

中国生活美容行业现状深度研究与投资前景分析 报告（2022-2029年）

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《中国生活美容行业现状深度研究与投资前景分析报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202206/601738.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

生活美容服务业有狭义与广义之分，从狭义上讲，生活美容是运用化妆品和非医疗器械等非医疗性手段，对人体所进行的诸如皮肤护理、按摩等带有保养或保健性的非侵入性的美容护理，它与具有侵入性的医疗美容有所区别；从广义上讲，生活美容服务业是包含有全部生活美容以及美甲、美发、纹绣服务的综合性行业。本文是将基于商务部、美团大数据等行业数据及现状分析，对广义的生活美容服务业进行研究。

一、生活美容行业发展历程

纵观生活美容的发展历史，其实生活美容也并不是近几年才开始发展，已经有着数十年的发展历史，且大致可分为四个阶段：

（一）萌芽期

20世纪70年代末至80年代中期，是我国美容业发展的萌芽期。其主要特点是：在技术和产品的使用上，主要以西方舶来品为主，强调全盘模仿、复制，美容项目比较单一。

在经营模式上以独立的作坊式为主，美容收费普遍偏高；从业人员大多是来自艺术、文化领域里，非常注重生活品位与情趣有开风气之先的勇气和精神的女士。

（二）成长期

20世纪80年代中后期，是我国生活美容业发展的成长期，这一时期较前期有了突出的进步。这一时期虽然仍以舶来品为主，但一些简单的美容手段（如纹绣），已经被运用到生活美容中来；

这个时期大量外出务工的女性开始进入生活美容业，并且日渐成为生活美容的主体力；顾客群开始增加，并且开始对生活美容服务的项目与质量有所选择和要求，对生活美容的需求进一步扩展。

（三）膨胀期

20世纪80年代末至90年代中期，是我国生活美容业发展的膨胀期。这一时期的主要特点是发展速度过快，从业人员良莠不齐，导致生活美容行业的发展缺乏规范，市场相对混乱，行业毁誉参半“利”与“弊”两方面的特点都相对突出。

（四）平稳期

20世纪90年代中后期至现在，是我国生活美容业的发展平稳时期，但在持续发展中，还伴有摇摆和不稳定因素。因此只能视为准成熟期。

这一时期的主要特点是：部分生活美容技术逐渐成熟，如皮肤管理、纹绣、美甲技术的解决，生活美容技术的科技含量明显增强，技术效能项目占绝对优势；同时，从业人员的素质、经营管理的水平、消费者的消费观念等方面也有了长足的进步。

二、生活美容行业市场发展现状

随着中国经济的快速发展，人们生活水平的提高和消费观念不断更新，在满足了基本生存需求后，富裕起来的中国人更多地开始关注生活的品质，追求健康、年轻、美丽的时尚生活。

而几千万的生活美容行业从业群体和可观的消费额度，也昭示着生活美容行业骤然成为急速拉动就业内需的行业之一。尤其是近10年，随着生活美容市场逐步规范、专业技术日趋成熟，人们对生活美容需求持续呈高速上升趋势，市场前景相当广阔。

生活美容行业市场规模和行业产值持续提升，从业人员也不断增多，加之美甲、美睫、文绣等新业态的快速发展，行业正逐步向产业化、集团化和国际化方向发展。

1、市场规模

在“颜值经济”新业态下，人们的生活观念逐渐转变，在随心生活的同时，更加注重健康和自我护理，对年轻、精致的需求日益强烈。

自2017年起，我国生活美容市场规模不断增长，2020年受新冠疫情的减少，人们外出减少，消费收缩。2021年，我国生活美容市场规模为3446.2亿元。

资料来源：观研天下数据中心整理

2、供应规模

随着人们生活水平的提高生活美容日益受到消费者尤其是女性消费者的青睐，生活美容经营单位也随之增多。截止2021年我国生活美容行业门店数量已达到36.07万家，具体如下：

资料来源：观研天下数据中心整理

伴随生活美容市场需求扩大而增长的还有生活美容行业的相关从业人员数量。截止2021年我国生活美容行业从业人员数量为148.31万人，具体如下：

资料来源：观研天下数据中心整理

生活美容服务业从业者普遍较为年轻，40岁以下群体是“主力军”，占比超过九成。目前，企业、院校和培训机构以多种办法提升我国生活美容行业从业人员的专业技能和服务水平，增强实践经验，为我国生活美容行业不断输送高素质的从业者。

3、需求规模

由于人均收入的提高和爱美意识的提升，生活美容消费作为享受类的消费比重不断提升。生活美容服务业的消费人群规模持续扩大，支撑着整个产业的发展。其中美发、美容美体、美甲占据生活美容消费的前三位

我国生活美容消费人群的年龄结构和用户区域差异化现象来看，一线城市在适龄女性群体中渗透率高达40.4%，而在三线城市的渗透率只有16.3%，四线城市还不到15%。

资料来源：观研天下数据中心整理

同时近几年国内生活美容的消费群体也呈现出加速年轻化趋势。生活美容主要群体逐渐从80后、90后向00后蔓延。加之科学技术越来越发达，社会态度越来越开放。消费群体年龄下沉给我国美容行业提供了旷阔的新增市场空间，有利于我国生活美容市场的规模扩张和销售

渠道扩张。

三、生活美容行业细分市场

伴随着消费需求的多元化发展，生活美容服务业市场也进一步细分。

其一，服务模式进一步细分。典型案例是侧重简捷、快速、低价格的“快剪”服务模式快速兴起。“快剪”经营模式的最大的特点是“化繁为简”，只瞄准“剪发”这个基本业务，不洗不吹不烫不染，价格低且统一，时间短，广受对理发要求不高的男性及老年人等消费群体的欢迎。该经营模式经营成本较低，更容易复制与扩张，近两年涌现出很多大型连锁品牌，有的品牌连锁规模已迅速扩张到数十、数百家。

其二，服务项目进一步细分。例如除了传统的包含各类美容项目的综合性美容店，多种专营特定项目的美容店纷纷成立，向更专业的面部护理、头部按摩、皮肤保养和理疗按摩等项目细分。

1、专业美容

生活美容类专业美容是以美容院、护肤中心、生活馆、SPA健身会所等为主要经营场所；通过专业的产品来服务于顾客(专业的产品包括：专业的场所、专业的知识、专业的技巧、专业的护肤品、专业的仪器设备、专业的推广、专业的销售、专业的人员等)；并有效导入一些养生保健、心理调节、时尚健身、品味生活、亲子教育、家庭保鲜等内容；内容涵盖保养和治疗两种。

现在的专业美容在中国正处在发展阶段，行业发展空间是巨大的。2021年我国生活美容行业专业美容市场规模为1933.3亿元，具体如下：

资料来源：观研天下数据中心整理

2、专业美发

在国际标榜、沙宣教育体系于60年代就已基本形成时，我国直到80年代后期，随着国际发型美容教育机构标榜在一些大城市设立分校，才真正接触到美发“设计”。近两年，中国美发行业驶入了极速发展的快车道，2021年我国生活美容行业专业美发市场规模已达到1313亿元，具体如下：

资料来源：观研天下数据中心整理

随着人们生活压力增大，脱发现象越来越受到人们的重视，作为中医发祥地，我国护发美发生产企业逐渐开始研发中医治疗脱发的相关产品，如霸王等。与此同时，越来越多的消费者逐渐开始关注护发美发产品的生产成分，绿色、温和、刺激性小的天然成分受到较大青睐。

3、其他细分

文身、纹绣和美睫市场作为生活美容市场上的重要分支,市场规模的增长速度一直遵循着生活美容大市场的规律。文身和纹绣、美睫等行业市场高度分散，目前市面上较大的连锁品牌，多属于区域品牌。

由于传统文身、纹绣和美睫行业中的进货招聘和培训环节往往是集中在一、二线城市,这意味着三四线及以下城市的文身、纹绣和美睫市场从业者得不到充分的支持,这也制约了这些地区的文身、纹绣和美睫市场等行业发展。随着互联网结合文身、纹绣和美睫等生活美容行业更加紧密,三四线及以下城市的文身、纹绣和美睫市场行业发展尤其迅猛,开始从大城市向三四线及以下城市渗透。截止2021年我国生活美容行业文身和纹绣、美睫等市场规模为199.9亿元,具体如下:

资料来源:观研天下数据中心整理

四、生活美容行业竞争格局

随着竞争越发激烈,去同质化经营成为诸多企业的发展战略。消费者更加青睐个性化、时尚化的专属产品和服务,消费者对企业品牌的认知度不断提升。优势企业加大了品牌管理力度,行业连锁化、品牌化趋势日益凸显。

生活美容门槛低,市场集中度低下,行业竞争激烈,尚无主导品牌。专业护理相对于居家美容而言,由专业人员提供美容相关服务,并会辅之以按摩及相关仪器的使用,其效果优于居家美容,并且本身是一种休闲享受,消费者也愿意为高品质付费。随着生活美容步入2.0时代,低端业态因为受到居家美容的冲击将逐渐被专业化/高端化/高附加值的业态所取代,市场集中度将逐步提升。

资料来源:观研天下数据中心整理(WWTQ)

观研报告网发布的《中国生活美容行业现状深度研究与投资前景分析报告(2022-2029年)》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,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。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构,拥有资深的专家团队,多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告,客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业,并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章 2018-2022年中国生活美容行业发展概述

第一节生活美容行业发展情况概述

一、生活美容行业相关定义

二、生活美容特点分析

三、生活美容行业基本情况介绍

四、生活美容行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、生活美容行业需求主体分析

第二节中国生活美容行业生命周期分析

一、生活美容行业生命周期理论概述

二、生活美容行业所属的生命周期分析

第三节生活美容行业经济指标分析

一、生活美容行业的赢利性分析

二、生活美容行业的经济周期分析

三、生活美容行业附加值的提升空间分析

第二章 2018-2022年全球生活美容行业市场发展现状分析

第一节全球生活美容行业发展历程回顾

第二节全球生活美容行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲生活美容行业地区市场分析

一、亚洲生活美容行业市场现状分析

二、亚洲生活美容行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲生活美容行业市场前景分析

第四节北美生活美容行业地区市场分析

- 一、北美生活美容行业市场现状分析
- 二、北美生活美容行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美生活美容行业市场前景分析

第五节欧洲生活美容行业地区市场分析

- 一、欧洲生活美容行业市场现状分析
- 二、欧洲生活美容行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲生活美容行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界生活美容行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球生活美容行业市场规模预测

第三章 中国生活美容行业产业发展环境分析

第一节我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节我国宏观经济环境对生活美容行业的影响分析

第三节中国生活美容行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规
- 三、主要行业标准

第四节政策环境对生活美容行业的影响分析

第五节中国生活美容行业产业社会环境分析

第四章 中国生活美容行业运行情况

第一节中国生活美容行业发展状况情况介绍

- 一、行业发展历程回顾
- 二、行业创新情况分析
- 三、行业发展特点分析

第二节中国生活美容行业市场规模分析

- 一、影响中国生活美容行业市场规模的因素

- 二、中国生活美容行业市场规模
- 三、中国生活美容行业市场规模解析
- 第三节中国生活美容行业供应情况分析
 - 一、中国生活美容行业供应规模
 - 二、中国生活美容行业供应特点
- 第四节中国生活美容行业需求情况分析
 - 一、中国生活美容行业需求规模
 - 二、中国生活美容行业需求特点
- 第五节中国生活美容行业供需平衡分析

第五章 中国生活美容行业产业链和细分市场分析

- 第一节中国生活美容行业产业链综述
 - 一、产业链模型原理介绍
 - 二、产业链运行机制
 - 三、生活美容行业产业链图解
- 第二节中国生活美容行业产业链环节分析
 - 一、上游产业发展现状
 - 二、上游产业对生活美容行业的影响分析
 - 三、下游产业发展现状
 - 四、下游产业对生活美容行业的影响分析
- 第三节我国生活美容行业细分市场分析
 - 一、细分市场一
 - 二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国生活美容行业市场竞争分析

- 第一节中国生活美容行业竞争现状分析
 - 一、中国生活美容行业竞争格局分析
 - 二、中国生活美容行业主要品牌分析
- 第二节中国生活美容行业集中度分析
 - 一、中国生活美容行业市场集中度影响因素分析
 - 二、中国生活美容行业市场集中度分析
- 第三节中国生活美容行业竞争特征分析
 - 一、企业区域分布特征
 - 二、企业规模分布特征
 - 三、企业所有制分布特征

第七章 2018-2022年中国生活美容行业模型分析

第一节中国生活美容行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

第二节中国生活美容行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国生活美容行业SWOT分析结论

第三节中国生活美容行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国生活美容行业需求特点与动态分析

第一节中国生活美容行业市场动态情况

第二节中国生活美容行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

第三节生活美容行业成本结构分析

第四节生活美容行业价格影响因素分析

- 一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国生活美容行业价格现状分析

第六节中国生活美容行业平均价格走势预测

一、中国生活美容行业平均价格趋势分析

二、中国生活美容行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国生活美容行业所属行业运行数据监测

第一节中国生活美容行业所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节中国生活美容行业所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节中国生活美容行业所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第十章 2018-2022年中国生活美容行业区域市场现状分析

第一节中国生活美容行业区域市场规模分析

一、影响生活美容行业区域市场分布的因素

二、中国生活美容行业区域市场分布

第二节中国华东地区生活美容行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区生活美容行业市场分析

(1) 华东地区生活美容行业市场规模

(2) 华南地区生活美容行业市场现状

(3) 华东地区生活美容行业市场规模预测

第三节华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区生活美容行业市场分析

(1) 华中地区生活美容行业市场规模

(2) 华中地区生活美容行业市场现状

(3) 华中地区生活美容行业市场规模预测

第四节华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区生活美容行业市场分析

(1) 华南地区生活美容行业市场规模

(2) 华南地区生活美容行业市场现状

(3) 华南地区生活美容行业市场规模预测

第五节华北地区生活美容行业市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区生活美容行业市场分析

(1) 华北地区生活美容行业市场规模

(2) 华北地区生活美容行业市场现状

(3) 华北地区生活美容行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区生活美容行业市场分析

(1) 东北地区生活美容行业市场规模

(2) 东北地区生活美容行业市场现状

(3) 东北地区生活美容行业市场规模预测

第七节西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区生活美容行业市场分析

(1) 西南地区生活美容行业市场规模

(2) 西南地区生活美容行业市场现状

(3) 西南地区生活美容行业市场规模预测

第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区生活美容行业市场分析
 - (1) 西北地区生活美容行业市场规模
 - (2) 西北地区生活美容行业市场现状
 - (3) 西北地区生活美容行业市场规模预测

第十一章 生活美容行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
 - 1、主要经济指标情况
 - 2、企业盈利能力分析
 - 3、企业偿债能力分析
 - 4、企业运营能力分析
 - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

第五节 企业

- 一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

· · · · ·

第十二章 2022-2029年中国生活美容行业发展前景分析与预测

第一节 中国生活美容行业未来发展前景分析

一、生活美容行业国内投资环境分析

二、中国生活美容行业市场机会分析

三、中国生活美容行业投资增速预测

第二节 中国生活美容行业未来发展趋势预测

第三节 中国生活美容行业规模发展预测

一、中国生活美容行业市场规模预测

二、中国生活美容行业市场规模增速预测

三、中国生活美容行业产值规模预测

四、中国生活美容行业产值增速预测

五、中国生活美容行业供需情况预测

第四节 中国生活美容行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国生活美容行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国生活美容行业进入壁垒分析

一、生活美容行业资金壁垒分析

二、生活美容行业技术壁垒分析

三、生活美容行业人才壁垒分析

四、生活美容行业品牌壁垒分析

五、生活美容行业其他壁垒分析

第二节 生活美容行业风险分析

一、生活美容行业宏观环境风险

二、生活美容行业技术风险

三、生活美容行业竞争风险

四、生活美容行业其他风险

第三节中国生活美容行业存在的问题

第四节中国生活美容行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国生活美容行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国生活美容行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国生活美容行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节生活美容行业营销策略分析

一、生活美容行业产品策略

二、生活美容行业定价策略

三、生活美容行业渠道策略

四、生活美容行业促销策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202206/601738.html>