

2024-2030年中国桑拿洗浴 中心行业发展趋势与投资前景报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国桑拿洗浴中心行业发展趋势与投资前景报告》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.cction.com/report/202312/430757.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

中企顾问网发布的《2024-2030年中国桑拿洗浴中心行业发展趋势与投资前景报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

第一章 中国桑拿洗浴中心市场运行环境解析

第一节 中国宏观经济环境分析

第二节 中国桑拿洗浴中心市场政策环境

一、全国足疗按摩洗浴等保健行业统一技术标准

二、桑拿洗浴等服务场所市场监管

三、洗浴减排亟需政策扶持

四、关于加快发展生活性服务业促进消费结构升级的指导意见

第三节 中国桑拿洗浴中心社会环境分析

一、消费观念

二、人们生活品质的提高

三、人口环境分析

第二章 中国桑拿洗浴行业整体运行态势分析

第一节 中国桑拿洗浴行业运行总况

一、中国洗浴行业呈高速发展态势

二、大型洗浴中心特有的“洗浴文化”成为新的经济增长点

三、行业规模稳步上升

四、连锁经营步伐明显加快

五、多元化发展格局初步形成

第二节 中国洗浴中心行业经营态势分析

一、经营业态

二、所有制形式

三、服务功能

第三节 中国洗浴中心运营热点问题探讨

一、洗浴行业缺乏良好的外部“认知”环境

二、沐浴行业无序竞争

三、洗浴业经营个体生命力脆弱

四、行业间缺少信息沟通、相互学习和交流的大平台

五、洗浴业的整体经营管理水平和服务水平差

六、洗浴业严重缺乏管理人才，从业者流动性大

第三章 中国桑拿洗浴市场深度剖析

第一节 中国桑拿洗浴概述

一、中国洗浴中心特色分析

二、中国洗浴场所装潢与设计风格

第二节 中国洗浴市场亮点聚焦

一、洗浴中心成社交重要场所

二、洗浴中心服务项目透析

三、中国式洗浴的“市场”与“文化”分析

四、洗浴行业投诉情况及处理方式

第三节 中国洗浴中心企业数量及所占比重

第四节 中国洗浴中心发展模式

一、传统的商业模式

二、中国洗浴中心新发展模式分析

第四章 2016-2017年中国洗浴中心消费调研

第一节 消费人群分析

一、消费人群

二、消费形式

第二节 洗浴中心消费行为调研

一、洗浴中心消费环境与目的

二、洗浴中心消费季节

三、洗浴中心消费频率

四、消费周期

五、消费心理

第五章 中国洗浴中心经营管理及销策略分析

第一节 洗浴中心swot及项目定位

一、洗浴中心swot分析

二、洗浴中心定位

第二节 桑拿洗浴行业营销现状分析

第三节 洗浴业经营的四个关键

一、首先要抓好浴场经营的关键——正确地市场定位

二、浴场经营的根本出路——形成自己的特色

三、重视口碑效应，坚持不懈的抓好服务质量

四、不断提高从业人员的素质，加强商业素质的培训

第四节 桑拿洗浴业营销策略分析

一、“实施三个关注”策略——营销的核

心精髓 39 二、产品开发创新策略——营销的活的灵魂 40 三、内部全员促销策略——营销的基础保证 41 四、营业推广活动策略——营销的聚焦亮点 42 五、整合媒体宣传策略——营销的有效手段 43 六、企业品牌形象策略——营销的生命所在 44 七、社会职能关系——营销的必要保障 45 八、网络联合渠道策略——营销的必然趋势 45 第五节 桑拿洗浴中心经营战略研究 46 第六节 生态洗浴行业的营销策略 48 一、借助生态资源，开发资源型生态洗浴 48 二、利用生态技术，建造园林型生态洗浴 48 第七节 洗浴行业的感情促销策略 48 一、促销人员心中首先要有明确的目标顾客 48 二、确定适宜的促销组合 49 三、提供富有感情的服务促销 49 四、服务产品和服务感情化 49 五、培养有服务意识的感情密集型服务人员 50 第八节 洗浴行业淡季营销策略 50 一、适时推出新品 50 二、开发新用途 50 三、强化和开发淡季渠道 51 第六章 中国洗浴区域市场分析 52 第一节 北京 52 一、北京洗浴市场日趋饱和 52 二、北京洗浴市场规模 52 三、北京洗浴网点及服务功能分析 53 四、北京洗浴消费层次 53 五、代表企业 53 第二节 上海 54 一、上海洗浴市场发展 54 二、代表企业 55 第三节 广州 56 一、广州洗浴市场分析 56 二、代表企业 57 第四节 其它 58 一、深圳桑拿休闲业市场 58 二、太原洗浴行业总体分析 58 第七章 2013-2017年中国洗浴中心竞争新格局透析 60 第一节 2013-2017年中国洗浴中心竞争总况 60 一、洗浴中心竞争环境分析 60 二、中国洗浴中心竞争愈演愈烈 60 三、中国洗浴中心面临洗牌 61 第二节 2013-2017年中国洗浴中心竞争力分析 61 一、服务战 61 二、价格战 61 三、新建桑拿洗浴在建筑、装潢上大肆比拼 62 第三节 国内外沐浴业中心发展比较分析 62 一、问题的提出 62 二、国内外沐浴业的历史沿革 62 三、中外沐浴业的特征比较 66 四、总结 69 第四节 中国洗浴行业竞争趋势分析 70 第八章 中国洗浴行业重点企业透析 71 第一节 重庆富侨保健服务有限公司 71 一、企业概况 71 二、企业经营情况 71 第二节 摩力圣汇温泉会馆 72 一、企业概况 72 二、企业经营情况 73 第三节 天津宝丽金大酒店 74 一、企业概况 74 二、企业经营情况 75 第四节 水晶岛（北京）国际休闲俱乐部 76 一、企业概况 76 二、企业经营情况 76 第五节 碧涛阁品牌连锁管理有限公司 76 一、企业概况 76 二、企业经营情况 77 第六节 上海东方罗玛假日酒店有限公司 78 一、企业概况 78 二、企业经营情况 78 第七节 上海浅深投资管理集团有限公司 79 一、企业概况 79 二、企业经营情况 79 第八节 太原鑫上海滩国际会馆 80 一、企业概况 80 二、企业经营情况 80 第九章 中国洗浴行业前景预测分析 81 第一节 中国洗浴行业发展趋势分析 81 一、行业将逐步走向整合 81 二、连锁经营将成为趋势 81 三、桑拿洗浴替代其它服务行业是自身发展的必然趋势 81 第二节 中国洗浴中心发展方向 81 一、都市洗浴文化凸显三大亮点 81 二、中国洗浴中心多元化发展趋势 82 三、洗浴中心装修风格的发展趋势 82 四、洗浴业消耗模式发展趋势解析 82 五、洗浴中心消费发展趋势 83 六、我国大型洗浴中心发展趋势走向分析 83 第三节 中国洗浴行业市场预测分

析 83 一、中国洗浴行业市场规模预测 83 二、中国洗浴、按摩市场盈利预测 84 第十章 中国洗浴行业投资战略研究 85 第一节 中国洗浴行业投资环境分析 85 一、经济环境 85 二、政策准入 85 三、产业环境分析 85 四、洗浴行业投入与回报分析 86 五、洗浴行业存在的问题分析 87 第二节 中国洗浴行业投资商机点评 89 一、投资洗浴连锁投资潜力研究 89 二、加盟洗浴行业发展与投资机遇 89 三、中医美容、中药汽疗洗浴投资吸引力 89 四、洗浴行业投资前景分析 90 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 90 第三节 中国洗浴行业投资风险预警 91 一、宏观调控政策风险 91 二、相关产业风险 91 三、市场竞争风险 91 四、中国桑拿洗浴行业运行误区剖析 92 五、中国桑拿洗浴行业人力资源管理弊端分析 93 第四节 投资观点 93 一、中国桑拿洗浴行业经营模式规划 93 二、中国桑拿洗浴行业运营革新与流程再造新观念解析 94 三、中国桑拿洗浴业价格体系策划法则 97 四、投资桑拿洗浴行业的理念与技巧 99 五、我国洗浴业发展与投资对策建议 103 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 105 一、融汇顾客关系营销、维系顾客忠诚的必要性 105 二、融汇顾客关系营销、维系顾客忠诚对策 107 第六节 我国桑拿洗浴业服务营销策划 110 一、服务营销策划步骤 110 二、服务营销策划中的注意事项 112 第七节 我国洗浴行业经营管理战略与投资建议分析 113 一、经营战略 113 二、管理战略 113 三、服务战略 117 四、安全战略 119 五、营销战略 119 六、经营服务特色 124 七、质量系统计划 124 七、培训计划 125 八、管理模式建设 125 附录 127 附录一 洗浴行业解决抱怨和投诉问题方案 127 一、洗浴的服务流程 127 二、洗浴业如何建立抱怨和投诉的机制 127 附录二 怀化市洗浴中心开业促销策略案例分析 128 一、针对怀化市场的分析 128 二、现状扫描 129 三、竞争分析 129 四、消费者调查 131 五、行销建议 132 六、整体动作框架 132 七、营销有利点分析 132 八、广告策略 132 九、整合传播策略 133 十、活动的具体安排 136 十一、具体的媒体选择 137 略••••完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202312/430757.html>