

2019-2025年中国spa行业行业竞争格局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《2019-2025年中国spa行业行业竞争格局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/388081.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

伴随经济的稳步增长，我国人民人均可支配收入不断提高，而恩格尔系数持续下降，标志着我国消费者逐渐将更多收入用于非食品方面的支出，享受型消费占比提高，人们的自我保健意识逐渐提高，并对更高品质、更加健康的生活方式有强烈的诉求，这使得大众化成为了美容美发服务业的必然发展趋势，同时也使SPA行业拥有了广泛的客户群体，为行业的快速发展打下了坚实而庞大的市场需求基础。SPA美容会所发展十分迅猛，每年新增的SPA美容会所数十分可观；2015年中国SPA中心的数量达到8953家，2017年数量将超过10000家。

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

第五部分产业发展趋势

第十一章2019-2025年中国spa行业发展前景趋势及投资建议281

第一节2019-2025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2019-2025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2019-2025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2019-2025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：2016-2018年我国spa中心数量70

图表：2016-2018年我国spa服务消费人数71

图表：2016-2018年我国spa行业市场规模71

图表：2018年我国白领阶层spa消费规模83

图表：2018年我国家庭主妇spa消费规模83

图表：2018年我国商业人士spa消费规模84

图表：2018年我国一线城市spa消费规模85

图表：2018年我国二三线城市spa消费规模86

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/388081.html>