

# 2019-2025年中国SPA行业 业市场监测与发展战略研究报告

## 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

《2019-2025年中国SPA行业市场监测与发展战略研究报告》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.abaogao.com/b/qita/Y16189K6DE.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

SPA一词源于拉丁文“SalusPerAquam”（Healthbywater）的字首，Salus（健康），Per（在），Aquam（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。

从广义上讲，SPA包括人们熟知的水疗、芳香按摩、沐浴、去死角等等。现代SPA主要透过人体的五大感官功能，即听觉（疗效音乐）、味觉（花草茶、健康饮食）、触觉（按摩、接触）、嗅觉（天然芳香精油）、视觉（自然或仿自然景观、人文环境）等达到全方位的放松，将精、气、神三者合一，实现身、心、灵的放松，如今SPA逐渐演变成现代美丽补给的代名词。

SPA服务业是美容美发服务业的一个细分子行业。我国的SPA服务2000年开始于上海，之后在全国专业美容市场中迅速发展，掀起了SPA消费热潮，成为了富裕起来的人民大众所关注的消费热点。SPA服务能够刺激血液循环与淋巴循环、松弛紧张的肌肉，实现美容与瘦身的结合，同时能够让人在喧哗和烦躁的环境下放松心情、舒缓压力，因此在都市人群，特别是看重养颜保健、舒缓压力的人群中具有巨大市场空间。

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。2013-2017年中国SPA中心数量分析资料来源：公开资料、智研数据研究中心整理

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国SPA行业市场监测与发展战略研究报告》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！

智研数据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、新加坡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、高收入人群市场分析四、白领/外企员工市场分析五、高净值人群市场分析

第二章 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

据统计，在中国作为新兴美容项目的SPA水疗，正以每年10%以上的消费速度快速增长着，2016年，中国SPA行业销售收入346亿元，SPA消费人数为5504万人。2013-2017年中国SPA行业销售收入分析资料来源：公开资料、智研数据研究中心整理六、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

第三章 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（一）白领阶层SPA消费需求（二）白领阶层SPA消费规模（三）白领阶层SPA消费潜力二、家庭主妇（一）家庭主妇SPA消费需求（二）家庭主妇SPA消费规模（三）家庭主妇SPA消费潜力三、商业人士（一）商业人士SPA消费需求（二）商业人士SPA消费规模（三）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（一）一线城市SPA消费需求（二）一线城市SPA消费规模（三）一线城市SPA发展潜力二、二三线城市（一）二三线城市SPA消费需求（二）二三线城市SPA消费规模（三）二三线城市SPA发展潜力

第四章 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（一）购买动机-求实（二）购买动机-求美（三）购买动机-求名（四）购买动机-从众（五）购买动机-疑虑二、消费者消费心理特征分析（一）消费的时尚心理（二）消费的实用心理（三）消费的自尊心理（四）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消费影响因素分析五、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

第五章 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、关系营销五、知识营销第三节 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

## 第六章 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市场投资动向五、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市场投资动向五、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市场投资动向五、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市场投资动向五、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市场投资动向五、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市场投资动向五、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市场投资动向五、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市场投资动向四、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市场投资动向五、SPA市场需求潜力

第七章 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、香薰精油市场概况中国历来都是世界芳香产业中的重要供应者，然而在香薰精油的生产及消费方面一直都处于缺失状态，众多小型厂家急于抢夺短期利益，造成中国香薰精油市场混乱,市场集中度低，无明显的品牌效应。中国内地市场，精油护肤品所占市场份额不足2%，精油护肤品行业还有巨大的市场空间可供挖掘。2015年，我国香薰精油市场零

售额达33亿元。2011-2015年中国我国香薰精油市场零售额资料来源：公开资料、智研数据研究中心整理我国精油的生产主要集中在云南、新疆及广东等原料与化妆品生产地，生产技术水平较低，大部分产品用于出口。香薰精油是由植物提炼而来，具有天然的性质，更符合未来消费者对以后护肤保养产品的特点。随着居民购买力的提升，保养意识的增强，香薰精油产品在未来将会受到消费者的推崇。随着中国经济的不断持续发展，特别是国内众多一二线城市的不断成长，造就了一大批高收入阶层、拥有强大消费能力的中产阶级。由于工作压力的剧增、消费意识的转换以及生活品质提升的需求等因素影响，精油消费已经开始走出传统的专业场所，在商场专柜、专卖店乃至精品小店里，精油产品也触手可及，从而更加促进了消费者对于精油产品的了解。从欧美市场的经验来看，香薰精油类产品一般占到化妆品市场30%左右。由此推测中国香薰精油市场潜力巨大，并且随着中国经济持续高速增长这个市场将会以5%的增长率持续发展。中国香薰精油市场的快速成长自然引起了国际知名品牌的关注，它们先后进入中国市场，FENNI(芬旎)、欧舒丹、嘉贝诗等，都寄望在中国消费者刚刚形成消费意识的时候就抢先占据国际名牌形象，抢占最大的市场份额。预计到2021年，我国香薰精油零售额将突破160亿元。

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、美容仪器成本回收策略五、美容仪器选择策略建议

第八章 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、美容院的人员状况三、美容院的技术现状四、美容院的经营现状五、美容院的现状六、美容院的管理现状七、美容院经营新模式八、未来美容院热点项目第二节 足疗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

第九章 重点SPA会所经营情况分析第一节 自然美一、品牌基本情况二、品牌盈利模式三、品牌服务网络四、品牌服务特色五、品牌经营情况六、品牌竞争优势第二节 现代美容一、品牌基本情况二、品牌经营状况三、品牌服务网络四、品牌竞争优势五、品牌在华情况第三节 豪柏国际一、品牌基本情况二、品牌发展情况三、品牌服务网络四、品牌资质荣誉五、品牌竞争优势六、品牌发展动态第四节 佐登妮丝一、品牌基本情况二、品牌技术优势三、品牌产品情况四、品牌经营情况五、品牌服务特色第五节 路易芬尼一、品牌基本情况二、品牌发展历程三、品牌竞争优势四、品牌顾客管理第六节 喜芙浓一、品牌基本情况二、品牌产品特色三、品牌技术优势四、品牌经营规模五、品牌经营模式六、品牌营销政策第七节 善泉SPA一、品牌基本情况二、品牌竞争优势三、品牌服务价格第八节 雪依氏一、品牌基本情况二、品牌经营模式三、品牌

经营优势四、品牌市场动态第九节 秀颜国际一、品牌基本情况二、品牌发展历程三、品牌经营情况四、品牌竞争优势第十节 其他企业一、纳兰（一）品牌基本情况（二）品牌特色服务（三）品牌经营情况二、京都薇薇（一）品牌基本情况（二）品牌竞争优势（三）品牌市场定位 第十章 2019-2025年中国SPA行业发展前景趋势及投资建议第一节 2019-2025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 2019-2025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 2019-2025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 2019-2025年SPA会所投资风险及建议一、SPA会所投资风险预警（一）市场风险（二）技术风险（三）经营风险（四）人才风险（五）政策法律风险（六）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1 中国女性人口数量变化趋势图

图表2 中国女性健康服务细分市场特点

图表3 中国高收入阶层分类和构成比例

图表4 中国高净值人群地域分布图

图表5 中国高净值人群按职业与可投资资产规模分布示意图

图表6 美容外科一级项目

图表7 美容外科二级项目

图表8 美容外科三级项目

图表9 美容外科四级项目

图表10 美容外科项目的分级管理

图表11 美容牙科项目（暂不分级）

图表12 美容皮肤科有创治疗项目

图表13 美容中医科项目（暂不分级）

图表14 2013-2017年中国SPA中心的数量统计情况

图表15 2013-2017年中国SPA消费者数量统计分析

图表16 2013-2017年中国SPA行业销售收入及增长趋势图

图表17 SPA市场格局构成风险

图表18 SPA市场区域竞争格局

图表19 SPA市场国产品牌产品结构分析

图表20 SPA市场国际品牌产品结构分析

图表21 SPA行业SWOT分析

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/Y16189K6DE.html>