (4) 丽水市县域养生产业发展的功能定位216
  - (5) 丽水市养生旅游景区投资建设规划217
    - 1) 丽水市休闲旅游景区投资规划217
    - 2) 丽水市区域养生基地投资规划219
- 7.2.5 浙江省旅游产业的整合发展分析226
  - (1) 不同旅游产品的整合发展226
  - (2) 滨海旅游资源的整合开发227
- 7.3 山东省养生旅游产业的发展条件与机会分析228
  - 7.3.1 山东省发展养生旅游产业的条件228
    - (1) 山东省的自然条件与旅游资源禀赋228
    - (2) 山东省发展养生旅游的交通基础228
    - (3) 山东省居民收入与消费状况分析229
    - (4) 山东省旅游业发展现状与目标分析230
  - 7.3.2 山东省重点养生旅游项目的开发分析230
  - 7.3.3 山东省市、县域养生旅游产业的打造--以威海市为例232
    - (1) 威海市旅游资源禀赋分析232
    - (2) 威海市旅游产业发展的区位经济基础232
    - (3) 威海市旅游产业发展现状与目标233
      - 1) 威海市旅游产业发展现状233

- 2) 威海市旅游度假区的建设233
- 3) 威海市旅游产业发展目标233
  - (4) 威海市旅游产业的空间布局规划234
  - (5) 威海市旅游产业的目标市场定位235
  - (6) 威海市养生旅游产业发展规划235
  - (7) 威海市重点养生旅游项目的打造236
- 7.3.4 山东省旅游产业的整合发展分析238
- 7.3.5 山东省养生旅游产业的发展机遇分析238
- 7.4 辽宁省养生旅游产业的发展条件与机会分析239
  - 7.4.1 辽宁省发展养生旅游产业的条件239
    - (1) 辽宁省自然条件与旅游资源禀赋239
    - (2) 辽宁省发展养生旅游的交通基础240
    - (3) 辽宁省居民收入与消费状况分析240
    - (4) 辽宁省旅游业发展现状分析242
  - 7.4.2 辽宁养生旅游产业发展分析242
    - (1) 温泉养生旅游242
    - (2) 森林养生旅游243
  - 7.4.3 辽宁省养生旅游资源的投资开发分析243
  - 7.4.4 辽宁省市、县域养生旅游产业的打造--以鞍山市为例243
    - (1) 鞍山养生旅游产业的投资开发规划243
    - (2) 鞍山市养生旅游产业的发展定位244
  - 7.4.5 辽宁省养生旅游产业的发展机遇分析245
- 7.5 海南省养生旅游产业的发展条件与机会分析245
  - 7.5.1 海南省发展养生旅游产业的条件245
    - (1) 海南省的自然条件与旅游资源禀赋245
    - (2) 海南省发展养生旅游的交通基础246
    - (3) 海南省居民收入与消费状况分析246
    - (4) 海南省旅游业发展现状与目标分析 248
  - 1) 海南省旅游业发展现状248
  - 2) 海南省旅游业发展目标248
  - 7.5.2 海南省旅游产业的客源市场分析249
  - 7.5.3 海南旅游消费者消费行为分析250

- 7.5.4 海南省养生旅游产业发展定位与目标251
- 7.5.5 海南省养生旅游产业的市场定位与开发251
  - (1) 国内市场的定位与开发251
  - (2) 入境市场的定位与开发252
- 7.5.6 海南省重点养生旅游项目的开发分析254
- 7.5.7 海南省市、县域养生旅游产业的打造--以定安县为例255
  - (1) 定安县发展养生旅游产业的条件256
  - (2) 定安县养生旅游产品的发展定位256
  - (3) 定安县重点养生旅游项目的打造256
- 7.5.8 海南省旅游产业的整合发展分析258
- 7.5.9 海南省养生旅游产业的发展机遇分析260
- 7.6 广东省养生旅游产业的发展条件与机会分析261
  - 7.6.1 广东省发展养生旅游产业的条件261
    - (1) 广东省养生旅游资源禀赋分析261
    - (2) 广东省居民收入与消费状况分析262
    - (3) 广东省旅游业发展现状与目标分析263
  - 1) 广东省旅游业发展现状263
  - 2) 广东省旅游业发展目标264
  - 7.6.2 广东省养生旅游产业发展分析264
    - (1) 温泉养生旅游产业发展分析265
    - 1) 温泉养生旅游资源开发历程265
    - 2) 温泉养生旅游产业发展规模266
    - (2) 森林养生旅游产业发展分析266
    - (3) 滨海旅游产业发展分析268
  - 7.6.3 广东省重点养生旅游项目的开发分析269
    - (1) 温泉养生重点项目269
    - (2) 医疗饮食养生项目270
    - (3) 滨海养生重点项目271
  - 7.6.4 广东省市、县域养生旅游产业的打造--以惠州市为例273
    - (1) 惠州市养生旅游资源禀赋分析273
    - (2) 惠州市重点养生旅游项目的打造273
  - 1) 巽寮滨海旅游度假区273

- 2) 双月湾旅游度假区274
- 3) 大亚湾东升海洋生态旅游度假村274
- 7.6.5 广东省旅游产业的整合发展分析275
  - (1) 打造旅游产业集聚区275
  - (2) 推动旅游产品多样化发展275
- 7.6.6 广东省养生旅游产业的发展机遇分析277
- 7.7 广西养生旅游产业的发展条件与机会分析277
  - 7.7.1 广西发展养生旅游产业的条件277
    - (1) 广西的自然条件与旅游资源禀赋277
    - (2) 广西发展养生旅游的交通基础277
    - (3) 广西居民收入与消费状况分析278
    - (4) 广西旅游业发展现状与目标分析279
  - 1) 广西旅游业发展现状279
  - 2) 广西旅游业发展目标279
  - 7.7.2 广西重点养生旅游项目的打造280
    - (1) 北部湾浪漫滨海280
    - (2) 巴马长寿养生280
    - (3) 宗教养生旅游产品280
  - 7.7.3 广西省、县域养生旅游产业的打造--以巴马县为例280
    - (1) 巴马自然条件与旅游资源禀赋281
    - (2) 巴马旅游产业发展现状分析282
    - (3) 巴马养生旅游重点项目的打造283
  - 7.7.4 广西旅游产业的整合发展分析283
- 7.8 四川省养生旅游产业的发展条件与机会分析284
  - 7.8.1 四川省发展养生旅游产业的条件284
    - (1) 四川省的自然条件与旅游资源禀赋284
    - (2) 四川省居民收入与消费状况分析284
    - (3) 四川省旅游业发展现状与目标分析286
  - 7.8.2 四川省旅游产业目标市场促销策略287
    - (1) 入境市场促销策略287
    - (2) 省内市场促销策略287
    - (3) 省外市场促销策略288



- 7.8.3 四川省重点养生旅游项目的开发分析288
- 7.8.4 四川省市、县域养生旅游产业的打造--以攀枝花市为例 288
  - (1) 攀枝花市的旅游资源禀赋分析288
  - (2) 攀枝花市旅游业发展现状与目标288
  - (3) 攀枝花市重点养生旅游项目的打造289
- 7.8.5 四川省旅游产业的整合发展分析289
- 7.8.6 四川省养生旅游产业的发展机遇分析290
- 7.9 湖北省养生旅游产业的发展条件与机会分析291
  - 7.9.1 湖北省发展养生旅游产业的条件291
    - (1) 湖北省的自然条件与旅游资源禀赋291
    - (2) 湖北省发展养生旅游的交通基础292
    - (3) 湖北省居民收入与消费状况分析292
    - (4) 湖北省旅游业发展现状与目标分析294
    - (5) 武汉旅游产业的客源市场分析294
  - 7.9.2 湖北省重点养生旅游项目的开发分析294
    - (1) 湖北神农架养生旅游胜地294
    - (2) 十堰武当山风景名胜区295
  - 7.9.3 湖北省养生旅游产业的发展机遇分析296

## 第八章 中国企业养生旅游产品开发的竞争力分析298

- 8.1 中国养生旅游产品开发企业的特点分析298
- 8.2 中国企业养生旅游产品开发的竞争力分析298
  - 8.2.1 雅居乐地产控股有限公司298
    - (1) 企业发展简况分析298
    - (2) 企业业务能力分析299
    - (3) 企业总体经营情况分析300
      - 1) 主要经济指标分析300
      - 2) 企业盈利能力分析301
      - 3) 企业运营能力分析301
      - 4) 企业偿债能力分析302
      - 5) 企业发展能力分析302
    - (4) 企业养生旅游产品的开发分析303

- (5) 企业养生旅游产品开发的优劣势分析303
- (6) 企业养生旅游产品最新投资动向分析304
- (7) 企业其他发展动向分析304
- 8.2.2 四川金杯房地产集团有限公司305
  - (1) 企业发展简况分析305
  - (2) 企业业务能力分析306
  - (3) 企业养生旅游产品的开发分析306
  - (4) 企业养生旅游产品开发的优劣势分析307
  - (5) 企业养生旅游产品最新投资动向分析307
  - (6) 企业其他发展动向分析307
- 8.2.3 香港力宝北方地产投资控股有限公司308
  - (1) 企业发展简况分析308
  - (2) 企业业务能力分析308
  - (3) 企业养生旅游产品的开发分析309
  - (4) 企业养生旅游产品开发的优劣势分析309
  - (5) 企业养生旅游产品最新投资动向分析310
- 8.2.4 泰安市玉环府房地产开发有限公司310
  - (1) 企业发展简况分析310
  - (2) 企业业务能力分析310
  - (3) 企业养生旅游产品的开发分析310
  - (4) 企业养生旅游项目经营状况分析310
  - (5) 企业养生旅游产品开发的优劣势分析311
- 8.2.5 北京太阳城集团311
  - (1) 企业发展简况分析311
  - (2) 企业业务能力分析312
  - (3) 企业养生旅游产品的开发分析312
  - (4) 企业养生旅游产品开发的优劣势分析312
  - (5) 企业其他发展动向分析313

## 第九章 中国养生旅游产业投资与发展前景393 (ZY CW)

### 9.1 中国养生旅游产业的投融资环境分析393

#### 9.1.1 旅游企业融资信贷市场环境分析393

9.1.2 旅游企业融资证券市场环境分析	393
9.1.3 旅游业投资规模与区域分布分析	394
9.2 中国养生旅游产业的区域投资前景	396
9.2.1 中国养生旅游产业的区域投资现状	396
9.2.2 中国养生旅游资源开发的区域选择	397
(1) 区域选择影响因素分析	397
1) 内部影响因素	397
2) 外部影响因素	399
(2) 区域投资吸引力评价	401
9.3 中国养生旅游的发展与发展建议	403
9.3.1 中国养生旅游产业的发展趋势	403
(1) 温泉养生旅游产业的发展趋势	403
(2) 滨海养生旅游产业的发展趋势	404
(3) 森林养生旅游产业的发展趋势	405
9.3.2 中国养生旅游资源的开发建议	406
(1) 温泉养生旅游资源的开发建议	407
(2) 滨海养生旅游资源的开发建议	407
(3) 森林养生旅游资源的开发建议	408

部分图表目录：

图表1 养生旅游的内容及形态	15
图表2 按资源条件划分的养生旅游度假区类型	17
图表3 城镇居民出游目的(单位:%)	20
图表4 农村居民出游目的(单位:%)	21
图表5 中国温泉养生旅游的客源结构(单位:%)	22
图表6 中国森林养生旅游的客源结构(单位:%)	24
图表7 “十三五”期间中国旅游业的发展目标	28
图表8 2017-2022年中国老龄宜居养生基地建设目标	29
图表9 2014-2016年中国GDP季度累计及同比增速(单位:亿元, %)	30
图表10 2014-2016年我国旅游业收入情况(单位:亿元, 亿美元)	31
图表11 2014-2016年我国国内旅游接待人次情况(单位:亿人次, %)	31
图表12 2014-2016年我国公民出境旅游情况(单位:万人次, %)	32

图表13 2014-2016年城镇居民可支配收入(单位:元) 33  
图表14 2014-2016年农村居民人均纯收入(单位:元) 33  
图表15 1990-2015年中国农村、城镇居民消费水平及同比增速(单位:元/人, %) 33  
图表16 2015年城镇居民消费结构情况(单位:%) 34  
图表17 2015年农村居民消费结构情况(单位:%) 35  
图表18 2014-2016年中国城镇和农村居民出游率变化(单位:次/年) 35  
图表19 2014-2016年中国人口年龄结构(单位:%) 36  
图表20 日本温泉旅游度假区的类型及特点39  
图表21 2015年末“瑞士养生旅游目的地质量标签”地区分布51  
图表22 2014-2016年瑞士旅游业外汇收入在创汇中的地位(单位:10亿瑞郎) 60  
图表23 2015年瑞士酒店业接待过夜游客的区域分布(单位:百万人次) 60  
图表24 2015年瑞士非机动车旅行游客花费结构(单位:百万瑞郎) 62  
图表25 2000-2016年瑞士“SlowUp”(慢生活)活动次数(单位:次) 62  
图表26 法国康体疗养中心分布67  
图表27 法国主要旅游服务政府机构网址70  
图表28 “法国之家”中文网站一角73  
图表29 2014-2016年瑞士往法国的游客过夜人次(单位:1000人次, %) 78  
图表30 2014-2016年瑞士赴德国游客人次及比重(单位:1000人次, %) 85  
图表31 2014-2016年中国游客赴韩观光人数(单位:万人次) 95  
图表32 2014-2016年韩国医疗旅游收入及增长情况(单位:亿美元, %) 96  
图表33 日本三大著名温泉旅游目的地设施一览97  
图表34 日本森林蓄积量增长情况(单位:亿m<sup>3</sup>) 98  
图表35 2015年日本国外游客的地区分布(按消费额)(单位:亿日元, %) 103  
图表36 2015年赴日旅游的中国游客购买产品价格情况(单位:万日元) 103  
更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/C97161WKQ8.html>