

2020-2025年中国SPA行业市场调研分析及投资战略咨询报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2020-2025年中国SPA行业市场调研分析及投资战略咨询报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/507414.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

SPA一词源于拉丁文“Solus Par Agula”（Health by water）的字首：Solus（健康），Par（在），Agula（水中），意指用水来达到健康，健康之水。SPA是指利用水资源结合沐浴、按摩、涂抹保养品和香熏来促进新陈代谢，满足人体视觉、味觉、触觉、嗅觉和思考达到一种身心畅快的享受。

SPA是由专业美疗师、水、光线、芳香精油、音乐等多个元素组合而成的舒缓减压方式，能帮助人达到身、心、灵的健美效果。

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 SPA行业基本概况

第一节 SPA概念及分类

一、SPA概念

二、SPA分类

三、SPA功效

四、SPA会所形式

第二节 SPA服务项目

一、一般按摩项目

二、特别按摩项目

三、全身护理项目

第三节 SPA文化的兴起

一、SPA文化起源

二、美国SPA发展

三、日本SPA发展

四、台湾SPA发展

五、泰国SPA发展

第四节 目标客户市场需求

一、城市女性消费特征

二、亚健康人群市场分析

三、高收入人群众市场分析

四、白领/外企员工市场分析

第二章 全球不同地区SPA行业的发展情况分析

第一节 东南亚地区

一、东南亚SPA系列

二、东南亚SPA特色服务

三、东南亚SPA市场需求情况

第二节 泰国地区

一、泰国SPA发展历史与现状

二、泰国SPA品牌分析

三、泰国SPA市场需求情况

第三节 欧洲地区

一、欧洲SPA发展历史与现状

二、欧洲SPA市场竞争分析

三、欧洲SPA市场需求情况

第二部分 产业发展分析

第三章 中国SPA行业发展情况分析

第一节 SPA行业法律环境分析

一、美容业开业和技术要求

二、医疗美容分级管理目录

三、化妆品标识管理规定

四、SPA行业技师技能要求

五、各地按摩行业规范意见

第二节 中国SPA行业发展现状分析

一、SPA行业需求环境

二、SPA行业发展历程

三、SPA中心数量统计

四、SPA服务消费人数

五、SPA行业市场规模

六、SPA行业盈利水平

七、SPA行业标准缺失

八、SPA市场热的冷思考

第三节 中国SPA行业竞争格局分析

- 一、SPA行业竞争格局
- 二、SPA区域竞争格局
- 三、SPA品牌竞争格局
- 四、SPA行业竞争态势
- 五、SPA行业竞争力分析
- 第四节 中国SPA市场运营分析
 - 一、SPA会所经营模式
 - 二、SPA会所客源策略
 - 三、SPA会所管理策略
 - 四、高端SPA会所经营对策

第四章 SPA会所细分市场需求分析

第一节 不同类型SPA会所市场分析

- 一、高档SPA会所市场需求分析
- 二、中低档SPA会所市场需求分析
- 第二节 不同群体SPA消费需求分析

一、白领阶层

- 1、白领阶层SPA消费需求
- 2、白领阶层SPA消费规模
- 3、白领阶层SPA消费潜力

二、家庭主妇

- 1、家庭主妇SPA消费需求
- 2、家庭主妇SPA消费规模
- 3、家庭主妇SPA消费潜力

三、商业人士84

- 1、商业人士SPA消费需求
- 2、商业人士SPA消费规模
- 3、商业人士SPA消费潜力

第三节 不同城市SPA消费需求分析

一、一线城市

- 1、一线城市SPA消费需求
- 2、一线城市SPA消费规模
- 3、一线城市SPA发展潜力

二、二三线城市

- 1、二三线城市SPA消费需求

2、二三线城市SPA消费规模

3、二三线城市SPA发展潜力

第三部分产业消费者分析

第五章 SPA行业消费者行为调研

第一节 SPA市场消费特点分析

一、SPA服务消费动机分析

1、购买动机-求实

2、购买动机-求美

3、购买动机-求名

4、购买动机-从众

5、购买动机-好奇

二、消费者消费心理特征分析

1、消费的时尚心理

2、消费的实用心理

3、消费的自尊心理

4、消费的攀比心理

第二节 SPA消费群体基本情况

一、SPA消费者年龄分布

二、SPA消费者性别分布

三、SPA消费者地域分布

四、SPA消费者职业分布

五、SPA消费者收入分布

第三节 SPA消费者消费行为分析

一、SPA消费频率调查分析

二、SPA消费金额调查分析

三、SPA信息渠道调查分析

四、SPA消费理由分析

五、SPA消费品牌偏好分析

六、SPA消费类型偏好分析

七、SPA市场消费决策分析

第四节 SPA市场消费趋势分析

第五节 SPA消费群体营销策略

一、所需型的消费者

二、可有可无型顾客

三、讲面子型消费者

四、渐进型的消费者

五、免费型的消费者

第六章 SPA会所市场运作策略分析

第一节 SPA会所加盟营销分析

一、连锁经营基本模式

二、连锁加盟模式现状

三、连锁加盟模式优劣势

四、SPA连锁机构加盟优势

五、男士SPA连锁加盟成趋势

第二节 SPA行业营销方式

一、体验式营销

二、会员制营销

三、口碑营销

四、关系营销104

五、知识营销104

第三节 SPA行业品牌营销战略

一、目标市场滚动发展策略

二、通路运作策略

三、品牌运作策略

四、区域市场发展策略

第四节 SPA营销重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、过程要重点解决的问题

第七章 重点城市SPA行业消费需求分析

第一节 北京市

一、SPA消费环境分析

二、SPA市场需求现状

三、SPA市场竞争格局

四、SPA市场需求潜力

第二节 上海市

- 一、SPA消费环境分析
- 二、SPA市场需求现状
- 三、SPA市场竞争格局
- 四、SPA市场需求潜力

第三节 广州市

- 一、SPA消费环境分析
- 二、SPA市场需求现状
- 三、SPA市场竞争格局
- 四、SPA市场需求潜力

第四节 深圳市

- 一、SPA消费环境分析
- 二、SPA市场需求现状
- 三、SPA市场竞争格局
- 四、SPA市场需求潜力

第五节 西安市

- 一、SPA消费环境分析
- 二、SPA市场需求现状
- 三、SPA市场竞争格局
- 四、SPA市场需求潜力

第六节 南京市

- 一、SPA消费环境分析
- 二、SPA市场需求现状
- 三、SPA市场竞争格局
- 四、SPA市场需求潜力

第七节 杭州市

- 一、SPA消费环境分析
- 二、SPA市场需求现状
- 三、SPA市场竞争格局
- 四、SPA市场需求潜力

第八节 武汉市

- 一、SPA消费环境分析
- 二、SPA市场需求现状
- 三、SPA市场竞争格局
- 四、SPA市场需求潜力

第九节 成都市

- 一、SPA消费环境分析
- 二、SPA市场需求现状
- 三、SPA市场竞争格局
- 四、SPA市场需求潜力

第十节 重庆市

- 一、SPA消费环境分析
- 二、SPA市场需求现状
- 三、SPA市场竞争格局
- 四、SPA市场需求潜力

第八章 SPA相关产品市场需求分析

第一节 护肤品市场需求分析

- 一、化妆品行业发展概况
- 二、化妆品市场规模分析
- 三、化妆品交易规模分析
- 四、护肤品市场零售规模
- 五、护肤品市场结构分析
- 六、高档化妆品市场份额
- 七、护肤品产品价格回顾

第二节 香薰精油市场需求分析

- 一、香薰精油市场概况
- 二、精油市场产量规模
- 三、精油市场销售规模
- 四、精油细分市场分析
 - (一) 女士精油
 - (二) 男士精油
 - (三) 儿童精油
- 五、香薰精油品牌排名
 - (一) 高级精油
 - (二) 中档精油
 - (三) 平价精油
- 六、香薰精油销售渠道
- 七、精油投资潜力分析
- 八、精油投资吸引力分析

第三节 美容仪器市场需求分析

- 一、美容仪器重要性分析
- 二、国内美容仪器行业现状
- 三、美容仪器行业现存问题
- 四、电商美容仪器营销策略
- 五、美容仪器选择策略建议

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

第一节 美容院行业发展现状

- 一、美容院特点及类型
- 二、美容院的发展特点
- 三、美容院的技术现状
- 四、美容院的经营现状
- 五、美容院的销售现状
- 六、美容院的企业现状
- 七、美容院经营新模式
- 八、未来美容院热点项目

第二节 按摩行业发展现状

- 一、按摩行业社会意义
- 二、按摩市场发展概况
- 三、盲人按摩市场现状
- 四、足疗按摩行业标准
- 五、按摩行业现存问题
- 六、保健按摩规范实施
- 七、按摩行业发展建议

第十章 上海市重点SPA会所经营情况分析

第一节 上海浦东丽思卡尔顿eSPA水疗中心

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

第二节 上海卓美亚喜玛拉雅酒店泰丽丝水疗中心

- 一、品牌基本情况

二、品牌服务特色

三、品牌经营情况

四、品牌竞争优势

第三节 上海外滩悦榕庄水疗

一、品牌基本情况

二、品牌服务特色

三、品牌经营情况

四、品牌竞争优势

第四节 华尔道夫水疗

一、品牌基本情况

二、品牌服务特色

三、品牌经营情况

四、品牌竞争优势

第五节 娇韵诗

一、品牌基本情况

二、品牌服务特色

三、品牌经营情况

四、品牌竞争优势

第六节 上海明捷万丽酒店蔓达梦水疗

一、品牌基本情况

二、品牌服务特色

三、品牌经营情况

四、品牌竞争优势

第五部分 产业发展趋势

第十一章 2020-2025年中国SPA行业发展前景趋势及投资建议

第一节 2020-2025年SPA行业发展趋势预测

一、中国SPA未来发展态势

二、中国SPA行业发展方向

三、中国SPA行业竞争趋势

四、男士SPA会所市场空间

五、中国SPA会所数量预测

六、中国SPA市场规模预测

七、SPA服务消费人数预测

第二节 2020-2025年SPA行业投资机会和前景

一、投资男士养生市场前景

二、高端SPA会所经营方向

三、SPA相关行业商机分析

四、SPA相关产品经营建议

第三节 2020-2025年SPA会所建设投资所需条件

一、SPA会馆建店准备工作

二、SPA会所开办准备条件

三、SPA会所选址策略分析

四、SPA会所投资预算分析

五、SPA会所装修费用解析

六、SPA会所美化布局建议

第四节 2020-2025年SPA会所投资风险及建议

一、SPA会所投资风险预警

1、市场风险

2、技术风险

3、经营风险

4、人才风险

5、政策法律风险

6、退出风险

二、SPA会所价格定位策略

三、SPA会所品牌定位策略

四、SPA会所产品定位策略

图表目录：

图表：2015-2019年我国SPA中心数量

图表：2015-2019年我国SPA服务消费人数

图表：2015-2019年我国SPA行业市场规模

图表：2019年我国白领阶层SPA消费规模

图表：2019年我国家庭主妇SPA消费规模

图表：2019年我国商业人士SPA消费规模

图表：2019年我国一线城市SPA消费规模

图表：2019年我国二三线城市SPA消费规模

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/507414.html>