

擺脫「大爺大媽專屬區」標籤 娛樂放鬆甚至臨時辦公 澡堂華麗轉型 變青年社交休閒新空間

Seek 神州

泡湯暖身、小酌閒談、靜讀品茗、電競打機……隆冬臘月的寒流裏，中國洗浴行業卻逆勢升溫，湧動着「熱氣騰騰」的消費熱潮。如今的洗浴中心，早已擺脫「大爺大媽專屬」的刻板標籤，成為年輕人追捧的一站式綜合休閒目的地。社交聚會、娛樂放鬆、餐飲住宿乃至臨時辦公，在這裏均可一站式實現。

美團數據顯示，2025年中國洗浴行業規模預計突破1100億元，洗浴服務交易訂單量同比增長超30%，跨區域消費佔比超三成，節假日異地用戶環比翻倍；1-9月，新開業洗浴商家的平均交易額更是同比激增60%，北京、上海、瀋陽等城市成為消費熱門地，洗浴消費迎來空前盛況。

大公報記者 任芳韻、郭瀚林（文、圖）

「下班放鬆去哪兒？」對於當下的年輕人而言，答案是一句「洗浴中心走一波」。曾經以「泡湯、搓澡」為核心功能的洗浴場所，如今已完成華麗轉型，升級為承載社交、聚會與休閒多重需求的綜合空間。美團數據印證了這一趨勢：近四年洗浴行業交易規模逐年攀升，2025年同比增速超20%，成為服務消費領域中增長最快的賽道之一。為貼合年輕人與親子家庭的消費偏好，各大洗浴中心融入創新業態，讓「洗浴+」的玩法愈發豐富。

洗浴中心性價比高 人均幾百全包

在北京東四環外的通惠河南岸，短短幾百米範圍內，九號溫泉生活館、曲水蘭亭、V湯泉生活館等多家網紅洗浴中心沿街排布，形成了頗具規模的「洗浴休閒帶」。這些場館的基礎門票從200元到500元不等，也不乏千元級別的高端定製服務。

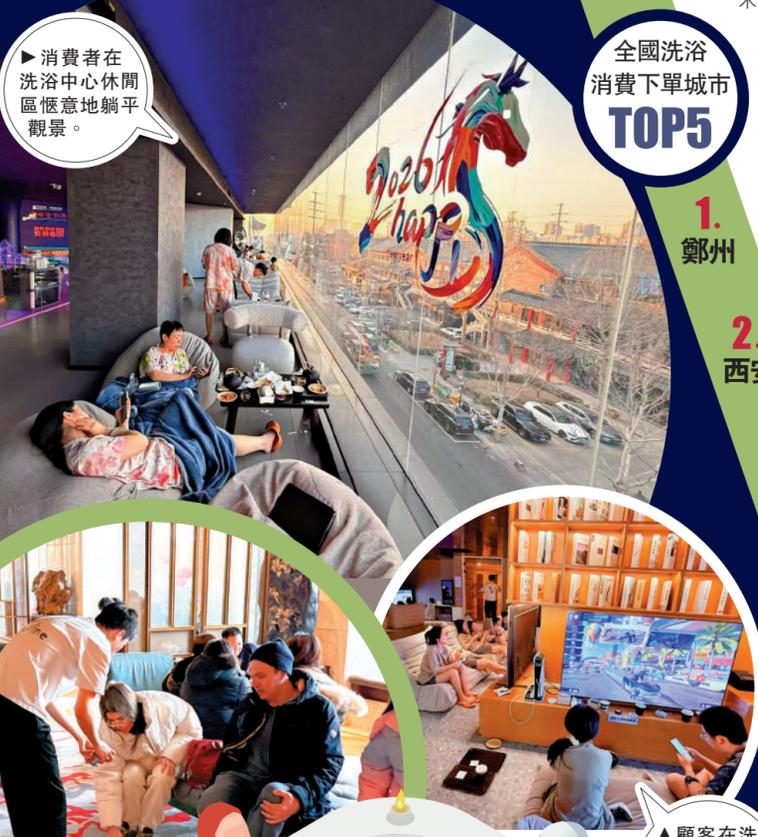
午後時分，記者走進九號溫泉生活館，即便並非周末或節假日，大堂內依然排起了長隊。工作人員梁女士告訴記者，這家洗浴中心主打「全齡友好」型，400元的門票不僅包含基礎洗浴服務，還包含兒童遊樂園等娛樂設施，以及海鮮暢吃自助餐。工作人員透露，2025年是場館近六年來營收最高的一年，家庭客群和年輕客群的佔比



◀如今的洗浴中心可提供一站式吃喝玩樂服務。近年來洗浴中心年輕客群佔比持續提升，成為消費主流。

洗浴消費「熱騰騰」

▶消費者在洗浴中心休閒區愜意地躺平觀景。



▲海外遊客UU在洗浴中心工作人員的引導下辦理入場手續。

湯泉藏古今 南北洗浴各有特色

洗浴文化在中國有數千年的歷史，先秦時期，沐浴已經成為一種禮儀制度，祭祀前齋戒沐浴成為不可或缺的環節。在漢代，「三日具沐，五日具浴」的習俗已經被固定下來，皇帝會給官吏五日一假，讓他們回家沐浴休息。唐代時期，皇室貴族多在有溫泉的地方大興土木、建造浴室，故而留下楊貴妃春寒賜浴華清池的傳說。宋代隨着市民經濟的發展，商業性質的公共浴室應運而生。明清時期，公共浴室更加普及，同時室內設置更加全面，可提供茶湯、剃頭、修腳等服務。

南北由於文化差異和風俗不同，在洗浴的文化理念話題上，也產生了有趣的派系之爭。清代揚州人流行早上「皮包水」（喫茶），晚上「水包皮」（泡澡）的生活方式。人們不僅能享受泡澡的舒適，還能聽評書、嘗點心、修腳按摩。老北京的澡堂也獨具特色，主打服務周到、賓至如歸。僅就搓澡一項而言，「北派」講究大開大合，力求搓走皮膚和筋骨上的污垢，促進皮膚血液循環。而

「南派」則更講究細膩周到，技術、力量盡在方寸之間。

21世紀以來洗浴行業三次轉型

近代以來，東北地區的公共澡堂憑藉親民價格與健全設施，發展為深入百姓日常的文化符號。傳統東北澡堂票價僅需幾元，核心設施便是一方熱氣騰騰的熱水池。東北作為人們口口相傳的「全國洗浴中心」，大小洗浴門店隨處可見，洗浴文化成為當地極具代表性的文化名片。瀋陽一位洗浴行業資深從業者告訴記者，21世紀以來，洗浴行業大約經歷了三次轉型。2000年後，傳統的大澡堂在洗浴外增加了住宿、按摩服務。到2010年代，在日韓服務行業影響下，主打汗蒸、溫泉的洗浴中心興起。近幾年則逐步升級為集洗浴、餐飲、娛樂於一身的一站式綜合休閒場所。



▲大學生和年輕上班族結伴前來洗浴休閒。

全國洗浴消費下單城市TOP5

1. 鄭州
2. 西安
3. 北京
4. 上海
5. 杭州

▲顧客在洗浴中心的娛樂區暢玩遊戲機。

大幅提升。正在現場用餐的孫先生一家，是從河北自駕來京遊玩的遊客。「冬天戶外天寒地凍，老人和孩子不方便長時間外出，住酒店又只能待在房間裏很無聊。」孫先生說，「對比下來，洗浴中心性價比太高了，每人花幾百塊錢就能吃喝玩樂全包，還能舒舒服服泡個澡，這已經是我們全家第三次來打卡了。」

不遠處的V湯泉生活館，則是年輕人的「心頭好」。這座六層高的場館，負一層為傳統洗浴區，其餘樓層則被打造成多元化休閒空間。記者在現場看到，白天的V湯泉生活館多以家庭客群為主，家長們帶着孩子在水果區挑選美食、在休閒區看書聊天；到了傍晚，大學生和年輕上班族結伴而來，他們直奔娛樂區，或組隊打遊戲、或圍坐飲茶小酌，盡興後再去泡湯放鬆，最後鑽進格子屋或睡眠艙休息。「為了迎合年輕人，我們推出了夜間限定的「一票制」過夜產品，晚上入場次日離場，價格更實惠。」店內員工葛小姐介紹，近年來年輕客群佔比持續提升，18-23歲的「00後」消費增速最快，24-30歲用戶已成為消費主力軍。

美國遊客特意打卡 讚熱鬧十足

來自美國的遊客

UU（化名），正是被海外社交平台上的「China Travel」熱潮吸引而來。「在國外刷到很多人推薦洗浴中心，說這是體驗中式休閒的最佳方式，所以這次來中國特意安排打卡。」UU告訴記者，這裏的氛圍比想像中更熱鬧，不僅能泡湯放鬆，還能K歌、玩遊戲，「這種一站式的休閒體驗太特別了，回去一定要推薦給朋友。」

線上消費的便捷性，也為洗浴行業的火爆添磚加瓦。如今，消費者早已習慣通過美團、大眾點評等平臺團購洗浴套餐，顧客到店後只需在自助機上核驗券碼，即可快速入場。不過，行業快速發展的同時，也存在一些消費痛點。市民劉先生吐槽，自己曾購買過一張18小時消費券，白天到店後卻被告知套餐僅限晚上9點後使用，想要過夜還需額外加錢。商家應在宣傳時明確標註使用時間、適用人群等關鍵信息，讓消費者明明白白消費。

5. 成都
4. 深圳
3. 重慶
2. 哈爾濱
1. 瀋陽

全國洗浴消費增長城市TOP5

資料來源：《2025抖音生活服務洗浴消費報告》

港生新體驗 澡堂舒服又自在

與大型洗浴中心的火爆人氣相比，小型社區洗浴店也在京城遍地開花。都市上班族只需花一次錢，便能解鎖泡澡、零食、娛樂等多重體驗，再搭配舒適躺椅與高速Wi-Fi，洗浴店已然變身「休閒辦公一體化空間」。記者留意到，部分洗浴中心還專門劃出「工作區」，桌椅、插座配備齊全。

除了泡澡、看書，累了就去歌廳兒，既是低成本的放鬆場所，又能保證私密性。」這個冬天，他索性一次性充值2000元辦理了會員卡，每次僅需30元就能停留12小時，還附贈了7次搓澡服務。有媒體調研顯示，22%的消費者選擇洗浴中心，核心訴求是「解壓放鬆」。熱水池、汗蒸房、睡眠艙，儼然成為當代人「生活減壓」的專屬按鍵。90後金融從業者畢女士坦言，只有在洗浴中心，才能徹底卸下工作與帶娃的雙重壓力。「第一次去東北洗浴時，說實話我有些不適應。」在內地就讀的港生劉同學笑着說。但在北方的寒冬裏，洗浴漸漸成為最舒服也最合理的聚會選擇：「大家能待上一整天，洗澡、吃飯、聊天，節奏慢慢的，環境舒適又自在，就像當代城市生活裏的『避風港』。」



▲部分洗浴中心還有「工作區」，桌椅、插座配備齊全。

打造「生活加油站」洗浴中心新發展方向

專家解讀

全國工商聯國際合作委員會委員陳九霖接受大公報記者採訪時表示，隨着生活工作節奏加快、健康養生觀念年輕化，越來越多的90後、00後開始用「泡澡取代泡吧」。長時間休閒+吃喝玩樂全包+經濟實惠，讓洗浴中心在大城市迎來新的暖春。洗浴行業目前已結合了聚會餐飲、影視遊戲，未來還可以繼續融合養生保健、美容健身等業態，把打造「生活加油站」作為新的發展方向。

鼓勵持續創新 規避「內卷」

「中國居民服務消費支出佔人均消費支出比重已超四成，參照美國的服務性消費佔比穩定在七成左右的數

據，未來還有很大的發展空間。」陳九霖談到，近年來，國內服務業佔比快速提高的趨勢已較明顯，尤其年輕人越發渴望高度個性化、基於快樂和便利的服務消費。他指出，洗浴行業能否持續火熱，關鍵在於能不能持續創新，規避「內卷」。「如果洗浴店都在搞自助餐、咖啡廳、電競、K歌

這些內容，一方面會使得營業成本居高不下，另一方面時間久了就會同質化，消費者沒有新鮮感。」

陳九霖稱，在國家的有效監管下，洗浴行業成功擺脫了過去存在的野蠻生長，有序向健康、積極的精品服務產業發展。商家不僅要重新思考和把握消費者訴求，也要更新思路，從服務理念、運營效率、營銷玩法和內容創新上做更多嘗試。同時，作為一種全天候的綜合性服務場所，洗浴中心如何加強從業人員技術培訓和資質認定標準，加強員工培訓並保障其合法權益，也是經營者下一步要重點思考的問題。



▲豐富的飲品讓顧客眼花繚亂。