



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国养生旅游产品 市场分析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2016-2022年中国养生旅游产品市场分析及投资策略研究报告》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/27412/>

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

在现代市场经济活动中，信息已经是一种重要的经济资源，信息资源的优先占有者胜，反之则处于劣势。中国每年有近100万家企业倒闭，对于企业经营而言，因为失误而出局，极有可能意味着从此退出历史舞台。他们的失败、他们的经验教训，可能再也没有机会转化为他们下一次的成功了！企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求。

随着养生旅游产品行业竞争的不断加剧，大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内外优秀的养生旅游产品企业愈来愈重视对行业市场的分析研究，特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。

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家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 中国养生旅游产业的界定与产品分类 22

1.1 养生旅游产业的界定与产品分类 22

1.1.1 养生旅游产业的界定 22

1.1.2 养生旅游产品的分类 23

（1）按照内容划分 23

（2）按照资源条件划分 25

1.2 养生旅游的组成要素分析 25

1.2.1 养生旅游的资源基础 25

1.2.2 养生旅游的设施基础 27

第二章 中国养生旅游消费群体与市场特征分析 28

2.1 中国养生旅游消费群体的诉求分析 28

2.1.1 养生旅游在居民出游中的地位分析 28

2.1.2 各类消费群体的养生旅游诉求分析 29

（1）各年龄阶段人群的养生旅游诉求 29

（2）不同性别人群的养生旅游诉求 29

（3）不同收入阶层的养生旅游诉求 30

2.2 各类养生旅游产品的消费特征分析 31

2.2.1 中国温泉养生旅游消费群体分析 31

(1) 温泉养生旅游的市场特征分析 31

(2) 温泉养生旅游消费群体特征分析 31

(3) 温泉养生旅游潜在消费群体分析 34

2.2.2 中国森林养生旅游消费群体分析 35

(1) 森林养生旅游主要消费群体分析 35

(2) 森林养生旅游群体消费习惯分析 36

(3) 森林养生旅游潜在消费群体分析 36

2.2.3 中国滨海养生旅游消费群体分析 36

(1) 滨海养生旅游主要消费群体分析 36

(2) 滨海养生旅游群体消费习惯分析 37

(3) 滨海养生旅游潜在消费群体分析 37

第三章 国内外养生旅游产品开发模式分析 38

3.1 国内外养生旅游的发展概况 38

3.2 国内外主要养生旅游产品开发类型 38

3.2.1 健康管理模式 38

3.2.2 医疗旅游模式 39

3.2.3 建设俱乐部模式 39

3.2.4 养生旅游目的地模式 40

3.2.5 养生旅游景区模式 40

3.3 国内外养生旅游产品典型开发模式 40

3.3.1 日本温泉差异化战略——温泉养生 40

3.3.2 泰国组合式养生疗程——美体养生 41

3.3.3 法国田园慢生活——庄园养生 42

3.3.4 瑞士康复疗养模式——抗老养生 43

3.3.5 美国CCRC社区模式——养生养老 44

3.3.6 韩国“造美”旅游模式——美容养生 45

3.3.7 阿尔卑斯山地运动——山地养生 46

3.3.8 “太极传奇”——巅峰养生旅游全方位开发理论 48

3.4 主要国家/地区养生旅游产品开发案例 50

3.4.1 日本温泉旅游度假区 50

3.4.2 泰国彩瓦-桑疗养度假村	51
3.4.3 墨西哥坎昆滨海养生旅游度假区	51
3.4.4 广西巴马百魔洞养生旅游度假区	52
(1) 广西巴马的养生资源分析	52
(2) 百魔洞养生旅游度假区养生功能特色	54
(3) 百魔洞养生旅游度假区的功能分区	56
(4) 百魔洞养生旅游度假区的产品设计	58
第四章 中国各类养生旅游产品的投资开发分析	60
4.1 温泉养生旅游产品的开发分析	60
4.1.1 温泉的养生意义/作用	60
4.1.2 中国温泉养生旅游资源禀赋	62
(1) 温泉资源分布总体状况	62
(2) 华南地区的典型温泉	64
(3) 西南地区的典型温泉	65
(4) 华东地区的典型温泉	67
(5) 华中地区的典型温泉	68
(6) 华北地区的典型温泉	69
(7) 东北地区的典型温泉	69
(8) 西北地区的典型温泉	70
4.1.3 中国温泉养生旅游资源开发模式的演变	71
4.1.4 中国现行温泉养生旅游产品的开发模式	72
(1) 综合开发模式	72
(2) 观光娱乐开发模式	72
(3) 主题度假开发模式	72
(4) 山地温泉开发模式	73
(5) 商务型温泉开发模式	73
(6) 家庭作坊开发模式	73
4.1.5 中国温泉养生旅游产业发展分析	73
(1) 中国温泉养生旅游的发展历史	73
(2) 温泉旅游产品投资开发分析	74
(3) 温泉养生旅游行业经营状况	76
(4) 温泉养生旅游产品开发问题	77

4.1.6 中国温泉养生旅游资源开发要点	78
(1) 充分发挥温泉泉质的作用	78
(2) 注重对温泉养生的科学研究	79
(3) 温泉养生服务的标准化、设施的舒适化	79
4.1.7 温泉养生旅游资源开发成功案例分析——昆明柏联SPA	79
4.2 中国森林养生旅游产品的开发分析	80
4.2.1 中国森林养生旅游资源禀赋情况	80
4.2.2 中国森林养生旅游产业发展情况	83
(1) 中国森林旅游景区的建设历程	83
(2) 中国森林森林旅游资源开发现状	86
(3) 中国森林旅游景区经营状况分析	87
4.2.3 森林养生旅游景区的投资建设要素	89
4.2.4 森林养生旅游资源开发的功能分区	90
(1) 国际上典型的森林旅游景区功能分区	91
(2) 森林旅游景区功能划分的原则	92
4.2.5 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	92
4.3 滨海养生旅游产品的开发分析	95
4.3.1 中国滨海旅游资源禀赋情况	95
4.3.2 典型地区滨海养生旅游开发模式借鉴	95
(1) 马尔代夫：整岛开发模式	95
(2) 夏威夷：群岛式海岛开发模式	97
(3) 新加坡：城市型海岛模式	98
(4) 佛罗里达：城市群滨海旅游开发模式	100
4.3.3 中国滨海养生旅游的发展现状	101
(1) 滨海养生旅游资源开发概况	101
(2) 滨海旅游业增加值规模分析	102
(3) 滨海养生旅游市场规模分析	103
4.3.4 中国滨海养生旅游资源的开发策略	103
(1) 滨海旅游功能区建设时序安排	103
(2) 滨海旅游的统筹协调发展	104
4.3.5 国内外滨海旅游资源开发成功案例分析	106
(1) 三亚亚龙湾国家旅游度假区	106

(2) 北海银滩国家旅游度假区	108
(3) 印度巴厘岛努萨杜阿度假区	110
(4) 法国尼斯城滨海旅游度假地	112
第五章 养生旅游产业区域发展条件与机会分析	114
5.1 福建省养生旅游产业发展条件与机会分析	114
5.1.1 福建省发展养生旅游产业的条件	114
(1) 福建省的自然条件与旅游资源禀赋	114
(2) 福建省发展养生旅游的交通基础	116
(3) 福建省居民收入和消费状况分析	116
(4) 福建省旅游业发展现状与目标分析	118
5.1.2 福建省旅游产业客源市场分析	121
5.1.3 福建省养生旅游市场需求分析	122
5.1.4 福建省重点养生旅游项目开发分析	122
5.1.5 福建省市、县域养生旅游产业的打造——以南平市为例	123
(1) 南平市的旅游资源禀赋分析	123
(2) 南平市旅游业发展现状分析	124
(3) 南平市养生旅游发展战略与规划	124
(4) 南平市养生旅游重点项目打造	125
(5) 南平市养生旅游市场定位与营销策略	126
5.1.6 福建省旅游产业的整合发展分析	130
(1) 旅游景区的区域整合	130
(2) 打造若干旅游精品	131
(3) 旅游产品开发合作策略	133
5.1.7 福建省养生旅游产业的发展机遇分析	134
5.2 浙江省养生旅游产业发展条件与机会分析	136
5.2.1 浙江省发展养生旅游产业的条件	136
(1) 浙江省的自然条件与旅游资源禀赋	136
(2) 浙江省发展养生旅游的交通基础	137
(3) 浙江省居民收入和消费状况分析	137
(4) 浙江省旅游业发展现状与目标分析	138
5.2.2 浙江省旅游产业的客源市场分析	141
5.2.3 浙江省重点养生旅游项目的开发分析	143

5.2.4 浙江省市、县域养生旅游产业的打造——以丽水市为例 143

(1) 丽水市的旅游资源禀赋分析 144

(2) 丽水市旅游业发展现状分析 145

(3) 丽水市养生旅游产业发展的阶段目标 147

(4) 丽水市县域养生产业发展的功能定位 148

(5) 丽水市养生旅游景区投资建设规划 150

5.2.5 浙江省旅游产业的整合发展分析 159

(1) 不同旅游产品的整合发展 159

(2) 滨海旅游资源的整合开发 160

5.3 山东省养生旅游产业发展条件与机会分析 160

5.3.1 山东省发展养生旅游产业的条件 160

(1) 山东省的自然条件与旅游资源禀赋 160

(2) 山东省发展养生旅游的交通基础 161

(3) 山东省居民收入与消费状况分析 161

(4) 山东省旅游业发展现状与目标分析 162

5.3.2 山东省森林旅游业发展现状分析 164

5.3.3 山东省重点养生旅游项目的开发分析 164

5.3.4 山东省市、县域养生旅游产业的打造——以威海市为例 165

(1) 威海市旅游资源禀赋分析 165

(2) 威海旅游业发展的区位经济基础 166

(3) 威海市旅游产业发展现状与目标 166

(4) 威海市旅游产业的空间布局规划 168

(5) 威海市旅游产业的目标市场定位 169

(6) 威海市养生旅游产业发展规划 169

(7) 威海市重点养生旅游项目的打造 170

5.3.5 山东省旅游产业的整合发展分析 172

5.3.6 山东省养生旅游产业的发展机遇分析 173

5.4 辽宁省养生旅游产业发展条件与机会分析 173

5.4.1 辽宁省发展养生旅游产业的条件 173

(1) 辽宁省自然条件与旅游资源禀赋 173

(2) 辽宁省发展养生旅游的交通基础 174

(3) 辽宁省居民收入与消费状况分析 175

(4) 辽宁省旅游业发展现状分析	176
5.4.2 辽宁养生旅游产业发展现状与规划	177
(1) 温泉养生旅游现状与规划	177
(2) 森林养生旅游现状与规划	178
5.4.3 辽宁省养生旅游资源的投资开发分析	178
5.4.4 辽宁省市、县域养生旅游产业的打造——以鞍山市为例	179
(1) 鞍山养生旅游产业的投资开发规划	179
(2) 鞍山市养生旅游产业的发展定位	179
5.4.5 辽宁省养生旅游产业的发展机遇分析	180
5.5 海南省养生旅游产业发展条件与机会分析	181
5.5.1 海南省发展养生旅游产业的条件	181
(1) 海南省的自然条件与旅游资源禀赋	181
(2) 海南省发展养生旅游的交通基础	181
(3) 海南省居民收入与消费状况分析	182
(4) 海南省旅游业发展现状与目标分析	183
5.5.2 海南省旅游产业的客源市场分析	185
(1) 海南省国内客源市场分析	185
(2) 海南省入境旅游市场分析	187
5.5.3 海南旅游消费群体消费行为分析	187
5.5.4 海南省养生旅游产业发展定位与目标	188
5.5.5 海南省养生旅游产业的市场定位与开发	189
(1) 国内市场的定位与开发	189
(2) 入境市场的定位与开发	190
5.5.6 海南省重点养生旅游项目的开发分析	192
5.5.7 海南省市、县域养生旅游产业的打造——以定安县为例	193
(1) 定安县发展养生旅游产业的条件	193
(2) 定安县养生旅游产品的发展定位	194
(3) 定安县重点养生旅游项目的打造	194
5.5.8 海南省旅游产业的整合发展分析	196
5.5.9 海南省养生旅游产业的发展机遇分析	198
5.6 广东省养生旅游产业发展条件与机会分析	199
5.6.1 广东省发展养生旅游产业的条件	199

(1) 广东省养生旅游资源禀赋分析	199
(2) 广东省居民收入与消费状况分析	200
(3) 广东省旅游业发展现状与目标分析	200
5.6.2 广东省养生旅游产业发展分析	201
(1) 温泉养生旅游产业发展分析	202
(2) 森林养生旅游产业发展分析	203
(3) 滨海旅游产业发展分析	206
5.6.3 广东省重点养生旅游项目的开发分析	207
(1) 温泉养生重点项目	207
(2) 医疗饮食养生项目	208
(3) 滨海养生重点项目	209
5.6.4 广东省市、县域养生旅游产业的打造——以惠州市为例	211
(1) 惠州市养生旅游资源禀赋分析	211
(2) 惠州市重点养生旅游项目的打造	211
5.6.5 广东省旅游产业的整合发展分析	213
(1) 打造旅游产业集聚区	213
(2) 推动旅游产品多样化发展	213
5.6.6 广东省养生旅游产业的发展机遇分析	215
5.7 广西养生旅游产业的发展条件与机会分析	215
5.7.1 广西发展养生旅游产业的条件	215
(1) 广西的自然条件与旅游资源禀赋	215
(2) 广西发展养生旅游的交通基础	216
(3) 广西居民收入与消费状况分析	216
(4) 广西旅游业发展现状与目标分析	217
5.7.2 广西森林养生旅游发展现状与目标	219
(1) 广西森林养生旅游发展现状	219
(2) 广西森林养生旅游资源建设目标	219
5.7.3 广西重点养生旅游项目的打造	219
(1) 北部湾浪漫滨海	220
(2) 巴马长寿养生	220
(3) 宗教养生旅游产品	220
5.7.4 广西市、县域养生旅游产业的打造——以巴马县为例	220

(1) 巴马自然条件与旅游资源禀赋	220
(2) 巴马旅游产业发展现状与目标	222
(3) 巴马养生旅游重点项目的打造	223
5.7.5 广西旅游产业的整合发展分析	223
5.8 四川省养生旅游产业发展条件与机会分析	224
5.8.1 四川省发展养生旅游产业的条件	224
(1) 四川省的自然条件与旅游资源禀赋	224
(2) 四川省居民收入与消费状况分析	225
(3) 四川省旅游业发展现状与目标分析	226
5.8.2 四川省旅游产业目标市场促销策略	229
(1) 入境市场促销策略	229
(2) 省内市场促销策略	230
(3) 省外市场促销策略	230
5.8.3 四川省重点养生旅游项目的开发分析	230
5.8.4 四川省市、县域养生旅游产业的打造——以攀枝花市为例	230
(1) 攀枝花市的旅游资源禀赋分析	230
(2) 攀枝花市旅游业发展现状与目标	230
(3) 攀枝花市重点养生旅游项目的打造	231
5.8.5 四川省旅游产业的整合发展分析	232
5.8.6 四川省养生旅游产业的发展机遇分析	233
5.9 湖北省养生旅游产业发展条件与机会分析	233
5.9.1 湖北省发展养生旅游产业的条件	233
(1) 湖北省的自然条件与旅游资源禀赋	234
(2) 湖北省居民收入与消费状况分析	234
(3) 湖北省旅游业发展现状与目标分析	235
(4) 武汉旅游产业的客源市场分析	237
5.9.2 湖北省重点养生旅游项目的开发分析	237
(1) 湖北神农架养生旅游胜地	237
(2) 十堰武当山风景名胜区	237
5.9.3 湖北省养生旅游产业的发展机遇分析	238
第六章 中国养生旅游产品开发企业分析	240
6.1 养生旅游产品开发主体企业分析	240

6.2 旅游企业养生旅游产品开发分析 241

6.2.1 杭州宋城旅游发展股份有限公司 241

- (1) 企业发展简况分析 241
- (2) 企业业务能力分析 242
- (3) 企业总体经营情况分析 243
- (4) 企业养生旅游产品的开发分析 243
- (5) 企业养生旅游产品开发优劣势分析 244
- (6) 企业发展动向分析 245

6.2.2 武汉三特索道集团股份有限公司 245

- (1) 企业发展简况分析 245
- (2) 企业业务能力分析 246
- (3) 企业总体经营情况分析 246
- (4) 企业养生旅游产品的开发分析 247
- (5) 企业养生旅游产品开发优劣势分析 248
- (6) 企业发展动向分析 249

6.2.3 中国港中旅集团公司 249

- (1) 企业发展简况分析 249
- (2) 企业业务能力分析 251
- (3) 企业总体经营情况分析 251
- (4) 企业养生旅游产品的开发分析 252
- (5) 企业养生旅游项目经营状况分析 252
- (6) 企业养生旅游产品开发优劣势分析 253
- (7) 企业养生旅游产品最新投资动向分析 253
- (8) 企业发展动向分析 253

6.2.4 心族实业总公司 254

- (1) 企业发展简况分析 254
- (2) 企业业务能力分析 254
- (3) 企业养生旅游产品的开发分析 255
- (4) 企业养生旅游产品开发优劣势分析 256

6.2.5 亚鹿回头旅游区开发有限公司 256

- (1) 企业发展简况分析 256
- (2) 企业业务能力分析 257

(3) 企业养生旅游产品的开发分析	257
(4) 企业养生旅游产品开发优劣势分析	257
6.2.6 亚凤凰岛发展有限公司	258
(1) 企业发展简况分析	258
(2) 企业业务能力分析	259
(3) 企业养生旅游产品的开发分析	259
(4) 企业养生旅游项目经营状况分析	260
(5) 企业养生旅游产品开发优劣势分析	260
6.2.7 亚龙湾开发股份有限公司	261
(1) 企业发展简况分析	261
(2) 企业业务能力分析	262
(3) 企业养生旅游产品的开发分析	262
(4) 企业养生旅游产品开发优劣势分析	264
6.2.8 张家界旅游集团股份有限公司	264
(1) 企业发展简况分析	264
(2) 企业业务能力分析	266
(3) 企业总体经营情况分析	267
(4) 企业养生旅游产品的开发分析	267
(5) 企业养生旅游项目经营状况分析	267
(6) 企业养生旅游产品开发优劣势分析	268
(7) 企业发展动向分析	269
6.2.9 柏联集团有限公司	269
(1) 企业发展简况分析	269
(2) 企业业务能力分析	270
(3) 企业养生旅游产品的开发分析	270
(4) 企业养生旅游产品开发优劣势分析	271
(5) 企业发展动向分析	271
6.2.10 甘肃省公路航空旅游投资集团有限公司	271
(1) 企业发展简况分析	271
(2) 企业业务能力分析	272
(3) 企业总体经营情况分析	273
(4) 企业养生旅游产品的开发分析	273

(5) 企业养生旅游产品开发优劣势分析	274
(6) 企业发展动向分析	275
6.3 养生旅游地产开发企业分析	275
6.3.1 雅居乐地产控股有限公司	275
(1) 企业发展简况分析	275
(2) 企业业务能力分析	276
(3) 企业总体经营情况分析	277
(4) 企业养生旅游产品的开发分析	278
(5) 企业养生旅游产品开发优劣势分析	278
(6) 企业养生旅游产品最新投资动向分析	279
6.3.2 四川金杯房地产集团有限公司	279
(1) 企业发展简况分析	280
(2) 企业业务能力分析	280
(3) 企业养生旅游产品分析	281
(4) 企业养生旅游产品开发优劣势分析	282
(5) 企业发展动向分析	282
6.3.3 香港力宝北方地产投资控股有限公司	282
(1) 企业发展简况分析	282
(2) 企业业务能力分析	283
(3) 企业养生旅游产品的开发分析	283
(4) 企业养生旅游产品开发优劣势分析	284
6.3.4 泰安市玉环府房地产开发有限公司	284
(1) 企业发展简况分析	285
(2) 企业业务能力分析	285
(3) 企业养生旅游产品的开发分析	285
(4) 企业养生旅游项目经营状况分析	285
(5) 企业养生旅游产品开发优劣势分析	286
6.4 养老地产开发运营企业分析	286
6.4.1 北京太阳城集团	286
(1) 企业发展简况分析	286
(2) 企业业务能力分析	287
(3) 企业养生旅游产品的开发分析	287

(4) 企业养生旅游产品开发优劣势分析 288

6.4.2 盛世天颐投资(集团)股份有限公司 288

(1) 企业发展简况分析 288

(2) 企业业务能力分析 289

(3) 企业养生旅游产品的开发分析 290

(4) 企业养生旅游产品开发优劣势分析 291

6.4.3 常青国际养老产业股份有限责任公司 292

(1) 企业发展简况分析 292

(2) 企业业务能力分析 293

(3) 企业养生旅游产品的开发分析 293

(4) 企业养生旅游产品开发优劣势分析 294

6.4.4 永泰红礪控股集团有限公司 295

(1) 企业发展简况分析 295

(2) 企业业务能力分析 296

(3) 企业养生旅游产品的开发分析 296

(4) 企业养生旅游产品开发优劣势分析 296

6.5 其他企业养生旅游产品开发分析 297

6.5.1 天津滨海旅游区投资控股有限公司 297

(1) 企业发展简况分析 297

(2) 企业业务能力分析 298

(3) 企业养生旅游产品的开发分析 298

(4) 企业养生旅游产品开发优劣势分析 299

(5) 企业养生旅游产品最新投资动向分析 299

6.5.2 海南省发展控股有限公司 299

(1) 企业发展简况分析 300

(2) 企业业务能力分析 300

(3) 企业养生旅游产品的开发分析 301

(4) 企业养生旅游产品开发优劣势分析 302

(5) 企业养生旅游产品最新动态向分析 303

6.5.3 上海复星高科技(集团)有限公司 303

(1) 企业发展简况分析 303

(2) 企业业务能力分析 304

(3) 企业养生旅游产品的开发分析	304
(4) 企业养生旅游产品开发优劣势分析	305
(5) 企业发展动向分析	305
6.5.4 山东华夏集团有限公司	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优劣势分析	307
(5) 企业发展动向分析	307
6.5.5 靖海集团有限公司	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优劣势分析	309
6.5.6 重庆金铂实业(集团)有限公司	309
(1) 企业发展简况分析	309
(2) 企业业务能力分析	310
(3) 企业养生旅游产品的开发分析	311
(4) 企业养生旅游产品开发优劣势分析	311
6.5.7 山东枣庄矿业集团惠众投资有限公司	311
(1) 企业发展简况分析	312
(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优劣势分析	313
6.5.8 江苏昆山南北贸易有限责任公司	314
(1) 企业发展简况分析	314
(2) 企业养生旅游产品的开发分析	314
(3) 企业养生旅游产品开发优劣势分析	315
6.5.9 祥源控股集团有限责任公司	315
(1) 企业发展简况分析	315
(2) 企业业务能力分析	316
(3) 企业养生旅游产品的开发分析	316

(4) 企业养生旅游产品开发优劣势分析 317

6.5.10 云南丹彤集团股份有限公司 317

(1) 企业发展简况分析 317

(2) 企业业务能力分析 318

(3) 企业养生旅游产品的开发分析 318

(4) 企业养生旅游产品开发优劣势分析 319

6.5.11 广州粤泰集团有限公司 319

(1) 企业发展简况分析 319

(2) 企业业务能力分析 320

(3) 企业养生旅游产品的开发分析 320

(4) 企业养生旅游产品开发优劣势分析 321

(5) 企业养生旅游产品最新投资动向分析 321

第七章 中国养生旅游产业投资与发展前瞻 322

7.1 中国养生旅游资源开发投资的区域选择 322

7.1.1 投资区域选择影响因素分析 322

(1) 内部影响因素 322

(2) 外部影响因素 324

7.1.2 区域投资吸引力评价 326

7.2 中国养生旅游产业投融资环境分析 328

7.2.1 中国养生旅游产业投资环境分析 328

(1) 政策环境分析 329

(2) 经济环境分析 332

(3) 消费环境分析 335

(4) 社会环境分析 339

7.2.2 中国养生旅游产业融资环境分析 340

(1) 旅游企业融资信贷市场环境分析 340

(2) 旅游企业融资证券市场环境分析 340

7.3 中国养生旅游的发展趋势与发展建议 341

7.3.1 中国养生旅游产业的发展趋势 341

(1) 温泉养生旅游产业的发展趋势 342

(2) 滨海养生旅游产业的发展趋势 343

(3) 森林养生旅游产业的发展趋势 344

7.3.2 中国养生旅游资源的开发建议	346
(1) 温泉养生旅游资源的开发建议	346
(2) 滨海养生旅游资源的开发建议	347
(3) 森林养生旅游资源的开发建议	347
第八章 主要国家养生旅游产业发展分析	349
8.1 瑞士养生旅游产业发展分析	349
8.1.1 瑞士养生旅游资源评价	349
8.1.2 瑞士养老设施与服务评价	354
8.1.3 瑞士医疗技术与设施评价	355
8.1.4 瑞士政府对于旅游资源的国际推介	355
8.1.5 瑞士主要养生旅游服务实体分析	356
8.1.6 瑞士养生旅游业发展的制度环境	357
8.1.7 瑞士养生旅游产业发展情况分析	358
8.1.8 瑞士养生旅游资源对外国游客的吸引力评价	359
8.1.9 瑞士其他旅游资源对外国游客的吸引力评价	360
8.2 德国养生旅游产业发展分析	379
8.2.1 德国养生旅游资源评价	379
8.2.2 德国养老设施与服务评价	380
8.2.3 德国医疗技术与设施评价	382
8.2.4 德国旅游局旅游资源推介活动	382
8.2.5 德国主要养生旅游服务实体分析	383
8.2.6 德国旅游资源对外国游客的吸引力评价	384
8.3 韩国养生旅游产业发展分析	386
8.3.1 韩国养生旅游资源评价	386
8.3.2 韩国养老设施与服务评价	392
8.3.3 韩国医疗技术与设施评价	392
8.3.4 韩国政府对于旅游资源的国际推介	393
8.3.5 韩国养生旅游产业发展情况分析	395
8.4 日本养生旅游产业发展分析	396
8.4.1 日本养生旅游资源评价	396
8.4.2 日本养老设施与服务评价	398
8.4.3 日本医疗技术与设施评价	399

8.4.4 日本政府对于旅游资源的国际推介	400
8.4.5 日本主要养生旅游服务实体分析	400
8.4.6 日本养生旅游产业发展情况分析	401
(1) 温泉养生旅游产业发展分析	401
(2) 医疗养生旅游产业发展分析	401
8.4.7 日本旅游资源对外国游客的吸引力评价	402
8.5 泰国养生旅游产业发展分析	404
8.5.1 泰国养生旅游资源评价	404
8.5.2 泰国医疗技术与设施评价	405
8.5.3 泰国养生旅游产业发展分析	405
8.6 印度养生旅游产业发展分析	406
8.6.1 印度养生旅游资源评价	406
8.6.2 印度医疗技术与设施评价	406
8.6.3 印度旅游产业的发展分析	407

图表目录：

图表1：养生旅游的内容及形态	22
图表2：按资源条件划分的养生旅游度假区类型	25
图表3：城镇居民出游目的（单位：%）	28
图表4：农村居民出游目的（单位：%）	28
图表5：各类群体的养生旅游诉求	30
图表6：中国温泉养生旅游消费群体的性别特征（单位：%）	32
图表7：中国温泉养生旅游消费群体的年龄特征（单位：%）	33
图表8：中国温泉养生旅游消费群体的职业特征（单位：%）	33
图表9：中国森林养生旅游消费群体的年龄结构（单位：%）	35
图表10：日本温泉旅游度假区的类型及特点	50
图表11：百魔洞景区的自然风光	54
图表12：百魔洞养生旅游度假区的功能布局结构	57
图表13：温泉利用设施及温度一览表（单位： ）	60
图表14：中国温泉资源的分布（单位：处，%，105焦耳/秒， ）	62
图表15：我国温泉密度排名前五的地区（单位：个/万平方公里）	63
图表16：我国华南地区典型温泉表	64
图表17：我国西南地区典型温泉表	65

图表18：我国华东地区典型温泉表 67

图表19：我国华中地区典型温泉表 68

图表20：辽宁冰雪温泉分布图 70

图表21：我国西北地区典型温泉表 70

图表22：中国温泉旅游资源开发历程 74

图表23：典型温泉产品投资规模与经营情况 76

图表24：中国森林资源的分布 80

图表25：中国森林旅游资源区的分布 81

图表26："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） 84

图表27：截至2015年底中国森林公园总数超百的省区名单（单位：处） 86

图表28：2015年游客人数前30位的森林公园名单（单位：万人次） 87

图表29：2015年旅游收入前30位的森林公园名单（单位：亿元） 88

图表30：森林养生旅游景区投资建设要素 89

图表31：加拿大国家公园的功能分区 91

图表32：马尔代夫整岛开发模式简析 95

图表33：夏威夷群岛式海岛开发模式简析 97

图表34：新加坡城市型海岛模式简析 98

图表35：佛罗里达城市群滨海旅游开发模式简析 100

图表36：2013-2015年中国滨海旅游业增加值及增速（单位：亿元，%） 103

图表37：亚龙湾功能布局图 106

图表38：亚龙湾开发强度控制原则 106

图表39：亚龙湾国家旅游度假区开发可供借鉴的经验 107

图表40：北海银滩旅游度假区功能布局 108

图表41：北海银滩国家旅游度假区开发可供借鉴的经营 109

图表42：巴厘岛努萨杜阿度假区区位图 110

图表43：巴厘岛努萨杜尔度假区开发可供借鉴的经营 111

图表44：巴厘岛努萨杜尔度假区开发可供借鉴的经营 112

图表45：福建省温泉资源概况（单位：km²，J，处） 115

图表46：福建省温泉资源的特点 115

图表47：2015年各种运输方式完成旅客运输量情况（单位：万人，%） 116

图表48：2013-2015年福建省城镇居民人均可支配收入情况（单位：元/人，%） 116

图表49：2013-2015年福建省城镇居民教育文化娱乐服务消费情况（单位：元/人） 117

图表50：2013-2015年福建省入境人数变化趋势图（单位：万人次，%） 118

图表51：2013-2015年福建省旅游业总收入变化趋势图（单位：亿元，%） 118

图表52："十一五"时期福建省旅游业发展总体目标（单位：万人次，亿美元，万人，家，亿元，%） 119

图表53："十二五"时期福建省旅游业主要发展目标 120

图表54：福建省养生旅游客源市场定位 121

图表55：福建省入境旅游市场的区域结构（按接待人次）（单位：%） 122

图表56："十二五"期间福建各市区重点养生旅游产品开发示意图 123

图表57："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） 125

图表58：南平市养生旅游产品目标市场开拓策略 127

图表59：南平市养生旅游产品国内市场开拓策略 129

图表60："十二五"时期福建省四大是个旅游精品项目 132

图表61："十二五"时期福建省旅游品牌提升项目 133

图表62："十二五"福建省交通规划 135

图表63：2013-2015年浙江省城镇居民人均收入情况（单位：元，%） 137

图表64：2013-2015年浙江省城镇居民教育文化娱乐服务消费情况（单位：元/人，%） 138

图表65：2013-2015年浙江省接入境游人数变化趋势图（单位：万人次，%） 138

图表66：2013-2015年浙江省接国内游游人数变化趋势图（单位：亿人次，%） 139

图表67：2013-2015年浙江省旅游业总收入变化趋势图（单位：亿元，%） 139

图表68：2015年浙江省旅游业发展目标（单位：万人次，亿元，万人，%） 140

图表69：2015年浙江省旅游业接待人次情况（单位：万人次，%） 141

图表70：2015年浙江省养生旅游业的客源结构（单位：%） 142

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/27412/>

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）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。