

2021年中国养生旅游市场分析报告- 行业深度分析与投资前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国养生旅游市场分析报告-行业深度分析与投资前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。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，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/lvyou/536301536301.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

养生旅游是指以养生为主要需求动机的空间移动活动所引起的各种关系和现象的总和，是一种融合了传统养生观和现代休闲观的旅游活动。随着人们生活水平不断提高以及对“健康、愉快、长寿”的欲望越来越强烈，单纯的养生已难以满足人们对高品质生活的追求，融合时下发展迅猛的休闲旅游，养生旅游迎来重大发展机遇。同时，近年来我国相关政策提出要加快推进养生旅游行业建设。因此，我国养生旅游行业拥有良好的政策环境和市场环境，未来发展空间巨大。根据相关资料显示，未来5年，我国养生旅游行业市场规模将呈快速增长态势，2020年市场规模将在1000亿元左右，5年复合增长率有望达到20%。

我国养生旅游行业相关政策

时间

政策名称

制定部门

主要内容

2014.08

《关于促进旅游业改革发展的若干意见》

国务院

要求加快转变旅游业发展方式，以转型升级、提质增效为主线，推动旅游产品向观光、休闲、度假并重转变，满足多样化、多层次的旅游消费需求。

2015.08

《关于进一步促进旅游投资和消费的若干意见》

国务院办公厅

鼓励社会资本大力开发温泉、滑雪、滨海、海岛、山地、养生等休闲度假旅游产品，推出一批以中医药文化传播为主题，集中医药康复理疗、养生保健、文化体验于一体的中医药健康旅游示范产品。

2016.09

《关于进一步加快旅游业发展的通知》

国务院

要求加快发展特种旅游产品，大力发展生态旅游、都市旅游等，规划建设一批国家生态旅游示范区、旅游扶贫试验区、旅游度假区。

2016.12

《“十三五”旅游业发展规划的通知》

国务院

要求大力开发温泉、冰雪、滨海、海岛、山地、森林、养生等休闲度假旅游产品，建设一批旅游度假区和国民度假地。

2018.03

《关于促进全域旅游发展的指导意见》

国务院办公厅

要求加快开发高端医疗、中医药特色、康复疗养、休闲养生等健康旅游。

2019.08

《关于进一步激发文化和旅游消费潜力的意见》

国务院办公厅

要求着力开发商务会展旅游、海洋海岛旅游、自驾车旅居车旅游、体育旅游、森林旅游、康养旅游等产品数据来源：公开资料整理

2015-2020年我国养生旅游行业市场规模及预测情况 数据来源：公开资料整理

一、供应商的议价能力

供方主要通过提高投入要素价格和降低产品质量的方式来影响行业中现有企业的盈利能力与产品竞争力，供方力量的强弱主要取决于他们所提供给买主投入要素的重要性。目前，我国养生旅游行业的供应商是旅行社，其提供旅游产品的包括各大景区、合作酒店以及交通公司等。旅行社在组织旅游活动过程中最为重要的是解决景区门票以及酒店住宿等问题，这类旅游产品需要进行大规模团购，由于景区门票的供应商比较固定且拥有价格制定的主动权，所以旅行社在景区门票方面议价能力较差；而各景区酒店、餐馆以及交通公司较多，旅行社选择范围比较广，所以议价能力较强。总体来看，我国养生旅游行业供应商的议价能力处于中等。

2015-2020年Q1我国旅行社数量统计情况 数据来源：文旅部

二、购买者的议价能力

购买者主要通过其压价与要求提供较高的产品或服务能力的能力，来影响行业中现有企业的盈利能力。我国养生旅游行业购买者主要是老年人和中青年人群体。对于老年人的议价能力主要体现在以下几个方面：

我国老年人养生旅游行业议价情况 数据来源：公开资料整理

中青年市场中的高端群体的经济实力雄厚，满足促成旅游动机的第一点：足够的个人可支配收入。由于其教育程度一般较高，对养生旅游的设施服务等各方面的要求较高。然而，中年群体正是事业如日中天的时候，闲暇时间相对少很多，所以其议价能力中等偏强。

三、新进入者的威胁

新进入者在给行业带来新活力的同时，可能会与现有企业存在原材料与市场份额的竞争，最终导致行业中现有企业盈利水平降低，行业竞争更加激烈。中国医疗旅游在我国旅游行业中还是一个不被人熟知的“冷门”，在国际上更是鲜为人知，但在医疗保健旅游方面，我国的优势明显。

我国医疗保健旅游的优势 数据来源：公开资料整理

由此可见，我国发展医疗保健旅游潜力较大，是养生旅游市场潜在竞争对手。不过，

与医疗保健旅游相比，养生旅游涵盖更广，是与养生文化与养生产业密切结合的双向发展模式，比起医疗保健旅游，发展势头更加良好。

医疗保健旅游与养生旅游的对比分析

类型

医疗保健旅游

养生旅游

侧重点

卫生的结果、补救和被动治疗

卫生的源头、过程和主动预防

旅游者

老年人和外国人市场

一切对延年益寿,预防疾病等方面有需求的人们

旅游资源

以医疗护理、疾病与健康、康复与修养为主题

涵盖医疗保健旅游

旅游业

医疗卫生产业作为依托,是单向的支撑关系

与养生文化、养生产业密切关联,并双向相互支持,共同发展数据来源：公开资料整理

四、替代品的威胁

目前，养生旅游的替代产品主要是生态旅游产品。根据世界旅游组织相关资料显示，在全球旅游人数中，有1/6的游客要到森林等原始环境中进行生态旅游。而我国历史文化源远流长，生态旅游资源丰富，在人文历史旅游资源开发的基础上，已形成自身独具特色的生态旅游业。据不完全统计，我国自然保护区年旅游人数约2500万人，年旅游收入约5.2亿元人民币。随着以环保为核心的低碳时代的到来，为生态旅游业带来了新的发展机遇。因此，我国养生旅游行业替代品的威胁较大。

我国生态旅游与养生旅游对比情况

类型

生态旅游

养生旅游

旅游者

比一般旅游者年龄大,男女比重相当，受教育程度一般较高

老中青各年龄层，女性比男性比重稍大,受教育程度一般较高

旅游动机

亲近大自然,去野性的、受人类干扰较小的原生自然区进行体验式的旅游

延年益寿、强身健体、修身养性等关注自身身体健康的各方面的需求

旅游资源

自然生态资源(森林公园和自然保护区等原始环境)和人文生态资源

科学的养生生态环境和浓厚的文化氛围

旅游业

追求在旅游活动中保护环境，走可持续发展道路

着眼于长远利益，走的也是可持续发展道路数据来源：公开资料整理

基于以上对养生旅游和生态旅游的分析比较，可以得出在旅游资源和旅游业这两方面，尽管两种新式的旅游方式有其相似之处，但在旅游者的特点及动机方面的主要区别，使养生旅游虽然目前刚开始兴起，但未来的发展空间更广阔。

五、同业竞争者的竞争程度

养生旅游现有的竞争者就是传统旅游。传统旅游多以观光和度假产品为主，然而，现在传统旅游由于产品类型单一，开发缺乏整体规划等原因正面临着生态旅游、养生旅游等新兴旅游方式的挑战。

传统旅游产品的主要特点 数据来源：公开资料整理

养生旅游与传统旅游的对比分析

类型

传统旅游

养生旅游

旅游动机

欣赏景观

身心疗养

旅游资源

要求严格，质量高

要求相对宽松，内涵丰富，认可度高

旅游业

追求利润最大化，短期行为明显

着眼于长远利益，走可持续发展道路数据来源：公开资料整理

基于以上的分析，可以看出人们的需求发生了较大的改变，不再仅仅局限于“大饱眼福”，更多追求的是心灵的享受，因此养生旅游具有更广阔的市场空间。（WYD）

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国养生旅游市场分析报告-行业深度分析与投资前景预测》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。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，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观

到微观等多个角度进行市场调研分析。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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养生旅游交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国养生旅游行业发展概述

第一节 养生旅游行业发展情况概述

- 一、养生旅游行业相关定义
- 二、养生旅游行业基本情况介绍
- 三、养生旅游行业发展特点分析
- 四、养生旅游行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、养生旅游行业需求主体分析

第二节 中国养生旅游行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、养生旅游行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制

3、竞争协调机制

四、中国养生旅游行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国养生旅游行业生命周期分析

一、养生旅游行业生命周期理论概述

二、养生旅游行业所属的生命周期分析

第四节 养生旅游行业经济指标分析

一、养生旅游行业的赢利性分析

二、养生旅游行业的经济周期分析

三、养生旅游行业附加值的提升空间分析

第五节 中国养生旅游行业进入壁垒分析

一、养生旅游行业资金壁垒分析

二、养生旅游行业技术壁垒分析

三、养生旅游行业人才壁垒分析

四、养生旅游行业品牌壁垒分析

五、养生旅游行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球养生旅游行业市场发展现状分析

第一节 全球养生旅游行业发展历程回顾

第二节 全球养生旅游行业市场区域分布情况

第三节 亚洲养生旅游行业地区市场分析

一、亚洲养生旅游行业市场现状分析

二、亚洲养生旅游行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲养生旅游行业市场前景分析

第四节 北美养生旅游行业地区市场分析

一、北美养生旅游行业市场现状分析

二、北美养生旅游行业市场规模与市场需求分析

三、北美养生旅游行业市场前景分析

第五节 欧洲养生旅游行业地区市场分析

一、欧洲养生旅游行业市场现状分析

二、欧洲养生旅游行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲养生旅游行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界养生旅游行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球养生旅游行业市场规模预测

第三章 中国养生旅游产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品养生旅游总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国养生旅游行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国养生旅游产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国养生旅游行业运行情况

第一节 中国养生旅游行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国养生旅游行业市场规模分析

第三节 中国养生旅游行业供应情况分析

第四节 中国养生旅游行业需求情况分析

第五节 我国养生旅游行业细分市场分析

- 一、细分市场一
- 二、细分市场二
- 三、其它细分市场

第六节 中国养生旅游行业供需平衡分析

第七节 中国养生旅游行业发展趋势分析

第五章 中国养生旅游所属行业运行数据监测

第一节 中国养生旅游所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国养生旅游所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国养生旅游所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国养生旅游市场格局分析

第一节 中国养生旅游行业竞争现状分析

一、中国养生旅游行业竞争情况分析

二、中国养生旅游行业主要品牌分析

第二节 中国养生旅游行业集中度分析

一、中国养生旅游行业市场集中度影响因素分析

二、中国养生旅游行业市场集中度分析

第三节 中国养生旅游行业存在的问题

第四节 中国养生旅游行业解决问题的策略分析

第五节 中国养生旅游行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国养生旅游行业需求特点与动态分析

第一节 中国养生旅游行业消费市场动态情况

第二节 中国养生旅游行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 养生旅游行业成本结构分析

第四节 养生旅游行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国养生旅游行业价格现状分析

第六节 中国养生旅游行业平均价格走势预测

一、中国养生旅游行业价格影响因素

二、中国养生旅游行业平均价格走势预测

三、中国养生旅游行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国养生旅游行业区域市场现状分析

第一节 中国养生旅游行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区养生旅游市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区养生旅游市场规模分析

四、华东地区养生旅游市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区养生旅游市场规模分析

四、华中地区养生旅游市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区养生旅游市场规模分析

四、华南地区养生旅游市场规模预测

第九章 2017-2020年中国养生旅游行业竞争情况

第一节 中国养生旅游行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国养生旅游行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国养生旅游行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 养生旅游行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国养生旅游行业发展前景分析与预测

第一节 中国养生旅游行业未来发展前景分析

一、养生旅游行业国内投资环境分析

二、中国养生旅游行业市场机会分析

三、中国养生旅游行业投资增速预测

第二节 中国养生旅游行业未来发展趋势预测

第三节 中国养生旅游行业市场发展预测

一、中国养生旅游行业市场规模预测

二、中国养生旅游行业市场规模增速预测

三、中国养生旅游行业产值规模预测

四、中国养生旅游行业产值增速预测

五、中国养生旅游行业供需情况预测

第四节 中国养生旅游行业盈利走势预测

一、中国养生旅游行业毛利润同比增速预测

二、中国养生旅游行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国养生旅游行业投资风险与营销分析

第一节 养生旅游行业投资风险分析

一、养生旅游行业政策风险分析

二、养生旅游行业技术风险分析

三、养生旅游行业竞争风险分析

四、养生旅游行业其他风险分析

第二节 养生旅游行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国养生旅游行业发展战略及规划建议

第一节 中国养生旅游行业品牌战略分析

- 一、养生旅游企业品牌的重要性
- 二、养生旅游企业实施品牌战略的意义
- 三、养生旅游企业品牌的现状分析
- 四、养生旅游企业的品牌战略
- 五、养生旅游品牌战略管理的策略

第二节 中国养生旅游行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国养生旅游行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第四节 养生旅游行业竞争力提升策略

- 一、养生旅游行业产品差异性策略
- 二、养生旅游行业个性化服务策略
- 三、养生旅游行业的促销宣传策略
- 四、养生旅游行业信息智能化策略
- 五、养生旅游行业品牌化建设策略
- 六、养生旅游行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国养生旅游行业发展策略及投资建议

第一节 中国养生旅游行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国养生旅游行业营销渠道策略

一、养生旅游行业渠道选择策略

二、养生旅游行业营销策略

第三节 中国养生旅游行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国养生旅游行业重点投资区域分析

二、中国养生旅游行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/536301536301.html>