



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2018-2024年中国SPA行业市场 专项调研及投资前景分析报告

# 一、调研说明

《2018-2024年中国SPA行业市场专项调研及投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/288516.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：[sales@icandata.com](mailto:sales@icandata.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、摘要、目录、图表

报告目录：

第一章 SPA行业基本概况 11

第一节 SPA概念及分类 11

一、SPA概念 11

二、SPA分类 11

三、SPA功效 13

四、SPA会所形式 14

第二节 SPA服务项目 16

一、一般按摩项目 16

二、特别按摩项目 16

三、全身护理项目 18

第三节 SPA文化的兴起 20

一、SPA文化起源 20

二、美国SPA发展 21

三、日本SPA发展 21

四、台湾SPA发展 22

五、新加坡SPA发展 22

第四节 目标客户市场需求 23

一、城市女性消费特征 23

二、亚健康人群市场分析 28

三、高收入人群市场分析 29

四、白领/外企员工市场分析 31

五、高净值人群市场分析 33

第二章 中国SPA行业发展情况分析 36

第一节 SPA行业法律环境分析 36

一、美容业开业和技术要求 36

二、医疗美容分级管理目录 41

三、化妆品标识管理规定 44

四、SPA行业技师技能要求 47

五、各地按摩行业规范意见 56

## 第二节 中国SPA行业发展现状分析 58

一、SPA行业需求环境 58

二、SPA行业发展历程 59

三、SPA中心数量统计 60

四、SPA服务消费人数 60

五、SPA行业市场规模 61

六、SPA行业盈利水平 61

七、SPA行业标准缺失 62

八、SPA市场热的冷思考 62

## 第三节 中国SPA行业竞争格局分析 63

一、SPA行业竞争格局 63

二、SPA区域竞争格局 64

三、SPA品牌竞争格局 65

四、SPA行业竞争态势 66

五、SPA行业竞争力分析 67

## 第四节 中国SPA市场运营分析 68

一、SPA会所经营模式 68

二、SPA会所客源策略 69

三、SPA会所管理策略 72

四、高端SPA会所经营对策 74

## 第三章 SPA会所细分市场需求分析 76

### 第一节 不同类型SPA会所市场分析 76

一、高档SPA会所市场需求分析 76

二、中低档SPA会所市场需求分析 76

### 第二节 不同群体SPA消费需求分析 76

一、白领阶层 77

(一) 白领阶层SPA消费需求 77

(二) 白领阶层SPA消费规模 77

(三) 白领阶层SPA消费潜力 77

二、家庭主妇 77

(一) 家庭主妇SPA消费需求 77

(二) 家庭主妇SPA消费规模 78

(三) 家庭主妇SPA消费潜力 78

### 三、商业人士 78

(一) 商业人士SPA消费需求 78

(二) 商业人士SPA消费规模 78

(三) 商业人士SPA消费潜力 78

### 第三节 不同城市SPA消费需求分析 79

#### 一、一线城市 79

(一) 一线城市SPA消费需求 79

(二) 一线城市SPA消费规模 79

(三) 一线城市SPA发展潜力 79

#### 二、二三线城市 80

(一) 二三线城市SPA消费需求 80

(二) 二三线城市SPA消费规模 80

(三) 二三线城市SPA发展潜力 80

## 第四章 SPA行业消费者行为调研 82

### 第一节 SPA市场消费特点分析 82

#### 一、SPA服务消费动机分析 82

(一) 购买动机-求实 82

(二) 购买动机-求美 82

(三) 购买动机-求名 82

(四) 购买动机-从众 82

(五) 购买动机-疑虑 83

#### 二、消费者消费心理特征分析 83

(一) 消费的时尚心理 83

(二) 消费的实用心理 83

(三) 消费的自尊心理 83

(四) 消费的攀比心理 83

### 第二节 SPA消费群体基本情况 84

#### 一、SPA消费者年龄分布 84

#### 二、SPA消费者性别分布 84

#### 三、SPA消费者地域分布 85

#### 四、SPA消费者职业分布 85

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 五、SPA消费者收入分布      | 86  |
| 第三节 SPA消费者消费行为分析  | 86  |
| 一、SPA消费频率调查分析     | 86  |
| 二、SPA消费金额调查分析     | 87  |
| 三、SPA信息渠道调查分析     | 88  |
| 四、SPA消费影响因素分析     | 88  |
| 五、SPA消费品牌偏好分析     | 88  |
| 六、SPA消费类型偏好分析     | 88  |
| 七、SPA市场消费决策分析     | 89  |
| 第四节 SPA市场消费趋势分析   | 89  |
| 第五节 SPA消费群体营销策略   | 90  |
| 一、所需型的消费者         | 90  |
| 二、可有可无型顾客         | 90  |
| 三、讲面子型消费者         | 91  |
| 四、渐进型的消费者         | 91  |
| 五、免费型的消费者         | 92  |
| 第五章 SPA会所市场运作策略分析 | 93  |
| 第一节 SPA会所加盟营销分析   | 93  |
| 一、连锁经营基本模式        | 93  |
| 二、连锁加盟模式现状        | 95  |
| 三、连锁加盟模式优劣势       | 96  |
| 四、SPA连锁机构加盟优势     | 97  |
| 五、男士SPA连锁加盟成趋势    | 98  |
| 第二节 SPA行业营销方式     | 99  |
| 一、体验式营销           | 99  |
| 二、会员制营销           | 99  |
| 三、口碑营销            | 100 |
| 四、关系营销            | 101 |
| 五、知识营销            | 101 |
| 第三节 SPA行业品牌营销战略   | 101 |
| 一、目标市场滚动发展策略      | 101 |
| 二、通路运作策略          | 102 |

三、品牌运作策略 103

四、区域市场发展策略 103

第四节 SPA营销重点客户战略实施 104

一、实施重点客户战略的必要性 104

二、合理确立重点客户 106

三、对重点客户的营销策略 108

四、强化重点客户的管理 110

五、过程要重点解决的问题 114

第六章 重点城市SPA行业消费需求分析 120

第一节 北京市 120

一、SPA消费环境分析 120

二、SPA市场需求现状 121

三、SPA市场竞争格局 122

四、SPA市场投资动向 124

五、SPA市场需求潜力 124

第二节 上海市 125

一、SPA消费环境分析 125

二、SPA市场需求现状 126

三、SPA市场竞争格局 127

四、SPA市场投资动向 128

五、SPA市场需求潜力 129

第三节 广州市 129

一、SPA消费环境分析 129

二、SPA市场需求现状 130

三、SPA市场竞争格局 130

四、SPA市场投资动向 132

五、SPA市场需求潜力 133

第四节 深圳市 133

一、SPA消费环境分析 133

二、SPA市场需求现状 134

三、SPA市场竞争格局 136

|             |     |
|-------------|-----|
| 四、SPA市场投资动向 | 136 |
| 五、SPA市场需求潜力 | 137 |
| 第五节 西安市     | 138 |
| 一、SPA消费环境分析 | 138 |
| 二、SPA市场需求现状 | 139 |
| 三、SPA市场竞争格局 | 139 |
| 四、SPA市场投资动向 | 139 |
| 五、SPA市场需求潜力 | 140 |
| 第六节 南京市     | 140 |
| 一、SPA消费环境分析 | 140 |
| 二、SPA市场需求现状 | 141 |
| 三、SPA市场竞争格局 | 142 |
| 四、SPA市场投资动向 | 142 |
| 五、SPA市场需求潜力 | 143 |
| 第七节 杭州市     | 143 |
| 一、SPA消费环境分析 | 143 |
| 二、SPA市场需求现状 | 144 |
| 三、SPA市场竞争格局 | 144 |
| 四、SPA市场投资动向 | 145 |
| 五、SPA市场需求潜力 | 145 |
| 第八节 武汉市     | 145 |
| 一、SPA消费环境分析 | 145 |
| 二、SPA市场需求现状 | 146 |
| 三、SPA市场竞争格局 | 147 |
| 四、SPA市场需求潜力 | 147 |
| 第九节 成都市     | 147 |
| 一、SPA消费环境分析 | 147 |
| 二、SPA市场需求现状 | 148 |
| 三、SPA市场投资动向 | 149 |
| 四、SPA市场需求潜力 | 150 |
| 第十节 重庆市     | 150 |
| 一、SPA消费环境分析 | 150 |



|                   |     |
|-------------------|-----|
| 二、SPA市场需求现状       | 152 |
| 三、SPA市场竞争格局       | 152 |
| 四、SPA市场投资动向       | 152 |
| 五、SPA市场需求潜力       | 153 |
| 第七章 SPA相关产品市场需求分析 | 154 |
| 第一节 护肤品市场需求分析     | 154 |
| 一、化妆品行业发展概况       | 154 |
| 二、化妆品市场规模分析       | 156 |
| 三、护肤品市场零售规模       | 157 |
| 四、护肤品市场结构分析       | 157 |
| 五、高端化妆品市场规模       | 158 |
| 六、护肤品产品价格回顾       | 159 |
| 第二节 香薰精油市场需求分析    | 160 |
| 一、香薰精油市场概况        | 160 |
| 二、精油市场产量规模        | 162 |
| 三、精油市场销售规模        | 162 |
| 四、精油细分市场分析        | 163 |
| (一) 女士精油          | 163 |
| (二) 男士精油          | 163 |
| (三) 儿童精油          | 164 |
| 五、香薰精油品牌排名        | 164 |
| (一) 高级精油          | 164 |
| (二) 中档精油          | 166 |
| (三) 平价精油          | 170 |
| 六、香薰精油销售渠道        | 172 |
| 七、精油投资潜力分析        | 173 |
| 八、精油投资吸引力分析       | 173 |
| 第三节 美容仪器市场需求分析    | 174 |
| 一、美容仪器重要性分析       | 174 |
| 二、国内美容仪器行业现状      | 174 |
| 三、美容仪器行业现存问题      | 175 |
| 四、美容仪器成本回收策略      | 176 |

|                     |     |
|---------------------|-----|
| 五、美容仪器选择策略建议        | 176 |
| 第八章 SPA相关竞争行业发展情况分析 | 178 |
| 第一节 美容院行业发展现状       | 178 |
| 一、美容院特点及类型          | 178 |
| 二、美容院的人员状况          | 182 |
| 三、美容院的技术现状          | 182 |
| 四、美容院的经营现状          | 182 |
| 五、美容院的销售现状          | 184 |
| 六、美容院的管理现状          | 185 |
| 七、美容院经营新模式          | 187 |
| 八、未来美容院热点项目         | 189 |
| 第二节 足疗按摩行业发展现状      | 193 |
| 一、按摩行业社会意义          | 193 |
| 二、按摩市场发展概况          | 193 |
| 三、盲人按摩市场现状          | 194 |
| 四、足疗按摩行业标准          | 195 |
| 五、按摩行业现存问题          | 196 |
| 六、保健按摩规范实施          | 197 |
| 七、按摩行业发展建议          | 198 |
| 第九章 重点SPA会所经营情况分析   | 199 |
| 第一节 自然美             | 199 |
| 一、品牌基本情况            | 199 |
| 二、品牌盈利模式            | 200 |
| 三、品牌服务网络            | 200 |
| 四、品牌服务特色            | 201 |
| 五、品牌经营情况            | 203 |
| 六、品牌竞争优势            | 205 |
| 第二节 现代美容            | 209 |
| 一、品牌基本情况            | 209 |
| 二、品牌经营状况            | 212 |
| 三、品牌服务网络            | 214 |
| 四、品牌竞争优势            | 214 |

|           |     |
|-----------|-----|
| 五、品牌在华情况  | 214 |
| 第三节 豪柏国际  | 215 |
| 一、品牌基本情况  | 215 |
| 二、品牌发展情况  | 216 |
| 三、品牌服务网络  | 216 |
| 四、品牌资质荣誉  | 216 |
| 五、品牌竞争优势  | 217 |
| 第四节 佐登妮丝  | 218 |
| 一、品牌基本情况  | 218 |
| 二、品牌技术优势  | 218 |
| 三、品牌产品情况  | 219 |
| 四、品牌经营情况  | 219 |
| 五、品牌服务特色  | 219 |
| 第五节 路易芬尼  | 219 |
| 一、品牌基本情况  | 219 |
| 二、品牌发展历程  | 220 |
| 三、品牌竞争优势  | 221 |
| 四、品牌顾客管理  | 222 |
| 第六节 喜芙浓   | 223 |
| 一、品牌基本情况  | 223 |
| 二、品牌产品特色  | 224 |
| 三、品牌技术优势  | 224 |
| 四、品牌经营规模  | 224 |
| 五、品牌经营模式  | 224 |
| 六、品牌营销政策  | 225 |
| 第七节 善泉SPA | 225 |
| 一、品牌基本情况  | 225 |
| 二、品牌竞争优势  | 225 |
| 三、品牌服务价格  | 225 |
| 第八节 雪依氏   | 226 |
| 一、品牌基本情况  | 226 |
| 二、品牌经营模式  | 227 |

三、品牌经营优势 227

四、品牌发展态势 228

第九节 秀颜国际 229

一、品牌基本情况 229

二、品牌发展历程 229

三、品牌经营情况 230

四、品牌竞争优势 230

第十节 其他企业 230

一、纳兰 230

（一）品牌基本情况 230

（二）品牌特色服务 230

（三）品牌经营情况 231

二、京都薇薇 231

（一）品牌基本情况 231

（二）品牌竞争优势 233

（三）品牌市场定位 233

第十章 2018-2024年中国SPA行业发展前景趋势及投资建议 234

第一节 2018-2024年SPA行业发展趋势预测 234

一、中国SPA未来发展趋势 234

二、中国SPA行业发展方向 235

三、中国SPA行业竞争趋势 236

四、男士SPA会所市场空间 237

五、中国SPA会所数量预测 238

六、中国SPA市场规模预测 238

七、SPA服务消费人数预测 239

第二节 2018-2024年SPA行业投资机会和前景 240

一、投资男士养生市场前景 240

二、高端SPA会所经营方向 240

三、SPA相关行业商机分析 241

四、SPA相关产品经营建议 242

第三节 2018-2024年SPA会所建设投资所需条件 242

- 一、SPA会馆建店准备工作 242
- 二、SPA会所开办准备条件 244
- 三、SPA会所选址策略分析 245
- 四、SPA会所投资预算分析 246
- 五、SPA会所装修费用解析 247
- 六、SPA会所美化布局建议 248
- 第四节 2018-2024年SPA会所投资风险及建议 249
  - 一、SPA会所投资风险预警 249
    - (一) 市场风险 249
    - (二) 技术风险 249
    - (三) 经营风险 250
    - (四) 人才风险 250
    - (五) 政策法律风险 250
    - (六) 退出风险 250
  - 二、SPA会所价格定位策略 251
  - 三、SPA会所品牌定位策略 251
  - 四、SPA会所产品定位策略 254

#### 部分图表目录:

- 图表 1 2012-2017年中国女性人口数量及其占比 25
- 图表 2 中国女性健康服务细分市场特点 26
- 图表 3 中国高收入阶层分类和构成比例 30
- 图表 4 2017年中国高净值人群地域分布图 33
- 图表 5 2012-2017年高净值人群规模过万的省(直辖市、自治区) 34
- 图表 6 2017年中国高净值人群按职业与可投资资产规模分布示意图 35
- 图表 7 美容外科一级项目 42
- 图表 8 美容外科二级项目 42
- 图表 9 美容外科三级项目 42
- 图表 10 美容外科四级项目 43
- 图表 11 美容外科项目的分级管理 43
- 图表 12 美容牙科项目(暂不分级) 43
- 图表 13 美容皮肤科有创治疗项目 44

- 图表 14 美容中医科项目（暂不分级） 44
- 图表 15 2012-2017年中国SPA中心的数量统计情况 60
- 图表 16 2012-2017年中国SPA消费者数量统计分析 61
- 图表 17 2012-2017年中国SPA行业销售收入及增长趋势图 61
- 图表 18 SPA市场格局构成风险 64
- 图表 19 SPA市场区域竞争格局 65
- 图表 20 SPA市场国产品牌产品结构分析 65
- 图表 21 SPA市场国际品牌产品结构分析 66
- 图表 22 SPA行业SWOT分析 67
- 图表 23 SPA消费群体年龄分布 84
- 图表 24 SPA消费群体性别分布 84
- 图表 25 SPA消费群体地区分布 85
- 图表 26 SPA消费群体职业分布 86
- 图表 27 SPA消费群体消费频率分布 87
- 图表 28 SPA消费群体消费金额分布 87
- 图表 29 SPA消费群体消费类型分布 88
- 图表 30 通路框架示意图 103
- 图表 31 中国主要城市消费意识和高档旅游指数分析 104
- 图表 32 重点客户管理与企业战略规划 105
- 图表 33 2012-2017年北京市生产总值增长情况 120
- 图表 34 2012-2017年北京市城镇和农村居民收入情况统计 121
- 图表 35 2012-2017年上海市生产总值及其增长速度情况 125
- 图表 36 2012-2017年上海市城镇与农村居民家庭可支配收入统计 126
- 图表 37 2012-2017年广州市地区生产总值统计 129
- 图表 38 2012-2017年广州城镇、农村居民人均收入统计 130
- 图表 39 2012-2017年深圳市地区生产总值统计 134
- 图表 40 2012-2017年深圳市居民收入及增长情况分析 134
- 图表 41 2012-2017年西安市生产总值统计 138
- 图表 42 2012-2017年西安市居民人均收入情况分析 139
- 图表 43 2012-2017年南京市地区生产总值统计 141
- 图表 44 2012-2017年南京城镇及农村居民收入情况分析 141
- 图表 45 2012-2017年杭州市地区生产总值统计 143

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/288516.html>

### 三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

### 四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

## 五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（[www.icandata.com](http://www.icandata.com)）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

### 研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

### 我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。