

2017-2022年中国医疗旅游 行业发展分析及前景策略研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国医疗旅游行业发展分析及前景策略研究报告》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/T61651NBR3.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

医疗旅游，是将旅游和健康服务结合起来的一种旅游形式。医疗旅游全球医疗旅游人数已经上升到每年数百万以上。2000年世界医疗旅游业的总产值不足百亿美元，而到了2005年已达到200亿美元，其发展势头十分惊人。医疗旅游已成长为全球增长最快的一个新产业。医疗旅游是指旅游者可以根据自己的病情、医生的建议，选择合适的游览区，在旅游的同时享受健康管家服务，进行有效的健康管理，达到身心健康的目的。

世界医疗旅游业最发达的国家是泰国，除此以外，包括印度、印尼、哥斯达黎加等国目前均在大力发展医疗旅游产业。中国香港与台湾地区也在大力发展该新品，但由于这两个地区的人力成本较上述东南亚国家要高，故在收费上难以与印度、泰国等抗衡。

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国医疗旅游行业发展分析及前景策略研究报告》共十四章。首先介绍了医疗旅游相关概念及发展环境，接着分析了中国医疗旅游规模及消费需求，然后对中国医疗旅游市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国医疗旅游面临的机遇及发展前景。您若想对中国医疗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 医疗旅游行业发展概述

1.1 医疗旅游的概念

1.1.1 医疗旅游的定义

1.1.2 医疗旅游的特点

1.1.3 医疗旅游的分类

1.2 医疗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 医疗旅游市场特征分析

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年中国医疗旅游行业发展环境分析

2.1 医疗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 医疗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 医疗旅游行业社会环境分析（S）

2.3.1 医疗旅游产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.4 医疗旅游行业消费环境分析（T）

2.4.1 医疗旅游消费分析

（1）消费水平总体发展情况

（2）中国医疗旅游行业新消费研究

2.4.2 医疗旅游消费发展水平

（1）中国医疗旅游行业消费水平所处阶段

（2）与国外医疗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 全球医疗旅游行业发展概述

3.1 2014-2016年全球医疗旅游行业发展情况概述

3.1.1 全球医疗旅游行业发展现状

- 3.1.2 全球医疗旅游行业发展特征
- 3.1.3 全球医疗旅游行业市场规模
- 3.2 2014-2016年全球主要地区医疗旅游行业发展状况
 - 3.2.1 欧洲医疗旅游行业发展情况概述
 - 3.2.2 美国医疗旅游行业发展情况概述
 - 3.2.3 日韩医疗旅游行业发展情况概述
- 3.3 2017-2022年全球医疗旅游行业发展前景预测
 - 3.3.1 全球医疗旅游行业市场规模预测
 - 3.3.2 全球医疗旅游行业发展前景分析
 - 3.3.3 全球医疗旅游行业发展趋势分析
- 3.4 全球医疗旅游行业重点企业发展动态分析

第四章 中国医疗旅游行业发展概述

- 4.1 中国医疗旅游行业发展状况分析
 - 4.1.1 中国医疗旅游行业发展阶段
 - 4.1.2 中国医疗旅游行业发展总体概况
 - 4.1.3 中国医疗旅游行业发展特点分析
- 4.2 2014-2016年医疗旅游行业发展现状
 - 4.2.1 2014-2016年中国医疗旅游行业市场规模
 - 4.2.2 2014-2016年中国医疗旅游行业发展分析
 - 4.2.3 2014-2016年中国医疗旅游企业发展分析
- 4.3 2017-2022年中国医疗旅游行业面临的困境及对策
 - 4.3.1 中国医疗旅游行业面临的困境及对策
 - (1) 中国医疗旅游行业面临困境
 - (2) 中国医疗旅游行业对策探讨
 - 4.3.2 中国医疗旅游企业发展困境及策略分析
 - (1) 中国医疗旅游企业面临的困境
 - (2) 中国医疗旅游企业的对策探讨
 - 4.3.3 国内医疗旅游企业的出路分析

第五章 2014-2016年医疗旅游行业经济运行效益分析

- 5.1 2014-2016年中国医疗旅游发展分析

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

第六章 中国重点城市医疗旅游市场分析

- 6.1 北京市医疗旅游市场分析
 - 6.1.1 北京市医疗旅游行业需求分析
 - 6.1.2 北京市医疗旅游发展情况
 - 6.1.3 北京市医疗旅游存在的问题与建议
- 6.2 上海市医疗旅游市场分析
 - 6.2.1 上海市医疗旅游行业需求分析
 - 6.2.2 上海市医疗旅游发展情况
 - 6.2.3 上海市医疗旅游存在的问题与建议
- 6.3 安徽省医疗旅游市场分析
 - 6.3.1 天津市医疗旅游行业需求分析
 - 6.3.2 天津市医疗旅游发展情况
 - 6.3.3 天津市医疗旅游存在的问题与建议
- 6.4 海南省医疗旅游市场分析
 - 6.4.1 深圳市医疗旅游行业需求分析
 - 6.4.2 深圳市医疗旅游发展情况
 - 6.4.3 深圳市医疗旅游存在的问题与建议
- 6.5 重庆市医疗旅游市场分析

- 6.5.1 重庆市医疗旅游行业需求分析
- 6.5.2 重庆市医疗旅游发展情况
- 6.5.3 重庆市医疗旅游存在的问题与建议

第七章 互联网对医疗旅游的影响分析

- 7.1 互联网对医疗旅游行业的影响
 - 7.1.1 智能医疗旅游设备发展情况分析
 - (1) 智能医疗旅游设备发展概况
 - (2) 主要医疗旅游APP应用情况
 - 7.1.2 医疗旅游智能设备经营模式分析
 - (1) 智能硬件模式
 - (2) 医疗旅游APP模式
 - (3) 虚实结合模式
 - (4) 个性化资讯模式
 - 7.1.3 智能设备对医疗旅游行业的影响分析
 - (1) 智能设备对医疗旅游行业的影响
 - (2) 医疗旅游智能设备的发展趋势分析
- 7.2 互联网+医疗旅游发展模式分析
 - 7.2.1 互联网+医疗旅游商业模式解析
 - (1) 医疗旅游O2O模式分析
 - (2) 智能联网模式
 - 7.2.2 互联网+医疗旅游案例分析
 - (1) 携程旅游网
 - (2) 去哪儿网
 - (3) 同城旅游网
 - (4) 艺龙网
 - 7.2.3 互联网背景下医疗旅游行业发展趋势分析

第八章 中国医疗旅游需求与消费者偏好调查

- 8.1 医疗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 医疗旅游产品的品牌市场调查
 - 8.2.1 消费者对医疗旅游品牌认知度宏观调查
 - 8.2.2 消费者对医疗旅游产品的品牌偏好调查
 - 8.2.3 消费者对医疗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 医疗旅游品牌忠诚度调查
 - 8.2.6 医疗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 中国医疗旅游行业市场竞争格局分析

- 9.1 中国医疗旅游行业竞争格局分析
 - 9.1.1 医疗旅游行业区域分布格局
 - 9.1.2 医疗旅游行业企业规模格局
 - 9.1.3 医疗旅游行业企业性质格局
- 9.2 中国医疗旅游行业竞争五力分析
 - 9.2.1 医疗旅游行业上游议价能力
 - 9.2.2 医疗旅游行业下游议价能力
 - 9.2.3 医疗旅游行业新进入者威胁
 - 9.2.4 医疗旅游行业替代产品威胁
 - 9.2.5 医疗旅游行业现有企业竞争
- 9.3 中国医疗旅游行业竞争SWOT分析
 - 9.3.1 医疗旅游行业优势分析（S）
 - 9.3.2 医疗旅游行业劣势分析（W）
 - 9.3.3 医疗旅游行业机会分析（O）
 - 9.3.4 医疗旅游行业威胁分析（T）
- 9.4 中国医疗旅游行业重点企业竞争策略分析

第十章 中国医疗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年中国医疗旅游行业发展趋势与前景分析

11.1 2017-2022年中国医疗旅游市场发展前景

11.1.1 2017-2022年医疗旅游市场发展潜力

11.1.2 2017-2022年医疗旅游市场发展前景展望

11.1.3 2017-2022年医疗旅游细分行业发展前景分析

11.2 2017-2022年中国医疗旅游市场发展趋势预测

11.2.1 2017-2022年医疗旅游行业发展趋势

11.2.2 2017-2022年医疗旅游市场规模预测

11.2.3 2017-2022年医疗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年中国医疗旅游行业供需预测

11.3.1 2017-2022年中国医疗旅游行业供给预测

11.3.2 2017-2022年中国医疗旅游行业需求预测

11.3.3 2017-2022年中国医疗旅游供需平衡预测

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年中国医疗旅游行业投资前景

12.1 医疗旅游行业投资现状分析

- 12.1.1 医疗旅游行业投资规模分析
- 12.1.2 医疗旅游行业投资资金来源构成
- 12.1.3 医疗旅游行业投资项目建设分析
- 12.1.4 医疗旅游行业投资资金用途分析
- 12.1.5 医疗旅游行业投资主体构成分析
- 12.2 医疗旅游行业投资特性分析
 - 12.2.1 医疗旅游行业进入壁垒分析
 - 12.2.2 医疗旅游行业盈利模式分析
 - 12.2.3 医疗旅游行业盈利因素分析
- 12.3 医疗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 医疗旅游行业投资风险分析
 - 12.4.1 医疗旅游行业政策风险
 - 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 医疗旅游行业投资潜力与建议
 - 12.5.1 医疗旅游行业投资潜力分析
 - 12.5.2 医疗旅游行业最新投资动态
 - 12.5.3 医疗旅游行业投资机会与建议

第十三章 2017-2022年中国医疗旅游企业投资战略与客户策略分析

- 13.1 医疗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 医疗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 医疗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 医疗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 (ZY ZM)

- 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：医疗旅游行业特点

图表：医疗旅游行业生命周期

图表：医疗旅游行业产业链分析

图表：2014-2016年医疗旅游行业市场规模分析

图表：2017-2022年医疗旅游行业市场规模预测

图表：中国医疗旅游行业盈利能力分析

图表：中国医疗旅游行业运营能力分析

图表：中国医疗旅游行业偿债能力分析

图表：中国医疗旅游行业发展能力分析

图表：中国医疗旅游行业经营效益分析

图表：2014-2016年医疗旅游重要数据指标比较

图表：2014-2016年中国医疗旅游行业销售情况分析

图表：2014-2016年中国医疗旅游行业利润情况分析

图表：2014-2016年中国医疗旅游行业资产情况分析

图表：2014-2016年中国医疗旅游竞争力分析

图表：2017-2022年中国医疗旅游产能预测

图表：2017-2022年中国医疗旅游消费量预测

图表：2017-2022年中国医疗旅游市场前景预测

图表：2017-2022年中国医疗旅游市场价格走势预测

图表：2017-2022年中国医疗旅游发展前景预测

图表：投资建议

图表：区域发展战略规划

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/T61651NBR3.html>