

2018年中国医疗旅游市场分析报告- 行业深度分析与发展趋势预测

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《2018年中国医疗旅游市场分析报告-行业深度分析与发展趋势预测》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/lyyou/339653339653.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

医疗旅游观光产业是在接受医疗服务的同时在国外旅游的新兴产业。医疗旅游观光需求的增加，将促进医疗服务业和旅游产业的相结合，并促进医疗旅游产业的发展。医疗旅游业最代表性的国家是新加坡、泰国、韩国。以泰国为例，40%以上游客是医疗游客，2012年约有240万人，赚取46亿美元以上的收入，医疗美容的收入每年以10%的速度增长。泰国商务部和旅游局大力支持和宣传旅游与医疗服务相结合的医疗观光旅游产品。McKinsey 报告显示，世界医疗旅游业规模从2004年的400亿美元增加到 2012年的1 000亿美元。McKinsey报告还指出，世界医疗游客数量从2005年的1 900万人增加到2010年的4 000万人。

图表：医疗旅游

图表来源：公开资料整理

一、医疗旅游的背景及概念类型

医疗旅游的历史可以追溯到几千年前，古希腊超生者和病人们从地中海周边各地聚集到位于埃及道鲁斯的医神爱斯累普的圣殿里。在罗马人统治时期的英国，病人们从神殿里的温泉中取泉水喝，这种行为一直延伸到20世纪末。从18世纪开始，富有的欧洲人从德国旅行到尼罗河的温泉疗养，这些都是医疗旅游的例子。20世纪，美国等西方发达国家的公民因本国医疗费昂贵，手术排期时间长，从而选择去价格低，并具有优秀医疗水平的亚洲国家医疗旅行。亚洲国家还有舒适的医疗和疗养的环境，因而成为医疗旅游的新目的地。

每个国家和机构的医疗旅游概念都各不相同，但都离不开 Global Healthcare的概念。医疗旅游是指，凭借尖端医疗设备和技術吸引患者的同时，提供修养和休闲文化等的旅游。患者在医疗旅游的时候，一般会选择医疗水平高且医疗费用低的国家。

世界旅游组织将医疗旅游定义为医疗护理、康复和修养为主体的旅游服务。其中，狭义的医疗旅游是指，一切有利于游客健康的旅游活动，旨在提供旅游保健、预防疾病、急救护理、康复、美容以及疗养等服务的同时，让旅游者亲近大自然、开拓眼界、强身健体、愉悦身心。广义的医疗旅游是指，一种可持续的旅游发展理念，强调通过旅游发展，在满足游客身心健康的同时，促进医疗旅游的自然环境、社会环境的改善和居民身心健康。从定义来看，医疗旅游是以医疗管理、疾病和健康、康复治疗以及抚慰心灵为目的的旅游。

中国专家对医疗旅游的研究也很活跃。李楠指出，医疗旅游也被称作观光医疗，是将旅游和医疗、疗养结合起来的一种新的旅游模式，旅游者可根据自己的病情和医生的建议，选择最佳的旅游目的地，在旅游的同时进行休养和治疗。学者专家们对医疗旅游的概念众说纷纭，但都离不开“医疗”和“旅游”这两个高附加值产业。

医疗旅游大体可以分为3大类型：医疗集群、医疗旅游产品和医疗旅游产业。

首先，医疗集群可分为生物集群、开发新药和医疗机械、创新型研究医院、医疗旅游复合社区、健康文化集群和枢纽型医疗社区的6个部分。其中与医疗旅游产业有直接关系的项目是，医疗旅游符合社区和健康文化集团，这些领域已经实现商用化。

第二，医疗旅游产品包括疾病治疗旅游产品、美容整形医院旅游产品、休闲医疗旅游产品和传统医疗旅游产品。

第三，医疗旅游产业的类型可分为教育研究开发类型、重病治疗类型、选择治疗类型和复合型。其中，教育研究开发类型是从产业观光资源角度出发的医疗旅游。

二、中国医疗旅游业的现状

在世界范围内，医疗旅游人数也呈上升趋势，每年已超过数百万人次，并由此催热了新的消费模式。美国斯坦福研究机构发布的调研数据显示，全球医疗旅游增速是旅游业增速的两倍，已成长为全球增长最快的一个新产业。预计2017年全球医疗旅游的收入将达到6785亿美元，占世界旅游总收入的16%。另据世界卫生组织预测，到2022年，旅游业将占到全球GDP的11%，医疗健康产业将占到12%。

中国旅游资源非常丰富，特别是中医药领域拥有传统技术和广阔市场，中国在发展医疗旅游业方面具有独特优势。通过跨境合作，各国能从中国寻找到商机，中国医疗旅游业也必将迎来快速发展的新时期。2013年，海南乐城成了中国第一个医疗旅游先行先试区；2015年，江苏常州成了国务院特批的医疗旅游先行先试区；2016年，江西上饶也成了国务院特批的医疗旅游先行先试区。医疗旅游在迅速发展的同时，也存在着问题，整理如下。

第一，医疗旅游体系的不规范化。医疗旅游是关系人们身体健康乃至生命的旅游，完善和细化相关法律法规，既可以规范医疗旅游行业的发展，又可以保障医疗旅游者的相关权利。目前我国医疗旅游市场缺乏相应的法律、法规的约束，相关行业监管力度不够，部分未取得相关资格的医疗机构和个人在经济利益的驱使下，扰乱市场，引发恶性竞争，从而给中国医疗旅游市场带来种种负面影响。我国应制定相关法律法规，出台相关管理政策，医疗旅游相关部门间联手协作，共同维护行业内的公平竞争，加强交流与合作，加大部门监管力度，为医疗旅游行业的顺利开展创造良好的市场氛围。

第二，尚未打造医疗旅游品牌形象。独特的医疗旅游产品是关键因素，我国医疗旅游目前还处于起步阶段，欠缺的是医疗旅游品牌形象。全球医疗旅游发达国家和地区，特色品牌突出。如匈牙利的牙科医疗服务、瑞士的运动康复和心血管手术、韩国的整容整形等都具有本国的特色医疗旅游品牌。我国拥有悠久的医药历史和文化，但从医疗旅游方面来说，还未形成良好的品牌效应，医疗旅游产品也并不丰富，从而制约了中国医疗旅游的发展，影响了该行业的国际吸引力。针对此问题，我国医疗旅游行业应突出特色，打造品牌。结合中国特色，充分开发宣传我国特有的中医针灸、推拿、刮痧等医疗旅游资源，研发系列医疗旅游产品，形成有特色的中国医疗旅游产品体系。确定主题后，后期的品牌建设、品牌管理也应该紧紧跟上。

第三，医疗旅游环境有待完善。医疗旅游行业作为一个新型融合产业目前存在很多管理盲区，如从业人员业务水平问题、游客语言文化问题等诸多方面。我国需要提高医疗专业型人才及“医疗+旅游”的复合型人才的培养水平，从而提升医疗旅游服务人员的专业技能和

服务水平，进而提供更好的医疗旅游产品。与此同时，医疗旅游服务设备、环境等方面也需要不断改进。在大力引进和学习国内外先进技术和设备的同时，加强对医疗文化的关注，从而实现医疗旅游的最终目的，即提供优质的医疗服务，使医疗旅游者的心身得到治疗和满足，真正实现“医疗中旅游，旅游中医疗”。

三、中国医疗旅游业的发展对策

通过世界医疗旅游产业的状况调查可知，医疗旅游产业已经是世界各国的主要增长动力。但与其他医疗旅游大国相比，我国的医疗旅游产业还处于起步阶段。为了吸引更多的游客，我国应从政府的角色、医疗和旅游机构的角色提出以下医疗旅游发展战略。

首先，政府应从政策方面提供优惠，即签证发行过程的简化和法律法规的改善。其次，为国外顾客提供远程治疗系统。患者接受医疗服务以后最担心的事情之一就是手术后的管理。政府和有关机构应高度重视解决患者回国后发生的售后管理及副作用等相关问题。最后，政府还应该提高医疗旅游形象，建立以政府为代表的“医疗旅游中心”。医疗旅游中心需要扮演的重要角色就是解决医疗纠纷和提高医疗旅游形象。

医疗和旅游机构需要扩大服务范围、扩充医疗基础设施以及优秀的人才。吸引外国患者的同时最重要的部分就是语言沟通问题，医疗机构应该培养专门的翻译人员，提供优秀的医疗服务，并开设医疗旅游专家和医疗旅游翻译等相关课程。另外，根据地区特点开展有针对性的医疗旅游项目，如海南地区自然风光优美，应营销享受自然环境且休息的疗养服务。

资料来源：公开资料，观研天下整理，转载请注明出处

观研天下发布的《2018年中国医疗旅游市场分析报告-行业深度分析与发展趋势预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。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 2016-2018年中国医疗旅游行业发展概述

第一节 医疗旅游 行业发展情况概述

- 一、医疗旅游 行业相关定义
- 二、医疗旅游 行业基本情况介绍
- 三、医疗旅游 行业发展特点分析

第二节 中国医疗旅游 行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、医疗旅游 行业产业链条分析
- 三、中国医疗旅游 行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国医疗旅游 行业生命周期分析

- 一、医疗旅游 行业生命周期理论概述
- 二、医疗旅游 行业所属的生命周期分析

第四节 医疗旅游 行业经济指标分析

- 一、医疗旅游 行业的赢利性分析
- 二、医疗旅游 行业的经济周期分析
- 三、医疗旅游 行业附加值的提升空间分析

第五节 国中医疗旅游 行业进入壁垒分析

- 一、医疗旅游 行业资金壁垒分析
- 二、医疗旅游 行业技术壁垒分析
- 三、医疗旅游 行业人才壁垒分析
- 四、医疗旅游 行业品牌壁垒分析
- 五、医疗旅游 行业其他壁垒分析

第二章 2016-2018年全球医疗旅游 行业市场发展现状分析

第一节 全球医疗旅游 行业发展历程回顾

第二节 全球医疗旅游 行业市场区域分布情况

第三节 亚洲医疗旅游 行业地区市场分析

- 一、亚洲医疗旅游 行业市场现状分析
- 二、亚洲医疗旅游 行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲医疗旅游 行业市场前景分析

第四节 北美医疗旅游 行业地区市场分析

- 一、北美医疗旅游 行业市场现状分析

二、北美医疗旅游 行业市场规模与市场需求分析

三、北美医疗旅游 行业市场前景分析

第五节 欧盟医疗旅游 行业地区市场分析

一、欧盟医疗旅游 行业市场现状分析

二、欧盟医疗旅游 行业市场规模与市场需求分析

三、欧盟医疗旅游 行业市场前景分析

第六节 2018-2024年世界医疗旅游 行业分布走势预测

第七节 2018-2024年全球医疗旅游 行业市场规模预测

第三章 中国医疗旅游 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、全社会消费品医疗旅游 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 中国医疗旅游 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 中国医疗旅游 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 中国医疗旅游 行业运行情况

第一节 中国医疗旅游 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 中国医疗旅游 行业市场规模分析

第三节 中国医疗旅游 行业供应情况分析

第四节 中国医疗旅游 行业需求情况分析

第五节 中国医疗旅游 行业供需平衡分析

第六节 中国医疗旅游 行业发展趋势分析

第五章 中国医疗旅游 所属行业运行数据监测

第一节 中国医疗旅游 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 中国医疗旅游 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 中国医疗旅游 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 2016-2018年中国医疗旅游 市场格局分析

第一节 中国医疗旅游 行业竞争现状分析

一、中国医疗旅游 行业竞争情况分析

二、中国医疗旅游 行业主要品牌分析

第二节 中国医疗旅游 行业集中度分析

一、中国医疗旅游 行业市场集中度分析

二、中国医疗旅游 行业企业集中度分析

第三节 中国医疗旅游 行业存在的问题

第四节 中国医疗旅游 行业解决问题的策略分析

第五节 中国医疗旅游 行业竞争力分析

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 2016-2018年中国医疗旅游 行业需求特点与价格走势分析

第一节 中国医疗旅游 行业消费特点

第二节 中国医疗旅游 行业消费偏好分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 医疗旅游 行业成本分析

第四节 医疗旅游 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 中国医疗旅游 行业价格现状分析

第六节 中国医疗旅游 行业平均价格走势预测

一、中国医疗旅游 行业价格影响因素

二、中国医疗旅游 行业平均价格走势预测

三、中国医疗旅游 行业平均价格增速预测

第八章 2016-2018年中国医疗旅游 行业区域市场现状分析

第一节 中国医疗旅游 行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地医疗旅游 市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区医疗旅游 市场规模分析

四、华东地区医疗旅游 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、华中地区医疗旅游 市场规模分析

四、华中地区医疗旅游 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、华南地区医疗旅游 市场规模分析

第九章 2016-2018年中国医疗旅游 行业竞争情况

第一节 中国医疗旅游 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 中国医疗旅游 行业SWOT分析

一、行业优势分析

二、行业劣势分析

三、行业机会分析

四、行业威胁分析

第三节 中国医疗旅游 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 医疗旅游 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

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

第三节 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

第四节 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

第五节 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

第十一章 2018-2024年中国医疗旅游 行业发展前景分析与预测

第一节中国医疗旅游 行业未来发展前景分析

一、医疗旅游 行业国内投资环境分析

二、中国医疗旅游 行业市场机会分析

三、中国医疗旅游 行业投资增速预测

第二节中国医疗旅游 行业未来发展趋势预测

第三节中国医疗旅游 行业市场发展预测

- 一、中国医疗旅游 行业市场规模预测
- 二、中国医疗旅游 行业市场规模增速预测
- 三、中国医疗旅游 行业产值规模预测
- 四、中国医疗旅游 行业产值增速预测
- 五、中国医疗旅游 行业供需情况预测

第四节中国医疗旅游 行业盈利走势预测

- 一、中国医疗旅游 行业毛利润同比增速预测
- 二、中国医疗旅游 行业利润总额同比增速预测

第十二章 2018-2024年中国医疗旅游 行业投资风险与营销分析

第一节 医疗旅游 行业投资风险分析

- 一、医疗旅游 行业政策风险分析
- 二、医疗旅游 行业技术风险分析
- 三、医疗旅游 行业竞争风险分析
- 四、医疗旅游 行业其他风险分析

第二节 医疗旅游 行业企业经营发展分析及建议

- 一、医疗旅游 行业经营模式
- 二、医疗旅游 行业销售模式
- 三、医疗旅游 行业创新方向

第三节 医疗旅游 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2018-2024年中国医疗旅游 行业发展策略及投资建议

第一节 中国医疗旅游 行业品牌战略分析

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

第二节中国医疗旅游 行业市场的重点客户战略实施

- 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 中国医疗旅游 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

第十四章 2018-2024年中国医疗旅游 行业发展策略及投资建议

第一节中国医疗旅游 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 中国医疗旅游 行业定价策略分析

第三节中国医疗旅游 行业营销渠道策略

一、医疗旅游 行业渠道选择策略

二、医疗旅游 行业营销策略

第四节中国医疗旅游 行业价格策略

第五节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国医疗旅游 行业重点投资区域分析

二、中国医疗旅游 行业重点投资产品分析

图表详见正文（GYJPZQ）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/lyyou/339653339653.html>