

# 2011-2015年中国健康养生 行业市场分析与投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2011-2015年中国健康养生行业市场分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/baojian1011/6038271XK4.html>

【报告价格】纸介版6800元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2010-11-02

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

## 报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国健康养生行业市场分析与投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了养生产业相关概述、中国健康养生产业运行环境等，接着分析了中国健康养生市场运营的现状，然后介绍了中国健康养生服务市场分析、中国健康养生行业消费市场分析。随后，报告对中国健康养生做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国健康养生产业发展趋势与投资预测。您若想对健康养生产业有个系统的了解或者想投资健康养生行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

传统行业进入微利时代，竞争日趋白日化，举步维艰，而随着城市经济的高速发展和市民生活水平的持续提高，越来越多的人开始关注健康，注重身体的保健。随着时代的变化，人们更渴望的是一种时尚、高雅、健康、享受的消费形式。

健康产业、健康及养生保健美容相关产业将从以往的第三、第四产业上升为全球第一大产业，健康产业是无烟产业、健康产业是绿色环保产业，健康及养生保健美容相关产业是现代服务业，中医产业是有自主知识产权的现代服务业，中医药产业是有自主知识产权的现代服务业，足疗保健、本草熏蒸、汗蒸房、岩盘浴、SPA水疗等无疑是现代服务业的代表。

## 目录

### 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 8

##### 一、中国养生行业的发展现状 8

##### 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 13

##### 一、健康养生产业对社会发展影响 13

##### 二、养生产业助力城市竞争力全面发展 13

### 第二章 2010年中国健康产业概况分析 16

第一节 健康产业概述	16
一、健康产业	16
二、中国健康产业发展现状	16
三、老年健康产业将占据主导地位	17
第二节 2010年中国健康产业发展分析	17
一、国内外健康产业的现状	17
二、营养保健将迎来巨大发展空间	18
三、健身娱乐成为健康产业新亮点	19
四、中国健康产业的出路分析	19
五、健康产业形势与需求	20
六、中医药健康产业发展的基础	21
七、健康产业发展	22
八、发展健康产业，促进产业升	24
第三节 2010年中国健康产业发展问题分析	25
一、目前健康产业存在的主要问题	25
二、中国健康产业存在的问题及对策	26
三、中国健康产业品牌营销	27
第四节 2010年中国健康产业投资分析	31
一、中国健康产业具备长期投资价值	31
二、中国健康产业的发展机会	32
三、中国医疗健康产业投资分析	34
四、健康产业或成国内外风投新宠	35
五、健康产业投资风险分析	37
第三章 2010年中国健康养生产业运行环境分析	39
第一节 2010年中国宏观经济环境分析	39
一、GDP历史变动轨迹分析	39
二、固定资产投资历史变动轨迹分析	42
三、2011年中国宏观经济发展预测分析	43
第二节 2010年中国健康养生产业政策环境及影响分析	47
一、提升创新中药研发水平促进产业化发展	47
二、健康养生指定产品贴标流程	49
三、医疗技术临床应用管理办法	53

四、保健食品中防腐剂限量卫生标准	64
五、保健食品命名规定	64
六、国家规定要严厉打击假劣保健品	66
七、国家对保健品宣传的规定	66
八、保健与养生将首次纳入中医药产业规划	67
第三节 2010年中国健康养生社会环境分析	69
一、中国饮食结构及生活压力	69
二、中国人口健康状况及亚健康人群所占比重	72
三、中国人口老龄化进程	75
第四章 2010年中国健康养生关联产业环境分析	79
第一节 2010年中国医疗卫生业发展及影响分析	79
一、中国农村医疗卫生状况	79
二、中国医疗卫生资源的分配情况	80
三、中国医疗卫生资源配置地区差异	80
四、医疗改革成效	84
第二节 2010年中国医疗费用分析	85
一、医疗服务价格变化趋势	85
二、医疗费用高主要表现	86
三、医疗费用上涨原因	87
四、降低医疗费用建议措施	88
第三节 2010年中国医疗保障制度分析	89
一、当前医疗系统分析	89
二、中国医疗保障覆盖情况	91
三、中国基本医疗保险制度的主要政策	91
四、中国医疗保障制度存在的主要问题	95
五、医疗保险业现状和主要问题	96
第五章 2010年中国保健产业整体运行态势分析	100
第一节 2010年中国保健产业运行概况	100
一、中国保健产业现状与趋势分析	100
二、中国保健产业国际化进程分析	101
三、保健产业将成“第五财富”	103
四、2010年中国保健产业产值及年均增速率分析	104

五、中国保健产业的发展面临的困难	105
第二节 2010年中国中医保健产业发展分析	105
一、传统中医药与保健服务产业发展研讨会聚焦	105
二、中医药保健产业成为我国经济新增长点	106
三、中医养生业整肃风暴即来临	106
四、中医保健技术标准年内出台	109
五、探讨中医养生乱象	109
六、加快发展中医保健服务产业措施分析	113
第六章 2010年中国健康养生市场运营态势分析	116
第一节 2010年中国健康养生市场分析	116
一、养生市场分析	116
二、我国中医保健市场现状分析	117
三、中医中药保健品市场前景分析	118
四、中国药膳产品将走向国际市场	119
五、中医养生存在问题	120
六、养生保健市场亟待规范	121
第二节 2010年中国健康养生市场供需分析	122
一、健康养生需求拉动未来新商机	122
二、社会中存在巨大的中医养生需求	132
三、亚健康催生巨大中医养生需求	132
四、中医养生服务需求水涨船高	133
五、保健行业保健品的市场需求分析	135
第三节 2010年中国健康养生产品市场分析	139
一、中国保健品行业健康发展情况分析	139
二、保健食品市场面临的问题分析	141
三、2010年医疗保健用品价格指数分析	142
第四节 2010年中国健康养生基地建设情况分析	143
一、全国高科技健康养生产业示范基地	143
二、中国健康产业新高地	143
三、国际健康养生休闲文化名区	144
四、养生之都	147
第七章 2010年中国健康养生服务市场分析	148

第一节 2010年中国中医保健服务分析	148
一、中医保健服务发展状况	148
二、中医保健服务体系	149
三、发展中医保健服务的建议	150
四、构建中医保健服务体系的目标	151
第二节 2010年中国健康养生度假旅游	153
一、养生如何与乡村相结合	153
二、健康养生度假的资源基础	153
三、健康养生度假旅游市场分析	154
四、健康养生度假旅游产品类型	154
五、健康养生度假产品的特点	156
六、如何开发健康养生度假旅游产品	157
七、健康养生度假开发类型	158
八、国内养生文化游的现存问题及对策研究	159
第八章 2010年中国健康养生行业消费市场分析	164
第一节 2010年中国健康养生消费者心理分析	164
第二节 2010年中国健康养生消费决策分析	164
第三节 2010年中国健康养生消费特点描述	166
第四节 2010年中国健康养生消费呈现新亮点	167
一、个性化趋势	167
二、中医理疗倍受信赖	167
三、成效缘于体验先行	168
第五节 2010年健康养生市场消费需求分析	168
一、健康养生市场的消费需求变化	168
二、健康养生行业的需求情况分析	169
三、2010年健康养生品牌市场消费需求分析	170
第六节 2010年健康养生消费市场状况分析	170
一、健康养生消费者分析	170
二、健康养生调整消费结构	171
三、健康养生消费者市场特点	171
四、健康养生消费行为特点	173
第九章 2010年中国养生会馆市场运行分析	174

第一节 养生馆	174
一、养生的途径	174
二、养生馆服务项目	174
三、养生馆的发展	175
第二节 2010年中国养生会馆品牌发展分析	175
一、家庭式养生馆 品牌和特色很重要	175
二、养生馆品牌化运作的意义和功能	176
第三节 2010年中国养生馆市场和现状	177
第四节 2010年中国养生保健场所经营业态	177
一、中国养生保健场所经营特色	177
二、大型养生保健企业多途径快速扩大规模	177
三、而小型且没有经营特色的养生保健企业将在激烈的市场竞争中被逐步淘汰	178
四、养生保健场所连锁经营业态	178
五、养生保健场所经营面临壁垒	179
第十章 2010年中国市场养生会馆品牌企业运营分析	180
第一节 珍草萃	180
第二节 北京美丝养生馆	180
第三节 玉施莲-韩国汗蒸养生馆品牌	180
第四节 中脉在全国开了千家新生态养生馆	181
第五节 三生御坊堂养生馆	181
第十一章 2010年中国健康养生优势企业竞争力分析	183
第一节 哈药集团	183
一、企业基本概述	183
二、企业发展历程	187
三、企业经营模式	189
四、企业发展优势	190
第二节 新时代健康产业有限公司	191
一、企业基本概述	191
二、企业发展历程	193
三、企业经营模式	194
四、企业发展优势	194
第三节 江苏鱼跃医疗设备股份有限公司	194



一、企业基本概述	194
二、企业发展历程	195
三、企业经营范围	195
四、企业经营状况分析	196
第四节 通策医疗投资股份有限公司	199
一、企业基本概述	199
二、企业经营范围	199
三、2010年企业经营分析	199
第五节 协和医院	203
一、华中科技大学同济医学院附属协和医院	203
二、北京协和医院	203
三、福建医科大学附属协和医院	203
第十二章 2011-2015年中国健康养生产业发展趋势与投资预测分析	205
第一节 2011-2015年中国健康养生前景预测	205
一、健康养生前景广阔及发展空间预测	205
二、健康养生产业增长速度预测分析	205
三、我国健康产业市场盈利预测分析	205
第二节 2011-2015年中国健康养生产业发展方向	206
一、御道养生文化	206
二、健康养生产业未来的发展特点	208
三、养生产业正作为一项极具潜力的朝阳产业迅速崛起	208
第三节 2011-2015年中国健康养生发展趋势	208
一、养生的发展趋势	208
二、养生馆未来发展趋势	209
三、保健产业发展趋势	210
四、健康产业发展趋势	210
五、健康管理发展趋势	211
六、中国医院专科化将成发展趋势	213
第四节 2010年中国健康养生产业投资概况	214
一、健康养生市场投资环境利好	214
二、健康养生投资特性分析	214
三、中国传统的中医健康养生理念，造就了健康养生服务发展优势	215

第五节 2011-2015年中国健康养生投资机会分析 216

第六节 2011-2015年中国健康养生投资风险分析 216

第七节 专家投资建议 217

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年上半年国内生产总值

图表：2005-2010年上半年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年上半年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年上半年国家外汇储备

图表：2005-2010年上半年财政收入

图表：2005-2010年上半年全社会固定资产投资

图表：2010年上半年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年上半年固定资产投资新增主要生产能力

图表：哈药集团主要经济指标走势图

图表：哈药集团经营收入走势图

图表：哈药集团盈利指标走势图

图表：哈药集团负债情况图

图表：哈药集团负债指标走势图

图表：哈药集团运营能力指标走势图

图表：哈药集团成长能力指标走势图

图表：江苏鱼跃医疗设备股份有限公司主要经济指标走势图

图表：江苏鱼跃医疗设备股份有限公司经营收入走势图

图表：江苏鱼跃医疗设备股份有限公司盈利指标走势图

图表：江苏鱼跃医疗设备股份有限公司负债情况图

图表：江苏鱼跃医疗设备股份有限公司负债指标走势图

图表：江苏鱼跃医疗设备股份有限公司运营能力指标走势图

图表：江苏鱼跃医疗设备股份有限公司成长能力指标走势图

图表：通策医疗投资股份有限公司主要经济指标走势图

图表：通策医疗投资股份有限公司经营收入走势图

图表：通策医疗投资股份有限公司盈利指标走势图

图表：通策医疗投资股份有限公司负债情况图

图表：通策医疗投资股份有限公司负债指标走势图

图表：通策医疗投资股份有限公司运营能力指标走势图

图表：通策医疗投资股份有限公司成长能力指标走势图

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/baojian1011/6038271XK4.html>