

洗浴中心行业现状及趋势分析报告



目录

01

行业定义

02

产业链

03

市场规模

04

问题分析

05

趋势预测

06

竞争格局



发展概况

BACKGROUND

行业定义

- 结构形态
- 市场规模
- 趋势分析
- 问题挑战

洗浴中心行业

//

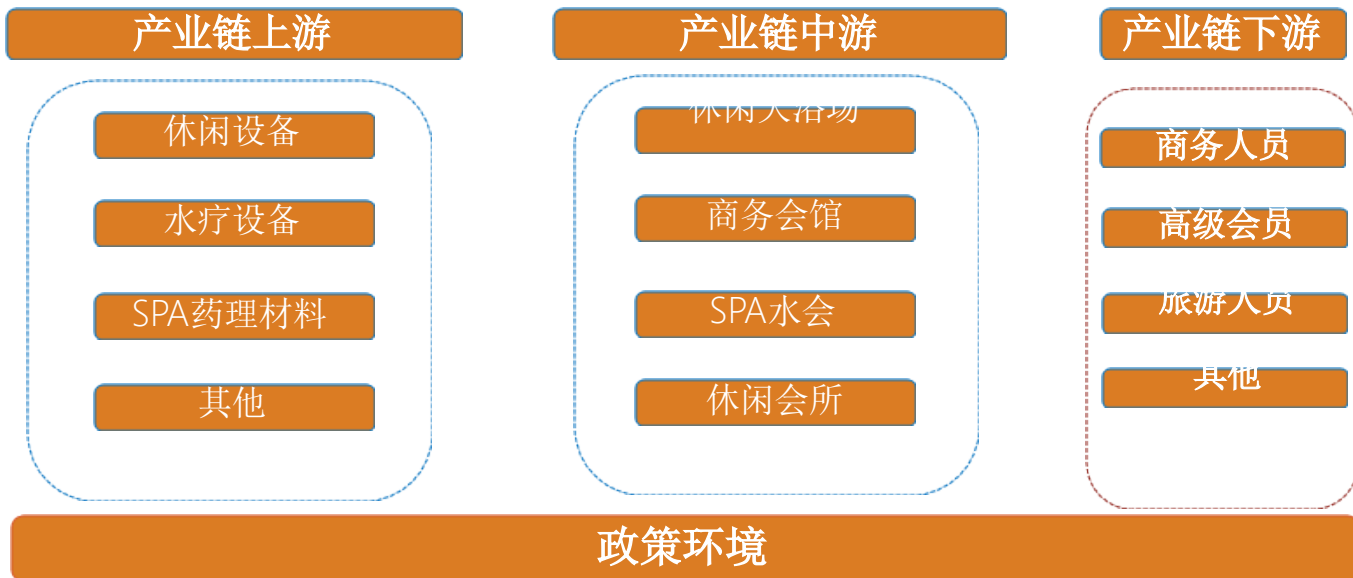
洗浴中心主要存在于城市和城镇中，主要提供沐浴服务的休闲场所，集商务、洗浴、客房、棋牌、娱乐、健身、SPA等休闲功能于一体，属于娱乐业。洗浴中心按时尚浴体方式分，可分为桑拿浴、温泉浴、特色浴、冷水浴等；按综合功能突显某种特点或者说市场营销定位分，可分为休闲大浴场、娱乐大浴场、商务会馆、休闲会所、SPA水会、沐浴主题酒店、精品水会。目前国内的洗浴中心正在经历一个快速升级的阶段，高档洗浴中心以大规模、多功能、文化、休闲、保健的面目出现，类似今日“休闲酒店”模式。

//



产业链分析

洗浴中心按综合功能突显某种特点或者说市场营销定位不同来看主要划分为：休闲大浴场、娱乐大浴场、商务会馆、休闲会所、SPA水会、沐浴主题酒店、精品水会。洗浴中心按时尚浴体方式不同分为：桑拿浴、温泉浴、特色浴、冷水浴等。



➤ 洗浴中心行业市场分析

洗浴中心行业将紧密结合产业上下游的资源，充分掌握用户需求变化，极大丰富行业应用场景。通过产品与服务质量的不断优化升级，推动洗浴中心产业应用的爆发式增长。到2020年4月，我国洗浴企业已达约23.7万家。从各省市来看，江苏省以约3.1万家居全国之首，占比达到了13.15%；其次为河南省、山东省、安徽省、辽宁省，占比分别达到了9.53%、8.84%、8.3%、6.35%。



问题挑战

> 全盘模仿

√ 设计新洗浴中心没有因地制宜，也没有与满足洗浴中心经营和消费者的需要相挂钩，只是单纯模仿某一家洗浴中心或综合模仿多家洗浴中心，甚至继承了原有设计的一些错误地方（如电视柜、前台接待高台等），导致只是某一洗浴中心的复制，洗浴中心外观设计和功能设计千篇一律，毫无进步与创新。



> 无中生有

√ 在做洗浴中心设计前，必须先完成市场调研、洗浴中心选址、洗浴中心定位、洗浴中心规模档次确定、项目可行性分析等工作。有的投资人没有认真做好总体设计的前期工作，就直接开始了洗浴中心设计工作或有的投资人仅凭参观了几家洗浴中心的感性认识，就拍板投资建新洗浴中心，设计单位没有介入到洗浴中心筹建的初期阶段。



> 文化沙漠

√ 洗浴中心可以为顾客创造多种文化：建筑文化、服务文化、管理文化、产品文化。但现在很多新建洗浴中心的设计缺少主题，过分追求时尚，是大量资金、新产品、新材料、新技术的堆砌和拼凑，整个设计没有灵魂、没有特色，甚至局部装饰与洗浴中心的整个氛围很不协调。很多设计西化现象突出，没有很好地反映我国传统文化和当地文化。



> 行业服务无序化

√ 洗浴中心行业标准不成体系。服务质量很大程度上依赖于设计师等个人能力，难以形成规模化管理与复制。
√ 洗浴中心行业服务质量难以控制，导致质量问题频发。监管缺失，严重影响用户体验。



> 研发设计能力不足

√ 洗浴中心行业研发设计人才供需失衡，无法满足用户个性化需求。
√ 洗浴中心行业设计与市场需求严重不符，交付给消费者的设计产品匹配性差。





ONE

02

趋势分析

TREND

趋势分析

- 前景分析
- 商机发掘
- 发展路径
- 趋势预测

趋势分析

- 1. 大众化消费成为趋势
- 1. 规模化、专业化
- 1. 产业融合
- 1. 服务纵深



前景分析

洗浴中心行业
主要以服务业为发展趋势

1

洗浴中心行业

2

重点为技术研究，包括模
型研究、解决方案研究

3

洗浴中心行业

市场空间巨大，存在较大的
蓝海，资本投入将会增加

行业投入增加、市场空间大

洗浴中心行业覆盖群体较大，市场空间与产值足够大，好的服务与解决方案必然带来较大的回报，因此行业也越来越受到资本与企业的重视。

商机发掘



25%

服务价值

服务适应需求

通过挖掘用户需求，满足洗浴中心用户的需求的服务更加有价值。



58%

增值购买

服务提高体验

服务增值服务更加受用户的青睐。



85%

信息共享

软件信息化

将产品与服务资源进行信息化，洗浴中心用户提供专业的信息获取与共享服务。



75%

咨询管理

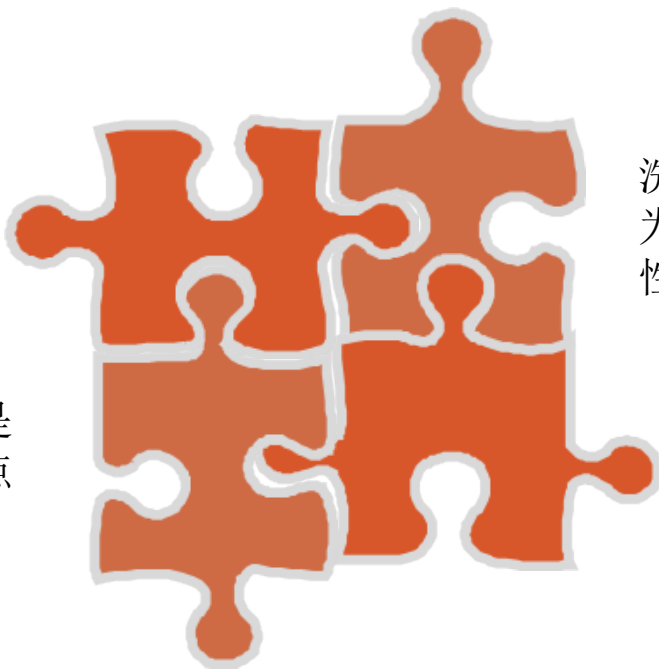
咨询与管理

通过行业信息与专业的调研，为用户提供行业信息的专业咨询，量身定制专业套餐。

发展路径走向

洗浴中心行业发展路径将始终
沿着用户需求为导向，逐步优
化产品与服务的用户体验

洗浴中心行业的未来走向是
重点解决用户的核心痛点



洗浴中心行业未来发展走向
为优化服务，为用户提供高
性价比的产品与服务

洗浴中心行业未来发展走向
为竞争更加激烈

洗浴中心行业的发展方向是以用户需求为导向，重点解决用户痛点，在激烈竞争的情况下，不断优化产品与服务。



市场结构

MARKET ANALYSIS

需求分析

生产状况

市场策略

价格走势

• 市场分布



生产状况

服务生
产状况

洗浴中心服务生产状况介绍，服务主要包括用户服务软硬件服务

洗浴中心服务生产数量介绍，服务主要包括用户服务、服务数量

洗浴中心服务生产需求介绍，服务主要包括用户服务服务、需求

洗浴中心服务生产问题介绍，服务主要包括服务生产过程痛点。

1

2

3

4

市场策略



创新营销
创新服务设计与倡
导新理念



消费联盟营销
构建行业消费圈，
形成消费联盟



绿色营销，强调环
保、低碳、无公害



整合营销
整合洗浴中心市场
服务，打包营销



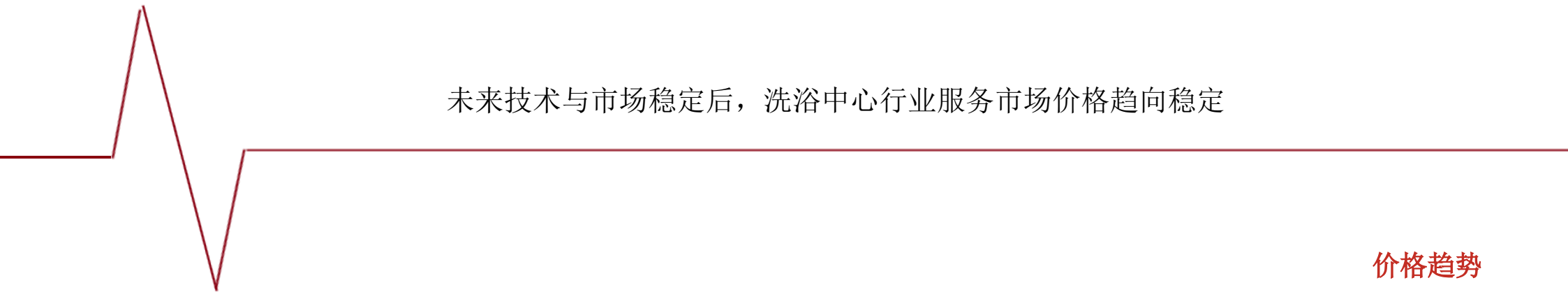
连锁经营营销
采用连锁直销、渠
道销售模式





价格走势

初始阶段价格波动



未来技术与市场稳定后，洗浴中心行业服务市场价格趋向稳定

受市场行情与供需关系影响

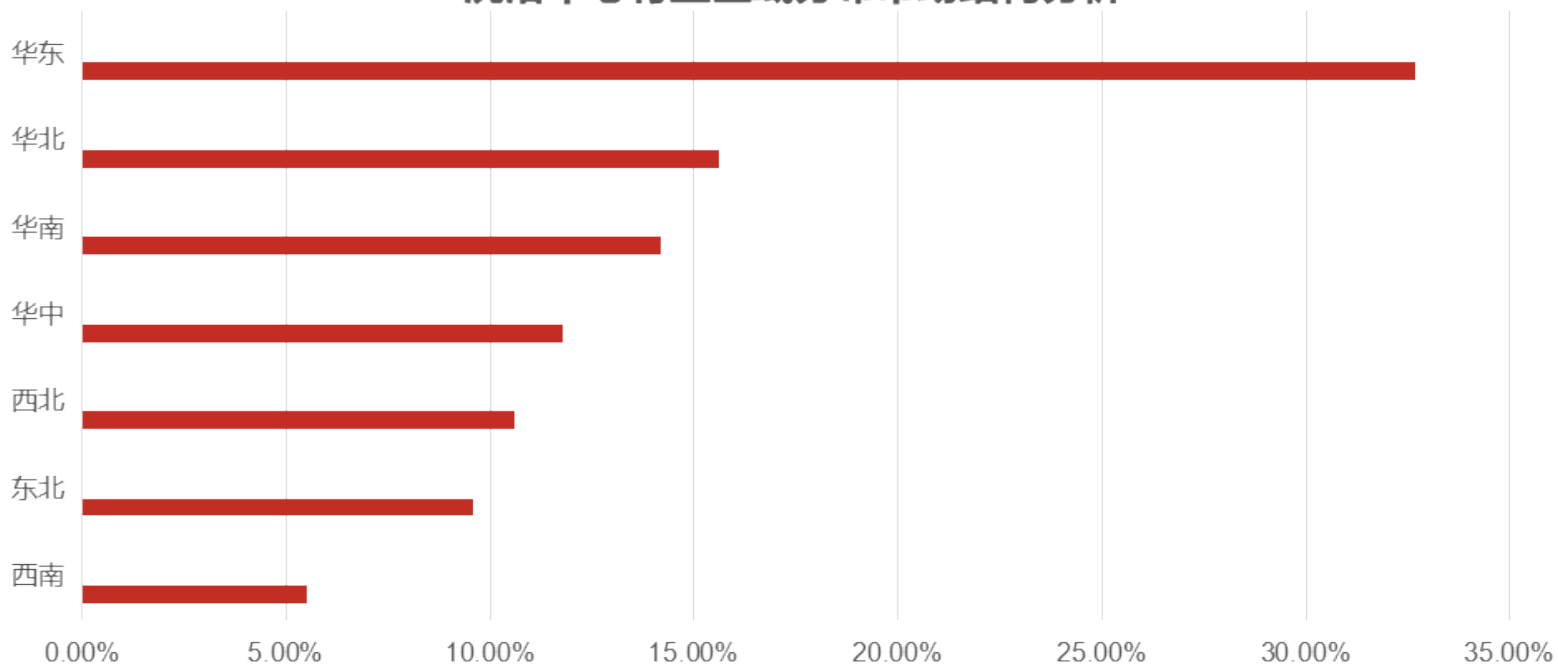
价格趋势

通过调研分析，洗浴中心行业服务价格走势遵循一般行业服务走势规律，由行业爆发期、起伏期与稳定期组成。

市场分布

- 洗浴中心行业市场结构中，拥有长三角经济圈的华东市场占比最多，该区域市场前景更为良好，竞争尤为激烈；华北、华南地区分列二、三位，京津、广深等龙头城市带动周边洗浴中心市场；华中以11.8%的市场占比排第四，武汉、长沙等城市洗浴中心行业需求较大；西北、东北经济下滑，洗浴中心行业需求相对保守；西南经济欠发达，洗浴中心行业需求较少。

洗浴中心行业区域分布市场结构分析



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/896101153050010144>