



# 郑敏澄水疗设计

ROY CHENG SPA DESIGN

郑敏澄 杨 林 主编

# 郑敏澄水疗设计

## ROY CHENG SPA DESIGN

郑敏澄 杨 林 主编

天津出版传媒集团  
天津科学技术出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

郑敏澄水疗设计 / 郑敏澄, 杨林主编. -- 天津: 天津科学技术出版社, 2013.8

ISBN 978-7-5308-8250-4

I. ①郑… II. ①郑… ②杨… III. ①浴室—服务建筑—室内装饰设计—中国—图集 IV. ①TU247.5-64

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 196602 号

---

责任编辑: 王璐

责任印制: 兰毅

---

**天津出版传媒集团**

 **天津科学技术出版社**

出版

出版人: 蔡颢

天津市和平区西康路 35 号 邮编: 300051

电话: (022) 23332399 (编辑室)

网址: [www.tjkjcs.com.cn](http://www.tjkjcs.com.cn)

新华书店经销

深圳市金美雅印刷有限公司印刷

---

开本: 880×1230 1/16 印张: 14.5 字数: 30 000

2013 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

定价: 280.00 元

版权所有, 翻印必究

(如有印装错误, 请与承印厂联系调换)

# 序

十几年以前的中国，吃饭去餐厅，唱歌去卡拉 OK，洗澡去澡堂子，运动去健身房，住宿去酒店，玩游戏去游戏厅，做美容去美容院、喝茶去茶馆、理疗去医院……，分的清清楚楚明明白白，就如同我们居家过日子的柴米油盐酱醋茶，曾经必须分门别类从各种不同的商店或者市场采购。自从有了一个“水疗会所”之后，这所有的吃喝玩乐、健身休闲被全部收纳进一个场子里，就像现在我们进大型超市，一次可以采购齐全所有生活必需品一样，更像大型的 shopping mall，满足各种购物需求的同时，还能吃能玩能做你想做的几乎所有事情。大型“水疗会所”所提倡的一站式休闲娱乐概念，同样就是基于这样一种思路，在一网打尽各种各样不同的消费种类的前提下，它创造了一种全新的休闲娱乐模式，彻底改变了中国传统的洗浴文化，改变了我们在这一方面的消费习惯。

经过十几年的发展，在融合舶来的 SPA、桑拿、会所，以及本土的洗浴文化基础上，诞生出的中国特色“水疗会所”，正以前所未有的发展速度，在我们这个经济创造奇迹的国度全面铺展开来，成为近年来休闲产业蓬勃发展的代表。其发展的势头已经开始影响周边国家。“中国水疗”作为一种文化现象，完全可以与“日本温泉”“泰国 SPA”“芬兰浴”“土耳其浴”等世界著名的洗浴文化相提并论，并且在规模和发展上远远地超出了他们。

从 2000 年中国第一个水疗会所深圳“嘉年华会”的诞生，到 2012 年底，据不完全统计，深圳拥有 5000 平米以上大型水疗会所 200 多家，加上中小型水疗、桑拿等，数量已超千家。深圳水疗与沈阳洗浴齐名，成为一南一北两大水疗流派发源及集中地。香港著名设计师郑敏澄先生和他的设计团队，在十五年的时间里，不断地将南派水疗推向新的高度，引领着南派水疗的设计方向，为行业蓬勃发展贡献了巨大的力量。其本人也被深圳水疗业公认为南派水疗会所设计鼻祖，被众多投资者和职业经理人亲切地尊称为“郑大班、郑师傅”。

一个室内装饰设计师能够影响一个行业发展的并不多见，能够十数年潜心研究水疗 SPA 行业设计的也许仅“郑大班”一人。

本人非常荣幸地获邀为《郑敏澄水疗设计》作序，并通过此序向今年已进花甲的郑敏澄大师以及他的设计团队致以最崇高的敬意。

朱向荣 2013 年 8 月

（中国商业联合会沐浴专业委员会副会长）

## 郑敏澄 (ROY CHENG) 简介



郑敏澄先生  
香港著名建筑及室内设计师

郑敏澄，香港著名建筑及室内设计师。1953年出生于香港，1970年留学日本东京都日本设计学院，1976年远赴欧洲，在素有世界设计中心美誉的法国巴黎一边从事设计工作，一边继续求学。回到香港后，从设计公司基层工作做起，设计项目由小到大。最终参与了众多香港及其他地区的重大项目建筑和装饰设计，其中包括参与设计香港大会堂，以及主创设计香港著名的348 DISCO等项目。

1988年郑敏澄先生成为首批进入内地的香港设计师，作为主要设计师参与了以南海、新都、名都酒店为代表的深圳及广州诸多项目的设计工作。

2001年1月由郑敏澄先生设计，位于深圳市金融中心大厦“深圳嘉年华会所”正式开业，这是一项全新的休闲娱乐项目，郑敏澄先生在吸收中国北方大浴场、芬兰桑拿浴、日本温泉、泰国SPA等世界著名洗浴文化精华的基础上，创造性地提出绿色健康的一站式休闲娱乐水会理念，将涵盖水疗SPA、美容、休闲、健身、餐饮、亚健康诊疗、娱乐等众多项目予以整合，打造出国内第一家独树一帜的南派水疗会所，很快这一模式迅速风靡全国，并越来越受到投资商和消费者青睐，由此带给娱乐业的影响可谓空前，其后数年间，“嘉年华”三字几乎成了水疗会所的专用名词。

郑敏澄先生与他的莱斯设计事务所，将更多精力倾注在水疗会所设计之中，潜心研究不断创新，根据市场变化推出一个又一个设计佳作，带动了深圳水疗设计、水疗策划的不断创新，在一定程度上促进深圳水疗行业快速发展，目前深圳已经成为与北方沈阳齐名，水疗休闲行业最集中、最发达的城市之一，被行业公认为南派水疗发源地，郑敏澄先生因此得到了深圳水疗界普遍的敬重。

2011年中国商业联合会沐浴专业委员会首次举行了全国范围水疗行业星级评定，在广东省仅有的三个获评五星级水疗项目中，郑敏澄先生主笔设计的深圳水立方国际水疗会所、规划设计的德仕堡国际会所双双荣获这一最高荣誉。

在未来的日子里，郑敏澄先生带领他的设计团队，将坚持“以人为本、笃守信念”的经营理念，以更富有人文情怀的设计思路，为更多客户倾力打造更加优秀的设计精品工程，继续领跑于水疗行业的最前沿。

作者联系方式：

电话：0755-32857557 82211079

手机：18902843007

QQ：120413653

水疗SPA策划设计群：209833751



杨林  
郑敏澄先生弟子  
本书第二作者

# 目 录

序	3
郑敏澄简介	4
南派水疗的前世今生	6
大型水疗 SPA 会所筹建四步走	11
大型高端水疗会所空间设计上的南北差异	14
水疗有风险 投资需谨慎	20
汉景·银矿湾国际水疗会所	24
欧景城水疗健身会所	64
大浪淘沙金水路店	86
水立方国际水疗会所	112
嘉年华水疗会所	142
黄金海岸水疗休闲会所	168
天天美皇家都会	182
太平洋休闲超市	196
本书未收录水疗会所名录	226

# 南派水疗的前世今生

## 扬华夏休闲养生理念 汇中外洗浴文化精髓

近年随着中国经济的快速发展，休闲产业，特别是沐浴业也迎来了高速发展的时期，各种各样的水疗会所、水疗酒店、足浴城、SPA 养生馆如雨后春笋般蓬勃兴起，以此为代表的城市休闲行业空前繁荣。沐浴服务业已成为新兴的朝阳产业，正处于快速发展的上升态势。据初步统计，目前全国沐浴企业至少在 15 万家以上，直接从业人员数以千万计，而且市场规模扩大的空间依然很大。无论是企业数量还是从业人数，都当之无愧地成为一个新的世界之最，消费者更是庞大不可计数，沐浴业在服务业中消费比例，已远远超过宾馆酒店，成为第三产业的支柱产业。各地沐浴业的发展对繁荣地方经济、丰富人民文化生活和改善当地人民的生活质量起着越来越重要的推动作用。

在全国沐浴行业繁荣发展过程中，以沈阳等北方城市洗浴为代表的“北派水疗”，和以深圳洗浴为代表的“南派水疗”，成为行业兴起的源头，南北呼应，掀起了中国休闲沐浴行业革命性的发展。

### 一、中国历史上的洗浴文化

洗浴文化，在我国有着悠久历史，早在 3000 年前，在商时期的甲骨文里，已经有了“浴”、“沐”、“澡”这些字了。当然，这些字有着不同的含义。“浴”是洗澡；“沐”是洗脸，“澡”是洗手洗脚。



甲骨文“浴”



甲骨文“沐”



甲骨文“澡”



吴王夫差青铜鉴（洗浴器具，现藏于河南省博物馆）

据史料记载，商周时期的法典中就规定了在登基、继位、祭奠、开元等重大活动中，都要戒斋三日、沐浴更衣，“吏五日得一休沐”，“斋戒沐浴以祀上帝”，都明确地表明洗浴对官宦仪容仪表之重要，对天地、神灵、祖先、君王之敬重。诞生于春秋战国时期的儒家文化，同样有“有澡身而浴德，与其澡于水，宁澡于德”之说。《论语宪问》说：“孔子沐浴而朝”。孔子的政治思想是推崇礼治的，所以他严格遵守，洗好澡再去见诸侯，或者去祭祀祖先和神灵。

由此可见，中国的传统洗浴文化，不仅在于发肤之康洁，而且更讲求品行之端庄、德行之良好。“沐浴”可以说已经升华为古人的信仰与精神生活。作为一种礼仪，一种社会公德，被当时的王公贵族们共同遵守着。

特别值得一提的是，当时的洗浴文化已经将医治疾病及健康养生理念融入其中，最早可见记载的是《山海经》，《山海经·西山经》中有记载了“浴之已疥，又可以已臃肿”。在《礼记·内则》中也有记载：“头有创则沐，身有病则浴”。

汉唐时期的中国，国力空前强盛，都城长安以深厚而持重的文化、宽阔大度的胸怀、开放吸纳的精神，成为令人向往的圣地。“春寒赐浴华清池，温泉水滑洗凝脂”的华清池，当之无愧地成为那一个时代洗浴文化的代表。

在不断吸纳各民族文化的同时，汉唐洗浴文化也在不断进步，洗浴方式也越来越多，诸如：蒸汽浴、温泉浴、冷水浴、药浴等在上层社会普遍流行。这一时期的洗浴还借鉴、吸收中国传统医学中健身养生的方法与理念，如中医的热熬、泡足、薰疗、按摩等方法，均为中国洗浴文化特色的形成融入了新的元素。

唐代将每年五月初五这一天定为“浴兰节”（端午节别称）。在这一天，人人进行药浴，以祛秽，预防疾病。到了宋代，民间开始出现公共浴室。《能改斋漫录》记载：“所在浴室必挂壶于门”。当时的浴室，又称为“香水行”。明朝的公共浴室更为普及，有了和现代男浴室差不多的“混堂”，用大铁锅烧水，热水与大池子相通，门上还挂一

块“香水行”的牌子。



西安唐代华清池遗址——杨贵妃塑像

## 二、世界最具特色的洗浴文化

世界各个国家各个民族都有不同的洗浴文化，高雅的洗浴文化，让人体验到的是别有一番风情和另外的味道。在各种不同的洗浴文化中，最富民族特色的莫过于古罗马、土耳其、芬兰和日本了。

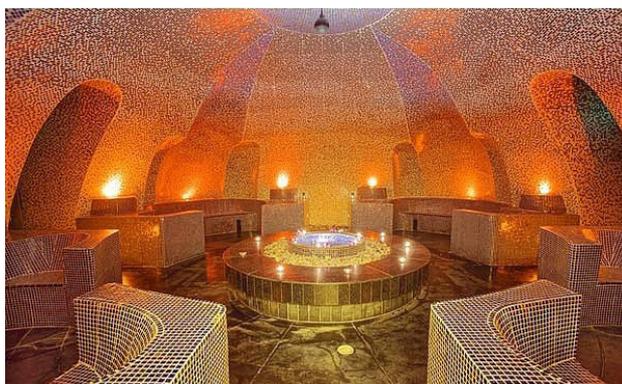
1、古罗马的浴场极尽奢华，著名的卡拉卡拉浴场占地达 28 英亩，可以同时容纳两千人沐浴。浴场在古罗马并不单为沐浴之用，而是一种综合社交、文娱和健身等活动的场所。古罗马人洗澡是边洗边蒸，蒸洗结合，而且特别讲究按摩，他们征服到哪里，就把洗浴和按摩带到哪里。



英国巴斯古罗马浴场遗迹

2、土耳其浴深受罗马洗浴文化的影响，已经成为土耳其文化的精华所在。早在古罗马时期，在君士坦丁堡（今伊斯坦布尔）等大城市就建有许多装有蒸汽、冷热水池等设备的公共浴室，每个浴室可容纳数百人。用室内的高温，使人大汗淋漓，再用温水或冷水淋浴全身，达到清除污垢，舒活筋

骨，消除疲劳的目的。在正宗的土耳其浴室内，专门有一批称之为“坦拉克”的按摩师。当沐浴者舒展四肢躺卧在“肚皮石”上，双手涂满橄榄油的按摩师便在他身上推、拿、揉、按，使全身皮肤微红，血脉流畅，顿觉浑身轻松，舒适无比。另外土耳其人进浴室大都带一个丰盛的食品盒，装着各种食品干果。沐浴后，新朋旧友聚在一起，边吃喝边聊天。



历史悠久的土耳其浴

3、“Sauna”（桑拿）在芬兰语中是指“一个没有窗子的小木屋”，如今这个词已随着那种蒸汽腾腾的浴法走向世界。“没有洗过桑拿，就等于没有到过芬兰”。据说这个只有 500 万人口的国度里竟有近 200 万个桑拿房。正宗的芬兰浴一般建在湖边，是一间用木头建造、密不透风的浴室，里面设置一个火炉，炉上搁些鹅卵石。待炉火烧旺、鹅卵石被烧得灼热之时，一勺一勺把凉水浇在鹅卵石上，产生高温蒸汽，室温超过 50℃，甚至会达到 90 度。置身于密室中满身大汗时，再用浸了凉水的白桦树嫩枝互相拍打全身，以降低温度。持续发汗一段时间后，他们又走到室外浸泡冰凉的湖水，浸泡后再回到高温浴室蒸，如此反复几次，达到强身健体、放松身心的目的。



传统的芬兰浴

4、日本洗浴文化以温泉浴最为著名，日本是一个多火山的国家，拥有各种形态色泽的著名温泉。在日本温泉区，温泉池所在处往往在风景绝佳的露天地方，既有桧木修成的舒适的“内汤”，也有置身于大自然怀抱的“露天风吕”（即户外温泉，“风吕”在日文中为“泡澡”之意）。对于日本人来说，泡温泉与其说是洗浴，倒不如说是一种社交活动。日本人称温泉里的热水不称做“水”，而叫“汤”，这种说法其实源于古代中国，比如《水浒传》中鲁智深洗澡，就是让伙计“提一桶汤来”。



自然清新的日本温泉

### 三、大澡堂、桑拿、洗浴中心

近代中国大众化的洗浴在继承历史的基础上，形成了独有的“澡堂子文化”，在相当长的一段时间里，中国北方城市有钱人的休闲生活标准为三大样：

1. 看大戏；
2. 吃茶楼；
3. 泡澡堂。

“泡澡堂”成为市民阶层最理想的聚会交流方式，在这个特定的环境，人人褪去身外之物，赤条条不辨尊卑贫富，难分职业官阶，不计门第高低，无论出身贵贱，人人平等人人混沌，无拘无束轻松自在。洗浴完毕，可在外间偃卧休息，冲一壶香茶，叫三两碟瓜子点心，修脚采耳、下棋唱曲、聊天吹牛，好不自在逍遥。最有名的莫过于扬州洗浴了，所谓“早上皮包水，晚上水包皮”，其中“水包皮”说的就是洗澡了。



传统的北方澡堂

广东属于亚热带海洋性气候，一年之中大多数时间高温潮湿，洗浴是广东人生活中不可缺少的部分，不同于北方城市，广东人形象地称洗澡为“冲凉”，如同吃饭睡觉一样是每天都要做的事情，所以类似大澡堂子的公共浴室在广东并没有市场。然而广东毗邻香港，随着1978年改革开放，桑拿这一新鲜事物被港台商人带入广东，最初作为酒店的配套，后来逐步独立经营，很快就在广州、深圳、珠海等沿海城市落地生根，迅速向国内扩展，不过随之而来的色情服务也给桑拿披上了黄色的外衣，迫使政府不得不出面予以打击，桑拿业生存岌岌可危。

进入上世纪八十年代末，在北方以沈阳为代表的城市，出现了更新换代的洗浴中心，这些洗浴中心在原来澡堂子的基础上，融入桑拿、表演等经营项目，后来逐步扩大规模，增加餐饮、棋牌等休闲娱乐项目，使之成为全新的大众休闲场所，为后来的水疗会所奠定了基础。

### 四、引领洗浴革命的南派水疗

2000年5月，由香港著名设计师郑敏澄先生设计的深圳嘉年华会水疗会所开业，嘉年华会将北方浴场与桑拿相结合，合理组合中医理疗、泰国按摩、运动健身、日本温泉浴、土耳其浴、芬兰桑拿等内容，融入现代服务、休闲和保健理念，第一次提出了一站式休闲水疗会所理念，使客人身处其中，休闲娱乐、养生保健、美食健身等等一应俱全，无需外

求,形成了一种创新的经营模式。由于其坚持健康阳光的经营方针,很快获得市场认可,取得了空前的成功。全国各地模仿者多不胜数,甚至在一段时间里,“嘉年华”几乎成为水疗会所专用名。自此具有中国特色的水疗会所开始在全国各大、中城市流行开来,形成了全新的中国水疗文化。



第一家一站式休闲水疗会所——深圳嘉年华

多年以后,北方浴场也有不少开始命名为水疗会所,业内为区别南北不同的模式,将源于深圳的水疗称之为“南派水疗”,而源于沈阳等北方城市的浴场称之为“北派水疗”。随着时间的推移,南北两派各取所长相互学习,不断更新换代发展进步,共同将中国水疗推向了一个新的高度。中国水疗业经过十多年的发展,已经成为足可以与芬兰桑拿、日本温泉相媲美的另一种洗浴文化,而且在场地规模上、服务内容上远远超出了世界上其他地区所有洗浴模式。

近年来,从水疗会所派生出很多新的经营模式,如水疗酒店、SPA 养生馆、温泉水疗等等,水疗 SPA 在当今中国城市,已经成为深受普罗大众欢迎的休闲娱乐方式,并将其影响力辐射到日本、韩国、新加坡、泰国、马来西亚等周边国家。随着国内经济的快速发展,水疗已经从一线大城市进入更多的二线三线城市,越来越多的中国人不再将喝酒、唱 K、打麻将作为社交往来、休闲娱乐的方式,而呼朋唤友、扶老携幼走进水疗会所,享受水疗带来的健康轻松、愉悦快乐的感受,已经成为现代中国城市休闲娱乐生活的一大特色。

## 五、水疗的未来发展方向

美国《未来学家》杂志曾载文指出,2015年前后,世界发达国家将进入“休闲时代”,休闲将成为人

类社会的重要组成部分,休闲、娱乐活动和休闲旅游业将成为下一个经济大潮,并席卷世界各地。届时,休闲服务将主导世界劳务市场,国民生产总值中会有一半以上的份额由休闲产业创造出来,人们将把生命中一半的时间和一半的金钱用于休闲的活动。

我们无意探讨论证这一预见的准确性,但是中国休闲产业兴起并正在蓬勃发展却是不争的事实,水疗业将来往什么方向发展,在业内也多有不同观点,但是多元化的发展方向是业内一直认同的。经过市场调查分析,我们认为以一下五个方向,应该会成为今后水疗业发展趋势:

**1. 大型水疗会所依然会在相当一段时间里占据市场主要份额,并不断更新换代,不断丰富内容、提升服务。不过超大型水疗会所,由于投资金额庞大,市场风险难以把控,投资者将会越来越谨慎小心;**

**2. 小型 SPA 养生馆由于投资小,场地要求相对简单,规模可灵活控制,相信很快就会脱颖而出,并且在发展中会与中医推拿、美容院、足浴城相互借鉴,甚至融合,成为新的发展亮点;**

**3. 而传统足浴目前正面临升级换代时期的到来,将水疗的某些理念和服务融入足浴,在单纯的足浴中加入 SPA 元素,目前已经成为一种发展趋势;**

**4、水疗中的某些灵感理念源于温泉,而目前温泉发展已经开始向水疗会所学习借鉴,温泉度假村、温泉酒店中的会所式接待服务,已经开始逐步普及;**

**5. 将水疗会所水疗部分缩小规模,剔除休闲娱乐中的绝大部分,做精养生保健部分,以住宿客房为主,这样就可以算水疗主题酒店了。经过近年来的探索发展,结合国外 SPA 主题酒店经验,我国的水疗酒店已经逐步趋于成熟。**

## 名词解释

### 水疗

所谓水疗,既利用不同温度、压力和溶质含量的水,以不同方式作用于人体以防病治病的方法。

水疗对人体的作用主要有温度刺激、机械刺激和化学刺激。按其使用方法可分浸浴、淋浴、喷射浴、

流水浴、气泡浴等；按其温度可分高温水浴、温水浴、平温水浴和冷水浴；按其所含药物可分碳酸浴、松脂浴、盐水浴和淀粉浴等。水疗时按病情需要决定所浴的温度、方法及药物，如高温全身淀粉浸浴。矿泉浴也属水疗，但一般属疗养学范围。临床常用浸浴治疗植物神经功能失调、神经官能症、全身性皮肤病、关节炎等，漩涡浴水中运动治疗运动功能障碍、神经系统疾病，淋浴、喷射浴、冷水浴多用于增强体质。

水疗属于物理疗法的一类。用各种不同温度、压力、成分的水，以不同形式和方法（浸、冲、擦、淋洗）作用于人体全身或局部进行预防和治疗疾病的方法。

水的比热和热容量均很大，携带热能较易。其传热的方式有传导和对流两种。水除传热作用外，并有机作用，如浮力、压力和水流、水射流的冲击作用。水又可溶解各种物质、药物，这些溶质也可起治疗作用。水疗法可以单独应用或用于综合治疗。水疗简便易行，不像药物治疗那样副作用较多。

## SPA

SPA 一词源于原于拉丁文“SolusPorAqua”（Healthywater）的字首，Solus= 健康，Por = 经由，Aqua = 水，意指用水来达到健康。方法是充分运用水的物理特性、温度及冲击，来达到保养、健身的效果。SPA（法文 SolusPorAqua），意为“健康之水”，与英式休闲文化的 SPA（Springputair）意为“在矿泉区里享受纯净的空气”。SPA 的美妙气息蔓延了几百年，希腊的文献旧时就有记载，在水中加上矿物及香薰、草药、鲜花，可以预防疾病及延缓衰老。

从狭义上讲 SPA 指的就是水疗美容与养生，形式各异的 SPA，包括冷水浴、热水浴、冷热水交替浴、海水浴、温泉浴、自来水浴，每一种浴都能在一定程度上松弛紧张的肌肉和神经，排除体内毒素，预防和治疗疾病，近年来发现水疗配合各种芳香精油按摩，会加速脂肪燃烧、具有瘦身的效果。

从广义上讲，SPA 包括人们熟知的水疗、芳香按摩、沐浴、去死角等等。现代 SPA 主要透过人体的五大感官功能，即听觉（疗效音乐）、味觉（花草茶、健康饮食）、触觉（按摩、接触）、嗅觉（天然芳香精油）、视觉（自然或仿自然景观、人文环境）等达到全方位的放松，将精、气、神三者合一，实现身、心、灵的放松，如今 SPA 已演变成现代

美丽补给的代名词。水疗是 SPA 最普遍的形式。据考 SPA 的名字起源于罗马帝国时期比利时的一个叫“SPA”的小镇，因为那里有一温泉，可以美容甚至治疗疾病而闻名。到了近代，科学家才揭开温泉的秘密，水中的精油成分来源于当地山上成千上万种花卉草木在上游水源的浸积。所以现在人们就模拟建造类似的环境及水质，使其对人体具有健康及健美作用，即为现代的“SPA”。

杨林

2012年11月 深圳

## 参考文献：

- [1] 克劳斯·克莱默著《欧洲洗浴文化史》。
- [2] 马惠娣《中、外洗浴文化史一瞥》
- [3] 中国洗浴网
- [4] 深圳新闻网检索

# 大型水疗 SPA 会所筹建四步走

自 2000 年第一家冠名水疗会所的深圳嘉年华国际水疗会所开业以来，国内水疗行业随着经济发展同时进入高速发展的阶段，经过十几年发展，已经衍生出各种不同类型以水疗 SPA 为核心的商业服务项目，一般可分为：大型一站式休闲娱乐水疗会所（俱乐部）、高档水疗主题酒店、温泉水疗度假村、城市生态水疗、水疗商务酒店、精品会所、女子或男子水疗生活馆。

业内一般将面积 5000 平方米以上的水疗会所归入为大型水疗项目，本文单独就大型水疗项目投资策划建设进行深入分析。

早期的水疗投资带有很严重的盲目性，基本上一家兴起，多家跟随。盲目投资、简单抄袭、跟风攀比成为很多项目的通病，市场很快就陷入同质化的恶性竞争漩涡。经过 05 到 07 三年急速膨胀式发展，以南方城市深圳、北方城市沈阳为代表水疗洗浴发达的一些城市，水疗行业已经接近或达到饱和，但是依然不断有新的投资继续进入，白热化的竞争导致利润下降，在无情的市场机制下，水疗行业已经从当初的“暴利时代”迅速进入“高投入高风险时代”，目前的水疗可以形象地称为是“几家欢乐几家愁，几家苦熬算日头”。

纵观众多得失成败的鲜活案例，总结原因后，我们可以套用一句老话：“成功的都很接近，失败的千差万别”。

作为一种特殊的商业形态，大型水疗 SPA 会所有着独特的管理学意义和商业运作特色，其成功与否，与它所处的**市场环境、自身定位、目标客源群体及消费习惯，以及规划设计、功能布局、经营模式、业态组合、推广策略、服务系统**等元素有着不可分割的关系。因此，对于投资大型水疗会所的企业和会所经营者、管理者，正确把握行业发展规律，掌控科学的经营管理方法，并以此指导项目的策划、筹建、管理、发展。一个大型水疗项目，如果能够做到从一开始就做到**立项准确、投资理性，市场调查详细精准，策划务实合理，设计紧密结合市场需求，再加上后期经营定位恰当，管理科学服务到位**，那么这个项目就没有不成功的道理了。

水疗 SPA 会所作为一种特定的休闲娱乐经营模

式，和其他酒店、娱乐、餐饮的投资建设程序基本相同。因此，从新建独立会所项目角度来看，由投资决策到建成并投入使用，按常规通常要经过四个阶段。

## 一、项目策划

很多企业在决定投资水疗 SPA 会所的时候，由于对行业的了解不够，只是根据市场上同类项目的表面情况来决定投资，看到别人生意兴隆就盲目模仿跟进。缺乏必要的市场调查、对市场定位、投资没有综合细致的科学分析，缺乏必要的风险意识，给后期预埋下很多隐患。

而前期的策划工作就是为了最大限度减少这种盲目，以达到规避风险、规划资金、定位市场、指导设计、预设经营管理思路的目的，一般投资企业会寻找专业策划管理公司承担这一工作，有些还直接委托策划管理公司负责后期经营管理。

目前国内所谓专业水疗 SPA 策划管理公司，基本上都是水疗行业内的管理者自行组建，经过多年发展，目前此类公司已经多如过江之鲤，但是良莠不齐鱼龙混杂，优秀者自不必说，却也有不少策划管理公司临时拼凑搭台唱戏，暴露出经验主义至上，市场调查走过场，缺乏专业策划知识和职业操守，甚至趋利忘义，出现不少坑蒙拐骗等不良行径，给这个行业带来了声誉不佳的印象。所以很多投资企业更倾向于聘请经验丰富的管理人员承担策划工作，但是一般情况下企业选择只限于丰富的管理经验，却忽略了相当一部分经营管理者缺乏策划筹建的经验，所做的调查很难全面反映市场实际情况，给出的策划意见缺少专业指导价值。

无论策划工作是由公司还是个人承担，其结果应该是出具完整、可信、可行的《**水疗 SPA 会所项目策划书**》和《**规划设计指引书**》，在书中应该有明确的市场需求、市场定位、运营模式等内容。除此之外，还要综合考虑设施设备的标准、政府相关的法律法规、项目所在地区的风俗文化、竞争对手的情况等多方面因素。其中，对设施设备及其功能要求，这些理论数据是后面设计工作的基础和指导原则。

《水疗会所 SPA 项目策划书》基本内容：

- (1) 项目经营环境调查及分析
- (2) 项目地段情况分析
- (3) 项目市场定位分析及功能规划
- (4) 项目经营管理模式规划
- (5) 项目营销及宣传推广建议
- (6) 项目建设财务分析
- (7) 项目建设及经营风险分析
- (8) 项目建设可行性论证结论
- (9) 策划管理公司建议

《规划设计指引书》基本内容：

- (1) 客源定位与设计风格定位
- (2) 概念设计指引
- (3) 平面规划设计指引
- (4) 设备系统设计指引
- (5) 管理使用要求
- (6) 后勤系统设计

## 二、专业设计

设计的核心在设计师本身，在策划专业没有诞生之前的投资者，唯一可以依靠的就是设计师，设计师实际上完全承担了策划师的工作。设计界有一句名言：“好的设计师首先就应该是一个合格的策划师”。他必须了解行业发展动态，熟悉行业内各专业特性，对经营管理也有一定程度的认知，这样的设计才不会照猫画虎、闭门造车。

设计本身可以分为建筑设计和装饰设计两部分，为了水疗会所专门建造一个独立的建筑，当然是最好的选择，这样可以根据《水疗会所项目策划书》的结论，将所有预设目标融入建筑设计之中，在最初的平面规划中体现既定的营销策略，在这一阶段基本达成空间的合理分配，室内装饰设计在这基础上深入细化即可，这样最大限度地减少了工程中的改造导致的巨大投资浪费。

但是一般情况下，大多数水疗会所项目是利用已经成型建筑，再通过室内设计进行二次空间布局设计，在空间分割上实现《水疗会所项目策划书》中预设的各个目标。不仅如此，一个项目内部的经营能力预测必须和内部的功能划分、数量、比例、顺次、创新产品的引入等紧密的结合起来。

目前新一代大型一站式休闲娱乐水会项目，在经营规划中已经将酒店经营内容、KTV 娱乐内容、专业美容、运动健身、水会项目经营、专业餐饮等经营模式糅合在了一起，可以做到吃喝玩乐“无所

不有，无所不包”。所以内部流程的规划是和经营定位息息相关的，同时营销体系中的开放运营部分与会员运营部分的有机结合又相对独立、穿插带动，也需要提前综合考虑。这就更加考验了设计师对空间的驾驭能力，如果没有长期水疗设计经验积累，没有丰富的生活阅历，面对一个复杂程度远远超出一般商业项目的水疗设计，设计师束手无策，或者盲目顺从投资者意见也就是在所难免的了。

关于设计风格问题，很多投资者十分困扰，究竟是欧式中式好，还是日式泰式好？其实一个成功的水疗 SPA 会所，带给顾客的体验必须满足包括视觉、听觉、嗅觉、触觉、味觉五种人类感官的需要，因此，在室内设计中首先就要考虑如何满足这五种人类的感官需要。确定一个主题之后，所有的细节设计都要始终和主题风格的要求保持一致，为客人营造一种远离尘嚣、独享呵护和舒适以及放松安逸的氛围。只要达到这个目的，风格实际上已经不是一个十分重要的问题了。可以说无论是欧罗巴的奢华，还是中华文明的庄重，无论是东亚的清新，还是南美的热烈，都可以打造出一个成功的水疗会所。

除了建筑装饰设计外，水疗会所设计还包含水疗设备、暖通空调、消防、厨房设备、场内导视等专业设计工作。

## 三、工程施工管理

由于一些投资者工程管理意识淡漠，国内很多项目甚至还在沿用大包干形式，即谁施工谁管理，根本没有建立科学的监理制度，少数施工单位为达到利润的最大化，乘机偷工减料、乱改设计，导致工程进度、项目整体品质、施工质量失去控制，最终投资方苦不堪言。

在工程上的**设计、监理、施工“三权分立”**也是确保工程顺利进行的法宝。监理工作是工程施工阶段非常关键的一项，由于水疗项目的特殊性，一般的工程监理公司很难具备针对水疗专业的合格监理人才，所以室内装饰工程阶段，目前基本上都是由投资方自行组建工程管理班子—工程部，隶属于筹建管理班子。工程部由水疗施工管理经验丰富的工程管理人员组成，首先对设计成果进行审核接收，其次对施工单位指导监督，负责工程竣工验收。

以室内设计为主的各专业公司完成设计后，由工程部负责消防及建设主管部门报建，同时审核图纸工程量的内容和数量，收集现行定额标准、取费标准，进行市场调研，掌握材料市场价格及政策性

调价文件。根据设计成果进行公开招标。施工招标程序一般按以下步骤进行：

- (1) 建设工程项目报建；
- (1) 审查施工单位资质；
- (1) 招标单位申请 - 资格预审文件；
- (1) 招标文件的编制和送审；
- (1) 刊登资格预审通告、招标通告 - 资格预审、确定投标人 - 发放领取招标文件；
- (1) 组织勘察现场 - 招标预备会解答疑问 - 工程标底的编制与送审；
- (1) 投标文件的接收；
- (1) 开标 - 评标 - 定标；
- (1) 合同签订。

各专业施工单位进场后，均需制定施工及材料采购计划，由设计公司设计配合，工程部指导监督，按照计划及施工程序安排各工种进场施工，并协调各施工单位现场工作安排，按照工程进度及合同批准支付工程进度款，确保工程顺利进行。

工程完工以后，应按照规定，在包括政府指定机构（消防、环保、卫生等部门）参与下，由投资企业与施工单位共同进行项目的竣工验收。如果工程没有达到规定标准，则必须按照专业规范进行整改直至合格。项目验收合格，方可交付使用。

#### 四、经营管理团队

经营管理班子组建最早可以上溯到项目策划阶段，从策划管理公司委派管理团队，或者投资商直接聘请管理人员担负策划工作开始计算。一般前期只是总经理带营销、营运、工程部门负责人构成筹建架构，然后根据项目进展情况适时增加人员配置。

筹备期管理班子具体工作内容：

筹建计划编排

配合设计公司针对功能布局设计进行优化

配合设备供应商进行设备系统方案优化

节能方案优化

用品方案优化

工程监管和验收把关

技师与技工的招募

人力资源建立

企业文化与管理体系统建立

1. 采购计划、订货合同
2. 招聘与培训
3. 制定《会所质量管理手册》并落实运用
4. 市场推广计划和实施

#### 5. 开业活动策划

工程验收合格后，正式交付使用，便进入了正式运营阶段，项目筹备期结束。

杨林

2012年11月 深圳

# 大型高端水疗会所空间设计上的南北差异

在中国水疗会所已经经过了十多年的发展，虽然很长一段时间里，南称“水疗”，北称“洗浴”，但是行业内相互学习、融汇贯通，基本格局和设施已经大同小异，慢慢地“水疗”已经成为行业内约定俗成的名称。

细究南北水疗会所的不同，其中的空间布局、设施比率、客人消费等等，南北之间的区别还是非常大。究竟是什么原因形成了南北两派水疗这些差异呢？追根溯源还是与发展起源、文化风俗、生活习惯、经济状况等有着千丝万缕的关系。

水疗会所的南派北派区分，并不能以地理上的南北来进行简单的划分，由于发源于沈阳等北方城市的北派水疗发展时间长，所以目前国内大多数城市水疗会所参照的都是北派模式。而发源于深圳的南派水疗虽然后来居上，但是毕竟时间有限，主要还是以广东、广西、海南、湖南、湖北、四川、江西、福建等地比较多见，但这并不代表着深圳、广州的水疗会所就一定是南派，而北方城市就一定是北派，具体还是看投资方经营思路以及场内设计。随着这些年以深圳为代表的广东水疗管理人才扩散到全国各地，南派水疗已经在越来越多的城市普及开来。

目前国内有很多项目，虽然挂着水疗会所的招牌，却不过是规模装修升级的澡堂或者传统桑拿，为了以示区别，我们仅以大型高端水疗会所为探讨两者区别的方向。

为了方便读者甄别，本文以服务流程为叙述主线，即客人进入水会到结账的过程为顺序，将南北两派水疗会所的空间设计差异一一展示。

## 一、接待大堂

无论南北水疗会所，接待大堂都是第一个设计重点，接待台、休息等候区是共有的必备设施，北派却独有鞋吧的设置，考虑到大堂换鞋嘈杂凌乱，后期的大型高端水疗会所一般会专设换鞋区。鞋吧的设置据考证是因为三方面原因：

- (1) 北方冬天多雨雪，道路泥泞，客人鞋底不免沾泥带水，在大堂换鞋可以避免污染更衣区；
  - (2) 为防止跑单（客人不结账而溜走）；
  - (3) 提供皮鞋保养服务，可增加一定的收益。
- 相对于北方，南方一年四季雨水充沛，街道相

对干净，加之受现代服务意识影响，人性化的服务促使服务人员配置充足，客人直接进入更衣区换鞋，所以没有必要设置鞋吧，即使需要提供皮鞋保养服务，也只是服务人员多一点辛苦而已，至于避免跑单现象，就只能靠人员配置和管理了。

## 二、更衣区

更衣区最大的区别应该在更衣柜数量配置及规格，由于北方消费时间集中，客人多于下午六点之后晚上十点之前集中进入，相对而言南派客人进场时间比较分散，高峰期也没有北派那么明显，所以同等规模水疗会所北方更衣柜配置应该比南方多，不过某些地方消费习惯不同，客人喜欢进房间更衣，这又要另当别论了。北派更衣柜宽一般为500mm，而南派可以做到柜宽300mm，主要还是因为北方冬天衣着厚重，需要大空间存放羽绒服和大衣，而南方基本上不存在这个问题，缩小柜宽可以提高空间利用率。



北派更衣柜柜宽 500mm



南派更衣柜柜宽 300mm，设有专门鞋抽屉

考虑到南方人的性格特点，南派水疗会在女宾、VIP更衣区设置更衣室，照顾客人隐私，提供更多人性化的服务。

### 三、水区

同样由于客流的时间段，在冲凉房的配置上北派要比南派多，北方生活习惯是先泡后洗，北派淋浴间大多通透开放，靠近水池侧边一字排开，方便客人泡完冲洗，不过在南方人眼里，一排高矮肥胖各不相同的身体暴露于面前，难免尴尬别扭，故此，南派冲凉房集中于更衣与水池之间的一个区域，每一间都独立封闭，给客人提供相对私密的环境。



北派水池一般都比较大大



北派淋浴间开放通透



南派水池相对小巧很多



南派冲凉房注重隐私保护

北派水疗起源于大众澡堂，至今依然以“洗澡”作为首要的经营重点，设计上围绕着“洗”字煞费苦心，很多项目不惜以古罗马浴场为参照，水区极尽宏大奢华，水池大而种类繁多，给后期经营带来了沉重的负担。

北方人以油性皮肤为多，再加上一般生活习惯并不天天洗澡，身体容易积攒污垢，所以自古以来擦背就是北方洗浴重点，而南方人天天冲凉，皮肤以干性为多，皮薄肉嫩，一般都受不了擦背的重力，以一万平米水疗会所作为参照样板，北方擦背床一般要配置十五张左右，甚至更多，而南方三四张就足够了。



北派水疗需要多配置擦背床



南派擦背间少，且注重隐私保护

而蒸房除了常规的干蒸湿蒸外，玛瑙房、玉石房、黄泥房等各种各样的蒸房琳琅满目，让人目不暇接，投资自然不少，却花哨有余，实用价值有待商榷。



各种不同的蒸房



各种不同的蒸房

南派水疗起源于桑拿，桑拿原本就是以休闲健康为目的，并非传统意义上的洗澡。加上南方人习惯先洗后泡，性格相对腼腆羞涩，不愿意在众目睽睽下展示自己的身体，所以冲凉区应该是设置在更衣与水池之间的特定区域。

一般南方人并没有泡澡的习惯，与北派水疗会所相比，水池明显要小很多，也以常温、高温、冰水水池三种为基本模式，蒸房基本还是以干蒸湿蒸为主，设计简洁明快、清新雅致。

#### 四、休息区

北方休息厅一般不会太大，相当一部分消费者喜欢进房间而不愿意在大厅过多停留，这也是受到消费习惯的影响，北方人好客豪爽，场内相遇，无论新朋旧友都喜欢抢着买单，长此以往成为一大心理负担，躲进房间自然落得清静。

南方由于经济发展超前，消费相对理性，特别是以香港客源为主的深圳水疗，AA制十分普遍，三五好友周末上深圳，相约聚会于水疗会所，消费比香港经济实惠很多，吃喝玩乐一两天，平摊下来谁也不会为花多花少伤脑筋。洗浴之后在休息大厅坐下，喝杯饮料商量下一步计划，热热闹闹的休息大厅就成为南派水疗一大亮点。也正因为如此，休息大厅成为南派水疗的中枢，空间设计上的重中之重，各种餐饮、娱乐、健康、休闲、养生等设施，分动区、静区围绕着休息大厅依次展开。