

2014-2018年中国健康养生 行业运营与发展趋势报告

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

《2014-2018年中国健康养生行业运营与发展趋势报告》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/201402/101928.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

养生保健在中国有着悠久的历史 and 深厚的文化积淀，特别是改革以来，随着我国经济持续稳定快速发展，人民生活水平大幅度提高，带动了养生保健业的快速发展，成为服务业中的重要组成部分，为提高生活质量发挥了重要作用。养生产业是提升城市竞争力的优势潜力，尤其是对目前的中国城市而言，养生产业是一个优质的产业，它不仅具备了“两高两低、多功能”的特点，而且它的链条还比较长，和现在兴起的文化创意产业相配合，养生产业是讲人的身体方面，从两个角度同时促进人的发展。

发展养生产业必须制定科学的发展战略，促进养生产业健康发展。养生产业就是一个健康产业，健康产业首先要健康发展。要注意的是，第一点，视野要开阔，要有全球化的视野，把握全球经济文化科技的发展规律，预设全球未来发展的方向，尤其是对养生产业的需求，要具有全球的标准，甚至引领全球的标准来促进这一产业的发展，总体要用全球化的视野高起点定位、高标准建设、高效率管理。第二点，因地制宜，差别定位，这一点也非常重要。在制定战略时，促进养生产业发展，要根据城市自身特色的比较优势，制定与之相适应的发展规划。

同时，在全球化的背景下，一个城市的养生产业要有竞争力也应该有特色、有差异化，差异化才有可能实现垄断的定位。第三点，把握时机，有序推进，既要抢占先机，同时又不能过于创新。我们说某些城市、某些方向、某些产业，发展某一个项目很大，但是实际上时机并未到，什么时间、什么时机到，再提前多长时间去开发它、建设它，正好是满足这个时机、结合这个时机，这是需要研究的问题。第四点，要健康协调。发展养生产业有很多功效，因此它和其他经济社会产业、生态文化有相互统一、相互促进的方面，但是也存在一些矛盾。因此在实施发展战略时，要注意和其他方面的协调，要和总体的经济社会发展相适应。第五点，政府引导，市场主导，这一点无论是企业家，还是政府领导，都应该有一个理性、清楚的判断。在未来，营养保健将成为我国健康产业巨大增长点，随着我国老龄化社会的到来，营养保健市场将有很大的增长空间。本行业报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、全国商业信息中心、中国经济景气监测中心、全国及海外多种相关报刊杂志的基础信息等公布和提供的大量资料，对国际、国内健康养生行业市场发展状况、关联行业发展状况、行业竞争状况、优势企业发展状况、消费现状以及行业营销进行了深入的分析，在总结中国健康养生行业发展历程的基础上，结合新时期的各方面因素，对中国健康养生行业的发展趋势给予了细致和审慎的预测论证。本报告是健康养生行业生产、经营、

科研企业及相关研究单位极具参考价值的专业报告。 第一部分健康养生产业概况分析第一章 养生产业相关概述 1第一节养生概述 1一、 养生目的要求 1二、 养生的基本原则 2三、 养生方法 5四、 健康养生产业的发展历程 8第二节养生产业发展分析 9一、 中国养生行业的发展现状 9二、 中国民族传统养生产业开发研究 10第三节养生产业对社会影响 14一、 健康养生产业对社会发展影响 14二、 养生产业助力城市竞争力全面发展 15 第二章 2012-2013年中国健康产业概况分析 18第一节健康产业概述 18一、 健康产业 18二、 中国健康产业发展现状 18三、 老年健康产业将占据主导地位 19第二节 2012-2013年中国健康产业发展分析 19一、 国内外健康产业的现状 19二、 营养保健将迎来巨大发展空间 20三、 健身娱乐成为健康产业新亮点 20四、 中国健康产业的出路分析 20五、 健康产业形势与需求 21六、 中医药健康产业发展的基础 23七、 健康产业发展趋势 29八、 发展健康产业，促进产业升 31第三节 2012-2013年中国健康产业发展问题分析 33一、 目前健康产业存在的主要问题 33二、 中国健康产业存在的问题及对策 34三、 中国健康产业品牌营销 39第四节 2012-2013年中国健康产业投资分析 49一、 中国健康产业具备长期投资价值 49二、 中国健康产业的市场发展机会 49三、 中国医疗健康产业投资分析 52四、 健康产业或成国内外风投新宠 54五、 健康产业投资风险分析 56 第三章 2012-2013年中国健康养生产业运行环境解析 58第一节国内宏观经济环境分析 58一、 GDP历史变动轨迹分析 58二、 固定资产投资历史变动轨迹分析 59三、 中国消费水平分析 65四、 2014年中国宏观经济发展预测分析 82第二节 2012-2013年中国健康养生产业政策环境及影响分析 83一、 提升创新中药研发水平促进产业化发展 83二、 医疗技术临床应用管理办法 85三、 保健食品中防腐剂限量卫生标准 102四、 保健食品命名规定 102五、 国家规定要严厉打击假劣保健品 107六、 国家对保健品宣传的规定 107七、 保健与养生将首次纳入中医药产业规划 108第三节 2012-2013年中国健康养生社会环境分析 110 第四章 2012-2013年中国健康养生关联产业环境分析 126第一节 2012-2013年中国医疗卫生业发展及影响分析 126一、 中国农村医疗卫生状况 126二、 中国医疗卫生资源的分配情况 129三、 中国医疗卫生资源配置地区差异 137四、 医疗改革成效 143第二节 2012-2013年中国医疗费用分析 145一、 医疗服务价格变化趋势 145二、 医疗费用高主要表现 149三、 医疗费用上涨原因 150四、 降低医疗费用建议措施 151第三节 2012-2013年中国医疗保障制度分析 152一、 当前医疗系统分析 152二、 中国医疗保障覆盖情况 159三、 中国基本医疗保险制度的主要政策 161四、 中国医疗保障制度存在的主要问题 166五、 医疗保险业现状和主要问题 169 第五章 2012-2013年中国保健产业整体运行态势分析 173第一节 2012-2013年中国保健产业运行概况 173一、 中国保健产业现状与趋势分析 173二、 中医养生保健产业化国际化特点 175三、 中国保健产业国际化进程 175四、 保健产业将成“第五财富” 176五、 中国保健产业产值及年均增速率分析 177六、 中国保健产业的发展面临的困难 180第二节 2012-2013年中国中医保健产业发展分析 182一、 传统中医药保健服务产业发展 182二、 中医药保健产业成为我国经

济新增长点 183三、中医养生业整肃风暴 189四、中医保健技术标准年内出台 190五、探讨中医养生乱象 192六、加快发展中医保健服务产业措施分析 193 第二部分健康养生行业运行分析

第六章 2012-2013年中国健康养生市场运营态势分析 194第一节 2012-2013年中国健康养生市场分析 194一、养生市场分析 194二、我国中医保健市场现状分析 194三、中医中药保健品市场前景分析 196四、中国药膳产品将走向国际市场 199五、中医养生存在问题 200六、养生保健市场亟待规范 201第二节 2012-2013年中国健康养生市场供需分析 203一、健康养生需求拉动未来新商机 203二、社会中存在巨大的中医养生需求 205三、亚健康催生巨大中医养生需求 205四、中医养生服务需求水涨船高 208五、保健行业保健品的市场需求分析 209第三节 2012-2013年中国健康养生产品市场分析 211一、中国保健品行业发展情况分析 211二、保健食品市场面临的问题分析 214三、医疗保健用品价格指数分析 215第四节 2012-2013年中国健康养生基地建设情况分析 215一、全国高科技健康养生产业示范基地 215二、中国健康产业新高地 218三、国际健康养生休闲文化名区 220四、养生之都 221 第七章 2012-2013年中国健康养生服务市场分析 226第一节 2012-2013年中国中医保健服务分析 226一、中医保健服务发展状况 226二、中医保健服务体系 226三、发展中医保健服务的建议 230四、构建中医保健服务体系的目标 236第二节 2012-2013年中国健康养生度假旅游 236一、养生如何与乡村相结合 236二、健康养生度假的资源基础 238三、健康养生度假旅游市场分析 239四、健康养生度假旅游产品类型 240五、健康养生度假产品的特点 242六、如何开发健康养生度假旅游产品 243七、健康养生度假开发类型 244八、国内养生文化游的现存问题及对策研究 245 第八章 2012-2013年中国健康养生行业消费市场分析 247第一节 2012-2013年中国健康养生消费者心理分析 247第二节 2012-2013年中国健康养生消费决策分析 247第三节 2012-2013年中国健康养生消费特点描述 248第四节 2012-2013年中国健康养生消费呈现新亮点 248一、个性化趋势 248二、中医理疗倍受信赖 249三、成效缘于体验先行 249第五节 2012-2013年健康养生市场消费需求分析 250一、健康养生市场的消费需求变化 250二、健康养生行业的需求情况分析 251三、健康养生品牌市场消费需求分析 252第六节 2012-2013年健康养生消费市场状况分析 253一、健康养生消费者分析 253二、健康养生调整消费结构 253三、健康养生消费者市场特点 254四、健康养生消费行为特点 255 第九章 2012-2013年中国养生会馆市场运作分析 256第一节 养生馆 256一、养生馆理疗方式 256二、养生馆服务项目 257三、养生馆的发展 257四、养生馆的前景 258第二节 2012-2013年中国养生会馆品牌发展分析 258一、2012-2013年中国养生馆市场和现状 258二、家庭式养生馆品牌和特色很重要 259三、养生馆品牌化运作的意义和功能 260第三节 2012-2013年中国养生保健场所经营业态 260一、中国养生保健场所经营特色 260二、大型养生保健企业多途径快速扩大规模 261三、养生保健场所连锁经营业态 262四、养生保健场所经营面临壁垒 263五、中医养生馆模式受青睐的原因 263 第十章 2012-2013年中国市场养生会馆品牌企业运营分析 266第一节

珍草萃 266 第二节紫玉佳妍中医经络养生品牌 268 第三节玉施莲-韩国汗蒸养生馆品牌 269 第四节中脉在全国开了千家新生态养生馆 271 第五节三生御坊堂养生馆 272 第十一章 2012-2013年中国健康养生重点竞争企业分析 274 第一节哈药集团 274 一、企业基本概述 274 二、企业发展历程 277 三、企业经营范围 286 四、企业经营状况分析 287 第二节新时代健康产业有限公司 290 一、企业基本概述 290 二、企业发展历程 293 三、企业经营范围 294 第三节江苏鱼跃医疗设备股份有限公司 295 一、企业基本概述 295 二、企业发展历程 295 三、企业经营范围 296 四、企业经营状况分析 297 第四节通策医疗投资股份有限公司 300 一、企业基本概述 300 二、企业经营范围 301 三、2012-2013年企业经营分析 301 第五节乐普医疗器械股份有限公司 304 一、企业基本概述 304 二、企业经营范围 305 三、2012-2013年企业经营分析 305 第六节北京同仁堂股份有限公司 308 一、企业基本概述 308 二、企业经营范围 309 三、2012-2013年企业经营分析 310 第七节健康元药业集团股份有限公司 314 一、企业基本概述 314 二、企业经营范围 315 三、2012-2013年企业经营分析 315 第八节协和医院 319 一、华中科技大学同济医学院附属协和医院 319 二、北京协和医院 320 三、福建医科大学附属协和医院 321 第三部分健康养生行业前景分析 第十二章 2013-2018年中国健康养生产业发展趋势探析 323 第一节 2013-2018年中国健康养生前景预测 323 一、健康养生前景广阔及发展空间预测 323 二、我国健康产业市场盈利预测分析 324 第二节 2013-2018年中国健康养生产业发展方向 324 一、御道养生文化 324 二、健康养生产业未来的发展特点 325 三、养生产业正作为一项极具潜力的朝阳产业迅速崛起 326 第三节 2013-2018年中国健康养生发展趋势 327 一、养生的发展趋势 327 二、养生馆未来发展趋势 328 三、保健产业发展趋势 329 四、健康产业发展趋势 332 五、健康管理发展趋势 333 六、中国医院专科化将成发展趋势 334 第十三章 2013-2018年中国健康养生投资前景预测分析 335 第一节 2012-2013年中国健康养生产业投资概况 335 一、健康养生市场投资环境利好 335 二、健康养生投资特性分析 336 三、中国传统的中医养生保健理念 336 第二节 2013-2018年中国健康养生投资环境分析 337 一、养生保健会所加盟投资潜力分析 337 二、品牌养生保健服务项目高消费利润的诱惑 337 第三节 2013-2018年中国健康养生投资风险预警 337 一、宏观调控风险 337 二、市场竞争风险 338 三、政策风险 339 四、市场运营机制风险 340

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201402/101928.html>