

中国洗浴中心市场竞争力监测与投资 盈利预测报告（2011-2015年）

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

《中国洗浴中心市场竞争力监测与投资盈利预测报告（2011-2015年）》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/201102/61500.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

第一章 2010年中国桑拿洗浴中心市场运行环境解析

第一节 2010年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 2010年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将统一技术标准
- 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

第三节 2010年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

第二章 2010年中国桑拿洗浴行业整体运行态势分析

第一节 2010年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 2010年中国洗浴中心行业企业分析

- 一、经营业态——
 - 1、浴场
 - 2、洗浴中心
 - 3、大众浴室
 - 4、便民浴室
 - 5、保健中心

二、所有制形式

三、服务功能

第三节 2010年中国洗浴中心运营热点问题探讨

一、缺乏行业规范

二、缺乏品牌和管理意识

三、服务技术含量低

四、水和天然气等资源的限制

五、企业存在恶性竞争的现象日益严重

第三章 2010年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 2010年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、洗浴行业投诉情况

第三节 2010年中国洗浴中心企业数量及所占比重

一、高档洗浴中心

二、中档洗浴中心

三、小型洗浴中心

第四节 2010年中国洗浴中心发展模式

一、传统“澡池子”模式

二、中国洗浴中心新发展模式分析

第四章 2010年中国洗浴中心消费调研

第一节 消费人群分析

一、现中国洗浴中心特定消费人群

二、现中国洗浴中心特定消费人群规模

三、现中国洗浴中心特定消费人群消费能力

四、现中国洗浴中心消费趋势

第二节 洗浴中心消费行为调研

- 一、洗浴中心消费目的
- 二、洗浴中心消费形式
- 三、洗浴中心消费频率
- 四、消费周期
- 五、消费心理

第五章 2010年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
 - 1、服务定位
 - 2、品牌定位
 - 3、企业定位

第二节 洗浴中心的MI及经营管理思路

- 一、洗浴中心的MI
- 二、经营管理思路
 - 1、企业经营创意、知名度
 - 2、更新服务项目
 - 3、设立经营管理目标
 - 4、推广目标、策略
- 三、桑拿洗浴康乐项目创新
- 四、康乐部差异化优势及定位
 - 1、细节营销
 - 2、差异化服务

第三节 洗浴行业营销策略分析

- 一、广告媒体运用策略
- 二、促销活动计划
- 三、公关活动计划
- 四、价格策略
- 五、销售渠道

第六章 2010年中国洗浴区域市场分析

第一节 北京

一、北京洗浴市场日趋饱和

二、北京洗浴市场规模

三、北京洗浴市场全年产值情况

三、北京洗浴网点及服务功能分析

四、北京洗浴消费层次

五、北京洗浴市场经营业态

六、代表企业

第二节 上海

第三节 广州

第四节 其它

第七章 2010年中国洗浴中心竞争新格局透析

第一节 2010年中国洗浴中心竞争总况

一、洗浴中心竞争环境分析

二、中国洗浴中心竞争愈演愈烈

第二节 2010年中国洗浴中心竞争力分析

一、服务战

二、价格战

三、新建桑拿洗浴在建筑、装潢上大肆比拼

第三节 2011-2015年中国洗浴行业竞争趋势分析

第八章 2010年中国洗浴行业重点企业透析

第一节 重庆富侨保健服务有限公司

第二节 鞍山摩力圣汇温泉会馆

第三节 天津宝丽金大酒店

第四节 水晶岛（北京）国际休闲俱乐部

第五节 碧涛阁品牌连锁管理有限公司

第六节 上海东方罗玛假日酒店有限公司

第七节 在水一方餐饮娱乐有限公司

第九章 2011-2015年中国洗浴行业前景预测分析

第一节 2011-2015年中国洗浴行业发展趋势分析

- 一、行业将逐步走向整合
- 二、连锁经营将成为趋势
- 三、桑拿洗浴替代其它服务行业是自身发展的必然趋势

第二节 2011-2015年中国洗浴中心发展方向

- 一、都市洗浴文化凸显三大亮点
- 二、中国洗浴中心多元化发展趋势
- 三、洗浴中心装修风格的发展趋势
- 四、洗浴业消耗模式发展趋势解析

第三节 2011-2015年中国洗浴行业市场预测分析

- 一、2011-2015年中国洗浴行业市场规模预测
- 二、2011-2015年中国洗浴、按摩市场盈利预测

第十章 2011-2015年中国洗浴行业投资战略研究

第一节 2010年中国洗浴行业投资环境分析

- 一、经济环境
- 二、政策准入
- 三、产业环境分析
- 四、洗浴行业投入与回报分析

第二节 2011-2015年中国洗浴行业投资商机点评

- 一、投资洗浴连锁投资潜力研究
- 二、加盟洗浴行业盈利预测
- 三、中医美容、中药汽疗洗浴投资吸引力
- 四、高端、智能洗浴设备成投资热点

第三节 2011-2015年中国洗浴行业投资风险预警

- 一、宏观调控政策风险
- 二、市场运营机制风险
- 三、市场竞争风险
- 四、进退入风险

第四节 专家投资观点

图表目录：

图表：2005-2010年中国GDP总量及增长趋势图

图表：2010年一季度中国三产业增加值结构图

图表：2008-2010年中国CPI、PPI月度走势图

图表：2005-2010年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表：2005-2010年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表：2000-2009年中国城乡居民人均收入增长对比图

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数对比表

图表：1978-2009中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表：2005-2009年中国工业增加值增长趋势图

图表：2005-2010年我国社会固定资产投资额走势图

图表：2005-2010年我国城乡固定资产投资额对比图

图表：2005-2009年我国财政收入支出走势图

图表：2009年1月-2010年4月人民币兑美元汇率中间价

图表：2010年4月人民币汇率中间价对照表

图表：2009年1月-2010年3月中国货币供应量统计表 单位：亿元

图表：2009年1月-2010年3月中国货币供应量的增速走势图

图表：2001-2009年中国外汇储备走势图

图表：2005-2009年中国外汇储备及增速变化图

图表：2008年12月23日中国人民银行利率调整表

图表：2007-2008年央行历次调整利率时间及幅度表

图表：我国历年存款准备金率调整情况统计表

图表：2005-2010年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表：2005-2010年我国货物进出口总额走势图

图表：2005-2010年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表：2005-2009年中国就业人数走势图

图表：2005-2009年中国城镇就业人数走势图

图表：1978-2009年我国人口出生率、死亡率及自然增长率走势图

图表：1978-2009年我国总人口数量增长趋势图

图表：2009年人口数量及其构成

图表：1978-2009年中国城镇化率走势图

图表：2005-2009年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201102/61500.html>