

2021-2027年中国养生旅游 市场深度分析与市场供需预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国养生旅游市场深度分析与市场供需预测报告》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.cction.com/report/202012/195067.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国养生旅游市场深度分析与市场供需预测报告》共六章。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1章：中国养生旅游消费群体与市场特征分析

1.1中国养生旅游消费群体的诉求分析

1.1.1养生旅游在居民出游中的地位分析

1.1.2各类消费群体的养生旅游诉求分析

（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

1.2各类养生旅游产品的消费特征分析

1.2.1中国温泉养生旅游消费群体分析

（1）温泉养生旅游的市场特征分析

（2）温泉养生旅游消费群体特征分析

（3）温泉养生旅游潜在消费群体分析

1.2.2中国森林养生旅游消费群体分析

（1）森林养生旅游主要消费群体分析

（2）森林养生旅游群体消费习惯分析

(3) 森林养生旅游潜在消费群体分析

1.2.3 中国滨海养生旅游消费群体分析

(1) 滨海养生旅游主要消费群体分析

(2) 滨海养生旅游群体消费习惯分析

(3) 滨海养生旅游潜在消费群体分析

第2章：国内外养生旅游产品开发模式分析

2.1 国内外养生旅游的发展概况

2.2 国内外主要养生旅游产品开发类型

2.2.1 健康管理模式

2.2.2 医疗旅游模式

2.2.3 建设俱乐部模式

2.2.4 养生旅游目的地模式

2.2.5 养生旅游景区模式

2.3 国内外养生旅游产品典型开发模式

2.3.1 日本温泉差异化战略——温泉养生

2.3.2 泰国组合式养生疗程——美体养生

2.3.3 法国田园慢生活——庄园养生

2.3.4 瑞士康复疗养模式——抗老养生

2.3.5 美国CCRC社区模式——养生养老

2.3.6 韩国“造美”旅游模式——美容养生

2.3.7 阿尔卑斯山地运动——山地养生

2.3.8 “太极传奇”——巅峰养生旅游全方位开发理论

2.4 主要国家/地区养生旅游产品开发案例

2.4.1 日本温泉旅游度假区

2.4.2 泰国彩瓦-桑疗养度假村

2.4.3 墨西哥坎昆滨海养生旅游度假区

2.4.4 广西巴马百魔洞养生旅游度假区

(1) 广西巴马的养生资源分析

(2) 百魔洞养生旅游度假区养生功能特色

(3) 百魔洞养生旅游度假区的功能分区

(4) 百魔洞养生旅游度假区的产品设计

第3章：中国各类养生旅游产品的投资开发分析

3.1温泉养生旅游产品的开发分析

3.1.1温泉的养生意义/作用

3.1.2中国温泉养生旅游资源禀赋

(1) 温泉资源分布总体状况

(2) 华南地区的典型温泉

(3) 西南地区的典型温泉

(4) 华东地区的典型温泉

(5) 华中地区的典型温泉

(6) 华北地区的典型温泉

(7) 东北地区的典型温泉

(8) 西北地区的典型温泉

3.1.3中国温泉养生旅游资源开发模式的演变

3.1.4中国现行温泉养生旅游产品的开发模式

(1) 综合开发模式

(2) 观光娱乐开发模式

(3) 主题度假开发模式

(4) 山地温泉开发模式

(5) 商务型温泉开发模式

(6) 家庭作坊开发模式

3.1.5中国温泉养生旅游产业发展分析

(1) 中国温泉养生旅游的发展历史

(2) 温泉旅游产品投资开发分析

(3) 温泉养生旅游行业经营状况

(4) 温泉养生旅游产品开发问题

3.1.6中国温泉养生旅游资源开发要点

(1) 充分发挥温泉泉质的作用

(2) 注重对温泉养生的科学研究

(3) 温泉养生服务的标准化、设施的舒适化

3.1.7温泉养生旅游资源开发成功案例分析——昆明柏联SPA

3.2中国森林养生旅游产品的开发分析

3.2.1中国森林养生旅游资源禀赋情况

3.2.2中国森林养生旅游产业发展情况

(1) 中国森林旅游景区的建设历程

(2) 中国森林森林旅游资源开发现状

(3) 中国森林旅游景区经营状况分析

3.2.3森林养生旅游景区的投资建设要素

3.2.4森林养生旅游资源开发的功能分区

(1) 国际上典型的森林旅游景区功能分区

(2) 森林旅游景区功能划分的原则

3.2.5森林养生旅游资源开发成功案例分析——江苏虞山国家森林公园

3.3滨海养生旅游产品的开发分析

3.3.1中国滨海旅游资源禀赋情况

3.3.2典型地区滨海养生旅游开发模式借鉴

(1) 马尔代夫：整岛开发模式

(2) 夏威夷：群岛式海岛开发模式

(3) 新加坡：城市型海岛模式

(4) 佛罗里达：城市群滨海旅游开发模式

3.3.3中国滨海养生旅游的发展现状

(1) 滨海养生旅游资源开发概况

(2) 滨海旅游业增加值规模分析

(3) 滨海养生旅游市场规模分析

3.3.4中国滨海养生旅游资源的开发策略

(1) 滨海旅游功能区建设时序安排

(2) 滨海旅游的统筹协调发展

3.3.5国内外滨海旅游资源开发成功案例分析

(1) 三亚亚龙湾国家旅游度假区

(2) 北海银滩国家旅游度假区

(3) 印度巴厘岛努萨杜阿度假区

(4) 法国尼斯城滨海旅游度假地

第4章：养生旅游产业区域发展条件与机会分析

4.1福建省养生旅游产业发展条件与机会分析

4.1.1福建省发展养生旅游产业的条件

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

4.1.2福建省旅游产业客源市场分析

4.1.3福建省养生旅游市场需求分析

4.1.4福建省重点养生旅游项目开发分析

4.1.5福建省市、县域养生旅游产业的打造——以南平市为例

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

4.1.6福建省旅游产业的整合发展分析

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

4.1.7福建省养生旅游产业的发展机遇分析

4.2浙江省养生旅游产业发展条件与机会分析

4.2.1浙江省发展养生旅游产业的条件

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

4.2.2浙江省旅游产业的客源市场分析

4.2.3浙江省重点养生旅游项目的开发分析

4.2.4浙江省市、县域养生旅游产业的打造——以丽水市为例

- (1) 丽水市的旅游资源禀赋分析
- (2) 丽水市旅游业发展现状分析
- (3) 丽水市养生旅游产业发展的阶段目标
- (4) 丽水市县域养生产业发展的功能定位

(5) 丽水市养生旅游景区投资建设规划

4.2.5 浙江省旅游产业的整合发展分析

(1) 不同旅游产品的整合发展

(2) 滨海旅游资源的整合开发

4.3 山东省养生旅游产业发展条件与机会分析

4.3.1 山东省发展养生旅游产业的条件

(1) 山东省的自然条件与旅游资源禀赋

(2) 山东省发展养生旅游的交通基础

(3) 山东省居民收入与消费状况分析

(4) 山东省旅游业发展现状与目标分析

4.3.2 山东省森林旅游业发展现状分析

4.3.3 山东省重点养生旅游项目的开发分析

4.3.4 山东省市、县域养生旅游产业的打造——以威海市为例

(1) 威海市旅游资源禀赋分析

(2) 威海旅游业发展的区位优势

(3) 威海市旅游产业发展现状与目标

(4) 威海市旅游产业的空间布局规划

(5) 威海市旅游产业的目标市场定位

(6) 威海市养生旅游产业发展规划

(7) 威海市重点养生旅游项目的打造

4.3.5 山东省旅游产业的整合发展分析

4.3.6 山东省养生旅游产业的发展机遇分析

4.4 海南省养生旅游产业发展条件与机会分析

4.4.1 海南省发展养生旅游产业的条件

(1) 海南省的自然条件与旅游资源禀赋

(2) 海南省发展养生旅游的交通基础

(3) 海南省居民收入与消费状况分析

(4) 海南省旅游业发展现状与目标分析

4.4.2 海南省旅游产业的客源市场分析

(1) 海南省国内客源市场分析

(2) 海南省入境旅游市场分析

4.4.3 海南旅游消费群体消费行为分析

4.4.4海南省养生旅游产业发展定位与目标

4.4.5海南省养生旅游产业的市场定位与开发

(1) 国内市场的定位与开发

(2) 入境市场的定位与开发

4.4.6海南省重点养生旅游项目的开发分析

4.4.7海南省市、县域养生旅游产业的打造——以定安县为例

(1) 定安县发展养生旅游产业的条件

(2) 定安县养生旅游产品的发展定位

(3) 定安县重点养生旅游项目的打造

4.4.8海南省旅游产业的整合发展分析

4.4.9海南省养生旅游产业的发展机遇分析

4.5广东省养生旅游产业发展条件与机会分析

4.5.1广东省发展养生旅游产业的条件

(1) 广东省养生旅游资源禀赋分析

(2) 广东省居民收入与消费状况分析

(3) 广东省旅游业发展现状与目标分析

4.5.2广东省养生旅游产业发展分析

(1) 温泉养生旅游产业发展分析

(2) 森林养生旅游产业发展分析

(3) 滨海旅游产业发展分析

4.5.3广东省重点养生旅游项目的开发分析

(1) 温泉养生重点项目

(2) 医疗饮食养生项目

(3) 滨海养生重点项目

4.5.4广东省市、县域养生旅游产业的打造——以惠州市为例

(1) 惠州市养生旅游资源禀赋分析

(2) 惠州市重点养生旅游项目的打造

4.5.5广东省旅游产业的整合发展分析

(1) 打造旅游产业集聚区

(2) 推动旅游产品多样化发展

4.5.6广东省养生旅游产业的发展机遇分析

4.6川省养生旅游产业发展条件与机会分析

4.6.1 川省发展养生旅游产业的条件

- (1) 四川省的自然条件与旅游资源禀赋
- (2) 四川省居民收入与消费状况分析
- (3) 四川省旅游业发展现状与目标分析

4.6.2 川省旅游产业目标市场促销策略

- (1) 入境市场促销策略
- (2) 省内市场促销策略
- (3) 省外市场促销策略

4.6.3 川省重点养生旅游项目的开发分析

4.6.4 川省市、县域养生旅游产业的打造——以攀枝花市为例

- (1) 攀枝花市的旅游资源禀赋分析
- (2) 攀枝花市旅游业发展现状与目标
- (3) 攀枝花市重点养生旅游项目的打造

4.6.5 川省旅游产业的整合发展分析

4.6.6 川省养生旅游产业的发展机遇分析

4.7 湖北省养生旅游产业发展条件与机会分析

4.7.1 湖北省发展养生旅游产业的条件

- (1) 湖北省的自然条件与旅游资源禀赋
- (2) 湖北省居民收入与消费状况分析
- (3) 湖北省旅游业发展现状与目标分析
- (4) 武汉旅游产业的客源市场分析

4.7.2 湖北省重点养生旅游项目的开发分析

- (1) 湖北神农架养生旅游胜地
- (2) 十堰武当山风景名胜区

4.7.3 湖北省养生旅游产业的发展机遇分析

第5章：中国养生旅游产品开发企业分析

5.1 养生旅游产品开发主体企业分析

5.2 旅游企业养生旅游产品开发分析

5.2.1 杭州宋城旅游发展股份有限公司

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业业务能力分析

(3) 企业总体经营情况分析

(4) 企业养生旅游产品的开发分析

5.2.2 武汉三特索道集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业业务能力分析

(3) 企业总体经营情况分析

(4) 企业养生旅游产品的开发分析

5.2.3 中国港中旅集团公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业业务能力分析

(3) 企业总体经营情况分析

(4) 企业养生旅游产品的开发分析

5.2.4 亚龙湾开发股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业业务能力分析

(3) 企业养生旅游产品的开发分析

(4) 企业养生旅游产品开发优劣势分析

5.2.5 张家界旅游集团股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业业务能力分析

(3) 企业总体经营情况分析

(4) 企业养生旅游产品的开发分析

5.3 养生旅游地产开发企业分析

5.3.1 雅居乐地产控股有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业业务能力分析

(3) 企业总体经营情况分析

(4) 企业养生旅游产品的开发分析

5.3.2 川金杯房地产集团有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业业务能力分析

(3) 企业养生旅游产品分析

(4) 企业养生旅游产品开发优劣势分析

5.3.3 香港力宝北方地产投资控股有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业业务能力分析

(3) 企业养生旅游产品的开发分析

(4) 企业养生旅游产品开发优劣势分析

5.3.4 泰安市玉环府房地产开发有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业业务能力分析

(3) 企业养生旅游产品的开发分析

(4) 企业养生旅游项目经营状况分析

5.4 养老地产开发运营企业分析

5.4.1 北京太阳城集团

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业业务能力分析

(3) 企业养生旅游产品的开发分析

(4) 企业养生旅游产品开发优劣势分析

5.4.2 盛世天颐投资（集团）股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业业务能力分析

(3) 企业养生旅游产品的开发分析

(4) 企业养生旅游产品开发优劣势分析

5.4.3 常青国际养老产业股份有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业业务能力分析

(3) 企业养生旅游产品的开发分析

(4) 企业养生旅游产品开发优劣势分析

5.4.4 永泰红礪控股集团有限公司

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业业务能力分析

(3) 企业养生旅游产品的开发分析

(4) 企业养生旅游产品开发优劣势分析

第6章：中国养生旅游产业投资与发展展望（）

6.1中国养生旅游资源开发投资的区域选择

6.1.1投资区域选择影响因素分析

（1）内部影响因素

（2）外部影响因素

6.1.2区域投资吸引力评价

6.2中国养生旅游产业投融资环境分析

6.2.1中国养生旅游产业投资环境分析

（1）政策环境分析

（2）经济环境分析

（3）消费环境分析

（4）社会环境分析

6.2.2中国养生旅游产业融资环境分析

（1）旅游企业融资信贷市场环境分析

（2）旅游企业融资证券市场环境分析

6.3中国养生旅游的发展趋势与发展建议

6.3.1中国养生旅游产业的发展趋势

（1）温泉养生旅游产业的发展趋势

（2）滨海养生旅游产业的发展趋势

（3）森林养生旅游产业的发展趋势

6.3.2中国养生旅游资源的开发建议

（1）温泉养生旅游资源的开发建议

（2）滨海养生旅游资源的开发建议

（3）森林养生旅游资源的开发建议

图表目录:

图表1：城镇居民出游目的（单位：%）

图表2：农村居民出游目的（单位：%）

图表3：各类群体的养生旅游诉求

图表4：中国温泉养生旅游消费群体的性别特征（单位：%）

图表5：中国温泉养生旅游消费群体的年龄特征（单位：%）

图表6：中国温泉养生旅游消费群体的职业特征（单位：%）

图表7：中国森林养生旅游消费群体的年龄结构（单位：%）

图表8：日本温泉旅游度假区的类型及特点

图表9：百魔洞养生旅游度假区的功能布局结构

图表10：温泉利用设施及温度一览表（单位： ）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202012/195067.html>