

2016-2022年中国美容市场 竞争力分析及投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2016-2022年中国美容市场竞争力分析及投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitaxiuxian1511/K24775SQMQ.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-11-19

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2016-2022年中国美容市场竞争力分析及投资前景研究报告》共十七章。报告介绍了美容行业相关概述、中国美容产业运行环境、分析了中国美容行业的现状、中国美容行业竞争格局、对中国美容行业做了重点企业经营状况分析及中国美容产业发展前景与投资预测。您若想对美容产业有个系统的了解或者想投资美容行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

美容一词可以从两个角度来理解。首选是“容”这个字，其次是“美”。“容”包括脸、仪态、和修饰三层意思。“美”则具有形容词和动词的两层含义。形容词表明的是美容的结果和目的是美丽的好看的；动词则表明的是美容的过程，即美化和改变的意思。

因此简单的讲美容是一种改变原有的有良行为和疾病（面部），使之成为文明的、高素质的、具有可以被人接受的外观形象有活动和过程，或为达到此目的而使用的产品和方法。

报告目录：

第一章国际美容产业运行态势分析 13

第一节2015年国际美容市场综述 13

- 一、世界各地不同特色的spa 13
- 二、世界香料香精市场分析 15
- 三、世界美容院经营状况分析 18
- 四、金融危机对全球美容业的影响 20

第二节2015年国际美容市场 20

- 一、韩国美容市场分析 20
- 二、美国男性整容市场分析 22
- 三、日本女性整容的理由 22
- 四、好莱坞整容成热潮 23

第三节2015年国外化妆品市场探析 24

- 一、全球品牌化妆品销售情况 24
- 二、韩国化妆品店发展 25
- 三、泰国男性化妆品市场增长形势 27
- 四、高科技在美容化妆品产业的应用情况 27

第四节2016-2022年国际美容市场发展趋势分析 33

一、国际美容化妆品业科技发展趋势 33

二、亚洲美容发展趋势 35

三、未来最热门的美容术 35

四、美国美容业需求预测分析 36

五、全球市场预测分析 36

第二章中国美容产业发展环境分析 38

第一节国内美容经济环境分析 38

一、gdp历史变动轨迹分析 38

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 39

三、2013-2015年中国美容经济发展预测分析 45

第二节中国美容行业政策环境分析 47

第三章中国美容产业运行新形势分析 49

第一节2015年中国美容行业发展概况 49

一、中国美容发展衍进与兴起 49

二、中国美容业亮点分析 52

三、中国美容行业主要业态 53

四、美容机构主要分布 54

第二节2015年中国美容业深度分析 54

一、中国美容行业步入知本经济时代 54

二、中国美容行业热点事件聚焦 56

三、美容业新经济增长点分析 59

四、中国药妆市场走向分析 60

第三节金融危机对美容业的影响 61

一、金融危机对美容业的影响 61

二、金融危机对药妆行业的影响 62

第四节2015年中国美容行业存在的问题分析 64

一、美容行业存在的问题 64

二、中国美容市场洗牌之前的危机 65

三、美容业的资源泛滥与浪费 66

- 四、美容业陷入诚信危机 67
- 五、美容行业专业线市场存在的问题 70
- 第五节2015年美容行业发展建议及对策分析 71
 - 一、美容化妆品业应统一行为标准与服务规范 71
 - 二、促进美容行业发展的四项建议 73
 - 三、美容业发展需要建设品牌文化 73
 - 四、美容业投资注意的问题 77

第四章中国美容市场运行动态分析 80

- 第一节2015年中国美容市场发展情况分析 80
 - 一、观念变得快美容机构变得更快 80
 - 二、我国市场细分明朗美容产业增值明显 82
 - 三、我国美容行业人才市场分析 83
 - 四、国内美容市场快速增长国际品牌纷至沓来 84
- 第二节2015年中国美容市场热点分析 85
 - 一、美容业成第四大消费热点 85
 - 二、整容美容成国内第五大消费热点 85
 - 三、美容行业的新中医时代 86
 - 四、青少年美容是美容新市场 86
 - 五、美容化妆业的奥运市场分析 88
 - 六、健康生活理念催生美容产业投资热 89
- 第三节2015年中国城市美容经济竞争力分析 90
 - 一、华北区美容经济竞争力分析 90
 - 二、华南区美容经济竞争力分析 91
 - 三、华东区美容经济竞争力分析 92
 - 四、华中区美容经济竞争力分析 92
 - 五、西南区美容经济竞争力分析 93
 - 六、西北区美容经济竞争力分析 94
 - 七、东北区美容经济竞争力分析 95
- 第四节2015年中国美容市场消费群体分析 96
 - 一、青少年美容消费分析 96
 - 二、美容院消费者心理分析 97

三、老年人美容市场分析 99

第五章中国美容化妆品市场运行格局分析 101

第一节2015年中国化妆品销售市场分析 101

- 一、转型下的中国化妆品产业 101
- 二、化妆品各种渠道的生态描述 102
- 三、化妆品行业渠道现象分析 103

第二节2015年中国美容化妆品市场现状分析 104

- 一、我国化妆品行业的可持续发展 104
- 二、金融危机带给化妆品业的机遇 106
- 三、金融危机下化妆品的发展趋势 106
- 四、化妆品及容器需求预测分析 107

第三节2015年美容化妆品市场消费状况调查 108

第四节2015年中国美容化妆品业态策略 111

- 一、我国化妆品行业的发展趋势 111
- 二、化妆品行业品牌发展趋势 112
- 三、化妆品行业连锁经营发展趋势 112
- 四、美容化妆品市场细分策略 116
- 五、美容化妆品企业的多品牌现象策略 118

第六章中国美容市场运行态势分析 120

第一节2015年中国美容市场 120

- 一、中国美容业的兴起 120
- 二、美容产业正式步入高级阶段 120
- 三、美容队伍的发展变化 121
- 四、我国美容行业网络推广模式 121

第二节2015年中国美容产品分析 123

- 一、美容产品市场规模 123
- 二、美容产品的实质 123
- 三、美容产品的项目形式 125

第三节2015年中国美容的消费者分析 125

- 一、消费者构成分析 125

- 二、消费者需求分析 126
- 三、消费者心理分析 127
- 四、消费者行为分析 127
- 第四节2015年美容市场现状分析 128
 - 一、我国美容业市场规模 128
 - 二、美容亮点分析 128
 - 三、中老年人整容的心理取向 130
 - 四、整容趋向老龄、低龄化 130
- 第五节2015年美容市场竞争状况及发展建议 131
 - 一、美容市场竞争状况分析 131
 - 二、整容市场呼唤理性竞争 131
 - 三、我国医疗美容业走向个人品牌时代 133
- 第六节2016-2022年市场发展趋势分析 133
 - 一、假体隆胸仍是主流 133
 - 二、自体脂肪隆胸成趋势 134
 - 三、非手术和微创术受欢迎 134
 - 四、“脸部大改造”更安全 135
 - 五、求美者越来越理性 136
- 第七节2016-2022年中国美容发展趋势分析 136
 - 一、整容市场流行新趋势 136
 - 二、国内美容销售额预测 137
 - 三、未来整容手术的替代趋势 138
- 第七章中国、美发、美甲市场运行态势分析 141
 - 第一节2015年中国美体市场分析 141
 - 一、行业发展阶段 141
 - 二、市场消费量状况 142
 - 三、药品市场调查分析 143
 - 四、全球近1/5的体重超标肥胖者是中国人 143
 - 五、我国药市场发展趋势 144
 - 六、美体行业趋势分析 145
 - 七、全球市场将达90亿美元 146

第二节2015年中国美发用品市场分析 146

- 一、我国美发市场空白形式日显 146
- 二、美发市场策略 147
- 三、中国洗发水市场现状 152
- 四、美容美发行业整顿任重道远 153
- 五、我国生发剂市场日益升温前景看好 154
- 六、美发美容用具行业现状 154
- 七、我国洗发水市场的发展及趋势 157
- 八、美发用品店商机无限 168

第三节2015年中国美甲市场现状分析 168

- 一、美甲业进入发展期 168
- 二、美甲已经从时尚渐变为一种生活形态 169
- 三、美甲行业发展存在的问题 170
- 四、男士崇尚美甲 170
- 五、美甲行业的前景分析 171

第八章中国男士美容市场动态分析 172

第一节2015年男士美容市场分析 172

- 一、男士最喜欢的spa调查分析 172
- 二、男士美容护肤卖点分析 173
- 三、男士美容护肤市场现状分析 174
- 四、男士美容新热点分析 175

第二节2015年男士美容市场分析 176

- 一、男性美容的兴起分析 176
- 二、男士中年、主流男性成消费主力军 176
- 三、未来男士主流分析 177

第三节2015年男士美容化妆品市场分析 178

- 一、男性最爱的美容项目市场前景 178
- 二、男士美容市场呈专柜专区发展 179
- 三、男士化妆品市场份额预测 179
- 四、男士美容市场预测 180

第九章中国美容业培训市场分析 183

第一节2015年美容业人才现状与职业培训 183

一、美容业管理人才渐从香港到大陆发展 183

二、美容业急需高端人才 183

三、美容市场呼唤美甲技师 183

第二节2015年美容教育发展建议 184

一、中国美容教育本质分析 184

二、培育美容文化促进美容教育 184

三、我国当代美容教育的新使命 185

四、提高美容师的综合素质 187

第三节2015年美容学历教育的发展分析 188

一、美容职业教育走上“洋路子” 188

二、美容学历教育出现3种人适合读mba 189

三、上海第一个专业美容师学院诞生 189

四、美容美发专业走进大学校园 189

五、美容培训也能拿英国--- 190

第四节2016-2022年中国美容教育发展趋势分析 190

一、美容教育产业投资趋于多元化发展 190

二、美容职业教育将受到国家教育和劳动管理部门的更加重视 191

三、美容学历教育将快速发展 191

四、专业美容教育师资需求进一步增加 191

第十章中国美容业市场营销战略分析 193

第一节2015年中国美容业营销现状分析 193

一、美容业流行营销模式分析 193

二、中国美容业营销呼唤全面升级 194

三、美容业营销大思路 195

第二节2015年中国美容市场专业线市场分析 196

一、专业线美容企业的渠道扁平化分析 196

二、专业线美容市场分析 197

三、专业线美容企业品牌建设分析 201

第三节2015年中国美容企业淡季营销的策略 204

- 一、劈分市场，有的放矢 204
 - 二、聚焦大户，政策倾斜 205
 - 三、终端补货，培训先行 205
 - 四、活动推广，刺激消费 206
 - 五、推陈出新，吸引订货 207
 - 六、销售竞赛，推动走量 208
- 第四节 2015年中国美容行业前店后院营销策略 208
- 一、前店后院的分类 208
 - 二、前店后院产生的原因 209
 - 三、前店后院发展的优势 210
 - 四、前店后院发展瓶颈 211
 - 五、前店后院的营销策略 212
- 第十一章 中国直销与美容业的发展动态分析 214
- 第一节 直销 214
- 一、直销的发展 214
 - 二、直销的行业特点 215
 - 三、直销与---的区别 225
 - 四、美容业与直销业的异同 226
- 第二节 直销法的影响 227
- 一、直销模式如何与美容业嫁接 227
 - 二、直销冲击中国美容业 229
 - 三、直销立法催生中国美容业营销新天地 231
 - 四、美容业直销之惑 233
 - 五、面临直销热美容业的选择 236
- 第三节 直销与美容业的发展 237
- 一、高额利润催生美容直销热 237
 - 二、直销将成为美容保健品市场主要手段 238
- 第十二章 中国连锁经营与美容业的发展分析 239
- 第一节 2015年中国美容连锁经营分析 239
- 一、中国美容连锁加盟市场分析回顾展望 239

- 二、美容企业连锁经营成必然趋势 239
- 三、中国美容业加盟连锁发展之现状 240
- 四、美容连锁企业的品牌文化与品牌管理 240
- 第二节 2015年中国大力发展我国美容业的连锁经营 250
 - 一、美容业连锁经营九大营销策略 250
 - 二、美容业连锁经营的未来方向 251
 - 三、化妆品行业连锁经营的十大设想 252
 - 四、连锁经营的发展趋势 256
 - 五、美容院特许加盟连锁经营赢利模式 257

- 第十三章 中国美容院经营策略分析 259
 - 第一节 2015年中国美容院经营现状分析 259
 - 一、2015年美容院最新热门项目调查 259
 - 二、2015年十大领航美容院分析 260
 - 三、2015年美容院人气促销排行榜 264
 - 四、2015年美容院新型经营理念分析 268
 - 五、2015年美容院成功经营方式分析 271
 - 六、美容院发展主趋势分析 272
 - 第二节 2015年中国美容院成功经营策略分析 273
 - 一、营业额的构成 273
 - 二、顾客管理的要点 275
 - 三、促销活动的策划与组织 276
 - 四、根据季节性的变化，订立销售计划与促销办法 279
 - 第三节 2015年中国美容院经营管理策略分析 279
 - 一、促销为美容院添利 279
 - 二、美容院经营的黄金法则 281
 - 三、生客也能被美容院给“煮熟” 283
 - 四、美容院的核心竞争力 284
 - 五、建立星级美容院的新经营构想 288
 - 第四节 2016-2022年中国美容院发展趋势分析 290
 - 一、市场发展为美容院带来的经营新模式 290
 - 二、美容院未来发展趋势 294

- 三、未来美容院经营管理模式分析 296
- 四、未来美容院的主流模式分析 298
- 五、美容院电脑信息化管理势在必行 299
- 六、美容院投资高科技仪器成为经营趋势 302

第十四章 中国美容院服务营销策略分析 305

第一节 2015年美容院服务营销系统构建 305

- 一、美容院服务营销系统的构建要素分析 305
- 二、美容院服务营销系统的构成 307
- 三、美容院顾客美容心理分析 308

第二节 2015年我国美容院营销现状分析 309

- 一、营销意识淡薄，营销观念落后 309
- 二、市场调研欠深入、不科学 311
- 三、市场定位存在许多误区 312
- 四、营销策略存在许多不足 312
- 五、促销人员——美容师素质低下 314

第三节 2015年我国美容院市场营销环境分析 316

- 一、美容院服务营销的优势与机会分析 316
- 二、美容院服务营销的劣势与威胁分析 318

第四节 2015年美容院服务营销策略分析 319

- 一、美容院服务有形化营销策略 319
- 二、美容院服务技巧化营销策略 319
- 三、美容院服务效率化营销策略 319
- 四、美容院服务包装化营销策略 320

第十五章 博思数据对中国美容业发展趋势预测分析 321

第一节 2016-2022年美容美发业市场发展前景 321

- 一、美容美发市场细分加剧 321
- 二、进一步规范美容美发市场 321
- 三、美容美发行业对高级人才需求 322

第二节 2016-2022年中国最热门的美容项目预测分析 323

- 一、香熏世界将大放异彩 323

- 二、美塑疗法 323
- 三、形象、色彩设计成热潮 323
- 四、产后修复术是热点 324
- 五、美容保健用品的风靡 324
- 六、净颜大升级 324
- 七、中医美容势不可挡 324
- 八、面部修饰持续走俏 325
- 九、概念美容 325
- 十、男士关注小美容项目 325
- 第三节 2016-2022年美容业细分产品发展趋势 326
 - 一、护肤美白发展趋势 326
 - 二、美容彩妆市场展望 326
 - 三、香水业展望 327
 - 四、彩妆销售额预测 327
- 第四节 2016-2022年中国美容业发展趋势 328
 - 一、中国美容市场增长预测 328
 - 二、我国美容业收入预测 329
 - 三、未来几年中国美容消费热点流行趋势 329

- 第十六章 2016-2022年中国美容业投资战略分析 331
 - 第一节 美容院在金融危机形势下投资分析 331
 - 一、金融危机形势下美容院的发展态势 331
 - 二、金融危机形势下美容院的投资方向 331
 - 第二节 2016-2022年男士美容市场商机分析 332
 - 一、男士美容市场投资与风险分析 332
 - 二、男性化妆品市场的开发 332
 - 三、男性美容特点及趋势 332
 - 第三节 2016-2022年美容业投资热点分析 336
 - 一、开放式的思维应对体质改革和产业升级 336
 - 三、对美容产业进行优化和细分 337
 - 三、应用高新技术实施高科技发展战略 338
 - 四、运用特许加盟连锁经营等新型营销模式 338

第十七章 2016-2022年中国美容业投资机会分析与投资风险预警 340

第一节 2016-2022年中国美容业投资机会分析 340

第二节 2016-2022年中国美容业投资风险预警 341

一、市场竞争风险 341

二、政策和体制风险 343

三、外资进入现状及对未来市场的威胁 343

第三节 当前经济不景气环境下制冷剂企业防范措施及策略 344

图表目录：

图表 1 专业生活美容的发展阶段 23

图表 2 全球化妆品市场份额 30

图表 3 2013-2015年工业产值数据统计表 43

图表 4 2013-2015年10月中国城镇固定资产投资表 45

图表 5 2013-2015年10月中国房地产开发投资表 45

图表 6 2013-2015年10月中国城镇固定资产投资表 46

图表 7 2013-2015年10月中国房地产开发投资表 47

图表 8 2015年10月固定资产投资继续回落2.3%至13.3% 48

图表 9 2015年地产、基建以及制造业投资均出现下滑 49

图表 10 2015年10月基建+地产投资大幅下滑3.8%至13.3% 50

图表 11 目标消费群示意图 113

图表 12 美容行业消费产品结构图 113

图表 13 美容产品消费比例 114

图表 14 消费者不满意方面调查表 116

图表 15 中国直销业立法进程 219

图表 16 近年来直销业业绩 221

图表 17 获牌直销企业数量 222

图表 18 2014 业绩排名前十的企业 222

图表 19 2014业绩排名第十一至第二十的企业 223

图表 20 中国直销企业业绩区间统计表 224

图表 21 中国直销企业业绩增长量分布统计表 225

图表 22 中国直销企业业绩增长率分布统计 226

图表 23 中国直销企业总部地域分布表 226

图表 24 中国直销企业资本来源分布表 227

图表 25 中国直销企业获批地域区间统计表 228

图表 26 中国直销企业获批产品大类统计表 229

图表 27 中国直销企业获批产品种类统计表 230

图表 28 直销与---的区别 231

图表 29 美容类项目包括面部项目、身体项目 265

图表 30 美容院服务产品构成图 310

图表 31 美容院服务营销组合 312

图表 32 美容师的文化程度情况 319

图表 33 美容师专业技术技能培训情况 320

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitaxiuxian1511/K24775SQMQ.html>