

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>