

2014-2020年中国养生旅游 商业行业监测与发展前景预测报告

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

《2014-2020年中国养生旅游商业行业监测与发展前景预测报告》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/201404/103351.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（Wellness）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Health（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。

对于养生的概念的剖析，Adams(2003)提出了养生的四个基本点：养生是多维度、多空间的。养生的研究应以保养、保健而非疾病病理为导向。养生是相对、主观的、感知的。

Puczko和Bachvarov提出养生的七维空间，包括社会、身体、感情、智力、环境、精神和职业。部分学者认为，精神性是养生的核心，是介乎本我与社会自我之外的超常存在，是人与宇宙奥秘的关系。

我国养生，古称“摄生”、“道生”、“保生”，其中“生”意为生命、生生不息之意，既通过各种手段调摄保养自身生命，使生命生生不息的意思。一般来说其意义在于通过各种调摄保养，增强自身体质，提高正气，从而增强对外界环境的适应能力和抗病能力，减少或避免疾病的发生；或通过调摄保养，使自身体内阴阳平衡，身心处于一个最佳状态，从而延缓衰老的过程。

随着人口结构的老龄化与亚健康现象的日渐普遍，以及全球整体健康理念的革命性影响，人们对健康养生的需求成为继温饱需求之后的又一市场主流趋势和时代发展热点。养生旅游集养生资源与旅游活动交叉渗透，实现融合，以一种新型业态形式的出现，满足了人们对身心健康的全方位需求，开始受到全球性关注。如今的国际养生旅游业已初具规模，在很多国家都形成了具有核心竞争力和独特卖点的产品，可谓异彩纷呈，各有特色。如中国文化养生、日本温泉养生、泰国美体养生、法国庄园养生、瑞士抗老养生、美国养老养生、韩国美容养生、阿尔卑斯高山养生等，同时也发展出不同的养生旅游开发模式。

本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。本报告将保持实时更新，为企业提供最新资讯，使企业能及时把握局势的发展，及时调整应对策略。

【 目录 】

第一章 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
第二章 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“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

第三章 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——温泉养生 42

3.3.2 泰国组合式养生疗程——美体养生 43

3.3.3 法国田园慢生活——庄园养生 44

3.3.4 瑞士康复疗养模式——抗老养生 45

3.3.5 美国CCRC社区模式——养生养老 46

3.3.6 韩国“造美”旅游模式——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

第四章 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

第五章 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

第六章 中国各类养生旅游产品的开发分析 140

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

第七章 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
第八章 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

第九章 中国养生旅游产业投资与发展前景 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景	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

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201404/103351.html>