

2016-2022年中国美容电器行业发展态势及十三五 竞争战略分析报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国美容电器行业发展态势及十三五竞争战略分析报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<http://baogao.chinabaogao.com/meirong/245430245430.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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。

二、报告目录及图表目录

2013年，我国美容电器市场规模为77.1亿元，同比增长14.7%;2014年，美容电器市场规模达到93亿元。随着我国人民生活水平的提高，消费者尤其是女性，越来越重视美容产品，我国存在巨大的市场空间。目前美容小家电的市场竞争主要集中在飞利浦、松下等外资品牌之间。国内一些厂家虽也陆续跟进，如超人、飞科。但与国际品牌相比，无论是在品牌影响上还是在销量上，都有一定的差距。

中国的美容业在近几年走向了仪器美容的"快餐时代",各种美容院美容机构对美容仪器的科学性及功能性也随之有了越来越多的需求。美容仪器的高速发展和推广也有力地推动着中国的美容院走上了高科技时代的轨迹。科技美容、仪器美容项目，在国外的美容院已经占到80%以上的份额，仪器美容取代简单的手工美容，已经呈现出"大势所趋"之势头。

在中国市场中，抗衰老和去皱类美容仪器占据美容仪50%的市场份额，清洁类产品占据30%左右市场份额，美白、祛痘、头发护理和瘦身类美容仪器分列其后。在绝大多数被调查中国城市中，家庭美容仪器销售在过去一年中增长率均超过10%。根据数据分析，我国美容电器行业区域市场分布中，华南市场占比最大，2014年占到全国市场的47%;其次依次为华东市场、华北市场，华西市场占比最小。

今后5年有望保持高速增长的美容电器产品主要是：各种超声波/离子/半导体激光器类美容电器产品，它们是美容电器产品中的中坚组成部分；其次是各种嫩肤专用的美容电器产品。中国报告网发布的《2016-2022年中国美容电器行业发展态势及十三五竞争战略分析报告》内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、市场前景、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

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。

报告目录

第一章 美容电器行业国内外发展概述

第一节 全球美容电器行业发展概况

一、全球美容电器行业发展现状

二、主要国家和地区发展状况

三、全球美容电器行业发展趋势

第二节 中国美容电器行业发展概况

一、中国美容电器行业发展历程与现状

二、中国美容电器行业发展中存在的问题

第二章 2014-2015年中国美容电器行业发展环境分析

第一节 宏观经济环境

第二节 国际贸易环境

第三节 宏观政策环境

第四节 美容电器行业政策环境

第五节 美容电器行业技术环境

第三章 美容电器行业市场分析

第一节 市场规模

一、2012-2014年美容电器行业市场规模及增速

二、美容电器行业市场饱和度

三、影响美容电器行业市场规模的因素

四、2016-2022年美容电器行业市场规模及增速预测

第二节 市场结构

一、市场特点

二、美容电器行业所处生命周期

三、技术变革与行业革新对美容电器行业的影响

第四章 美容电器区域市场分析

第一节 区域市场分布状况

第二节 重点区域市场需求分析（需求规模、需求特征等）

第三节 区域市场需求变化趋势

第五章 美容电器行业生产分析

第一节 产能产量分析

一、2012-2014年美容电器行业生产总量及增速

二、2012-2014年美容电器行业产能及增速

三、影响美容电器行业产能产量的因素

第二节 2016-2022年美容电器行业生产总量及增速预测

一、区域生产分析

二、美容电器企业区域分布情况

三、重点省市美容电器行业生产状况

第三节 行业供需平衡分析

一、行业供需平衡现状

二、影响美容电器行业供需平衡的因素

三、美容电器行业供需平衡趋势预测

第六章 细分行业分析

第一节 主要美容电器细分行业

第二节 各细分行业需求与供给分析

第三节 细分行业发展趋势

第七章 美容电器行业竞争分析

第一节 重点美容电器企业市场份额

一、行业市场规模分析

二、美容电器行业市场集中度

第二节 行业五力模型分析

一、行业竞争群组

二、潜在进入者

三、替代品威胁

四、供应商议价能力

五、下游用户议价能力

第八章 下游用户分析

第一节 用户结构（用户分类及占比）

第二节 用户需求特征及需求趋势

第九章 行业盈利能力分析

第一节 2012-2014年美容电器行业销售毛利率

第二节 2012-2014年美容电器行业净利润率

第三节 2012-2014年美容电器行业总资产利润率

第四节 2012-2014年美容电器行业净资产利润率

第五节 2012-2014年美容电器行业产值利税率

第六节 2016-2022年美容电器行业盈利能力预测

第十章 行业成长性分析

第一节 2012-2014年美容电器行业销售收入增长分析

第二节 2012-2014年美容电器行业总资产增长分析

第三节 2012-2014年美容电器行业固定资产增长分析

第四节 2012-2014年美容电器行业净资产增长分析

第五节 2012-2014年美容电器行业利润增长分析

第六节 2016-2022年美容电器行业增长预测

第十一章 行业偿债能力分析

第一节 2012-2015年美容电器行业资产负债率分析

第二节 2012-2015年美容电器行业速动比率分析

第三节 2012-2015年美容电器行业流动比率分析

第四节 2012-2015年美容电器行业利息保障倍数分析

第五节 2016-2022年美容电器行业偿债能力预测

第十二章 行业营运能力分析

第一节 2012-2014年美容电器行业总资产周转率分析

第二节 2012-2014年美容电器行业净资产周转率分析

第三节 2012-2014年美容电器行业应收账款周转率分析

第四节 2012-2014年美容电器行业存货周转率分析

第五节 2016-2022年美容电器行业营运能力预测

第十三章 美容电器行业重点企业分析

第一节 飞利浦（中国）投资有限公司

一、企业简介

二、美容电器产品特点及市场表现

三、主要经济指标

四、销售及渠道

第二节 SKG公司

一、企业简介

二、美容电器产品特点及市场表现

三、生产状况

四、销售及渠道

第三节 松下电器公司

一、企业简介

二、美容电器产品特点及市场表现

三、主要经济指标

四、销售及渠道

第四节 美国凯仕乐科技发展有限公司

一、企业简介

二、美容电器产品特点及市场表现

三、生产状况

四、销售及渠道

第十四章 美容电器行业进出口现状与趋势

第一节 出口分析

一、过去三年美容电器产品出口量/值及增长情况

二、出口产品在海外市场分布情况

三、影响美容电器产品出口的因素

四、未来三年美容电器行业出口形势预测

第二节 进口分析

一、过去三年美容电器产品进口量/值及增长情况

二、进口美容电器产品的品牌结构

三、影响美容电器产品进口的因素

四、未来三年美容电器行业进口形势预测

第十五章 美容电器行业风险分析

第一节 美容电器行业环境风险

一、国际经济环境风险

二、汇率风险

三、宏观经济风险

四、宏观经济政策风险

五、区域经济变化风险

第二节 产业链上下游及各关联产业风险

第三节 美容电器行业政策风险

第四节 美容电器行业市场风险

一、市场供需风险

二、价格风险

三、竞争风险

四、营销风险

五、资金短缺风险

六、经营风险分析

七、管理风险分析

八、进入、退出风险分析

第十六章 美容电器行业相关建议

第一节 美容电器行业发展前景预测

一、用户需求变化预测

二、竞争格局发展预测

三、行业总体发展前景及市场机会分析

第二节 美容电器企业营销策略

一、价格策略

二、渠道建设与管理策略

三、促销策略

四、服务策略

五、品牌策略

第三节 美容电器企业投资机会

一、行业投资方式建议

二、区域市场投资机会

三、行业发展策略建议

第四节 行业发展战略研究

一、竞争性战略联盟的实施

二、战略综合规划

三、技术开发战略

四、业务组合战略

五、区域战略规划

六、产业战略规划

七、营销品牌战略

八、竞争战略规划

第五节 行业经营策略分析

一、美容电器市场细分策略

二、美容电器市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、美容电器新产品差异化战略

图表目录：

图表：2013-2014年美国美容电器市场规模分析

图表：2013-2014年日本美容电器市场规模分析

图表：2013-2014年印度美容电器市场规模分析

图表：2014年年末人口数量及其构成

图表：2013-2014年国内生产总值及其增长速度

图表：2013-2014年城镇新增就业人数

图表：2013-2014年国家全员劳动生产率

图表：2014年居民消费价格月度涨跌幅度

图表：2014年居民消费价格比2013年涨跌幅度

图表：2014年新建商品住宅月同比价格上涨、持平、下降城市个数变化情况

图表：2013-2014年全国一般公共财政收入

图表：2013-2014年年末国家外汇储备

图表：2013-2014年货物进出口总额

图表：2014年货物进出口总额及其增长速度

图表：2014年主要商品出口数量、金额及其增长速度

- 图表：2014年主要商品进口数量、金额及其增长速度
- 图表：2014年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度
- 图表：2014年非金融领域外商直接投资及其增长速度
- 图表：2014年非金融领域对外直接投资额及其增长速度
- 图表：2013-2014年我国美容保健电器行业市场规模分析
- 图表：2016-2022年美容电器行业市场规模及增速预测
- 图表：行业发展周期
- 图表：行业生命周期图
- 图表：2012-2014年我国华北地区市场需求分析
- 图表：2012-2014年我国华南地区市场需求分析
- 图表：2012-2014年我国华东地区市场需求分析
- 图表：2012-2014年我国华西地区市场需求分析
- 图表：2012-2014年我国美容电器行业产值及增速分析
- 图表：2012-2014年我国美容电器行业产能及增速分析
- 图表：我国美容电器用户结构分析
- 图表：2012-2014年美容电器行业销售毛利率
- 图表：2012-2014年美容电器行业销售净利润率
- 图表：2012-2014年美容电器行业总资产利润率
- 图表：2012-2014年美容电器行业净资产利润率
- 图表：2012-2014年美容电器行业产值利税率
- 图表：2016-2022年美容电器行业盈利能力预测
- 图表：2012-2014年美容电器行业销售收入增长分析
- 图表：2012-2014年美容电器行业总资产增长分析
- 图表：2012-2014年美容电器行业固定资产增长分析
- 图表：2012-2014年美容电器行业净资产增长分析
- 图表：2012-2014年美容电器行业利润增长分析
- 图表：2012-2014年美容电器行业资产负债率分析
- 图表：2012-2014年美容电器行业速动比率分析
- 图表：2012-2014年美容电器行业流动比率分析
- 图表：2012-2014年美容电器行业利息保障倍数分析
- 图表：2016-2022年美容电器行业偿债能力分析
- 图表：2012-2014年美容电器行业总资产周转率分析
- 图表：2012-2014年美容电器行业净资产周转率分析
- 图表：2012-2014年美容电器行业应收账款周转天数分析
- 图表：2012-2014年美容电器行业存货周转天数分析

图表：2016-2022年美容电器行业营动能力预测

图表：2014-2015年3月飞利浦公司资产负债表

图表：2014-2015年3月飞利浦公司利润表

图表：2014-2015年3月飞利浦公司现金流量表

图表：2014-2015年一季度松下集团资产负债表

图表：2014-2015年一季度松下集团利润表

图表：2014-2015年一季度松下集团现金流量表

图表：2012-2014年美容电器产品出口值及增长情况

图表：美容电器产品海外市场分布情况

图表：2016-2022年美容电器产品出口值及增长情况

图表：2012-2014年我国美容电器产品进口量及

图表：2016-2022年我国美容电器行业进口形势预测分析

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域SWOT战略分析图

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险。（GY KWW）

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/meirong/245430245430.html>