

# 2020-2026年中国保健旅游 产业发展现状与发展趋势研究报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2020-2026年中国保健旅游产业发展现状与发展趋势研究报告》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.cction.com/report/202007/173491.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

随着人们对旅游业更深层次的认识，人们对旅游产品的需求日趋多样化，各类专项旅游如学艺旅游、猎奇旅游、寻婚旅游、劳务旅游等旅游项目因此而得到开发，保健旅游就是在这种状况下逐渐兴起，并派生出了气功旅游、康复旅游、武术旅游、健身旅游、体育旅游等多种分支项目。保健旅游，是一种既达到旅游目的，又达到健身目的的专项特殊旅游项目。旅游者在旅游过程中可一边旅游一边学习武术、学习气功，进行医学学术交流和求医治疗等，可使旅游者在旅游过程中，既了解中国的传统文化，又学到了一些健身养生的方法。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国保健旅游产业发展现状与发展趋势研究报告》共十四章。首先介绍了保健旅游产业相关概念及发展环境，接着分析了中国保健旅游行业规模及消费需求，然后对中国保健旅游行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国保健旅游行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国保健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 保健旅游行业发展概述

#### 1.1 保健旅游的概念

##### 1.1.1 保健旅游的定义

##### 1.1.2 保健旅游的特点

##### 1.1.3 保健旅游的分类

#### 1.2 保健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 保健旅游市场特征分析

##### 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 2016-2019年中国保健旅游行业发展环境分析

#### 2.1 保健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 保健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 保健旅游行业社会环境分析（S）

##### 2.3.1 保健旅游产业社会环境

##### 2.3.2 社会环境对行业的影响

#### 2.4 保健旅游行业消费环境分析（T）

##### 2.4.1 保健旅游消费分析

###### （1）消费水平总体发展情况

###### （2）中国保健旅游行业新消费研究

##### 2.4.2 保健旅游消费发展水平

###### （1）中国保健旅游行业消费水平所处阶段

###### （2）与国外保健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 全球保健旅游行业发展概述

#### 3.1 2016-2019年全球保健旅游行业发展情况概述

##### 3.1.1 全球保健旅游行业发展现状

##### 3.1.2 全球保健旅游行业发展特征

##### 3.1.3 全球保健旅游行业市场规模

## 3.2 2016-2019年全球主要地区保健旅游行业发展状况

### 3.2.1 欧洲保健旅游行业发展情况概述

### 3.2.2 美国保健旅游行业发展情况概述

### 3.2.3 日韩保健旅游行业发展情况概述

## 3.3 2020-2026年全球保健旅游行业趋势预测分析

### 3.3.1 全球保健旅游行业市场规模预测

### 3.3.2 全球保健旅游行业趋势预测分析

### 3.3.3 全球保健旅游行业发展趋势分析

## 3.4 全球保健旅游行业重点企业发展动态分析

## 第四章 中国保健旅游行业发展概述

### 4.1 中国保健旅游行业发展状况分析

#### 4.1.1 中国保健旅游行业发展阶段

#### 4.1.2 中国保健旅游行业发展总体概况

#### 4.1.3 中国保健旅游行业发展特点分析

### 4.2 2016-2019年保健旅游行业发展现状

#### 4.2.1 2016-2019年中国保健旅游行业市场规模

#### 4.2.2 2016-2019年中国保健旅游行业发展分析

#### 4.2.3 2016-2019年中国保健旅游企业发展分析

### 4.3 2016-2019年中国保健旅游行业面临的困境及对策

#### 4.3.1 中国保健旅游行业面临的困境及对策

##### (1) 中国保健旅游行业面临困境

##### (2) 中国保健旅游行业对策探讨

#### 4.3.2 中国保健旅游企业发展困境及策略分析

##### (1) 中国保健旅游企业面临的困境

##### (2) 中国保健旅游企业的对策探讨

#### 4.3.3 国内保健旅游企业的出路分析

## 第五章 2016-2019年保健旅游行业经济运行效益分析

### 5.1 2016-2019年中国保健旅游发展分析

#### 5.1.1 2019年中国保健旅游概述

#### 5.1.2 2019年中国保健旅游概述

- 5.1.3 2019年中国保健旅游概述
- 5.2 2016-2019年中国保健旅游规模分析
  - 5.2.1 保健旅游企业数量统计
  - 5.2.2 保健旅游资产总额分析
  - 5.2.3 保健旅游销售收入分析
  - 5.2.4 保健旅游利润总额分析
- 5.3 2016-2019年保健旅游经营效益分析
  - 5.3.1 保健旅游偿债能力分析
  - 5.3.2 保健旅游盈利能力分析
  - 5.3.3 保健旅游的毛利率分析
  - 5.3.4 保健旅游营运能力分析

## 第六章 中国重点城市保健旅游市场调研

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

### 6.5.3 重庆市保健旅游存在的问题与建议

## 第七章 互联网对保健旅游的影响分析

### 7.1 互联网对保健旅游行业的影响

#### 7.1.1 智能保健旅游设备发展情况分析

(1) 智能保健旅游设备发展概况

(2) 主要保健旅游APP应用情况

#### 7.1.2 保健旅游智能设备经营模式分析

(1) 智能硬件模式

(2) 保健旅游APP模式

(3) 虚实结合模式

(4) 个性化资讯模式

#### 7.1.3 智能设备对保健旅游行业的影响分析

(1) 智能设备对保健旅游行业的影响

(2) 保健旅游智能设备的发展趋势分析

### 7.2 互联网+保健旅游发展模式分析

#### 7.2.1 互联网+保健旅游商业模式解析

(1) 保健旅游O2O模式分析

(2) 智能联网模式

#### 7.2.2 互联网+保健旅游案例分析

(1) 携程旅游网

(2) 去哪儿网

(3) 同城旅游网

(4) 艺龙网

#### 7.2.3 互联网背景下保健旅游行业发展趋势分析

## 第八章 中国保健旅游需求与消费者偏好调查

### 8.1 保健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 保健旅游产品的品牌市场运营状况分析

- 8.2.1 消费者对保健旅游品牌认知度宏观调查
- 8.2.2 消费者对保健旅游产品的品牌偏好调查
- 8.2.3 消费者对保健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 保健旅游品牌忠诚度调查
- 8.2.6 保健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 中国保健旅游行业市场竞争格局分析

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

## 第十章 中国保健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

## 10.2 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

## 10.3 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

## 10.4 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

## 10.5 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

## 10.6 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

## 10.7 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
- 10.8 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
- 10.9 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
- 10.10 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

## 第十一章 2020-2026年中国保健旅游行业发展趋势与前景分析

- 11.1 2020-2026年中国保健旅游市场趋势预测
  - 11.1.1 2020-2026年保健旅游市场发展潜力
  - 11.1.2 2020-2026年保健旅游市场趋势预测展望
  - 11.1.3 2020-2026年保健旅游细分行业趋势预测分析
- 11.2 2020-2026年中国保健旅游市场发展趋势预测
  - 11.2.1 2020-2026年保健旅游行业发展趋势
  - 11.2.2 2020-2026年保健旅游市场规模预测
  - 11.2.3 2020-2026年保健旅游行业应用趋势预测
  - 11.2.4 2020-2026年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2020-2026年中国保健旅游行业供需预测
  - 11.3.1 2020-2026年中国保健旅游行业供给预测
  - 11.3.2 2020-2026年中国保健旅游行业需求预测

### 11.3.3 2020-2026年中国保健旅游供需平衡预测

## 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 2020-2026年中国保健旅游行业行业前景调研

### 12.1 保健旅游行业投资现状分析

#### 12.1.1 保健旅游行业投资规模分析

#### 12.1.2 保健旅游行业投资资金来源构成

#### 12.1.3 保健旅游行业投资项目建设分析

#### 12.1.4 保健旅游行业投资资金用途分析

#### 12.1.5 保健旅游行业投资主体构成分析

### 12.2 保健旅游行业投资特性分析

#### 12.2.1 保健旅游行业进入壁垒分析

#### 12.2.2 保健旅游行业盈利模式分析

#### 12.2.3 保健旅游行业盈利因素分析

### 12.3 保健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 保健旅游行业投资前景分析

#### 12.4.1 保健旅游行业政策风险

#### 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 其他投资前景

### 12.5 保健旅游行业投资潜力与建议

- 12.4.1 保健旅游行业投资潜力分析
- 12.4.2 保健旅游行业最新投资动态
- 12.4.3 保健旅游行业投资机会与建议

### 第十三章 2020-2026年中国保健旅游企业投资规划建议与客户策略分析

#### 13.1 保健旅游企业投资前景规划背景意义

- 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 保健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 保健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 保健旅游中小企业投资前景研究

##### 13.4.1 中小企业存在主要问题

- (1) 缺乏科学的投资前景
- (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 中小企业投资前景思考

- (1) 实施科学的投资前景
- (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（）

### 14.1 研究结论

### 14.2 建议

#### 14.2.1 行业投资策略建议

#### 14.2.2 行业投资方向建议

#### 14.2.3 行业投资方式建议

部分图表目录：

图表：保健旅游行业特点

图表：保健旅游行业生命周期

图表：保健旅游行业产业链分析

图表：2016-2019年保健旅游行业市场规模分析

图表：2020-2026年保健旅游行业市场规模预测

图表：中国保健旅游所属行业盈利能力分析

图表：中国保健旅游行业运营能力分析

图表：中国保健旅游所属行业偿债能力分析

图表：中国保健旅游所属行业发展能力分析

图表：中国保健旅游行业经营效益分析

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202007/173491.html>