

中国桑拿洗浴中心行业运营规划及投资趋势预测报告2023-2030年

产品名称	中国桑拿洗浴中心行业运营规划及投资趋势预测报告2023-2030年
公司名称	鸿晟信合研究网
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区日坛北路19号楼9层(08)(朝外孵化器0530)
联系电话	18513627985 18513627985

产品详情

中国桑拿洗浴中心行业运营规划及投资趋势预测报告2023-2030年

【全新修订】：2023年6月

【出版机构】：中赢信合研究网

【内容部分有删减·详细可参中赢信合研究网出版完整信息！】

【报告价格】：[纸质版]:6500元 [电子版]:6800元 [纸质+电子]:7000元 (可以优惠)

【服务形式】：文本+电子版+光盘

【联系人】：何晶晶 顾佳

章 2022-2023年中国桑拿洗浴中心市场运行环境解析 14

节 2022-2023年中国宏观经济环境分析 14

一、中国GDP分析 14

二、消费价格指数分析 18

三、城乡居民收入分析 29

四、社会消费品零售总额 32

五、全社会固定资产投资分析 36

六、进出口总额及增长率分析 42

第二节 2022-2023年中国桑拿洗浴中心市场政策环境 43

一、全国足疗按摩洗浴等保健行业将统一技术标准 43

二、桑拿洗浴等服务场所市场监管 45

三、洗浴减排亟需政策扶持 45

四、国务院关于加快发展服务业的若干意见 46

第三节 2022-2023年中国桑拿洗浴中心社会环境分析 56

一、消费观念 56

二、人们生活品质的提高 57

第二章 2022-2023年中国桑拿洗浴行业整体运行态势分析 60

节 2022-2023年中国桑拿洗浴行业运行总况 60

一、中国洗浴行业呈高速发展态势 60

二、大型洗浴中心特有的“洗浴文化”成为新的经济增长点 60

三、行业规模稳步上升 62

四、连锁经营步伐明显加快 62

五、多元化发展格局初步形成 63

第二节 2022-2023年中国洗浴中心行业经营态势分析 64

一、经营业态 64

二、所有制形式 64

三、服务功能 65

第三节 2022-2023年中国洗浴中心运营热点问题探讨 65

一、洗浴行业缺乏良好的外部“认知”环境 65

二、沐浴行业缺乏统一的行业标准 65

三、洗浴业经营个体生命力脆弱 65

四、行业间缺少信息沟通、相互学习和交流的大平台 66

五、洗浴业的整体经营管理水平和服务水平差，人才严重匮乏 66

六、行业缺乏保护体制 67

第三章 2022-2023年中国桑拿洗浴市场深度剖析 69

节 中国桑拿洗浴概述 69

一、中国洗浴中心特色分析 69

二、中国洗浴场所装潢与设计风格 69

第二节 2022-2023年中国洗浴市场亮点聚焦 71

一、洗浴中心成社交重要场所 71

二、洗浴中心服务项目透析 71

三、中国式洗浴的“市场”与“文化分析 71

四、洗浴行业投诉情况及处理方式 73

第三节 2022-2023年中国洗浴中心企业数量及所占比重 80

第四节 2022-2023年中国洗浴中心发展模式 80

一、传统的商业模式 80

二、中国洗浴中心新发展模式分析 80

第四章 2022-2023年中国洗浴中心消费调研 86

节 消费人群分析 86

一、消费人群 86

二、消费形式 86

第二节 洗浴中心消费行为调研 86

一、洗浴中心消费环境与目的 86

二、洗浴中心消费季节 87

三、洗浴中心消费频率 87

四、消费周期 87

五、消费心理 87

第五章 2022-2023年中国洗浴中心经营管理及销策略分析 88

节 洗浴中心SWOT及项目定位 88

一、洗浴中心SWOT分析 88

二、洗浴中心定位 88

1、服务定位 88

2、品牌定位 89

3、企业定位 89

第二节 桑拿洗浴行业营销现状分析 89

第三节 洗浴业经营的四个关键 90

一、首先要抓好浴场经营的关键——正确地市场定位 90

二、浴场经营的根本出路——形成自己的特色 90

三、重视口碑效应，坚持不懈的抓好服务质量 91

四、不断提高从业人员的素质，加强商业素质的培训 91

第四节 洗浴中心企业的MI及经营管理思路 92

一、洗浴中心企业的MI 92

二、洗浴中心企业经营管理思路 92

第五节 桑拿洗浴业营销策略分析 93

一、“实施三个关注”策略——营销的核心精髓 93

二、产品开发创新策略——营销的活的灵魂 94

三、内部全员促销策略——营销的基础保证 95

四、营业推广活动策略——营销的聚焦亮点 96

五、整合媒体宣传策略——营销的有效手段 96

六、企业品牌形象策略——营销的生命所在 97

七、社会职能关系——营销的必要保障 98

八、网络联合渠道策略——营销的必然趋势 98

第六节 桑拿洗浴中心整合营销战略研究 99

第七节 生态洗浴行业的营销策略 103

一、借助生态资源，开发资源型生态洗浴 103

二、利用生态技术，建造园林型生态洗浴 104

第八节 洗浴行业的感情促销策略 104

一、促销人员心中首先要有明确的目标顾客 104

二、确定适宜的促销组合 105

三、提供富有感情的服务促销 105

四、服务产品和服务感情化 105

五、培养有服务意识的感情密集型服务人员 106

第九节 洗浴行业淡季营销策略 106

一、适时推出新品 106

二、开发新用途 106

三、强化和开发淡季渠道 107

第六章 2022-2023年中国洗浴区域市场分析 108

第一节 北京 108

一、北京洗浴市场日趋饱和 108

二、北京洗浴市场规模 108

三、北京洗浴网点及服务功能分析 109

四、北京洗浴消费层次 111

五、北京洗浴市场经营业态 111

六、代表企业 112

1、权金城国际酒店管理（北京）有限公司 112

2、北京盛世敦煌企业管理咨询服务有限公司 113

3、北京玉明珠国际商务会馆 114

第二节 上海 114

一、上海洗浴市场发展 114

二、代表企业 116

1、 纽斯会所 116

2、 999桑拿桑拿会所 117

3、 浅草温泉浴场 117

第三节 广州 118

一、 广州洗浴市场分析 118

二、 代表企业 118

1、 水玲珑盐疗会馆 118

2、 宝岛水疗会（宝岛会水疗中心） 119

第四节 其它 120

一、 深圳桑拿休闲业的现状与未来 120

二、 太原洗浴行业总体分析 124

第七章 2022-2023年中国洗浴中心竞争新格局透析 137

第一节 2022-2023年中国洗浴中心竞争总况 137

一、 洗浴中心竞争环境分析 137

二、 中国洗浴中心竞争愈演愈烈 137

三、 中国洗浴中心面临洗牌 138

第二节 2022-2023年中国洗浴中心竞争力分析 139

一、 服务战 139

二、 价格战 139

三、 新建桑拿洗浴在建筑、装潢上大肆比拼 140

第三节 国内外沐浴业中心发展比较分析 140

一、 问题的提出 140

二、 国内外沐浴业的历史沿革 141

三、 中外沐浴业的特征比较 144

四、 总结 148

第四节 2023-2030年中国洗浴行业竞争趋势分析 149

第八章 2022-2023年中国洗浴行业重点企业透析 151

第一节 重庆富侨保健服务有限公司 151

第二节 鞍山摩力圣汇温泉会馆 153

第三节 天津宝丽金大酒店 154

第四节 水晶岛（北京）国际休闲俱乐部 155

第五节 碧涛阁品牌连锁管理有限公司 156

第六节 上海东方罗玛假日酒店有限公司 157

第七节 在水一方餐饮娱乐有限公司 159

第八节 太原鑫上海滩国际会馆 159

第九章 2023-2030年中国洗浴行业前景预测分析 160

第一节 2023-2030年中国洗浴行业发展趋势分析 160

一、行业将逐步走向整合 160

二、连锁经营将成为趋势 160

三、桑拿洗浴替代其它服务行业是自身发展的必然趋势 160

第二节 2023-2030年中国洗浴中心发展方向 162

一、都市洗浴文化凸显三大亮点 162

二、中国洗浴中心多元化发展趋势 163

三、洗浴中心装修风格的发展趋势 163

四、洗浴业消耗模式发展趋势解析 164

五、洗浴中心消费发展趋势 166

六、我国大型洗浴中心发展趋势走向分析 167

第三节 2023-2030年中国洗浴行业市场预测分析 167

一、2023-2030年中国洗浴行业市场规模预测 168

二、2023-2030年中国洗浴、按摩市场盈利预测 168

第十章 2023-2030年中国洗浴行业投资战略研究 169

第一节 2022-2023年中国洗浴行业投资环境分析 169

一、经济环境 169

二、政策准入 169

三、产业环境分析 172

四、洗浴行业投入与回报分析 172

第二节 2023-2030年中国洗浴行业投资商机点评 173

一、投资洗浴连锁投资潜力研究 173

二、加盟洗浴行业发展与投资机遇 173

三、中医美容、中药汽疗洗浴投资吸引力 174

四、洗浴行业投资前景分析 176

五、我国包括洗浴中心在内的服务消费发展前景与机遇分析 176

第三节 2023-2030年中国洗浴行业投资风险预警 178

一、宏观调控政策风险 178

二、市场运营机制风险 178

三、市场竞争风险 179

四、中国桑拿洗浴行业运行误区剖析 180

五、中国桑拿洗浴行业人力资源管理弊端分析 182

第四节 专家投资观点 183

一、中国桑拿洗浴行业经营模式规划 183

二、中国桑拿洗浴行业运营革新与流程再造新观念解析 185

三、中国桑拿洗浴业价格体系策划法则 186

四、投资桑拿洗浴行业的理念与技巧 188

五、我国洗浴业发展与投资对策建议 191

第五节 我国桑拿洗浴业融汇顾客关系营销、维系顾客忠诚的必要性与对策分析 191

一、融汇顾客关系营销、维系顾客忠诚的必要性 191

二、融汇顾客关系营销、维系顾客忠诚对策 193

第六节 我国桑拿洗浴业服务营销策划 196

一、服务营销策划步骤 196

二、服务营销策划中的注意事项 197

第七节 我国洗浴行业经营管理战略与投资建议分析 198

一、经营战略 198

二、管理战略 200

三、服务战略 203

四、安全战略 205

五、营销战略 205

六、经营服务特色 208

七、质量系统计划 212

七、营销计划 213

八、文化系统建设 215

附录： 218

附录一：洗浴行业解决抱怨和投诉问题方案 218

一、洗浴的服务流程 218

二、洗浴业如何建立抱怨和投诉的机制 219

附录二：怀化市洗浴中心开业促销策略案例分析 220

一、针对怀化市场的分析 220

二、现状扫描 221

三、竞争分析 221

四、消费者调查 222

五、行销建议 223

六、整体动作框架 224

七、营销有利点分析 224

八、广告策略 224

九、整合传播策略 225

十、活动的具体安排 227

十一、具体的媒体选择 227

图表目录

图表 1 2021年国内生产总值初步核算数据 14

图表2 GDP环比增长速度 15

图表3 2016-2022年我国国内生产总值及其增长速度 15

图表4 2022年下半年国内生产总值初步核算数据 16

图表5 2020年-2023年3月我国GDP环比增长速度 17

图表6 2021年12月2023年3月全国居民消费价格涨跌幅度 18

图表7 2022年1月-2023年3月我国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况 19

图表8 2022年1月-2023年3月我国鲜菜、鲜果价格变动情况 20

图表9 2023年1-3月份居民消费价格分类别同比涨跌幅 22

图表10 2023年1-3月份居民消费价格分类别环比涨跌幅 23

图表11 2023年3月居民消费价格主要数据 23

图表12 2022年1月-2023年3月工业生产者出厂价格涨跌幅 25

图表13 2022年1月-2023年3月工业生产者购进价格涨跌幅 26

图表14 2022年1月-2023年3月生产资料出厂价格涨跌幅 27

图表15 2022年1月-2023年3月生活资料出厂价格涨跌幅 27

图表16 2023年3月份工业生产者价格主要数据 28

图表17 2016-2022年我国农村居民人均纯收入及其增长速度 30

图表18 2016-2022年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 31

图表19 2016-2022年我国社会消费品零售总额及其增长速度 33

图表20 2022年1月-2023年3月我国社会消费品零售总额分月同比增长速度 33

图表21 2023年1-3月份社会消费品零售总额主要数据 34

图表22 2022年1月-2023年3月我国固定资产投资（不含农户）同比增速 37

图表23 2023年1-3月分地区投资相邻两月累计同比增速 38

图表24 2022年1月-2023年3月我国固定资产投资到位资金同比增速 39

图表25 2023年1-3月份我国固定资产投资（不含农户）主要数据 39

图表26 2016-2022年我国货物进出口总额增长分析 42

图表27 前30名中连锁经营企业连锁店数量及营业额 63

图表28 调查企业经营形态 64

图表29 2023-2030年洗浴、按摩市场行业投资收益率预测 168

图表30 2023-2030年洗浴行业同业竞争风险及控制策略 180