

2022-2028年中国休闲保健 市场深度评估与发展趋势研究报告

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

《2022-2028年中国休闲保健市场深度评估与发展趋势研究报告》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.cction.com/report/202205/297167.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

中企顾问网发布的《2022-2028年中国休闲保健市场深度评估与发展趋势研究报告》共十七章。首先介绍了休闲保健行业市场发展环境、休闲保健整体运行态势等，接着分析了休闲保健行业市场运行的现状，然后介绍了休闲保健市场竞争格局。随后，报告对休闲保健做了重点企业经营状况分析，最后分析了休闲保健行业发展趋势与投资预测。您若想对休闲保健产业有个系统的了解或者想投资休闲保健行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

报告目录：

第一部分 产业环境透视

第一章 休闲保健行业发展综述

第一节 休闲保健行业相关概念

一、休闲保健概念

二、保健产业概念

三、保健食品概念

四、保健用品概念

第二节 休闲保健行业分类

一、按标准体系划分

1、主动类保健服务项目

2、被动类保健服务项目

3、综合类保健服务项目

二、按企业类型划分

1、综合类休闲保健

2、专业类休闲保健

3、运动类休闲保健

4、饮食养生及专项类休闲保健

第三节 休闲保健服务产业发展的战略意义

一、是转变经济发展方式的重要举措

- 二、是提升国民健康水平的重要保证
- 三、是促进就业的重要途径
- 四、是弘扬中国传统医学文化的重要支撑

第四节 休闲保健服务产业发展的战略地位

- 一、是现代服务业的重要组成部分
- 二、朝阳产业的地位
- 三、是扩大内需的重要着力点
- 四、是促进社会和谐的生生产业

第二章 休闲保健行业市场环境及影响分析（PEST）

第一节 行业政治法律环境（P）

- 一、行业政策环境分析
- 二、政策环境对行业的影响

第二节 行业经济环境分析（E）

- 一、宏观经济形势分析
- 二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 行业社会环境分析（S）

- 一、休闲保健产业社会环境
- 二、社会环境对行业的影响

第四节 行业技术环境分析（T）

- 一、足疗保健服务项目技术
- 二、按摩保健服务项目技术
- 三、SPA保健服务项目技术
- 四、桑拿保健服务项目技术
- 五、水疗保健服务项目技术
- 六、汗蒸保健服务项目技术
- 七、熏蒸保健服务项目技术
- 八、母婴保健服务项目技术

第三章 国际休闲保健行业发展分析及经验借鉴

第一节 国外及台湾地区医疗卫生保健服务范围的划分

- 一、美国医疗卫生保健服务范围的界定

二、英国休闲保健服务范围的界定

三、台湾地区休闲保健服务范围的界定

1、按摩业

2、足健业

3、养生会馆

4、桑拿洗浴

第二节 国外及台湾地区休闲保健业发展情况

一、美国休闲保健服务业的发展情况

二、英国休闲保健服务业的发展情况

三、台湾地区休闲保健服务业的发展情况

第三节 国外休闲保健业发展体制和政策

一、美国休闲保健服务业发展体制和政策

二、英国休闲保健服务业发展体制和政策

第四节 国外及台湾地区休闲保健业发展启示

一、休闲保健服务规制的目标

二、休闲保健服务规制的范围

三、休闲保健服务规制的原则

四、休闲保健服务规则的制定

五、收集信息的主要措施

六、规制执法

第五节 提升休闲保健业国际竞争力的策略

一、产业国际竞争力的初步分析

二、提升产业国际竞争力中主要存在的问题

三、提升休闲保健服务产业国际竞争力的建议

第二部分 行业深度分析

第四章 我国保健产业运行现状分析

第一节 保健所属产业所属行业市场运行分析

一、保健产业含义及范围划分

二、保健产业在国民经济中的地位与作用

三、保健产业发展过程与现状

四、保健产业发展战略

五、保健产业发展政策

第二节 保健食品所属行业市场运行分析

一、保健食品行业定义及分类

1、行业定义

2、行业主要产品分类

二、保健食品行市场运行现状

1、保健食品行业市场规模

2、保健食品行业发展分析

3、保健食品行业供需情况

三、保健食品细分市场分析

1、减肥类保健食品市场分析

2、“改善皮肤水份”功能保健食品市场分析

3、抗辐射功能保健食品市场分析

4、补血类保健食品市场分析

5、补脑类保健食品市场分析

四、保健食品市场发展前景及投资分析

1、保健食品市场发展前景

2、保健食品市场发展趋势

3、保健食品市场投资策略

第三节 保健用品所属行业市场运行分析

一、保健用品的定义及分类

1、保健用品的定义

2、保健用品的分类

(1) 保健功能纺织品

(2) 保健器械

(3) 特殊用途化妆品

(4) 五官保健用品

(5) 生殖健康保健用品

(6) 其他保健用品

二、保健功能纺织品所属行业市场运行分析

1、保健功能纺织品行业的特点

2、保健功能纺织品行业发展情况分析

- (1) 总体分析
- (2) 规模特征
- (3) 集中度分析
- (4) 所有制特征分析
- 3、保健功能纺织品所属行业市场运行分析
 - (1) 行业用户分析
 - (2) 市场需求分析
 - (3) 保健功能纺织品企业区域发展分析
 - (4) 进出口情况分析
- 4、保健功能纺织品行业竞争情况分析
- 5、保健功能纺织品行业经营模式分析
- 6、保健功能纺织品行业面临的问题及对策
- 三、保健器械所属行业市场运行分析
 - 1、保健器械行业发展特征
 - 2、国内外保健器械行业发展概述
 - 3、保健器械市场发展规模分析
 - 4、保健器械行业竞争分析
 - 5、保健器械行业营销模式分析
 - 6、保健器械行业前景预测与问题分析
- 四、特殊用途化妆品所属行业市场运行分析
 - 1、特殊用途化妆品行业特征
 - 2、特殊用途化妆品行业国内外发展概述
 - 3、特殊用途化妆品行业市场规模分析
 - 4、特殊用途化妆品行业竞争分析
 - 5、特殊用途化妆品营销模式和发展分析
 - 6、特殊用途化妆品行业的发展前景与建议
- 五、五官保健用品所属行业市场运行分析
 - 1、五官保健用品行业发展概况
 - 2、五官保健用品行业地位
 - 3、国内外五官保健用品行业发展状况对比分析
 - 4、五官保健用品行业市场规模分析
 - 5、五官保健用品行业竞争分析

- 6、五官保健用品行业营销模式分析
- 7、五官保健用品行业前景与问题
- 六、生殖健康保健用品所属行业市场运行分析
 - 1、生殖健康保健用品行业的基本概况
 - 2、国内外生殖健康保健用品行业发展概述
 - 3、生殖健康保健用品行业市场规模分析
 - 4、生殖健康保健用品行业竞争分析
 - 5、生殖健康保健用品行业营销模式分析
 - 6、生殖健康保健用品行业前景预测及政策建议
- 七、其他保健用品所属行业市场运行分析
 - 1、总体概况
 - 2、膏贴洗液类用品所属行业市场运行分析
 - 3、中医保健用品所属行业市场运行分析
 - 4、保健器材所属行业市场运行分析
- 八、保健用品行业发展策略及投资分析
 - 1、保健用品产业发展策略
 - 2、保健用品企业发展策略
 - 3、保健用品产业投资与风险分析

第五章 我国休闲保健所属行业运行现状分析

第一节 我国休闲保健行业发展状况分析

- 一、我国休闲保健行业发展阶段
- 二、我国休闲保健行业发展总体概况
- 三、我国休闲保健行业发展特点分析

第二节 2016-2020年休闲保健行业发展现状

- 一、2016-2020年我国休闲保健行业市场规模
- 二、2016-2020年我国休闲保健行业发展分析
- 三、2016-2020年中国休闲保健企业发展分析

第三节 2016-2020年休闲保健市场情况分析

- 一、2016-2020年中国休闲保健市场总体概况
- 二、2016-2020年中国休闲保健产品市场发展分析

第四节 2016-2020年休闲保健市场供需分析

- 一、2016-2020年休闲保健行业供给情况
- 二、2016-2020年休闲保健行业需求情况
- 三、2016-2020年休闲保健行业供需平衡分析

第三部分 市场全景调研

第六章 我国综合类休闲保健市场分析及预测

第一节 休闲会所市场分析预测

一、休闲会所相关概述

- 1、休闲会所的概念
- 2、休闲会所的特点

二、休闲会所市场分析

- 1、休闲会所市场现状
- 2、休闲会所市场特点

三、休闲会所消费人群

- 1、商务人群
- 2、雅皮人群

四、休闲会所空间设计分析

- 1、设计内容
- 2、大厅的设计
- 3、服务台的设计
- 4、包间的设计
- 5、浴池的设计
- 6、按摩室的设计
- 7、健身房的设计
- 8、走廊的设计
- 9、灯光的设计

五、休闲会所市场营销分析

六、休闲会所保健市场发展前景

第二节 温泉度假村市场分析预测

一、温泉度假村相关概述

- 1、温泉资源分析
- 2、温泉度假村概念

二、温泉度假村消费人群分析

1、养生保健人群

2、休闲娱乐人群

三、温泉度假村市场分析

1、温泉度假村市场现状

2、温泉度假村市场特点

四、温泉度假村开发模式

1、特色温泉景区模式

2、温泉会议中心模式

3、温泉休闲乐园模式

4、温泉康复基地模式

5、温泉生态庄园模式

6、温泉度假社区模式

五、温泉度假村开发思路

1、“温泉+X”的大温泉开发之路

2、温泉泡浴板块的特色思路

3、实现温泉度假村综合开发价值最大化

4、提升温泉度假村整体品质

5、高水准的规划设计指导开发

六、温泉度假村市场营销分析

七、温泉度假村市场发展前景

第七章 我国专业类休闲保健市场分析及预测

第一节 足疗保健市场分析预测

一、足疗保健相关概述

1、足疗

2、足疗保健

二、足疗保健消费人群分析

1、消费群结构

2、消费动因

3、消费心理

三、足疗保健市场分析

- 1、足疗保健市场现状
 - 2、足疗保健市场特点
 - 四、足疗保健发展模式分析
 - 1、足疗保健经营模式分析
 - 2、足疗保健盈利模式分析
 - 五、足疗保健市场营销分析
 - 六、足浴市场经营分析
 - 1、足浴行业企业数量
 - 2、足浴行业就业人员数量
 - 3、足浴行业营业收入规模
 - 4、足浴行业上缴税收规模
 - 七、足浴市场存在问题分析
 - 1、行业同质化竞争日趋激烈
 - 2、服务水准参差不齐
 - 3、收益日趋下滑
 - 4、人员招募和培训问题亟待解决
 - 八、足浴市场发展对策分析
 - 1、跨界营销，实现蓝海突围
 - 2、产业整合、建立标准和品牌
 - 3、服务模式升级，提高客户体验
 - 4、提升员工技能和素质，提升客户满意度
 - 九、足浴行业发展趋势预测
 - 1、目标消费群体的变化
 - 2、服务项目养生化
 - 3、营销方式改变
- 第二节 沐浴市场分析预测
- 一、沐浴相关概述
 - 1、瀑布浴
 - 2、浮浴
 - 3、池壁按摩浴、多方位按摩浴
 - 4、鹅头冲击浴、圆柱肩浴
 - 5、拍打淋浴

- 6、细柱沐浴
- 7、气泡按摩浴
- 8、冷热交替浴
- 9、药草式养生浴

二、沐浴行业经营分析

- 1、沐浴行业企业数量
- 2、沐浴行业就业人员数量
- 3、沐浴行业营业收入规模
- 4、沐浴行业上缴税收规模

三、沐浴市场分析

- 1、沐浴市场发展现状
- 2、沐浴市场发展特点

四、沐浴行业发展水平

- 1、政府部门加强沐浴业规范管理
- 2、社会和媒体对沐浴业的认知度稳步提升
- 3、沐浴消费市场结构随着居民生活水平提高而变化

五、沐浴行业存在问题分析

- 1、社会大众对沐浴业的认知度仍然较低
- 2、企业经营成本继续上升
- 3、管理部门对沐浴业定位不准
- 4、大众便民浴池（室）经营步履维艰
- 5、一线和重点二线城市沐浴市场竞争激烈
- 6、企业无经济能力购置节能设备

五、沐浴行业发展建议

- 1、提高社会对沐浴业的认知度
- 2、在政策层面上扶持大众浴池（室）的发展
- 3、减轻企业经营负担
- 4、节能减排要有具体实施的政策和措施
- 5、加快制定行业相关法规及标准
- 6、积极推动沐浴企业“走出去”；

六、沐浴行业发展趋势

- 1、大众化消费和特色化服务需求成为沐浴消费新趋势

- 2、规模化、连锁化成为行业发展的主流
- 3、标准化、规范化趋势日益增强
- 4、进一步推动“节能减排”;
- 5、沐浴企业走出国门的步伐加快

第三节 SPA馆市场分析预测

一、SPA馆相关概述

- 1、SPA馆的概念
- 2、SPA馆的类型

二、SPA馆消费者偏好

- 1、品牌知名度
- 2、灯光
- 3、设备
- 4、房间数
- 5、专业的服务
- 6、收费
- 7、方便性
- 8、氛围
- 9、性别选择

三、SPA馆市场分析

- 1、SPA馆市场发展现状
- 2、SPA馆市场发展特点

四、SPA馆市场营销分析

五、SPA馆市场发展前景

第四节 美容美发市场分析预测

- 一、美容美发行业发展现状
- 二、美容美发行业发展特点
- 三、美容美发行业发展规模
- 四、美容美发行业发展经验
- 五、美容美发行业存在问题
- 六、美容美发行业发展对策
- 七、美容美发行业发展启示
- 八、美容美发行业发展前景

第八章 我国运动类休闲保健市场分析及预测

第一节 健身俱乐部市场分析预测

一、健身俱乐部相关概述

1、健身俱乐部概述

2、健身俱乐部价格定位

3、健身俱乐部市场定位

二、健身俱乐部消费行为分析

1、消费者注重提高生活质量

2、消费者舍得花钱买健康

3、消费者对健身市场需求具有多样性

4、消费市场具有较大的可诱导性

三、健身俱乐部市场运行现状

1、健身娱乐市场呈现多样化

2、中国健身产业链逐渐形成

3、中国健身产业处于高速发展时期

4、全国健身俱乐部企业规模及增速

5、民营资本占健身产业的市场份额

6、我国健身俱乐部管理状况分析

四、健身产业细分领域运行分析

1、全民健身体育活动场所

2、专项休闲运动俱乐部

3、有氧运动健身中心

4、综合健康恢复中心

五、健身俱乐部市场营销分析

1、树立健身俱乐部品牌形象

2、健身俱乐部价格制定分析

3、消费区域选择原则分析

4、健身俱乐部宣传方式分析

5、健身俱乐部关系营销的分析

六、健身俱乐部市场发展前景及投资

1、健身俱乐部行业发展前景

- 2、健身俱乐部经营模式趋势
- 3、健身俱乐部市场需求预测
- 4、健身俱乐部市场投资机会

第二节 高尔夫俱乐部市场分析预测

一、高尔夫俱乐部相关概述

- 1、高尔夫俱乐部概念
- 2、高尔夫俱乐部功能

二、高尔夫俱乐部消费者分析

- 1、消费者人口统计变量分析
- 2、消费者地理变量分析
- 3、消费者心理变量分析
- 4、消费者行为变量分析
- 5、消费者需求趋势分析

三、高尔夫俱乐部市场分析

- 1、高尔夫俱乐部市场发展现状
- 2、高尔夫俱乐部市场发展特点

四、高尔夫俱乐部运营模式分析

- 1、传统经营模式
- 2、开放式经营模式
- 3、多元化可持续发展模式
- 4、集约化可持续发展模式
- 5、连锁化可持续发展模式

五、高尔夫俱乐部市场营销分析

- 1、会员制经营策略
- 2、目标市场营销策略
- 3、产品策略
- 4、价格策略
- 5、广告宣传策略
- 6、举办赛事策略
- 7、区位选择策略
- 8、别墅策略
- 9、促销活动策略

六、高尔夫俱乐部市场发展前景

1、高尔夫俱乐部市场发展前景

2、高尔夫俱乐部市场发展趋势

第三节 滑雪市场分析预测

一、滑雪相关概述

1、滑雪的概念及分类

2、滑雪运动的项目介绍

3、滑雪器材的分类及用途

4、滑雪场地的分类及开发条件

二、滑雪行业消费者分析

1、滑雪人口

2、收入水平

3、性别

4、年龄

5、生活方式

6、传统

三、滑雪所属行业市场运行分析

1、滑雪产业发展概况

2、滑雪所属行业市场运行分析

3、滑雪业面临的问题

4、滑雪产业发展对策

四、滑雪场市场营销分析

1、创新滑雪场营销模式

2、会员制营销

3、创新经营模式

4、进行旅游专线建设

五、滑雪市场发展前景分析

1、滑雪产业前景广阔

2、大众滑雪市场未来展望

3、滑雪市场发展趋势分析

4、高山滑雪场未来发展方向

5、滑雪度假村未来发展预测

第四节 瑜伽市场分析预测

- 一、瑜伽行业相关概述
- 二、瑜伽行业消费者分析
- 三、瑜伽所属行业市场运行分析
- 四、瑜伽市场营销分析
- 五、瑜伽市场发展前景

第五节 游泳馆市场分析预测

- 一、游泳馆行业相关概述
- 二、游泳馆行业消费者分析
- 三、游泳馆所属行业市场运行分析
- 四、游泳馆市场营销分析
- 五、游泳馆市场发展前景

第六节 保龄球馆市场分析预测

- 一、保龄球馆行业相关概述
- 二、保龄球馆行业消费者分析
- 三、保龄球馆所属行业市场运行分析
- 四、保龄球馆市场营销分析
- 五、保龄球馆市场发展前景

第九章 我国饮食养生及专项类休闲保健市场分析预测

第一节 药膳市场分析预测

- 一、药膳行业相关概述
- 二、药膳行业消费者分析
- 三、药膳所属行业市场运行分析
- 四、药膳市场营销分析
- 五、药膳市场发展前景

第二节 茶艺馆市场分析预测

- 一、茶艺馆行业相关概述
- 二、茶艺馆行业消费者分析
- 三、茶艺馆所属行业市场运行分析
- 四、茶艺馆市场营销分析
- 五、茶艺馆市场发展前景

第三节 母婴保健市场分析预测

一、母婴保健相关概述

- 1、母婴保健机构资源分析
- 2、母婴保健机构资源系统
- 3、母婴保健机构行业的特性

二、母婴保健市场分析

- 1、母婴保健发展概况
- 2、母婴保健市场现状
- 3、母婴保健市场供需

三、月子中心市场分析

- 1、月子中心市场兴起原因
- 2、月子中心市场发展特点
- 3、月子中心市场规模统计
- 4、月子中心市场供不应求
- 5、月子中心盈利模式分析

四、母婴保健市场营销分析

- 1、母婴保健营销发展概况
- 2、母婴保健营销咨询概述
- 3、母婴保健服务营销现状
- 4、母婴保健营销策略分析

五、母婴保健市场发展前景

- 1、母婴保健市场前景预测
- 2、母婴保健产品发展趋势
- 3、母婴保健行业供需预测

第四部分 竞争格局分析

第十章 2016-2020年休闲保健行业竞争形势

第一节 行业总体市场竞争状况分析

- 一、休闲保健行业竞争结构分析
- 二、休闲保健行业企业间竞争格局分析
- 三、休闲保健行业集中度分析
- 四、休闲保健行业SWOT分析

第二节 休闲保健行业细分市场竞争对手分析

- 一、休闲会所市场竞争分析
- 二、温泉度假村市场竞争分析
- 三、足疗保健市场竞争分析
- 四、SPA馆市场竞争分析
- 五、美容美发市场竞争分析
- 六、健身俱乐部市场竞争分析
- 七、高尔夫俱乐部市场竞争分析
- 八、瑜伽市场竞争分析
- 九、母婴保健市场竞争分析

第十一章 休闲保健行业重点区域市场分析

第一节 珠三角地区休闲保健行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

第二节 长三角地区休闲保健行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

第三节 环渤海地区休闲保健行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

第四节 其他区域休闲保健行业分析

- 一、行业发展现状分析
- 二、市场规模情况分析
- 三、市场需求情况分析
- 四、行业发展前景预测

第十二章 我国休闲保健行业领先企业经营形势分析

第一节 综合类休闲保健企业经营分析

一、北京翔达投资管理有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业业务范围
- 3、企业经营分析
- 4、企业优势分析

二、北京鸿喜族休闲俱乐部有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业业务范围
- 3、企业经营分析
- 4、企业优势分析

三、北京龙脉温泉度假村

- 1、企业概况
- 2、企业业务范围
- 3、企业经营分析
- 4、企业优势分析

四、北京九华山庄有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业业务范围
- 3、企业经营分析
- 4、企业优势分析

五、北京好特热国际商务会馆管理有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业业务范围
- 3、企业经营分析
- 4、企业优势分析

六、扬州瘦西湖度假村

- 1、企业概况
- 2、企业业务范围
- 3、企业经营分析

4、企业优势分析

第二节 专业类休闲保健企业经营分析

一、华夏良子集团

1、企业概况

2、企业业务范围

3、企业经营分析

4、企业优势分析

二、重庆富侨保健服务有限公司

1、企业概况

2、企业业务范围

3、企业经营分析

4、企业优势分析

三、成都回天实业有限公司

1、企业概况

2、企业业务范围

3、企业经营分析

4、企业优势分析

四、北京千子莲投资管理有限公司

1、企业概况

2、企业业务范围

3、企业经营分析

4、企业优势分析

五、西安娜莎足艺足浴管理有限公司

1、企业概况

2、企业业务范围

3、企业经营分析

4、企业发展特色

六、兰州大足神农企业管理服务有限公司

1、企业概况

2、企业业务范围

3、企业经营分析

4、企业发展特色

第三节 运动类休闲保健企业经营分析

一、威康健身管理咨询(上海)有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业业务范围
- 3、企业经营分析
- 4、企业发展特色

二、北京乡村高尔夫俱乐部

- 1、企业概况
- 2、企业业务范围
- 3、企业经营分析
- 4、企业优势分析

三、北京青鸟瑜珈有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业业务范围
- 3、企业经营分析
- 4、企业优势分析

四、吉林北大壶滑雪度假区

- 1、企业概况
- 2、企业业务范围
- 3、企业经营分析
- 4、企业优势分析

五、上海欧登保龄球馆

- 1、企业概况
- 2、企业业务范围
- 3、企业经营分析
- 4、企业优势分析

六、国家游泳中心（水立方）

- 1、企业概况
- 2、企业业务范围
- 3、企业经营分析
- 4、企业发展特色

第四节 饮食养生及专项类休闲保健企业经营分析

一、优艾贝（中国）有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业业务范围
- 3、企业经营分析
- 4、企业优势分析

二、北京红墙嘉顺教育咨询有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业业务范围
- 3、企业经营分析
- 4、企业优势分析

三、辽宁省国人康生物科技有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业业务范围
- 3、企业经营分析
- 4、企业优势分析

四、北京听鹂馆饭庄

- 1、企业概况
- 2、企业业务范围
- 3、企业经营分析
- 4、企业发展特色

五、北京张一元茶叶有限责任公司

- 1、企业概况
- 2、企业业务范围
- 3、企业经营分析
- 4、企业优势分析

六、上海清风人家投资管理有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业业务范围
- 3、企业经营分析
- 4、企业优势分析

第五部分 投资前景展望

第十三章 2022-2028年休闲保健行业前景及趋势

第一节 2022-2028年休闲保健市场发展前景

- 一、2022-2028年休闲保健市场发展潜力
- 二、2022-2028年休闲保健市场发展前景展望
- 三、2022-2028年休闲保健细分行业发展前景分析
 - 1、运动类休闲保健市场前景展望
 - 2、专业类休闲保健市场前景展望
 - 3、综合类休闲保健市场前景展望
 - 4、饮食养生及专项类休闲保健市场前景展望

第二节 2022-2028年休闲保健市场发展趋势预测

- 一、2022-2028年休闲保健行业发展趋势
- 二、2022-2028年休闲保健行业发展方向
- 三、2022-2028年休闲保健细分市场发展趋势预测

第三节 2022-2028年中国休闲保健行业规模预测

- 一、2022-2028年中国休闲保健行业发展规模
- 二、2022-2028年中国沐浴行业发展规模
- 三、2022-2028年中国足浴行业发展规模

第六部分 投资战略研究

第十四章 2022-2028年休闲保健行业面临的困境及对策

第一节 休闲保健产业存在的突出问题

- 一、与通常的中医服务界限不够清晰
- 二、相关政策法规和制度不完善
- 三、政策支持较少，竞争上处于不平等的境地
- 四、文化宣传普及得还不够

第二节 休闲保健产业发展的对策建议

- 一、完善休闲保健服务产业的配套政策
- 二、统一休闲保健服务市场的宏观管理
- 三、提高休闲保健服务产业的科技含量
- 四、制定科学合理的价格标准
- 五、引导消费者树立正确的保健意识和健康观念

第十五章 休闲保健行业案例分析研究

第一节 深圳市神采爱康投资发展有限公司案例分析

一、深圳市神采爱康投资发展有限公司概况

二、神采爱康公司的运营服务体系

三、神采爱康公司的标准化管理体系

四、神采爱康公司的未来发展战略

第二节 休闲会馆经营战略案例

一、GDXLD休闲会馆基本情况简介

二、GDXLD休闲会馆发展的产业环境分析

三、GDXLD休闲会馆发展战略的服务利润链及问题

四、基于SWOT分析的GDXLD休闲会馆发展战略选择

第十六章 休闲保健行业投资战略研究

第一节 休闲保健产业发展战略

一、休闲保健服务产业的总体发展思路

二、休闲保健服务产业的阶段性发展目标

第二节 休闲保健产业结构调整策略

一、休闲保健服务产业结构存在的主要问题

1、产业集中度不高

2、同质化问题突出

3、信任危机问题严重

4、预防保健养生等文化普及不够

二、调整休闲保健服务产业结构应遵循的原则

1、有利于普及中华传统保健养生文化

2、有利于产业现代化、标准化、集约化发展

3、有利于促进技术创新和增强核心竞争力

4、有利于产品多样化和服务个性化

三、休闲保健服务产业组织形式

1、休闲保健服务产业的主要组织形式

2、产业组织形式的选择及搭配

3、以市场需求为导向创新产业组织形式

四、休闲保健产业结构调整方向

- 1、产业结构调整优化应兼顾社会效益和经济效益
- 2、促进休闲保健产业的现代化、标准化、集约化发展
- 3、加强技术研发，优化产品结构
- 4、积极促进保健服务配套行业的发展

第三节 休闲保健行业投资分析

- 一、休闲保健行业投资现状
- 二、休闲保健行业投资风险
- 三、休闲保健行业投资机会

- 1、养生休闲
- 2、美容仪器
- 3、旅游地产
- 4、医疗保健

第四节 休闲保健行业投资战略研究

- 一、2020年休闲保健行业投资战略
- 二、2022-2028年休闲保健行业投资战略
- 三、2022-2028年细分行业投资战略

第十七章 研究结论及投资建议（）

第一节 休闲保健行业研究结论及建议

第二节 休闲保健子行业研究结论及建议

第三节 休闲保健行业投资建议

- 一、行业发展策略建议
- 二、行业投资方向建议
- 三、行业投资方式建议

图表目录：

图表：2016-2020年保健食品行业市场规模

图表：2016-2020年保健功能纺织品行业规模

图表：2016-2020年保健功能纺织品企业规模

图表：2016-2020年保健器械行业规模

图表：2016-2020年保健器械企业规模

图表：2016-2020年特殊用途化妆品行业规模

图表：2016-2020年五官保健用品行业规模

图表：2016-2020年生殖健康保健用品行业规模

图表：2016-2020年休闲保健行业企业数量

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/297167.html>