

2016-2022年中国美容行业专项调查与十三五未来 前景研究报告

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年中国美容行业专项调查与十三五未来前景研究报告》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/240446240446.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

2015年，我国美容行业市场规模达到7445.63亿元，比2014年同比增长12.2%。截止2015年6月底，我国美容整形机构超过8.7万家，比2014年年末增长4.2%，其中近50%左右的机构是近五年开业的。美容经济平均以每年15%的速度递增，递长率远远超过了GDP的增长率。高额利润、庞大市场和每年都有难以计数的美容新产品、高科技护理仪器、高科技瘦身设备等问世，为美容行业带来了巨大的商机。中国"美容经济"正在成为继房地产、汽车、电子通信、旅游之后的中国居民"第五大消费热点"。

在传统的美容院经营观念中，产品和服务始终是美容院最倾力而为之的两个方面。然而，在消费者日益注重消费质量、享受消费的今天，在软件（即服务、专业技术等）得到保证的同时，硬件（产品、仪器、装潢等）也一个都不能少。对于一家美容院来说，所代理的产品一定要是被顾客所认可的品牌，而这种品牌认定之后，还要不断地在品种和功效上行调整和增加。同样，和产品对应的美容仪器也需要不断地更新和引进，才能跟得上时代的要求，满足消费者的需求。中国的美容美发化妆品销售额已远超日韩，成为亚洲第一，在世界范围内仅次于美国，排名第二。由于中国人口多，需求量大，按照人均需求，中国的美容美发化妆品业还具有很大的发展空间，未来市场非常乐观。预测，未来5年中国美容行业将保持15~20%年增长率，在各行业中保持着较高的增长水平。

预测未来的美容业发展，科技创新会是行业研究与开发的主要课题，并且走品牌经营之路仍然是发展的重点。另外针对现在美容市场上一些不好的现象，比如美容院的散乱，对美容品质量的质疑等等，需要政府部门更多的关注这个行业，用相关的文件和政策来规范行业，帮助美容行业的走好走正自己的发展之路，相信在相关部门和全社会的正视与关怀下，这个行业一定可以和谐的发展下去。所以，美容业的经营者们，应该从现在开始，也应该要树立积极健康的财富观，由经营和销售战略入手，向打造自主品牌努力，用更加专业的严管来看待市场，提升自身的专业素养，只有这样才能够很好的顺应行业市场，与此共同并且推动行业更迈出更大的一步。

中国报告网发布的《2016-2022年中国美容行业专项调查与十三五未来前景研究报告》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。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。

【报告大纲】

第一部分 美容行业运行态势

第一章 2014-2015年国际美容产业运行态势分析

第一节 2014-2015年国际美容市场综述

- 一、世界美容行业发展概况
- 二、世界各地不同特色的SPA
- 三、全球美容院发展状况分析
- 四、中东四国美容市场发展概况
- 五、全球美容企业百强集团分析
- 六、美国医学美容发展趋势分析
- 七、日本美容产业发展特点分析
- 八、世界香料香精市场预测分析

第二节 2014-2015年国际整形美容市场透析

- 一、世界整形美容市场发展现状
- 二、韩国整形美容市场发展概况
- 三、美国整形美容行业发展综述
- 四、英国整形美容市场现状分析
- 五、德国整形美容市场概况分析
- 六、日本整形美容市场现状分析
- 七、巴西整形美容市场发展概况
- 八、中国台湾整形美容业发展势头良好

第三节 2014-2015年国外化妆品市场探析

- 一、世界化妆品市场发展概况及特点
- 二、美国化妆品行业发展概况
- 三、日本化妆品行业发展概况
- 四、法国化妆品行业发展概况
- 五、欧盟化妆品行业发展概况
- 六、世界化妆品发展前景及趋势分析

第四节 2016-2022年国际美容市场发展趋势分析

- 一、世界美容化妆品业科技发展趋势
- 二、世界整形美容发展趋势
- 三、亚洲整形美容发展趋势
- 四、未来的热门整形美容术

第二章 2014-2015年中国美容产业发展环境分析

第一节 2014-2015年中国宏观经济发展环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、中国工业经济发展形势分析
- 三、中国全社会固定资产投资分析
- 四、中国社会消费品零售总额分析
- 五、中国城乡居民收入与消费分析
- 六、中国对外贸易发展形势分析

第二节 2014-2015年中国美容院行业政策环境分析

- 一、《美容医疗机构、医疗美容科（室）基本标准》
- 二、《医疗美容服务管理办法》
- 三、《医疗美容项目分级管理目录》
- 四、美容业执照上岗的意义探析
- 五、《化妆品标识管理规定》
- 六、化妆品成分必须全部标识
- 七、中国进口化妆品实施新法规

第三节 2014-2015年中国美容院行业社会环境分析

- 一、城镇化进程加快促进美容行业发展
- 二、中国医疗整形美容医院发展
- 三、美容观念升级

第三章 2014-2015年中国美容产业运行新形势透析

第一节 2014-2015年中国美容行业发展概况

- 一、美容业发展现状分析
- 二、美容行业的特征分析
- 三、美容行业的人才状况
- 四、美容业新经济增长点
- 五、美容行业的发展优势

第二节 2014-2015年中国美容业深度剖析

- 一、药企加快挺进美容业
- 二、高科技与保健结合
- 三、整体环境不断规范
- 四、中国药妆市场走向分析

第三节 中国部分地区美容行业发展现状

- 一、深圳美容业发展情况分析
- 二、广西整形美容业市场现状

三、上海美容业发展情况分析

四、武汉医疗美容市场大整顿

五、广州美容业发展情况分析

第四节 2014-2015年中国美容行业存在的问题分析

一、美容行业发展中的问题透析

二、美容行业品牌发展中的问题

三、中国美容产业发展瓶颈分析

四、现代美容行业经营上的问题

五、中国美容业发展潜在的问题

第五节 2014-2015年美容行业发展建议及对策分析

一、促进美容行业发展的四项建议

二、促进美容行业发展的具体措施

三、美容业发展需要建设品牌文化

四、美容业投资注意的问题

第二部分 美容行业深度分析

第四章 2014-2015年中国美容市场运行动态分析

第一节 2014-2015年中国美容院基本发展现状

一、美容院的特点

二、美容院的主流类型

三、美容院的人员状况

四、美容院的技术内涵

第二节 2014-2015年中国美容市场发展情况分析

一、时尚美容消费受追捧

二、美容机构走向规范化和专业化

三、美容市场细分明朗增值明显

四、我国美容行业人才市场分析

第三节 中国美容业市场现状分析

一、美容市场规模分析

二、美容市场特征分析

三、美容市场现状分析

四、美容机构现状分析

五、美容终端消费状况

第四节 2014-2015年中国城市美容经济竞争力分析

一、华北区美容经济竞争力分析

二、华南区美容经济竞争力分析

三、华东区美容经济竞争力分析

四、华中区美容经济竞争力分析

五、西南区美容经济竞争力分析

第五节 2014-2015年中国美容市场消费群体分析

一、青少年美容消费分析

二、老年人美容市场分析

三、男性美容的消费动机

第五章 2014-2015年中国美容化妆品市场运行格局分析

第一节 2014-2015年中国化妆品销售市场分析

一、中国化妆品市场规模分析

二、中国化妆品市场特点分析

三、中国化妆品市场结构分析

四、化妆品区域市场结构分析

第二节 2014-2015年中国化妆品市场区域分析

一、华东地区化妆品市场分析

二、华中地区化妆品市场分析

三、华北和东北地区化妆品市场分析

四、西北地区化妆品市场分析

五、华南地区化妆品市场分析

六、西南地区化妆品市场分析

第三节 2014-2015年美容化妆品市场消费网络调查

一、2015年城市职场女性化妆品消费调查

二、2015年男性化妆品使用情况调查报告

三、2015年大学生化妆品消费调查

四、2015年儿童化妆品市场调研

第四节 2014-2015年中国美容化妆品业发展趋势及策略

一、中国化妆品行业的发展趋势

二、中国化妆品市场营销趋势分析

三、化妆品行业连锁经营发展趋势

四、美容化妆品市场细分策略

五、美容化妆品企业的多品牌现象策略

第六章 2014-2015年中国美容主要产品市场进出口贸易数据分析

第一节 2014-2015年中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析

一、中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析

二、中国化妆品、美容品及护肤品进出口均价分析

三、中国化妆品、美容品及护肤品进出口流向分析

第二节 2014-2015年中国精油；香膏；提取油树脂进出口分析

一、中国精油；香膏；提取油树脂进出口分析

二、中国精油；香膏；提取油树脂进出口均价分析

三、中国精油；香膏；提取油树脂进出口流向分析

第三节 2014-2015年中国香水及花露水进出口分析

一、中国香水及花露水进出口分析

二、中国香水及花露水进出口均价分析

三、中国香水及花露水进出口流向分析

第四节 2014-2015年中国护发品进出口分析

一、中国护发品进出口分析

二、中国护发品进出口均价分析

三、中国护发品进出口流向分析

第七章 2014-2015年中国整形美容市场运行态势分析

第一节 2014-2015年中国整形美容市场透析

一、中国整形美容业的兴起

二、中国美容整形业参与主体

三、中国整形美容业运行情况

四、中国整形美容市场的推广

第二节 2014-2015年中国整形美容产品分析

一、整形美容产品的概念

二、整形美容产品的实质

三、整形美容产品的项目形式

第三节 2014-2015年中国整形美容的消费者分析

一、消费者构成分析

二、消费者需求分析

三、消费者心理分析

四、消费者行为分析

第四节 2014-2015年整形美容市场现状分析

一、中国整形美容业市场规模

二、整形美容业消费现状分析

三、中老年人整容的心理取向

四、整形美容市场的广告投放

五、整形美容行业打造理性消费时代

第五节 2014-2015年整形美容市场竞争状况及发展建议

一、整形美容市场竞争现状分析

二、美容整形行业资源竞争情况

三、美容政策行业竞争策略

四、品牌整形美容机构引领行业风骚

第六节 中国医疗整形美容医院发展分析

一、医疗整形美容医院需求状况

二、民营医疗整形医院市场地位

三、医疗整形美容技术现状分析

四、医疗整形美容准入门槛高

五、医疗整形美容医院发展措施

第七节 2016-2022年整形市场发展趋势分析

一、假体隆胸仍是主流

二、自体脂肪隆胸成趋势

三、个性化整形成为主流

第八节 2016-2022年中国整形美容发展趋势分析

一、整形美容机构急剧增加

二、服务对象转向

三、从美容整形外科转向整形美容科

四、涉及的内容将更加广泛

五、技术从"粗糙"走向"精细"

六、设备更加先进，材料更加安全

七、人才交流、学术交流更加频繁

第八章 2014-2015年中国减肥、美发、美甲市场运行态势分析

第一节 2014-2015年中国减肥美体市场分析

一、儿童超重和肥胖呈快速上升的趋势

二、全球近1/5的体重超标肥胖者是中国人

三、中国减肥市场消费现状

四、我国减肥药市场呈现四大变化发展趋势

六、产后美体修形是美容市场热点

七、美体瘦身行业趋势分析

第二节 2014-2015年中国美发用品市场分析

一、我国美发市场潜力巨大

二、中国生发剂市场前景分析

三、中国对美发美容用具要求

四、中国洗发水市场发展情况

五、美发用品店商机无限

六、美容美发市场发展趋势

第三节 2014-2015年中国美甲市场分析

一、中国美甲业进入发展期

二、中国美甲行业发展现状

三、美甲业发展存在的问题

四、美甲行业发展趋势分析

第九章 2014-2015年中国男士美容市场动态分析

第一节 2014-2015年男士美容市场分析

一、男士美容市场发展现状

二、男士美容市场空间分析

三、男士美容市场存在的问题

四、男士美容新热点分析

第二节 2014-2015年男士整形美容市场分析

一、男性整形美容的兴起

二、男士整形的消费情况

三、男士整形的发展趋势

第三节 2014-2015年男士美容化妆品市场分析

一、男性美容化妆品市场发展分析

二、男士美容市场呈专柜专区发展

三、男士化妆品市场份额预测分析

第十章 2014-2015年中国美容业培训市场分析

第一节 2014-2015年美容业人才现状与职业培训

一、中国美容业人才现状

二、中国美容院人才瓶颈

三、中国美容市场人才需求分析

四、美容管理师培训认证工程已开始实施

第二节 2014-2015年美容教育发展现状及建议

一、中国美容教育发展现状

二、培育美容文化促进美容教育

三、中国当代美容教育的新使命

四、开拓我国的高等美容教育

五、建议将美容教育并入国民学历教育体系

第三节 2014-2015年美容学历教育的发展分析

一、美容职业教育走上"洋路子"

二、中国美容职业教育向学历教育转变

三、中国美容业MBA学历教育发展分析

第四节 2016-2022年中国美容教育发展趋势分析

一、中国美容教育产业投资趋于多元化发展

二、中国美容职业教育将受到更加重视

三、中国美容学历教育将快速发展

四、中国专业美容教育师资需求进一步增加

第三部分 美容行业发展战略

第十一章 2014-2015年中国美容业市场营销战略分析

第一节 2014-2015年中国美容业营销现状分析

一、美容业流行营销模式分析

二、美容业营销呼唤全面升级

三、美容业营销大思路

第二节 2014-2015年中国美容市场专业线市场分析

一、专业线美容企业的渠道扁平化分析

二、中国专业线美容市场现状分析

三、专业线美容企业品牌建设分析

第三节 2014-2015年中国美容企业淡季营销的策略

一、劈分市场，有的放矢

二、聚焦大户，政策倾斜

三、终端补货，培训先行

四、活动推广，刺激消费

五、推陈出新，吸引订货

六、销售竞赛，推动走量

第四节 2014-2015年中国美容行业前店后院营销策略

一、“前店后院”的分类

二、“前店后院”产生原因

三、“前店后院”发展优势

四、“前店后院”发展瓶颈

五、“前店后院”营销策略

第十二章 2014-2015年中国直销与美容业的发展动态分析

第一节 直销

一、直销的定义

二、直销的行业特点

三、直销与传销的区别

四、美容业与直销业的异同

第二节 直销法的影响

- 一、直销模式如何与美容业嫁接
- 二、直销冲击中国美容业
- 三、直销立法催生中国美容业营销新天地
- 四、美容业直销之惑
- 五、面临直销热美容业的选择

第三节 直销与美容业的发展

- 一、高额利润催生美容直销热
- 二、直销将成为美容保健品市场主要手段

第十三章 2014-2015年中国连锁经营与美容业的发展分析

第一节 中国美容院连锁经营现状分析

- 一、美容连锁加盟的市场现状分析
- 二、美容企业连锁经营成必然趋势
- 三、美容院加盟连锁引领创业风暴

第二节 中国美容院连锁经营促进策略

- 一、美容院连锁经营的营销策略
- 二、美容院连锁经营的未来方向
- 三、化妆品业连锁经营发展趋势
- 四、美容连锁企业品牌建设分析

第三节 中国美容院的连锁经营发展趋势

- 一、中国美容企业连锁经营成必然趋势
- 二、美容业连锁经营九大营销策略
- 三、美容院特许加盟连锁经营赢利模式

第十四章 2014-2015年中国美容院经营策略分析

第一节 2014-2015年中国美容院经营现状分析

- 一、我国美容院的类型
- 二、美容院经营的关键
- 三、美容院星级评定将在全国实施
- 四、美容院的经营现状与未来
- 五、中国美容院有七大类型经营方式良好

第二节 2014-2015年中国美容院成功经营策略分析

- 一、美容院营业额的构成
- 二、美容院顾客管理要点
- 三、美容院营销计划制定

四、美容院促销活动策划

五、经营品牌和模式分析

第三节 2014-2015年中国美容院经营管理策略分析

一、促销对美容院经营的作用

二、美容院经营黄金法则分析

三、美容院招揽顾客战略分析

四、美容院的核心竞争力分析

五、星级美容院的新经营构想

第四节 2016-2022年中国美容院发展趋势分析

一、美容院的经营新模式分析

二、美容院未来经营趋势分析

三、未来美容院经营管理模式探讨

四、未来美容院主流模式分析

五、美容院电脑信息化管理势在必行

六、美容院投资高科技仪器成为经营趋势

第四部分 美容行业投资策略

第十五章 2014-2015年中国美容院服务营销策略分析

第一节 2014-2015年美容院服务营销系统构建

一、美容院服务营销系统的构建要素分析

二、美容院服务营销系统的构成

三、美容院服务营销系统核心评估--服务产品质量评估

第二节 2014-2015年中国美容院营销现状分析

一、营销意识淡薄，营销观念落后

二、市场调研欠深入、不科学

三、市场定位存在许多误区

四、营销策略存在许多不足

五、促销人员--美容师素质低下

第三节 2014-2015年中国美容院市场营销环境分析

一、美容院服务营销的优势与机会分析

二、美容院服务营销的劣势与威胁分析

第四节 2014-2015年美容院服务营销策略分析

一、美容院服务有形化营销策略

二、美容院服务技巧化营销策略

三、美容院服务关系化营销策略

四、美容院服务规范化营销策略

第十六章 2016-2022年中国美容业发展趋势预测分析

第一节 2016-2022年中国美容业市场发展趋势分析

- 一、美容美发市场趋专业化细分
- 二、美容行业细分市场发展趋势
- 三、美容市场渠道发展趋势分析
- 四、美容业规范化发展促进整合

第二节 2016-2022年中国美容业市场发展前景分析

第三节 2016-2022年中国美容业热门项目预测分析

- 一、形象色彩设计成热潮
- 二、美容保健用品的风靡
- 三、香熏世界将大放异彩
- 四、美塑中胚层美容疗法
- 五、中医美容法势不可挡

第四节 2016-2022年中国美容业发展前景预测

- 一、美容连锁品牌快速扩张
- 二、男士美容市场继续扩大
- 三、美容美发产业细分加剧
- 四、未来美容院发展趋势预测

第十七章 2016-2022年中国美容业投资战略研究

第一节 美容院在后危机时代下投资分析

- 一、中国美容院行业投资环境分析
- 二、后危机时代下美容业发展态势
- 三、后危机时代下美容业投资方向

第二节 2016-2022年男士美容市场商机分析

- 一、男士美容市场投资背景
- 二、男性美容市场发展潜力
- 三、男士美容市场投资风险
- 四、男性化妆品市场的开发

第三节 2016-2022年美容业投资风险分析

- 一、政策风险
- 二、技术风险
- 三、经营风险
- 四、其他风险

第四节 2016-2022年美容业投资建议分析

- 一、中国美容业总体投资策略

二、男士美容院投资策略分析

三、中国美容业投资经营策略

四、中国美容院投资趋向分析

图表目录

图表：2010-2015年我国国民经济GDP运行情况

图表：2015年我国规模以上工业增加值同比增速

图表：2015年钢材日均产量及增速

图表：2015年水泥日均产量及增速

图表：2015年十种有色金属日均产量及增速

图表：2015年乙烯日均产量及增速

图表：2015年汽车日均产量及增速

图表：2015年轿车日均产量及增速

图表：2015年发电量日均产量及增速

图表：2015年原油日均产量及增速

图表：2015年我国固定资产投资（不含农户）同比增速

图表：2015年固定资产投资到位资金同比增速

图表：2015年我国社会消费品零售总额增长速度

图表：2011-2015年我国美容行业市场规模情况

图表：2015年化妆品类零售额数据趋势图

图表：2015年我国化妆品行业市场结构

图表：2011-2015年我国华东地区化妆品行业市场规模情况

图表：2011-2015年我国华中地区化妆品行业市场规模情况

图表：2011-2015年我国华北地区化妆品行业市场规模情况

图表：2011-2015年我国东北地区化妆品行业市场规模情况

图表：2011-2015年我国西北地区化妆品行业市场规模情况

图表：2011-2015年我国华南地区化妆品行业市场规模情况

图表：2011-2015年我国西南地区化妆品行业市场规模情况

图表：中国二三线城市女性素颜率情况

图表：中国城市女性购买化妆品的类别

图表：中国城市女性购买化妆品的频率

图表：我国城市女性购买化妆品的金额分布

图表：我国城市女性购买化妆品的渠道来源

图表：中国二三线城市女性购买化妆品的品牌类型

图表：2015年1-10月我国化妆品、美容品及护肤品进口量统计

图表：2015年1-10月我国化妆品、美容品及护肤品出口量统计

图表：2015年1-10月化妆品、美容品及护肤品进口均价

图表：2015年1-10月化妆品、美容品及护肤品出口均价

图表：2015年我国化妆品、美容品及护肤品进口结构

图表：2015年我国化妆品、美容品及护肤品出口流向

图表：2014-2015年精油；香膏；提取油树脂进口情况

图表：2014-2015年精油；香膏；提取油树脂出口情况

图表：2014-2015年精油；香膏；提取油树脂进口均价

图表：2014-2015年精油；香膏；提取油树脂出口均价

图表：2015年我国精油；香膏；提取油树脂进口国家

图表：2015年我国精油；香膏；提取油树脂出口国家

图表：2014-2015年香水及花露水进口情况

图表：2014-2015年香水及花露水出口情况

图表：2014-2015年香水及花露水进口均价

图表：2014-2015年香水及花露水出口均价

图表：2015年我国香水及花露水进口国家

图表：2015年我国香水及花露水出口国家

图表：2014-2015年护发品进口情况

图表：2014-2015年护发品出口情况

图表：2014-2015年护发品进口均价

图表：2014-2015年护发品出口均价

图表：2015年我国护发品进口国家

图表：2015年我国护发品出口国家

图表：2011-2015年我国整形美容行业市场规模情况

图表：2015年我国洗发水企业排名

图表：连锁经营企业的SI规划战略目标

图表：美容院服务产品的构成图

图表：美容院服务产品区别于有形产品的特征

图表：顾客美容动机情况

图表：美容院服务营销系统

图表：美容院服务质量衡量模式

图表：美容师或美容小姐的文化程度情况

图表：美容师/美容小姐专业技术技能培训情况

图表：男女士美容护理情况

图表：美容院服务营销策略体系内容

图表：顾客选择美容院的最佳地理位置情况

图表：色彩与心理的关联

图表：顾客获悉美容院的途径调查

图表：美容院服务广告制定的主要步骤

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 zm）。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/meirong/240446240446.html>