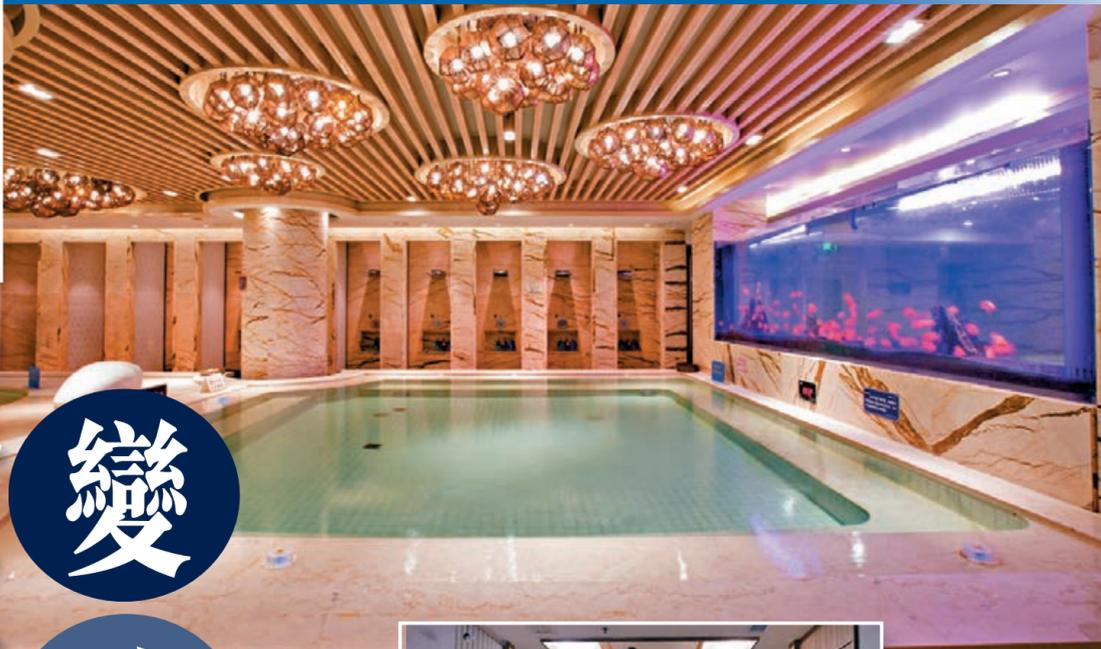


增建洗浴單間攻家庭客



張劍橋店內帶有東北特色的汗蒸房。受訪者供圖



近年來，門票在百元左右的大中型洗浴中心成為新的剛需，其中良好的衛生環境、舒適的設計格局都為更多消費者所青睞。受訪者供圖

抗擊 新冠肺炎

疫情下之企業這麼做

洗浴，是東北的剛需。本應在春節前後迎來一年中最旺季的沐浴行業，卻在今年的新冠疫情影響下，經歷了一場前所未有的寒冬。在沐浴行業從業15年的張劍橋終於在3月底等來了復工的消息，但談及今年的生意時卻難掩焦慮，擔憂「2020年我是掙不到錢了。」為應對最新形勢，他惟有變陣經營，投資300萬元（人民幣，下同）加大對洗浴單間的經營力度，以便在減少人際接觸的前提下，拓展新的客戶群。

香港文匯報記者 于珈琳 瀋陽報道

變陣經營 東北澡堂

曾經熱鬧一時的洗浴部，在疫情期間空空如也。記者于珈琳攝

沐浴行業平日提供自助餐的經營單位，復工後須酌情停止服務。受訪者供圖

每天蝕三四萬 每日都失眠

一份由支付寶數字生活平台發佈的城市生活周數據顯示，3月中旬開始陸續復工的遼寧洗浴行業的確迎來了一波報復性消費。記者從瀋陽口碑平台了解到，復工後的一周左右，瀋陽洗浴行業的搓澡人數暴增了60餘倍，增長迅猛。然而看似高歌猛進的復工背後，是絕大多數經營者在虧損下的艱難運轉。

感激房東減免店舖租金

「我現在每天都失眠，頭緒很多，需要解決的問題也很多，但最後都是無解。」張劍橋苦笑著告訴記者，「我這每天的成本是10萬，疫情期間還承擔著滯留在瀋陽的員工的吃住成本。」如今

已經開門營業，他卻有了最壞的打算，「這幾天好一點的時候一天也要虧三四萬塊錢，」對他來說，復工就意味着虧損運轉，「我們是屬於產業鏈的最末端，企業的生死是完全市場化的，其他行業的復工有政府政策的支持，我們就要完全靠企業自己撐過去。」

「很幸運的是，我的房東非常好，減免了我在疫情期間店舖的全部房租，兩個月下來是160萬，這就砍去了最大一塊的成本。」這讓焦慮中的張劍橋倍感暖心，「資金鏈就沒那麼緊張了，也讓我有了能力和精力在這個特殊時期回饋社會。」復工首日，他就發佈公告，「幸得有你，山河無恙。全市醫療工作者和公安幹警憑證件

免浴資，用這種方式向他們致敬！」

全市醫療幹警憑證免費

然而，並非所有人都如此幸運，仍有不少經營者對復工保持觀望。在本地生活服務類應用平台大眾點評的洗浴頁面，仍有不少洗浴中心和社區浴池的營業狀態顯示有所調整，復工時間從4月1日到15日不等。「我當時幾乎是瀋陽最早宣佈閉店的洗浴中心，」曾在非典時期經營星級酒店的他，敏銳的嗅到了危險的信號，「還沒開工我就想，要是突然開工了，也是措手不及，」張劍橋說，員工能否完全到位、資金周轉是否順利等都令他感到迷茫。

小不敵大 社區大眾浴池紛賣盤

在距離瀋陽市中心60多公里的遠郊新民市，張女士經營著一家社區大眾浴池，本想在去年底出售，卻因疫情耽擱下來。「門票價格才10塊錢，就是解決老百姓最基本的洗澡和搓澡需求。」900多平米的面積在遠郊小城已算大中型，人均20多元消費是行業中的最低位，「現在我每個月2萬多的房貸是最大壓力，用自己的積蓄在還，現在剛營業，但也沒見到報復性消費。」

沒分淡旺季 平均月入3-5萬

全家都依靠著大眾浴池營生，張女士的資金越來越吃緊，「現在已經有點開轉不開了，開業了，還得給員工開工資，成本也就上來了。」在大眾浴池的

全年營業周期中，淡旺季的界線並不明顯，「春節前後的確是個高峰，但也就幾天，比如正月初二、三，或者是初七大家上班之前，再有就是二月二這種日子。」除去這些一年中僅有的特殊時日，張女士的店面每個月的收入基本穩定在3-5萬元，「還了貸款還能夠生活，可這兩個月，一點收入都沒有還在用存款還貸，壓力很大。」

「我預計，開業會有一周左右的高峰，之後可能又跟平日差不多，一天要是能有100多人，就是很好的了。」暫時不能出售，她表示會堅持營業，「畢竟帶房子賣的話，一千多萬元，得有點實力。」去年下半年開始，張女士就在社交媒

體和網上中介平台上發佈了出售浴池的消息，「我家幹了10多年了，客戶很穩定，而且是一直盈利的，想賣也不是因為這次疫情，就是想轉行。」她直言，每月幾萬元的收入雖然在這個郊區小城算得上高收入，但賺的是辛苦錢，「我這24小時營業，前台都是自己盯著，很累。」

記者在多個社區大眾浴池採訪中了解到，這種規模較小、滿足剛需的洗浴場所近年來中檔洗浴中心的衝擊下數量銳減，在58同城等中介網站上，常年有大眾浴池出賣的消息掛出，消費升級下，「老百姓也不差幾十塊錢去趟環境好一些的洗浴中心，休閒、娛樂也都有了。」

專家分析 沐業過度發展後急需洗牌

「與餐飲、酒店行業相比，沐浴行業在這次疫情中受到的影響嚴重得多。」中國沐浴專業委員會常務副會長、遼寧省沐浴商學院院長蔡豐年在接受香港文匯報記者專訪時直言，作為幾乎是最晚一批復工復產的行業，沐浴業目前都是力爭全年保本再創收，其員工流失、人力成本上升、現金流緊張都讓沐浴行業步履維艱。

「不過這次疫情也是個機會，讓沐浴行業重新洗牌。」蔡豐年指出，社區大眾浴池在疫情過後或許會迎來品牌化連鎖經營的機會，而門票在兩位數甚至三位數的大中型洗浴中心則在挺過疫情後要考慮新的商業機會，「中醫養生、康療等方向將會是行業風口。」已經走過行業發展黃金期的沐浴行業，近年來呈

現過度發展。「行業規律中，城市3至4公里範圍內有一家較大規模的洗浴中心，是比較合理的。」

然而僅在瀋陽，洗浴中心的密度就遠大於此。記者在採訪中了解到，在張劍橋經營的洗浴中心3公里範圍內，過去一年就先後開業了3家較大規模的洗浴中心。「東北的沐浴行業經歷了從過去魚龍混雜到如今正規化發展的過程，其實是門檻更低了，所以市場化的淘汰一直存在。」蔡豐年認為，倒閉將是經營淘汰的常態。

微度假模式受歡迎

「疫情之前，很多大中型的洗浴場所主打的是微度假模式，可是現在沒有過多的消費，商家也在試水了解。」他提

出，目前沐浴行業的消費兩端都在觀望等待，「很多消費者也在觀望，我預計最早過了清明節，或許會有些起色。」同時，他提出，微度假模式仍然是目前最主流的洗浴中心經營策略，「目前看這種門票價格在60元左右的洗浴中心，正在成為新的剛需，會給商家帶來重複性消費。」

對於新的商機，蔡豐年認為，將剛需與中醫、茶療、康養結合起來，會是未來沐浴行業的發展趨勢。「中委提倡將傳統的沐浴行業加入健康、保養的理念，使沐浴消費升級換代，滿足人民大健康的的需求。」他透露，瀋陽一家洗浴機構正在進行此類模式創新的嘗試，「以老年會員為依托，形成可複製的經營模式。」

張劍橋經營的洗浴中心東橋盛泉溫泉度假酒店位於瀋陽市中心城區和平區的核心地段，經營面積約1.5萬平方米，屬大中型規模。「每年11月到次年3月，是行業旺季，尤其是春節前後，因為人們習慣在春節前洗個澡，還有一個是春節長假正好是全家休閒消費的黃金時段。」然而疫情突然來襲，讓年前還在滿負荷迎客的洗浴中心、社區大眾浴池的運轉戛然而止。「就在春節前，我每天的流水收入能到20多萬元。」

復工首日300客 淡季時600

在瀋陽宣佈洗浴場所有序開工的3天後，張劍橋迎來了開業的第一批客人。「我3月26日恢復營業，客人都很配合，進門掃碼、測體溫都很順利，到下午兩點多已經來了300多個客人了。」這個不是很好看的客流數字，卻在剛復工的瀋陽洗浴行業中排在前列，「這幾天看下來，這就算是報復性消費了，」他苦笑道，「我這淡季一天的客人都能到600多人，周末過千，旺季最多一天可以到2,000人。」

記者在店內看到，曾是這裡主打經營的海鮮豪華自助餐燈火昏暗，「現在是只接受客人點餐服務，自助餐都關閉了。」張劍橋說，現在來的客人也是「三三兩兩」。「大家的日子都不好過，而且消費類型也和以往同期非常不同。」在洗浴消費金字塔規則中，洗澡和浴池是剛性消費，也是復工後大多數洗浴中心和社區浴池的主營業務。

投資300萬建洗浴單間

疫情也給張劍橋帶來的一些思考，「這段時間我新建了十幾間洗浴單間，就是瞄準家有幼兒的三口之家新需求，這也能減少人際接觸。」他認為這項新工程將成為未來家庭消費的熱點，「投了300萬，我想最快也要兩年內收回。」至於會不會出現經營難以為繼的狀況，張劍橋反倒釋然了，「不會的，洗浴還有美容美髮，都有客戶預存卡制度，我們要對客戶負責。」

他說，「休閒度假類的洗浴中心，是人們『有錢有閒』才會來的，金字塔上走是自助餐和按摩、住宿的消費，可這些還沒復工。」儘管如此，張劍橋目前仍保持滿編員工在崗的經營狀態，「現在老員工回來了160多人，距離滿編183人就沒差多少了。」他希望在行業轉機真正來臨前，能做好一切準備。



張劍橋的洗浴中心復工後客流未顯峰值。圖為浴客填寫健康狀況表及接受體溫測試。記者于珈琳攝



瀋陽社區中的大眾浴池在復工後打出5月洗澡的橫幅招攬生意。記者于珈琳攝



張劍橋在剛開業的店裡向記者介紹復工情況。記者于珈琳攝

東北泡湯文化歷史悠久



近期，一篇講述「東北洗浴完成超進化」的網文成為社交媒體爆款，為自帶流量的「東北」又添了話題性，文章更被不少業內人士看成是為東北洗浴正名的一種文化現象。洗浴本身及其衍生出的娛樂休閒、社交商務活動，正在以風靡全國的影響力向人們呈現一個全新的東北名片。

曾被業內稱為「洗浴之都」的瀋陽，至今還流傳著十多年前全國遊客專程坐飛機來此體驗東北洗浴的種種軼事。在眾多業內人士眼中，東北洗浴的確具有獨特的個性。自古就有「泡湯」文化的東北，從極具市井氣息的澡堂子到金碧輝煌的會所式洗浴中心，洗浴文化縱橫發展數十年，如今已深刻影響著長江以北洗浴行業的發展。

從西安、甘肅到安徽、河南，東北洗浴行業培養出的管理人才源源不斷的輸送向全國各地，也帶去了東北洗浴的經營思路和行業文化。有業內人士將現在的洗浴中心看成是一個小型的星級酒店，集多項服務於一身，成最具東北特色的一種生活體驗。