

# 2017-2022年中国温泉度假 旅游市场研究与市场需求预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2017-2022年中国温泉度假旅游市场研究与市场需求预测报告》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.abaogao.com/b/lyyou/D04382SSNV.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

温泉旅游最早出现于中世纪的英国，当时在英国的一些达官贵人中兴起了健康旅游时尚，由于英国的气候阴翳，得皮肤病和关节炎的人较多，所以一些有钱人纷纷前往洗温泉浴，一些医生也撰文指出，温泉沐浴对皮肤病有很好的疗效，同时还具有很好的保健作用。

我国的温泉种类较多，分布较广。从地域分布来看，以亚热带和暖温带的温泉居多；从温泉的成分来区别，有硫质温泉和非硫质温泉；从水温来说，30—40℃的冷温泉，41℃以上的为热温泉。

温泉疗养的市场主体，是40岁以上的中老年人。从温泉旅游的组织性来说。温泉旅游以家庭组织、单位组织居多，通过旅行社组织的微不足道。从旅游的季节性来说，温泉的旺季往往是在冬季，与观光旅游的季节相错。从温泉旅游的方式来说，温泉旅游以保健、慢性病治疗、休闲、疗养为主。

温泉旅游资源主要有两方面的旅游吸引力，一是以温泉洗浴为主体的水中活动，它对旅游者的号召力是温泉带来健康，温泉洗浴是治疗慢性病的良方。但温泉洗浴对年轻人来说，确实比较烦躁，一来年轻人慢性病较少，二来年轻人很难静下心来在水中浸泡。同时，温泉洗浴还有一个季节性的问题，即它以冬季度假为主。在亚热带地区，温泉在冬季也可以设计为露天式，而在暖温带地区，冬季是比较寒冷的，因此温泉多设在室内。而年轻人大多喜爱户外活动，室内温泉就更难适应年轻人的需要。所以温泉度假，不能仅仅理解为就是去泡温泉，要将温泉作为水体运动来看待，让旅游者在水中运动的同时享受到温泉疗养的作用。

温泉旅游第二个方面的吸引力，体现在陆上与保健活动有关的其他休闲项目的策划和设计。它包括硬件建设方面的内容，比如特色餐饮、文体活动等设施的建设，更重要的是与保健有关的服务创意、策划和设计。温泉旅游开发应该既要重视硬件设施的建设，还要重视软件方面的服务策划。

在硬件设施建设方面，针对中老年人较多的特点，建设一些适合于中老年人活动的体育与娱乐设施，同时中老年人到温泉疗养的目的比较单纯，就是为了保健，因此在温泉旅游中心还应该安排有较丰富医疗临床经验的保健医生、体育健身顾问，指导他们的疗养活动。如果要扩大温泉旅游在中青年市场的影响，则应该在娱乐、体育、文艺表演等设施和活动编排方面有特色。

《2017-2022年中国温泉度假旅游市场研究与市场需求预测报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，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、知识产权局、公开资料提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威

统计资料。

报告揭示了温泉度假旅游行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国温泉度假旅游做了重点企业经营状况分析，并分析了中国温泉度假旅游行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

## 第一章 温泉度假旅游行业相关概述

### 1.1 服务的内涵与特征

#### 1.1.1 服务的内涵

#### 1.1.2 服务的特征

### 1.2 温泉度假旅游行业相关概述

#### 1.2.1 温泉度假旅游行业的定义

#### 1.2.2 温泉度假旅游行业的分类

#### 1.2.3 温泉度假旅游行业的产业链结构

#### 1.2.4 温泉度假旅游行业在国民经济中的地位

### 1.3 温泉度假旅游行业统计标准介绍

#### 1.3.1 行业统计部门和统计口径

#### 1.3.2 行业研究机构介绍

#### 1.3.3 行业主要统计方法介绍

#### 1.3.4 行业涵盖数据种类介绍

## 第二章 中国温泉度假旅游行业发展环境

### 2.1 中国温泉度假旅游行业政策法律环境分析

#### 2.1.1 行业管理体制分析

#### 2.1.2 行业主要法律法规

#### 2.1.3 政策环境对行业的影响

### 2.2 中国温泉度假旅游行业经济环境分析

#### 2.2.1 宏观经济形势分析

#### 2.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析

### 2.3 中国温泉度假旅游行业社会环境分析

#### 2.3.1 行业社会环境分析

- 2.3.2 社会发展对行业的影响分析
- 2.4 中国温泉度假旅游行业消费环境分析
  - 2.4.1 行业消费驱动分析
  - 2.4.2 行业消费需求特点
  - 2.4.3 行业消费群体分析
  - 2.4.4 消费环境对行业的影响分析

### 第三章 中国温泉度假旅游行业发展概述

- 3.1 中国温泉度假旅游行业发展状况分析
  - 3.1.1 中国温泉度假旅游行业发展阶段
  - 3.1.2 中国温泉度假旅游行业发展总体概况
  - 3.1.3 中国温泉度假旅游行业发展特点分析
  - 3.1.4 中国温泉度假旅游行业商业模式分析
- 3.2 2014-2016年温泉度假旅游行业发展现状
  - 3.2.1 2014-2016年中国温泉度假旅游行业市场规模
  - 3.2.2 2014-2016年中国温泉度假旅游行业发展分析
  - 3.2.3 2014-2016年中国温泉度假旅游企业发展分析
- 3.3 2014-2016年中国温泉度假旅游行业市场供需分析
  - 3.3.1 中国温泉度假旅游行业供给分析
  - 3.3.2 中国温泉度假旅游行业需求分析
  - 3.3.3 中国温泉度假旅游行业供需平衡

### 第四章 中国温泉度假旅游行业趋势预测分析

- 4.1 2017-2022年中国温泉度假旅游市场趋势预测
  - 4.1.1 2017-2022年温泉度假旅游市场发展潜力
  - 4.1.2 2017-2022年温泉度假旅游市场趋势预测展望
  - 4.1.3 2017-2022年温泉度假旅游细分行业趋势预测分析
- 4.2 2017-2022年中国温泉度假旅游市场发展趋势预测
  - 4.2.1 2017-2022年温泉度假旅游行业发展趋势
  - 4.2.2 2017-2022年温泉度假旅游市场规模预测
  - 4.2.3 2017-2022年温泉度假旅游行业应用趋势预测
  - 4.2.4 2017-2022年细分市场发展趋势预测

#### 4.3 2017-2022年温泉度假旅游行业投资前景分析

##### 4.3.1 行业政策风险

##### 4.3.2 宏观经济风险

##### 4.3.3 市场竞争风险

##### 4.3.4 关联产业风险

##### 4.3.5 其他投资前景

#### 4.4 2017-2022年中国温泉度假旅游行业面临的困境及对策

##### 4.4.1 中国温泉度假旅游行业面临的困境及对策

###### 1、中国温泉度假旅游行业面临困境

###### 2、中国温泉度假旅游行业对策探讨

##### 4.4.2 中国温泉度假旅游企业发展困境及策略分析

###### 1、中国温泉度假旅游企业面临的困境

###### 2、中国温泉度假旅游企业的对策探讨

##### 4.4.3 国内温泉度假旅游企业的出路分析

### 第五章 中国温泉度假旅游行业服务领域分析

#### 5.1 温泉度假旅游行业服务领域概况

##### 5.1.1 行业主要服务领域

##### 5.1.2 行业服务结构分析

##### 5.1.3 服务发展趋势分析

##### 5.1.4 服务策略建议

#### 5.2 服务领域一

##### 5.2.1 市场发展现状概述

##### 5.2.2 行业市场应用规模

##### 5.2.3 行业市场需求分析

#### 5.3 服务领域二

##### 5.3.1 市场发展现状概述

##### 5.3.2 行业市场应用规模

##### 5.3.3 行业市场需求分析

#### 5.4 服务领域三

##### 5.4.1 市场发展现状概述

##### 5.4.2 行业市场应用规模

### 5.4.3 行业市场需求分析

## 第六章 中国温泉度假旅游行业市场竞争格局分析

### 6.1 温泉度假旅游行业竞争格局分析

#### 6.1.1 温泉度假旅游行业区域分布格局

#### 6.1.2 温泉度假旅游行业企业规模格局

#### 6.1.3 温泉度假旅游行业企业性质格局

### 6.2 温泉度假旅游行业竞争状况分析

#### 6.2.1 温泉度假旅游行业上游议价能力

#### 6.2.2 温泉度假旅游行业下游议价能力

#### 6.2.3 温泉度假旅游行业新进入者威胁

#### 6.2.4 温泉度假旅游行业替代产品威胁

#### 6.2.5 温泉度假旅游行业内部竞争分析

### 6.3 温泉度假旅游行业投资兼并重组整合分析

#### 6.3.1 投资兼并重组现状

#### 6.3.2 投资兼并重组案例

#### 6.3.3 投资兼并重组趋势

## 第七章 中国温泉度假旅游行业企业经营分析

### 7.1 \*\*\*公司经营分析

#### 7.1.1 企业发展基本情况

#### 7.1.2 企业主要服务分析

#### 7.1.3 企业竞争优势分析

#### 7.1.4 企业经营状况分析

#### 7.1.5 企业最新发展动态

#### 7.1.6 企业投资前景分析

### 7.2 \*\*\*公司经营分析

#### 7.2.1 企业发展基本情况

#### 7.2.2 企业主要服务分析

#### 7.2.3 企业竞争优势分析

#### 7.2.4 企业经营状况分析

#### 7.2.5 企业最新发展动态

## 7.2.6 企业投资前景分析

## 7.3 \*\*\*公司经营分析

### 7.3.1 企业发展基本情况

### 7.3.2 企业主要服务分析

### 7.3.3 企业竞争优势分析

### 7.3.4 企业经营状况分析

### 7.3.5 企业最新发展动态

### 7.3.6 企业投资前景分析

## 7.4 \*\*\*公司经营分析

### 7.4.1 企业发展基本情况

### 7.4.2 企业主要服务分析

### 7.4.3 企业竞争优势分析

### 7.4.4 企业经营状况分析

### 7.4.5 企业最新发展动态

### 7.4.6 企业投资前景分析

## 7.5 \*\*\*公司经营分析

### 7.5.1 企业发展基本情况

### 7.5.2 企业主要服务分析

### 7.5.3 企业竞争优势分析

### 7.5.4 企业经营状况分析

### 7.5.5 企业最新发展动态

### 7.5.6 企业投资前景分析

## 7.6 \*\*\*公司经营分析

### 7.6.1 企业发展基本情况

### 7.6.2 企业主要服务分析

### 7.6.3 企业竞争优势分析

### 7.6.4 企业经营状况分析

### 7.6.5 企业最新发展动态

### 7.6.6 企业投资前景分析

## 7.7 \*\*\*公司经营分析

### 7.7.1 企业发展基本情况

### 7.7.2 企业主要服务分析



- 7.7.3 企业竞争优势分析
- 7.7.4 企业经营状况分析
- 7.7.5 企业最新发展动态
- 7.7.6 企业投资前景分析
- 7.8 \*\*\*公司经营分析
- 7.8.1 企业发展基本情况
- 7.8.2 企业主要服务分析
- 7.8.3 企业竞争优势分析
- 7.8.4 企业经营状况分析
- 7.8.5 企业最新发展动态
- 7.8.6 企业投资前景分析
- 7.9 \*\*\*公司经营分析
- 7.9.1 企业发展基本情况
- 7.9.2 企业主要服务分析
- 7.9.3 企业竞争优势分析
- 7.9.4 企业经营状况分析
- 7.9.5 企业最新发展动态
- 7.9.6 企业投资前景分析
- 7.10 \*\*\*公司经营分析
- 7.10.1 企业发展基本情况
- 7.10.2 企业主要服务分析
- 7.10.3 企业竞争优势分析
- 7.10.4 企业经营状况分析
- 7.10.5 企业最新发展动态
- 7.10.6 企业投资前景分析

## 第八章 互联网对温泉度假旅游行业的影响分析

- 8.1 互联网对温泉度假旅游行业的影响
- 8.1.1 智能服务设备发展情况分析
- 1、智能服务设备发展概况
- 2、主要服务APP应用情况
- 8.1.2 服务智能设备经营模式分析

1、智能硬件模式

2、服务APP模式

3、虚实结合模式

4、个性化资讯模式

8.1.3 智能设备对温泉度假旅游行业的影响分析

1、智能设备对温泉度假旅游行业的影响

2、服务智能设备的发展趋势分析

8.2 互联网+服务发展模式分析

8.2.1 互联网+服务商业模式解析

1、商业模式一

(1) 服务模式

(2) 盈利模式

2、商业模式二

(1) 服务模式

(2) 盈利模式

8.2.2 互联网+服务案例分析

1、案例一

2、案例二

3、案例三

8.3 互联网背景下温泉度假旅游行业发展趋势分析

第九章 温泉度假旅游企业市场营销策略探讨

9.1 服务营销的特点

9.1.1 服务产品的无形性

9.1.2 服务的不可分离性

9.1.3 服务产品的可变性

9.1.4 服务产品的易失性

9.2 温泉度假旅游企业的营销策略

9.2.1 内部营销与交互作用营销

9.2.2 差别化管理

9.2.3 服务质量管理

9.2.4 平衡供求的策略

### 9.3 温泉度假旅游企业提高服务质量的营销策略

#### 9.3.1 服务质量的主要影响因素模型

#### 9.3.2 服务质量影响因素关系分析

#### 9.3.3 温泉度假旅游企业提高服务质量的营销策略分析

### 9.4 温泉度假旅游企业的品牌营销

#### 9.4.1 温泉度假旅游企业品牌营销中存在的问题

- 1、品牌营销处于初级阶段
- 2、缺乏品牌塑造意愿
- 3、服务品牌理念脱离实质
- 4、品牌营销定位不具备持续价值

#### 9.4.2 温泉度假旅游企业品牌营销策略分析

- 1、实行差异化的服务
- 2、树立服务品牌营销意识
- 3、提高顾客满意度与忠诚度
- 4、打造高品质的企业服务文化

## 第十章 研究结论及建议

### 10.1 研究结论

### 10.2 建议 ( ZYYL )

#### 10.2.1 行业投资策略建议

#### 10.2.2 行业投资方向建议

#### 10.2.3 行业投资方式建议

### 图表目录：

图表：温泉度假旅游行业服务特点

图表：温泉度假旅游产业链分析

图表：温泉度假旅游行业生命周期

图表：温泉度假旅游行业商业模式

图表：投资建议

图表：2014-2016年中国温泉度假旅游行业市场规模分析

图表：2017-2022年中国温泉度假旅游行业市场规模预测

图表：温泉度假旅游行业营销策略建议

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/lvyou/D04382SSNV.html>