

2020-2026年中国SPA行业 发展态势与投资前景报告

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

《2020-2026年中国SPA行业发展态势与投资前景报告》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/202002/151981.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

我国城市白领与外企员工很大比例处于亚健康状态，即通常所谓的“白领综合症”。与高收入阶层不同，职业白领健康状况更多表现于颈肩腕综合征、慢性疲劳综合征等与工作相关的疾病。世界卫生组织公布的世界范围10大职业病中，肌肉筋骨系统障碍、神经系统障碍和心理障碍就分列第三、第七和第十位。在我国城市白领阶层，越来越多的职员抱怨他们颈部和腰部部分不适，感觉肩背腕疼痛、抽筋、肌肉拉紧或无力，有的还有焦虑、失眠、紧张、免疫力降低等症状，严重的甚至不得不就诊。

事实上职业工作人员的健康状况很久以来就得到了社会各方面的关注。北京市卫生局2001年就决定，拓宽职业性健康监护服务领域，在原有企业职业性健康体检基础上，开展视屏、高频、电磁场、微波、高低温、振动、精密作业和办公室从业人员的职业性健康监护。同时对现代智能化办公环境开展有害物质检测，研究室内环境健康品质标准和预防控制对策。

可以肯定的认为，目前城市职业白领与外企员工群体是健康服务的首要目标，也是健康服务最有发展前景的细化市场之一。因此，SPA在白领与外企员工中具有强烈的市场需求。在中国作为新兴美容项目的SPA水疗，正以每年超过10%的速度快速的增长着，2019年，中国SPA行业市场规模达到418亿元。SPA本身属于服务业，一般来说，男士SPA健康养生馆的顾客平均消费价格在120-180元，而产品所需成本仅为5-10元，加入一次性用品损耗，包括包头巾，洁面巾等约合2元，美容师提成按最高提成方式5%计算： $120\text{元} \times 5\% = 6\text{元}$ ，这样算来总成本最高15元钱，而这仅是一次护理的毛利润，因此男士美容行业的毛利润在其他行业的相比之下是非常可观的。

随着对行业发展的逐步规范，连锁经营成为中小型SPA美容会所的发展趋势。SPA会所经营模式目前市场仍处于不完善、不成熟的发展阶段，缺乏完善的管理模式，SPA会所经营尚未形成规模，多种因素的汇集造成SPA会所规模经营难以扩大、品牌难以深入人心。因此在SPA行业推广和实行连锁经营观念，提供优质的服务和产品，建立良好的运作程序，形成良好的口碑和品牌效应的经营运作模式势在必行，连锁经营将是未来发展的主流，连锁经营具有顽强的生命力与迅速的扩张力。

中企顾问网研究中心发布的《2020-2026年中国SPA行业发展态势与投资前景报告》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研究分析。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，具有重要的参考价值！

中企顾问网研究中心是国内权威的市场调查、行业分析，主要服务有市场调查报告，行

业分析报告,投资发展报告,市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报,免费报告,行业咨询,数据等,是中国知名的研究报告提供商。

报告目录

第一部分 产业环境透视

第一章 SPA行业基本概况 1

第一节 SPA概念及分类 1

一、SPA概念 1

二、SPA分类 1

三、SPA功效 5

四、SPA会所形式 9

第二节 SPA服务项目 10

一、一般按摩项目 10

二、特别按摩项目 10

三、全身护理项目 12

第三节 SPA文化的兴起 12

一、SPA文化起源 12

二、美国SPA发展 14

三、日本SPA发展 15

四、台湾SPA发展 15

五、泰国SPA发展 16

第四节 目标客户市场需求 17

一、城市女性消费特征 17

二、亚健康人群市场分析 18

三、高收入人群众市场分析 19

四、白领/外企员工市场分析 19

第二章 全球不同地区SPA行业的发展情况分析 20

第一节 东南亚地区 20

一、东南亚SPA系列 20

二、东南亚SPA特色服务 20

三、东南亚SPA市场需求情况 21

第二节 泰国地区 22

一、泰国SPA发展历史与现状 22

二、泰国SPA品牌分析 23

三、泰国SPA市场需求情况 26

第三节 欧洲地区 28

一、欧洲SPA发展历史与现状 28

二、欧洲SPA市场竞争分析 29

三、欧洲SPA市场需求情况 30

第二部分 产业发展分析

第三章 中国SPA行业发展情况分析 31

第一节 SPA行业法律环境分析 31

一、美容业开业和技术要求 31

二、医疗美容分级管理目录 36

三、化妆品标识管理规定 42

四、SPA行业技师技能要求 48

五、各地按摩行业规范意见 59

第二节 中国SPA行业发展现状分析 69

一、SPA行业需求环境 69

二、SPA行业发展历程 69

三、SPA中心数量统计 70

四、SPA服务消费人数 71

五、SPA行业市场规模 71

六、SPA行业盈利水平 72

七、SPA行业标准缺失 72

八、SPA市场热的冷思考 72

第三节 中国SPA行业竞争格局分析 72

一、SPA行业竞争格局 72

二、SPA区域竞争格局 73

三、SPA品牌竞争格局 74

四、SPA行业竞争态势 74

五、SPA行业竞争力分析 74

第四节 中国SPA市场运营分析 76

一、SPA会所经营模式 76

二、SPA会所客源策略 77

三、SPA会所管理策略 80

四、高端SPA会所经营对策 80

第四章 SPA会所细分市场需求分析 82

第一节 不同类型SPA会所市场分析 82

一、高档SPA会所市场需求分析 82

二、中低档SPA会所市场需求分析 82

第二节 不同群体SPA消费需求分析 82

一、白领阶层 82

1、白领阶层SPA消费需求 82

2、白领阶层SPA消费规模 83

3、白领阶层SPA消费潜力 83

二、家庭主妇 83

1、家庭主妇SPA消费需求 83

2、家庭主妇SPA消费规模 83

3、家庭主妇SPA消费潜力 83

三、商业人士 84

1、商业人士SPA消费需求 84

2、商业人士SPA消费规模 84

3、商业人士SPA消费潜力 84

第三节 不同城市SPA消费需求分析 85

一、一线城市 85

1、一线城市SPA消费需求 85

2、一线城市SPA消费规模 85

3、一线城市SPA发展潜力 85

二、二三线城市 85

1、二三线城市SPA消费需求 85

2、二三线城市SPA消费规模 86

3、二三线城市SPA发展潜力 86

第三部分 产业消费者分析

第五章 SPA行业消费者行为调研 87

第一节 SPA市场消费特点分析 87

一、SPA服务消费动机分析 87

1、购买动机-求实 87

2、购买动机-求美 87

3、购买动机-求名 87

4、购买动机-从众 87

5、购买动机-好奇 87

二、消费者消费心理特征分析 88

1、消费的时尚心理 88

2、消费的实用心理 88

3、消费的自尊心理 88

4、消费的攀比心理 88

第二节 SPA消费群体基本情况 88

一、SPA消费者年龄分布 88

二、SPA消费者性别分布 89

三、SPA消费者地域分布 90

四、SPA消费者职业分布 90

五、SPA消费者收入分布 90

第三节 SPA消费者消费行为分析 91

一、SPA消费频率调查分析 91

二、SPA消费金额调查分析 92

三、SPA信息渠道调查分析 92

四、SPA消费理由分析 92

五、SPA消费品牌偏好分析 92

六、SPA消费类型偏好分析 93

七、SPA市场消费决策分析 93

第四节 SPA市场消费趋势分析 94

第五节 SPA消费群体营销策略 95

一、所需型的消费者 95

- 二、可有可无型顾客 95
- 三、讲面子型消费者 95
- 四、渐进型的消费者 95
- 五、免费型的消费者 95

第六章 SPA会所市场运作策略分析 97

第一节 SPA会所加盟营销分析 97

- 一、连锁经营基本模式 97
- 二、连锁加盟模式现状 97
- 三、连锁加盟模式优劣势 98
- 四、SPA连锁机构加盟优势 100
- 五、男士SPA连锁加盟成趋势 101

第二节 SPA行业营销方式 101

- 一、体验式营销 101
- 二、会员制营销 103
- 三、口碑营销 103
- 四、关系营销 104
- 五、知识营销 104

第三节 SPA行业品牌营销战略 105

- 一、目标市场滚动发展策略 105
- 二、通路运作策略 105
- 三、品牌运作策略 105
- 四、区域市场发展策略 106

第四节 SPA营销重点客户战略实施 107

- 一、实施重点客户战略的必要性 107
- 二、合理确立重点客户 108
- 三、对重点客户的营销策略 109
- 四、强化重点客户的管理 115
- 五、过程要重点解决的问题 117

第七章 重点城市SPA行业消费需求分析 119

第一节 北京市 119

一、SPA消费环境分析	119
二、SPA市场需求现状	127
三、SPA市场竞争格局	128
四、SPA市场需求潜力	131
第二节 上海市	131
一、SPA消费环境分析	131
二、SPA市场现状	141
三、SPA市场竞争格局	142
四、SPA市场需求潜力	143
第三节 广州市	143
一、SPA消费环境分析	143
二、SPA市场需求现状	151
三、SPA市场竞争格局	152
四、SPA市场需求潜力	153
第四节 深圳市	154
一、SPA消费环境分析	154
二、SPA市场需求现状	161
三、SPA市场竞争格局	162
四、SPA市场需求潜力	162
第五节 西安市	162
一、SPA消费环境分析	162
二、SPA市场需求现状	165
三、SPA市场竞争格局	165
四、SPA市场需求潜力	166
第六节 南京市	166
一、SPA消费环境分析	166
二、SPA市场需求现状	167
三、SPA市场竞争格局	168
四、SPA市场需求潜力	168
第七节 杭州市	169
一、SPA消费环境分析	169
二、SPA市场需求现状	170

三、SPA市场竞争格局 170

四、SPA市场需求潜力 170

第八节 武汉市 170

一、SPA消费环境分析 170

二、SPA市场需求现状 171

三、SPA市场竞争格局 172

四、SPA市场需求潜力 172

第九节 成都市 172

一、SPA消费环境分析 172

二、SPA市场需求现状 173

三、SPA市场竞争格局 174

四、SPA市场需求潜力 174

第十节 重庆市 175

一、SPA消费环境分析 175

二、SPA市场需求现状 176

三、SPA市场竞争格局 176

四、SPA市场需求潜力 177

第八章 SPA相关产品市场需求分析 178

第一节 护肤品市场需求分析 178

一、化妆品行业发展概况 178

二、化妆品市场规模分析 182

三、化妆品交易规模分析 182

四、护肤品市场零售规模 183

五、护肤品市场结构分析 183

六、高档化妆品市场份额 188

七、护肤品产品价格回顾 189

第二节 香薰精油市场需求分析 190

一、香薰精油市场概况 190

二、精油市场产量规模 196

三、精油市场销售规模 200

四、精油细分市场分析 201

(一) 女士精油	201
(二) 男士精油	203
(三) 儿童精油	205
五、香薰精油品牌排名	207
(一) 高级精油	207
(二) 中档精油	210
(三) 平价精油	211
六、香薰精油销售渠道	212
七、精油投资潜力分析	222
八、精油投资吸引力分析	224
第三节 美容仪器市场需求分析	224
一、美容仪器重要性分析	224
二、国内美容仪器行业现状	226
三、美容仪器行业现存问题	227
四、电商美容仪器营销策略	228
五、美容仪器选择策略建议	230
第四部分 产业竞争分析	
第九章 SPA相关竞争行业发展情况分析	232
第一节 美容院行业发展现状	232
一、美容院特点及类型	232
二、美容院的发展特点	235
三、美容院的技术现状	236
四、美容院的经营现状	238
五、美容院的销售现状	240
六、美容院的企业现状	243
七、美容院经营新模式	244
八、未来美容院热点项目	244
第二节 按摩行业发展现状	246
一、按摩行业社会意义	246
二、按摩市场发展概况	246
三、盲人按摩市场现状	246

四、足疗按摩行业标准	247
五、按摩行业现存问题	253
六、保健按摩规范实施	255
七、按摩行业发展建议	256

第十章 上海市重点SPA会所经营情况分析 258

第一节 上海浦东丽思卡尔顿ESPA水疗中心 258

一、品牌基本情况	258
二、品牌服务特色	258
三、品牌经营情况	259
四、品牌竞争优势	259

第二节 上海卓美亚喜玛拉雅酒店泰丽丝水疗中心 260

一、品牌基本情况	260
二、品牌服务特色	260
三、品牌经营情况	260
四、品牌竞争优势	261

第三节 上海外滩悦榕庄水疗 262

一、品牌基本情况	262
二、品牌服务特色	263
三、品牌经营情况	263
四、品牌竞争优势	263

第四节 华尔道夫水疗 264

一、品牌基本情况	264
二、品牌服务特色	264
三、品牌经营情况	264
四、品牌竞争优势	265

第五节 娇韵诗 265

一、品牌基本情况	265
二、品牌服务特色	266
三、品牌经营情况	266
四、品牌竞争优势	268

第六节 上海明捷万丽酒店蔓达梦水疗 269

一、品牌基本情况	269
二、品牌服务特色	269
三、品牌经营情况	271
四、品牌竞争优势	271

第七节 上海璞麗酒店安纳塔拉水疗 272

一、品牌基本情况	272
二、品牌服务特色	272
三、品牌经营情况	272
四、品牌竞争优势	273

第八节 川水疗中心 273

一、品牌基本情况	273
二、品牌服务特色	273
三、品牌经营情况	274
四、品牌竞争优势	274

第九节 美丽田园美容发展有限公司 275

一、品牌基本情况	275
二、品牌服务特色	276
三、品牌经营情况	276
四、品牌竞争优势	276

第十节 ZETAVILLA丝廷 277

一、品牌基本情况	277
二、品牌服务特色	277
三、品牌经营情况	278
四、品牌竞争优势	280

第五部分 产业发展趋势

第十一章 2020-2026年中国SPA行业发展前景趋势及投资建议 281

第一节 2020-2026年SPA行业发展趋势预测 281

一、中国SPA未来发展态势	281
二、中国SPA行业发展方向	282
三、中国SPA行业竞争趋势	282
四、男士SPA会所市场空间	284

五、中国SPA会所数量预测	284
六、中国SPA市场规模预测	285
七、SPA服务消费人数预测	285
第二节 2020-2026年SPA行业投资机会和前景	285
一、投资男士养生市场前景	285
二、高端SPA会所经营方向	285
三、SPA相关行业商机分析	288
四、SPA相关产品经营建议	288
第三节 2020-2026年SPA会所建设投资所需条件	288
一、SPA会馆建店准备工作	288
二、SPA会所开办准备条件	288
三、SPA会所选址策略分析	290
四、SPA会所投资预算分析	291
五、SPA会所装修费用解析	291
六、SPA会所美化布局建议	292
第四节 2020-2026年SPA会所投资风险及建议	293
一、SPA会所投资风险预警	293
1、市场风险	293
2、技术风险	294
3、经营风险	295
4、人才风险	295
5、政策法律风险	296
6、退出风险	296
二、SPA会所价格定位策略	297
三、SPA会所品牌定位策略	297
四、SPA会所产品定位策略	298

图标目录

图表：2015-2019年我国SPA中心数量	70
图表：2015-2019年我国SPA服务消费人数	71
图表：2015-2019年我国SPA行业市场规模	71
图表：2019年我国白领阶层SPA消费规模	83

图表：2019年我国家庭主妇SPA消费规模	83
图表：2019年我国商业人士SPA消费规模	84
图表：2019年我国一线城市SPA消费规模	85
图表：2019年我国二三线城市SPA消费规模	86
图表：我国spa消费者的年龄分布	89
图表：我国spa消费者的性别结构	89
图表：我国spa消费人群的职业分布	90
图表：我国spa消费者的月收入结构	91
图表：我国spa消费频率结构	92
图表：我国spa消费类型结构分析	93
图表：2019年深圳全市居民消费结构	161
图表：重庆spa市场竞争格局	177
图表：中国化妆品市场规模	182
图表：限额以上化妆品零售额	183
图表：大众及高端化妆品品牌检索趋势	189

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202002/151981.html>