



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2013-2018年中国养生旅游行业 市场深度分析与投资前景预测报告

## 一、调研说明

《2013-2018年中国养生旅游行业市场深度分析与投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/243690.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

### 第1章：中国养生旅游产业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2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"十二五"规划 28

2.1.4 旅游业发展"十二五"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
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
2.4.2 居民健康状况分析	36

### 第3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&mdash;&mdash;温泉养生	42
3.3.2 泰国组合式养生疗程&mdash;&mdash;美体养生	43
3.3.3 法国田园慢生活&mdash;&mdash;庄园养生	44
3.3.4 瑞士康复疗养模式&mdash;&mdash;抗老养生	45
3.3.5 美国CCRC社区模式&mdash;&mdash;养生养老	46
3.3.6 韩国"造美"旅游模式&mdash;&mdash;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4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) 在世界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5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
- 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7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 广西市、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8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9章：中国养生旅游产业投资与发展前瞻 393

### 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瞻 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趋势与发展建议 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

## 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："十二五"期间中国旅游业的发展目标 28

### 图表8：2013-2018年中国老龄宜居养生基地建设目标 29

图表9：2009-2013年9月中国GDP季度累计及同比增速(单位：亿元，%) 30

图表10：2009-2013年9月我国旅游业收入情况(单位：亿元，亿美元) 31

图表11：2009-2013年9月我国国内旅游接待人次情况(单位：亿人次，%) 31

图表12：2009-2013年9月我国公民出境旅游情况(单位：万人次，%) 32

图表13：2009-2013年9月城镇居民可支配收入(单位：元) 33

图表14：2009-2013年9月农村居民人均纯收入(单位：元) 33

图表15：1990-2012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16：2012年城镇居民消费结构情况(单位：%) 34

图表17：2012年农村居民消费结构情况(单位：%) 35

图表18：2009-2013年9月中国城镇和农村居民出游率变化(单位：次/年) 35

图表19：2009-2013年9月中国人口年龄结构(单位：%) 36

图表20：日本温泉旅游度假区的类型及特点 39

图表21：2012年末"瑞士养生旅游目的地质量标签"地区分布 51

图表22：2007-2012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23：2012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24：2012年瑞士非机动车旅行游客花费结构(单位：百万瑞郎) 62

图表25：2009-2013年9月瑞士"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29：2003-2010年瑞士往法国的游客过夜人次(单位：1000人次，%) 78

图表30：2003-2010瑞士赴德国游客人次及比重(单位：1000人次，%) 85

图表31：2005-2010年中国游客赴韩观光人数(单位：万人次) 95

图表32：2009-2013年9月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35：2012年日本国外游客的地区分布(按消费额)(单位：亿日元，%) 103

图表36：2012年赴日旅游的中国游客购买产品价格情况(单位：万日元) 103

图表37：一般旅游度假区的功能分区 109

图表38：旅游度假区的功能构成建议 109

图表39：养生旅游度假区的功能分区 110

图表40：养生旅游度假区带状布局模式图 111

图表41：养生旅游度假区核式布局模式图 111

图表42：养生旅游度假区多组团局模式图 112

图表43：斑块面积与物种数量关系图 114

图表44：最佳斑块形状 115

图表45：百魔洞景区的自然风光 125

图表46：百魔洞养生旅游度假区的空间管制规划图 127

图表47：百魔洞养生旅游度假区的功能布局结构 129

图表48：基于巴马风环境的布局(单位：万元) 131

图表49：巴马瑶族传统聚落的空间布局形态 132

图表50：适应巴马平坡与缓坡地的布局 134

图表51：适应巴马中坡地与陡坡地的布局 134

图表52：巴马百魔洞养生旅游度假区的建筑布局形态 136

图表53：巴马百魔洞养生旅游度假区居住建筑设计意向 137

图表54：巴马百魔洞养生旅游度假区大体量文化建筑设计方法 138

图表55：温泉利用设施及温度一览表(单位： ) 140

图表56：辽宁冰雪温泉分布图 146

图表57：中国森林资源的分布 154

图表58：中国森林旅游资源区的分布 154

图表59："快速发展期"和"稳步发展阶段"的中国森林公园数量增长状况(单位：个) 156

图表60：2012年底中国森林公园总数超百的省区名单(单位：处) 160

图表61：2012年游客人数前50位的森林公园名单(单位：万人次) 161

图表62：2012年旅游收入前50位的森林公园名单(单位：亿元) 162

图表63：森林养生旅游景区投资建设要素 163

图表64：2005-2011滨海旅游业增加值及增速(单位：亿元，%) 176

图表65：2009-2013年9月滨海旅游业增加值占全国主要海洋产业增加值比重图(单位：%) 177

图表66：亚龙湾功能布局图 180

图表67：亚龙湾开发强度控制原则 180

图表68：北海银滩旅游度假区功能布局 182

图表69：巴厘岛努萨杜阿度假区区位图 184

图表70：福建省温泉资源概况(单位：km<sup>2</sup>，J，处) 188

图表71：福建省温泉资源的特点 188

图表72：2009-2013年9月福建省城镇居民人均收入情况(单位：元/人，%) 190

图表73：2009-2013年9月福建省城镇居民医疗保健与文化旅游服务消费情况(单位：元/人，%)	190
图表74："十一五"时期福建省旅游业发展状况(单位：万人次，亿美元，万人，家，亿元，%)	191
图表75："十一五"时期福建省旅游业发展目标(单位：万人次，亿美元，万人，家，亿元，%)	192
图表76：2012年福建省入境旅游市场的区域结构(单位：万人次，%)	193
图表77：福建省养生旅游客源市场定位	193
图表78："十二五"期间福建各市区重点养生旅游产品开发示意图	194
图表79："十二五"期间南平市重大养生旅游项目建设一览表(单位：万元)	197
图表80：南平市养生旅游产品目标市场开拓策略	198
图表81：南平市养生旅游产品国内市场开拓策略	200
图表82："十二五"时期福建省四大是个旅游精品项目	203
图表83："十二五"时期福建省旅游品牌提升项目	204
图表84："十二五"福建省交通规划	207
图表85：2009-2013年9月浙江省城镇居民人均收入情况(单位：元/人，%)	209
图表86：2000-2010年浙江省城镇居民医疗保健与文化旅游服务消费情况(单位：元/人，%)	209
图表87：2012年浙江省旅游收入情况(单位：亿元，万美元，%)	210
图表88：2015年浙江省旅游业发展目标(单位：万人次，亿元，万人，%)	211
图表89：2012年浙江省旅游业接待人次情况(单位：万人次，%)	211
图表90：2012年浙江省养生旅游业的客源结构(单位：%)	212
图表91：丽水市县域养生旅游产业发展的功能定位	216
图表92："十二五"期间丽水市休闲旅游景区投资计划(单位：亿元)	217
图表93：浙江丽水市区养生中心基地投资计划(单位：亿元)	219
图表94：浙江丽水市莲都区养生中心基地投资计划(单位：亿元)	220
图表95：浙江丽水市龙泉市养生中心基地投资计划(单位：亿元)	221
图表96：浙江丽水市云和县养生中心基地投资计划(单位：亿元)	222
图表97：浙江丽水市庆元县养生中心基地投资计划(单位：亿元)	224
图表98：浙江丽水市松阳县养生中心基地投资计划(单位：亿元)	225
图表99："十二五"期间浙江省旅游景区建设规划	226
图表100：2009-2013年9月山东省城镇居民人均收入情况(单位：元/人，%)	229

图表101：2000-2010年山东省城镇医疗保健和教育文化娱乐服务消费情况(单位：元，%) 230

图表102：山东半岛蓝色经济区重点建设旅游项目 231

图表103：2009-2013年9月辽宁省城镇居民人均收入情况(单位：元，%) 240

图表104：2000-2010年辽宁省城镇医疗保健和教育文化娱乐服务消费情况(单位：元，%) 241

图表105：2009-2013年9月海南省城镇居民人均收入情况(单位：元，%) 246

图表106：2000-2010年海南省城镇医疗保健和教育文化娱乐服务消费情况(单位：元，%) 247

图表107：2015年海南省旅游业发展目标(单位：万人天次，亿元，%) 248

图表108：2009-2012年海南省国内游客花费构成(单位：元/人/天，%) 250

图表109："十二五"期间海南省康体养生旅游建设重点项目概况 255

图表110："十二五"期间海南省多重旅游景区和度假区投资计划(单位：亿元) 258

图表111：2009-2013年9月广东省城镇居民人均收入情况(单位：元，%) 262

图表112：2000-2010年广东省城镇医疗保健和教育文化娱乐服务消费情况(单位：元，%) 263

图表113：2009-2013年9月广东省入境旅游发展状况(单位：万人次，亿美元) 263

图表114：广东不同阶段开发的重点温泉旅游项目 265

图表115：广东不同阶段温泉旅游资源开发利用比较 265

图表116：广东森林生态旅游示范单位名单(第一批和第二批) 266

图表117：广东森林生态旅游示范单位名单(第三批) 268

图表118：广东重点温泉项目的市场定位与建设内容 269

图表119：广东清新温泉与御温泉的特征比较 269

图表120：巽寮滨海旅游度假区建设规划 274

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/243690.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法

## 7、预测研究方法

# 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

# 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

## 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

## 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;  
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;  
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;  
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。