

2021年中国美发市场分析报告- 产业供需现状与市场商机研究

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《2021年中国美发市场分析报告-产业供需现状与市场商机研究》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/xiran/544156544156.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

美发行业竞争环境分析 资料来源：观研天下整理

1、技术环境

现如今，技术环境也已成为各行各业在发挥自身优势时不可或缺的环境因素。现在的美发技术不单单指传统的洗、剪、吹，它追求的是如何提升自身功效且能使技术与人们的健康相衔接。例如，目前市场上人们更倾向于低氨味、无臭型的烫、染类产品的使用，因此各美发企业将增大用碱剂来代替氨水的投入。另外，新型烫发剂产品也已在市场流通，这种烫发剂可以通过化学成分使头发里的蛋白质在高温下变性以达到烫发效果。染发技术也有了新的研究，市场上出现了同时含直接性染料与氧化性染料的永久性染发剂以增加染发颜色种类。随着中国老龄化趋势的发展，越来越多的老年人也加入了染发行列。目前市场上出现的染黑单支膏、染黑泡沫等剂型因操作简单快捷，无需专业发廊自己在家即可完成的优势极大地满足了老一代的染发需求。另外，市场上出现的能够对头发进行专业保护的护发产品迎合了消费者的需求，此类产品会减少对头发纤维的损伤和头发的折断。美发技术新领域的研究探索与开发更能满足消费者的需求，这些新的产品凭借其在技术、功效性等方面的突破，又开拓新的细分产品市场，带动了美发企业新的增长契机。

2、消费者

美发行业的消费人群涉及各个领域，据调查研究，美发消费者对美发行业的发展前景持乐观态度。通过美发用户花费投入比例与美发用户交易额年龄分布可以看出，女性美发消费者约占70%，而男性仅占30%；另外，在美发交易中，20-39岁消费者占年龄分布总比的76%，而其他年龄段占比总数才24%，这些数据足以看出美发消费者以女性和年轻代为主。这些消费群体更加注重对美的追求，对美发的消费欲望高。伴随中国经济发展的大好趋势，居民的生活态度已发生改变，人们希望通过外在和内在全方位的提高来满足自身需求。人们消费观念的转变使得男性消费群体也呈现上涨趋势。因此，美发消费者只会增多不会减少。

3、供应商

供应商是为企业提供生产产品和服务所需的资源的微观环境因素。通常传统企业的供应模式是从供应商到批发商、零售商再到消费者。而在美发行业，它的零售渠道往往被美发沙龙和美发学校所代替。由此可见，美发行业供应商不单单提供美发店在洗、剪、吹等环节的产品，他们还不断向社会输出大量专业人员。现如今，美发行业的发展离不开对人力资源的需求。目前美发业基本采购需求平均每月2-3次。市场上美发产品种类繁多，需求量大，各企业在国内通货膨胀的情况下为提升自身竞争优势纷纷着手于美发供应商的优化以降低企业成本。美发供应商由传统的产品供应到如今人才的供应将会进一步带动美发业的新发展。企业正确的供应链管理也会提升其竞争优势。

4、竞争者

我国的美发行业起步于20世纪80年代，现在已发展成为完全竞争的成长型产业。据不

完全统计，目前国内已经拥有100多万家美发厅，这种快速发展态势使得美发企业面临巨大的竞争压力。单就北京市而言，高档美发店主要集中于万达广场、西单、三里屯等繁华地带，各式各样的小型理发店则遍布于各大街小巷，它们处于小而分散的状态。小型美发店可以凭借低成本、高回报率的优势取胜；而高档美发店则可以利用资金雄厚、抗风险能力强等优势谋发展。有些美发店拥有独特的私人订制和SPA服务，顾客在做完美发以后还可以享受头部按摩服务，它以额外的增值服务吸引了无数消费者。正是由于竞争者的存在使得各美发店不得不制定新的发展战略以保证不被市场淘汰。

5、营销中介

与供应商类似，营销中介也是公司价值递送环节的重要组成部分。营销中介独立于企业但帮助企业拉近与消费者之间的距离。现如今，互联网的发展势头不容小觑。它以与社会各业相结合，推出各种“互联网+”创新项目。因此各美发营销中介也通过互联网微博、微信公众号、QQ等方式宣传美发产品与服务。同时营销中介打造手机端服务平台，推出手机端App以满足消费者订单的需要。美团、大众点评、58同城也成为美发业介入O2O领域的重要途径。在手机成为人们生活中必不可少的工具的现在，手机移动端已成为大众进行日常消费的首要选择。通过网络向消费者提供丰富的信息资源迎合了现代信息化时代发展需求，美发企业应重视对移动端市场软件的推广力度。

市场资源是最宝贵的战略经济资源，也是发展美发行业软件的根本优势。中国正处于经济大发展时期，随着美发行业信息化要求的提高，相关行业软件的内部竞争也日益加剧，导致行业软件内部竞争加剧的原因大致有以下几种：一是美发行区域内市场容量有限，软件供应商对市场份额的争夺激烈。二是因为通用的美发行业软件的开发门槛低及美发行业对软件的后续服务需求量大，导致软件供应商竞争者数量日益增多，多数竞争者竞争力量大抵相当。三是该行业竞争对手所提供的产品或服务大致相同，整体产品体现不出明显优势。四是有些软件供应商为了快速占据市场份额，以低价位的通用产品投向市场，从而造成市场均势被打破，致使产品过剩，企业开始诉诸于削价竞销。行业的内部竞争，导致当前的市场资源和份额被再次分配、产品价格不断下调以致行业利润减少。

美发行业发展趋势分析 资料来源：观研天下整理

1、美发企业组织结构上呈逐渐聚集

趋势美发企业个体从业者居多，大多各自为政，分散经营。随着经济发展，连锁店经营模式被引入美发行业并且被快速复制，而专业风险投资机构的加入，令美发企业出现由分散到逐步集中的趋势。高速增长率的美发行业在各行业的增长中名列前茅，远超全国年平均GDP的增长速度，市场容量逐年放大。

2、管理难度呈几何级数增长趋势

随着美发企业机构绝对数量的增加，结构由分散逐步变为集中，管理层级变多，难度加大，成几何级数增长。美发从业人员文化教育水平都比较低，工作内容单一，工作时间长，学习的方式比较单一，也是管理难度高的原因之一。美发企业比任何时候都更需要学习

吸收更先进的管理经验，需要成熟的管理系统来规范、固化管理的流程，降低对人的依赖，更加透明和便捷，提高管理效率。

3、国家监管呈逐步严格趋势

由于美发行业门店的盈利模式是先销售预付费卡，然后再为客人提供美发专业服务。这个过程中，美发企业实际上是一个类金融机构，以预付费卡为载体，向社会吸纳资金。这个资金无风险保障体系，若门店倒闭或者恶意关闭，消费者的损失无法追讨。在这个行业没有充分发展之前，国家对此是没有监管的。随着近几年行业的充分发展，预付费卡的售卡金额巨大，特别是一些大型美发沙龙机构售卡金额更加巨大。国家已经开始监管，自2013年3月1日，国家发改委已正式开始在美发行业中试点预付费卡实名制和保证金，来维护消费者利益，规范此类金融业务。

4、竞争加剧，企业营销模式呈日趋多样且复杂趋势

美发连锁品牌店之间，美发连锁品牌店和美发非连锁的单店之间，美发专业店和美发综合店之间，在争夺最终消费者、产品、服务、营销促销模式之间的竞争都越来越激烈，日趋多样化和复杂化。

5、美发企业管理的重点钱、物、人、客的概念呈延伸趋势

钱的管理：通常是指对美发店（院）的日常收支的监督管理。随着行业的发展，营销的多样性，会产生消费者购买了很多不同的项目以及相关的产品，需要分开统计收入以及应收应付的需要。标准通用的财务软件是无法满足这些由于行业特性而产生的需要的。

物品管理：通常是指美发项目所需材料物品的管理。随着高端产品的引进，企业在对内控制成本的要求，已经将物品的管理延伸到每客次项目的物品消耗量的管理；对于规模化美发企业，物品的管理已延伸到与相关产品供应商的订单以及物流管理。

人员管理：通常是对美发店的从业员工的管理。以前主要限于考勤和工资发放，随着企业管理层意识的提高，他们越来越认识到员工是美发行业企业的核心竞争力，现在对人的管理已延伸到对员工的技术培训、考核、工作安排、业绩、客户满意度考核、员工从业及就业稳定性的管理等等。

客户管理：通常是指对自己经营的美发院店的客户，通常大家都理解为会员的管理；现在客户的管理概念延伸到对潜在客户的管理以及对非会员常客的管理，他们往往是利润增长的来源；客户的管理要包括对客户预付的消费费用，预定的消费项目，消费过程的全程监控，消费后的定期回访等。（CJ）

观研报告网发布的《2021年中国美发市场分析报告-产业供需现状与市场商机研究》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。

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 2017-2021年中国美发行业发展概述

第一节 美发行业发展情况概述

- 一、美发行业相关定义
- 二、美发行业基本情况介绍
- 三、美发行业发展特点分析
- 四、美发行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、美发行业需求主体分析

第二节 中国美发行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、美发行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制

四、中国美发行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国美发行业生命周期分析

一、美发行业生命周期理论概述

二、美发行业所属的生命周期分析

第四节 美发行业经济指标分析

一、美发行业的赢利性分析

二、美发行业的经济周期分析

三、美发行业附加值的提升空间分析

第五节 中国美发行业进入壁垒分析

一、美发行业资金壁垒分析

二、美发行业技术壁垒分析

三、美发行业人才壁垒分析

四、美发行业品牌壁垒分析

五、美发行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球美发行业市场发展现状分析

第一节 全球美发行业发展历程回顾

第二节 全球美发行业市场区域分布情况

第三节 亚洲美发行业地区市场分析

一、亚洲美发行业市场现状分析

二、亚洲美发行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲美发行业市场前景分析

第四节 北美美发行业地区市场分析

一、北美美发行业市场现状分析

二、北美美发行业市场规模与市场需求分析

三、北美美发行业市场前景分析

第五节 欧洲美发行业地区市场分析

一、欧洲美发行业市场现状分析

二、欧洲美发行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲美发行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界美发行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球美发行业市场规模预测

第三章 中国美发产业发展环境分析

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、全社会消费品美发总额
- 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 中国美发行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国美发产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国美发行业运行情况

第一节 中国美发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
 - 1、行业技术发展现状
 - 2、行业技术专利情况
 - 3、技术发展趋势分析
- 三、行业发展特点分析

第二节 中国美发行业市场规模分析

第三节 中国美发行业供应情况分析

第四节 中国美发行业需求情况分析

第五节 我国美发行业进出口形势分析

- 1、进口形势分析
- 2、出口形势分析
- 3、进出口价格对比分析

第六节、我国美发行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国美发行业供需平衡分析

第八节 中国美发行业发展趋势分析

第五章 中国美发所属行业运行数据监测

第一节 中国美发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 中国美发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 中国美发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

第六章 2017-2021年中国美发市场格局分析

第一节 中国美发行业竞争现状分析

一、中国美发行业竞争情况分析

二、中国美发行业主要品牌分析

第二节 中国美发行业集中度分析

一、中国美发行业市场集中度影响因素分析

二、中国美发行业市场集中度分析

第三节 中国美发行业存在的问题

第四节 中国美发行业解决问题的策略分析

第五节 中国美发行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国美发行业需求特点与动态分析

第一节 中国美发行业消费市场动态情况

第二节 中国美发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 美发行业成本结构分析

第四节 美发行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国美发行业价格现状分析

第六节 中国美发行业平均价格走势预测

一、中国美发行业价格影响因素

二、中国美发行业平均价格走势预测

三、中国美发行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国美发行业区域市场现状分析

第一节 中国美发行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区美发市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区美发市场规模分析

四、华东地区美发市场规模预测

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、华中地区美发市场规模分析

四、华中地区美发市场规模预测

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、华南地区美发市场规模分析
- 四、华南地区美发市场规模预测

第九章 2017-2021年中国美发行业竞争情况

第一节 中国美发行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第二节 中国美发行业SCP分析

- 一、理论介绍
- 二、SCP范式
- 三、SCP分析框架

第三节 中国美发行业竞争环境分析（PEST）

- 一、政策环境
- 二、经济环境
- 三、社会环境
- 四、技术环境

第十章 美发行业企业分析（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、公司优劣势分析

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、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国美发行业发展前景分析与预测

第一节 中国美发行业未来发展前景分析

一、美发行业国内投资环境分析

二、中国美发行业市场机会分析

三、中国美发行业投资增速预测

第二节 中国美发行业未来发展趋势预测

第三节 中国美发行业市场发展预测

一、中国美发行业市场规模预测

二、中国美发行业市场规模增速预测

三、中国美发行业产值规模预测

四、中国美发行业产值增速预测

五、中国美发行业供需情况预测

第四节 中国美发行业盈利走势预测

一、中国美发行业毛利润同比增速预测

二、中国美发行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国美发行业投资风险与营销分析

第一节 美发行业投资风险分析

- 一、美发行业政策风险分析
- 二、美发行业技术风险分析
- 三、美发行业竞争风险分析
- 四、美发行业其他风险分析

第二节 美发行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国美发行业发展战略及规划建议

第一节 中国美发行业品牌战略分析

- 一、美发企业品牌的重要性
- 二、美发企业实施品牌战略的意义
- 三、美发企业品牌的现状分析
- 四、美发企业的品牌战略
- 五、美发品牌战略管理的策略

第二节 中国美发行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国美发行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国美发行业发展策略及投资建议

第一节 中国美发行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国美发行业营销渠道策略

一、美发行业渠道选择策略

二、美发行业营销策略

第三节 中国美发行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国美发行业重点投资区域分析

二、中国美发行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiran/544156544156.html>