

2017-2022年中国美容院行业竞争现状及十三五发展机会分析报告

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《2017-2022年中国美容院行业竞争现状及十三五发展机会分析报告》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/yiliaoxie/262685262685.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

中国报告网发布的《2017-2022年中国美容院行业竞争现状及十三五发展机会分析报告》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：

第一章美容院的相关概述

第一节美容院相关概述

一、美容院的定义

三、美容院的发展历程

四、美容院的服务项目

五、美容院专业性服务

第二节美容院的相关注意事项及原则

一、美容院的管理原则

二、美容院的销售原则

三、美容院的卫生消毒

第二章2014-2016年全球美容行业发展概况

第一节2014-2016年全球美容市场发展概况

一、全球美容行业发展概况

二、全球各地不同特色的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、全球香料香精市场预测分析

第二节2014-2016年全球整形美容市场概述

- 一、2014-2016年全球整形美容市场发展现状
- 二、2014-2016年韩国整形美容市场发展概况
- 三、2014-2016年美国整形美容行业发展综述
- 四、2014-2016年英国整形美容市场现状分析
- 五、2014-2016年德国整形美容市场概况分析
- 六、2014-2016年日本整形美容市场现状分析
- 七、2014-2016年巴西整形美容市场发展概况
- 八、2014-2016年中国台湾整形美容业发展势头良好

第三节2016年国外化妆品市场发展状况

- 一、全球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、全球化妆品趋势预测及趋势分析

第四节全球美容市场发展趋势

- 一、全球美容化妆品业科技发展趋势
- 二、全球整形美容发展趋势分析
- 三、亚洲整形美容发展趋势
- 四、未来最热门的整形美容术

第三章2014-2016年中国美容院行业发展环境分析

第一节2014-2016年国内宏观经济环境分析（按月度更新）

- 一、国民经济增长
- 二、中国居民消费价格指数
- 三、工业生产运行情况
- 四、中国房地产业情况
- 五、中国制造业采购经济指数

第二节2014-2016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、2014-2016年中国进口化妆品实施新法规

第三节2016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、2014-2016年中国医疗整形美容医院发展

三、美容观念升级

第四章2014-2016年中国美容行业发展现状

第一节中国美容行业发展概况

一、中国美容行业“五化”特征

二、中国美容行业“五性”特征

三、中国美容业总体市场特征

四、中国美容机构主要业态

第二节2014-2016年中国美容行业发展状况

一、中国美容行业发展现状分析

二、美容消费者和美容院发展状况

三、中国美容行业的人才状况

四、美容业新经济增长点分析

五、美容行业的发展优势

第三节2014-2016年中国美容市场发展现状分析

一、时尚美容消费受追捧

二、整形美容业消费热点分析

三、美容机构走向规范化和专业化

四、美容市场细分明朗增值明显

五、美容市场消费潜力分析

第四节2014-2016年中国主要地区美容市场发展现状

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

第五节2014-2016年中国美容行业发展面临的问题

一、中国美容行业发展中的问题透析

二、中国美容行业缺少专业线品牌

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

第五章2014-2016年中国美容院经营分析

第一节2014-2016年中国美容院发展概况

- 一、中国美容院经营的关键
- 二、中国美容院经营的注意事项
- 三、中国美容院的经营现状
- 四、美容院需注重品质经营
- 五、美容院热点项目分析

第二节2014-2016年中国美容院的经营策略

- 一、美容院营业额的构成
- 二、美容院顾客管理的要点
- 三、美容院销售计划与促销办法的制定
- 四、美容院促销活动的策划与组织
- 五、品牌和模式决定美容院经营成败

第三节2014-2016年中国美容院的经营与定位分析

- 一、美容院的市场定位
- 二、谨防经营管理中的谬误
- 三、美容院的软硬件设施配备
- 四、广告媒介的投放宣传
- 五、管理者和员工自身素质的提高

第四节2014-2016年中国美容院经营管理策略

- 一、促销为美容院添利
- 二、美容院经营的黄金法则
- 三、美容院招揽顾客的战略
- 四、美容院的核心竞争力分析
- 五、美容院如何选择产品品牌
- 六、建立星级美容院的新经营构想
- 七、成功经营美容院的要点分析

第五节中国美容院经营发展趋势分析

- 一、美容院的经营新模式出现
- 二、美容院未来经营趋势
- 三、未来美容院的主流模式分析
- 四、美容院仪器高科技化趋势

第六章2014-2016年中国美容院消费分析

第一节201-20164年中国美容消费者分析

- 一、消费者的年龄构成特点

二、消费者的职业构成特点

三、消费者对手术时间地点的选择

第二节2014-2016年中国美容消费需求及行为分析

一、消费者的需求特点分析

二、消费者最关注的问题分析

三、消费者整形原因分析

四、消费者的消费行为特点

第三节2014-2016年分区域美容消费潜力分析

一、华北区美容消费潜力分析

二、华南区美容消费潜力分析

三、华东区美容消费潜力分析

四、华中区美容消费潜力分析

五、西南区美容消费潜力分析

六、西北区美容消费潜力分析

七、东北区美容消费潜力分析

第四节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、美容机构的消费热点分析

第七章2014-2016年中国美容院市场发展概况

第一节2014-2016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2014-2016年中国美容院现状调查结果

一、中国美容院管理现状

二、中国美容院销售现状

三、中国美容院经营现状

四、中国美容院政策认知现状

第三节2014-2016年中国美容院人才发展现状

一、中国美容院人才需求旺盛

二、美容院专业人才为何难求

三、美容院人才流失率居高不下

第四节2014-2016年中国主要省市美容院发展现状分析

一、深圳美容院发展现状分析

二、兰州美容院向纵深方向发展

三、广州美容院连锁品牌集中化趋势

第八章2014-2016年中国美容院营销分析

第一节2014-2016年中国美容院营销现状分析

一、中国美容院流行营销模式分析

二、中国美容业进入整合营销时代

三、中国美容业营销思路分析

四、营销创新是美容院发展必由之路

第二节2014-2016年中国美容院专业线市场分析

一、专业线美容企业的渠道扁平化

二、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

第三节美容院淡季营销的策略

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

第四节美容院“前店后院”模式分析

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

第五节“美容美发厅传媒系统”多元盈利模型

一、广告销售盈利模型

二、影视广告制作盈利模型

三、产品开发销售盈利模型

四、产品代理直销盈利模型

五、网站运营盈利模型

六、公关活动盈利模型

七、电信增值盈利模型

八、媒体整合赢利模式

九、俱乐部赢利模型

第六节美容院顾客五大类型销售建议

- 一、所需型
- 二、可有可无型
- 三、讲面子型
- 四、渐进性
- 五、免费型

第九章美容院连锁经营发展分析

第一节2014-2016年中国美容院连锁经营分析

- 一、中国美容连锁加盟市场现状分析
- 二、美容院直营连锁的运营现状分析
- 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、美容院连锁经营营销策略
- 二、美容院连锁经营的未来方向
- 三、化妆品行业连锁经营的十大设想
- 四、美容连锁企业的品牌文化与品牌管理

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、中国美容企业加盟连锁机构的优势
- 三、中国美容企业加盟连锁机构的瓶颈
- 四、中国美容连锁经营走向快速发展

第十章2014-2016年中国重点美容院品牌及企业分析

第一节现代美容

- 一、企业简介
- 二、2014-2016年公司经营状况

第二节唯美度

- 一、企业简介
- 二、竞争优势

第三节路易香浓

- 一、企业简介
- 二、竞争优势

第四节紫晶兰朵

- 一、企业简介
- 二、竞争优势

第五节罗兰佩蒂

一、企业简介

二、竞争优势

第六节雪肌妮丝

一、企业简介

二、竞争优势

第七节欧洁蔓

一、企业简介

二、竞争优势

第八节奈瑞儿

一、企业简介

二、竞争优势

第九节京都薇薇

一、企业简介

二、竞争优势

第十节百莲凯

一、企业简介

二、竞争优势

第十一章2017-2022年中国美容院市场趋势调查与投资分析

第一节2017-2022年中国美容院发展热点分析

一、形象色彩设计成热潮

二、美容保健用品的风靡

三、香熏全球将大放异彩

四、美塑中胚层美容疗法

五、中医美容法势不可挡

第二节2017-2022年中国美容院发展趋势与趋势分析

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、美容院发展趋势预测

五、男士美容发展潜力巨大

第三节2017-2022年中国美容院相关产品市场规模预测

一、2017-2022年美发产品市场规模预测

二、2017-2022年彩妆产品市场规模预测

三、2017-2022年美甲产品市场规模预测

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2016年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2016年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2016年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2016年中国GDP增速预测

图表……

（GYZT）

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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoxie/262685262685.html>