

2018年中国SPA行业分析报告- 市场深度调研与发展前景预测

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2018年中国SPA行业分析报告-市场深度调研与发展前景预测》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：<http://baogao.chinabaogao.com/meirong/348447348447.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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，2018年数量将超过10100家。

2013-2017年我国SPA中心的数量数据来源：观研天下数据中心整理

1、思妍丽

思妍丽成立于1996年，定位于高端美容院，高端美容院具有高客单价、消费高频、高用户黏性、高留存率等特征，且多为预付卡制度，现金流优势明显。思妍丽是中国高端美容美体SPA连锁龙头，在全国40多个城市拥有逾百家门店和超过10万名高端会员，门店覆盖全国一、二线城市地标性的商业中心、购物中心，并建设了BIOYAYA自有品牌的现代医疗美容机构，至今已经在国内主要城市开设了7家医疗美容机构。同时，思妍丽代理法国Decleor、Esthederm、THALGO等高端护理品牌，并与国外尖端生物实验室合作研发推出自主品牌DRBio。

在城市布局方面，根据大众点评数据显示，在全国美容院数量最多的前30个城市中，思妍丽共布局142家门店，或构成其目前门店布局中的重点部分。且从城市优先级上看，思妍丽目前已在北上广深4个一线城市具备显著领先优势，门店数合计61家，优于其主要竞争对手美丽田园49家。

2、自然美

自然美生物科技有限公司是目前技术连锁店最多、最专业的跨国美容事业集团之一，也是唯一由中国人自创开发、自制产品、自创品牌、行销国际的天然植物生化护肤美容产品。公司于2002年在港交所上市，旗下产品包括沙龙级和专柜美容保养品、健康食品以及精油等。自然美SPA生活馆据点主要分布于台湾、中国大陆、港澳以及东南亚等地，也是目前领先的跨国性美容事业公司。

中国经济增长放缓，化妆品行业的竞争日趋激烈，2016年公司的中国市场的营业收入

为3.32亿元，同比下降了1%。但由于汇率换算的因素，2016年，公司在中国大陆市场的营业收入38640万港元，下降了7.7%。而由于台湾经济复苏，2016年，公司在台湾市场的营业收入为8570万港元，增加了0.8%。

3、现代美容

香港具有实力及经验的大型上市美容集团分店MODERNBEAUTYSALON现代美容于2006年2月在香港联合交易所主板上市，乃香港首屈一指的美容中心，为中高收入的尊贵客户群提供全面的美容及保健服务，切合集团对优质生活要求。

凭借质量、效率及客户至上的服务宗旨，集团现已于香港建立一个庞大的服务网络，拥有18间服务中心，均位于黄金商业地段及高密度的住宅区。专业服务团队规模庞大，美容专家及顾问接近1000人。多元化个人服务选择让顾客可一次享受由面部护理、纤体、健身课程至水疗浸浴及按摩服务等一站式美容服务，令顾客体验头发到指尖的全面呵护。此外，亦以其自身品牌及通过合作分销，销售超过250种优质美容及护肤产品，以及多达10种的美容与护肤设备。

截至2017年3月31日止，2017年财政年度，现代美容控股有限公司取得收益约693.30百万港元，较上年同期减少10.6%。2017财政年度中，销售预付美容套票的收入为558.70百万港元，较上年同期减少18.9%。2017财政年度，公司回顾年度取得营业利润45.40百万港元。

4、泰美好

北京泰美好健康管理股份有限公司成立于2008年7月31日，于2016年挂牌新三板。公司是一家提供全方位、个性化中高端SPA服务的运营商，为中高收入客户群体提供身体按摩、身体去角质、裹体护理、芳香泡浴、面部护理等美容美体服务。

公司旗下“iSpa”品牌已在国内美容服务行业树立了良好的品牌形象，具有较高的市场声誉。随着互联网产业的快速发展，为满足终端客户需求及习惯的变化，公司开始搭建O2O平台，整合服务资源，为女性客户提供到家美容服务。

2016年，公司积极搭建基于大数据和人工智能管理的健康公司平台，与北京康加科技有限公司合作，取得了康加健康管理系统的北京市独家代理权，在各门店已经全面上线“康加健康站”电子检测仪，通过对客人的现场检测结果，实施定向式顾问服务，完善了会员健

康档案记录，提升了服务水平和项目；通过在软件开发方面大量投入，提升了自身信息化管理水平。2016年，公司实现营业收入8251.94万元，较上年同期增长13.61%，同时，家美容业务的营业收入较上年增长333.78%。(ZPPJP)

观研天下发布的《2018年中国SPA行业分析报告-市场深度调研与发展前景预测》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。

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。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

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、高收入人群众市场分析

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

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、护肤品市场零售规模

四、护肤品市场结构分析

五、高端化妆品市场规模

六、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、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、美容院的销售现状

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

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、品牌发展态势

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 2014-2019 年中国 SPA 行业发展前景趋势及投资建议

第一节 2014-2019 年 SPA 行业发展趋势预测

- 一、中国 SPA 未来发展趋势
- 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 2014-2019 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 2014-2019 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 2014-2019 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
- 图表详见正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/meirong/348447348447.html>