

2026-2031年养生馆行业市场推广及营销策略调研报告

报告简介

随着人民生活水平的提高、健康保健意识的不断提升，我国的养生服务行业也在逐渐发展壮大，并不断趋于成熟和规范，市场规模和行业产值持续提升，到目前已经形成了包括养生、美容、化妆品、美容器械、教育培训、专业媒体、专业会展和市场营销等领域的综合服务产业，具有良好的行业发展前景和发展空间。

近几年，我国养生服务行业发展迅速，无论从行业企业家数、企业门店营业面积、从业人员数量上来看，还是从营业收入规模、行业投资热度来看，均反映出该行业已进入了快速发展的通道。统计数据显示，截至2018年末，全国养生服务行业活动单位数超过50万家，较2017年增长近3万家；市场从业人数超过300万人；行业营业收入超过2000亿元。

养生馆市场经过近40年的发展，已经从原来单一的提供养生报价、美容服务领域的行业发展成为涵盖养生、美容、美容器械、教育培训、专业媒体、专业会展和市场营销等领域的综合性服务产业，逐渐形成一条完整的产业关联链。行业的消费需求和投资热度不断提升，对国民经济的贡献越来越大，截至2018年底，全国养生美容行业总的纳税额已达百亿元。

随着养生保健消费趋于理性，消费者需求呈现多元化和专注化，养生馆市场细分更加深入，定位更加清晰。未来行业发展将立足于专业，在养生、保健、美容等各个细分领域进行专业深度发展，其中养生专业化方面，以保健和养生为主要功能诉求在消费中的比重将不断增加，SPA会所、快捷连锁美容院、健康养生会所、社区便利美容院等将成为未来市场的主要业态。

相比独立门店而言，连锁化经营在品牌知名度、门店选址、员工培训及大规模采购等诸多方面具备较为明显的优势。根据中国连锁经营协会公布的行业数据来看，养生馆连锁企业平均门店销售额高于行业总体的平均水平，同时在运营效率和成本控制等方面同样存在优势，养生馆连锁企业的开店成功率远高于独立门店。随着养生连锁企业的不断扩张，规模较小、品牌影响力较弱的企业必将被淘汰，养生馆行业

的连锁化经营方向逐渐明显。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国养生馆行业及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国养生馆行业发展状况和特点，以及中国养生馆行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球养生馆行业发展态势作了详细分析，并对养生馆行业进行了趋向研判，是养生馆生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前养生馆行业发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

报告目录

第一部分 行业运行现状

第一章 养生馆市场发展概况 1

第一节 养生馆市场及产品介绍 1

第二节 2021-2026年养生馆市场发展概况 2

第三节 养生馆市场相关政策法规 3

第四节 2026-2031年养生馆市场发展前景预测 5

第五节 行业技术水平 5

第六节 市场推广在养生馆行业的重要性 6

第七节 营销渠道建设是养生馆市场竞争的关键 8

第二章 养生馆市场容量/市场规模分析 10

第一节 2021-2026年养生馆市场容量/市场规模统计 10

第二节 养生馆下游应用市场结构 10

第三节 影响养生馆市场容量/市场规模增长的因素 11

第四节 2026-2031年我国养生馆市场容量/市场规模预测 13

第二部分 行业营销分析

第三章 养生馆市场推广策略研究 14

第一节 养生馆行业新品推广模式研究 14

第二节 养生馆市场渠道策略 15

第三节 养生馆市场促销策略 17

第四节 养生馆市场网络推广策略研究 18

第五节 养生馆市场广告宣传策略 20

第六节 养生馆市场推广与配套供货渠道建立 20

第七节 养生馆新产品推广常见问题 21

第八节 直销模式在养生馆推广过程中的应用 22

第九节 养生馆营销策略实施分析 23

第四章 养生馆盈利模式研究 27

第一节 养生馆市场盈利模式的分类 27

第二节 养生馆生产企业的盈利模式研究 29

第三节 养生馆经销代理商盈利模式研究 29

第四节 养生馆市场推广策略分析 30

第五节 养生馆推广模式分析 32

第六节 养生馆定价策略研究 33

第五章 养生馆营销渠道建立策略 36

第一节 养生馆市场营销渠道结构 36

一、主力型渠道 36

二、紧凑型渠道 36

三、伙伴型渠道 36

四、松散型渠道 36

第二节 养生馆市场伙伴型渠道研究 37

第三节 养生馆营销策划方案分析 39

第四节 大客户直供销售渠道建立策略 40

第五节 网络经销渠道优化 41

第六节 渠道经销管理问题 42

一、现金流管理 42

二、货品进出物流管理 44

三、售后服务 45

第六章 养生馆市场客户群研究与渠道匹配分析 47

第一节 养生馆主要客户群消费特征分析 47

第二节 养生馆主要销售渠道客户群稳定性分析 50

第三节 大客户经销渠道构建问题研究 52

第四节 网络客户渠道化发展建议 53

第五节 渠道经销商维护策略研究 53

第六节 养生馆市场客户群消费趋势与营销渠道发展方向 57

第七章 重点企业市场推广策略与营销渠道规划案例 59

第一节 丽丰股份有限公司(克丽缇娜) 59

一、企业介绍与养生馆相关业务 59

二、2021-2026年产销统计数据 60

三、企业养生馆市场推广策略与渠道管理 61

四、养生馆营销体系布局与商务政策设计分析 61

第二节 北京泰美好健康管理股份有限公司 62

一、企业介绍与养生馆相关业务 62

二、2021-2026年产销统计数据 63

三、企业养生馆市场推广策略与渠道管理 63

四、养生馆营销体系布局与商务政策设计分析 64

第三节 上海思妍丽实业股份有限公司 68

一、企业介绍与养生馆相关业务 68

二、2021-2026年产销统计数据 69

三、企业养生馆市场推广策略与渠道管理 69

四、养生馆营销体系布局与商务政策设计分析 70

第四节 上海自然美三联化妆品有限公司(自然美) 70

一、企业介绍与养生馆相关业务 70

二、2021-2026年产销统计数据 71

三、企业养生馆市场推广策略与渠道管理 71

四、养生馆营销体系布局与商务政策设计分析 72

第五节 康美养生会馆 74

一、企业介绍与养生馆相关业务 74

二、会馆品牌定位分析 74

三、企业养生馆市场推广策略与渠道管理 76

四、养生馆营销体系布局与商务政策设计分析 81

图表目录

图表：养生馆主要服务项目情况 2

图表：养生馆行业主要适用法律法规情况 3

图表：2021-2026年国内养生馆市场规模情况 10

图表：2021-2026年我国人口年龄分布结构(单位：万人) 12

图表：长沙颐谷spa养生会所现有的会员价格制度 34

图表：颐谷spa养生会所现有的特色疗程套餐卡 35

图表：克丽缇娜商品(服务)项目 59

图表：2021-2026年泰美好公司营收及利润情况 63

图表：2021-2026年自然美公司营收、利润情况 71

把握投资 决策经营！

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : kf@51baogao.cn

报告编号：121169

本文地址：<https://www.51baogao.cn/sc/20190530/121169.shtml>

在线订购：[点击这里](#)