2017-2022年中国美容行业发展现状及发展态势预测报告

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年中国美容行业发展现状及发展态势预测报告》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/huazhuang/285998285998.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

美容一词可以从两个角度来理解。首选是“容”这个字，其次是“美”。“容”包括脸、仪态、和修饰三层意思。“美”则具有形容词和动词的两层含义。形容词表明的是美容的结果和目的是美丽的好看的；动词则表明的是美容的过程，即美化和改变的意思。

现阶段美容行业主要分为三类：生活美容、保健美容、医疗美容。

生活美容：通过化妆品、护肤品对人体的表面进行修饰并改善肌肤、毛发机能达到增加人体美感的目的。其内容包括皮肤护理、生活化妆、服饰等。

保健美容：通过各种保健手段和护理方法来保持人体生理功能的正常，维持和增进机体的美感。其内容包括美容院的各项护理工作和美容药膳、生活卫生、保健按摩等。

医疗美容：利用各种医学方法，纠正和改善人体缺陷，以塑造出更加完美的体形。其内容包括外科整形美容、药物美容等；如果按美容的手段、目的及作用部位来分，美容可细分为：化妆美容、服饰美容、饮食美容、药物美容、形象设计、手术美容、针灸美容、经穴美容、气功美容、按摩美容、运动美容、化学美容、物理美容、水疗等。

生活美容行业既是与医疗美容行业并行的以服务为重点的美容行业核心产业，也是与医疗美容行业互补的通过使用美容器具、用品、仪器及化妆品，运用“非侵入性”美容手段，对人体的肌肤进行护理保养，对容貌与形体进行美化修饰的重要产业。生活美容服务项目作为消费者接受美容行业不同类别美容服务项目的入口，对于医疗美容行业及美容行业其它相关产业的发展也有着不可忽视的作用。

美容市场现状分析

根据相关统计，当前生活美容业现有网点共一百二十多万个，从业人员近600万，年度营业额达到二百多亿元，是服务消费行业中，发展最快的行业之一。

1 基础与实践结合，推动医疗美容学科的发展

我国对医疗美容的理论研究工作做得比较好，1988年出版了第一部专著《医学美学》，到现在为止，已相继出现了有关著作上百部，为理论的完善提供了基础，并逐步完善了学科体系，提升了技术人员的业务水平。

2 医疗学科建设不断增强

当前的医疗美容已经比较成熟，成为一门多领域与多学科交集的新兴学科，并非单个学科的简单累加，近些年，为了提升医疗美容从业者的总体素质，有关部门对此学科的建设开始重视。特别是1990年成立中华医学会医学美学和美容学学会，让医疗美容得到进一步完善。

3 相关教育事业完善

为配合医疗美容事业与医疗美容人才的社会需求，一些医学院开始创办医疗美容专业。并开展了多地的教育培训基地，让医疗美容的从业人员进一步加强了医学教育，了解并掌握了最正规、最新的医疗美容理论与临床手术技能。

4 消费者的支持

爱美之心人人都有，追求美是人们的一种天性，医疗美容行业的发展让追求美丽者可在不伤害自己身体的基础上，更加安全、有效的追求美丽，满足了人们精神方面的需求。同时，医疗美容不单单可以让他们的容貌得到改变，更让其心灵得到慰藉，让人的自卑感大大减少。并且，美容消费可直接影响到人的思想、行为，对人的整体精神面貌进行改善。

5合理介入生活美容

在历代医药书中，具有美容效果的药物数量很多，各种增白、去皱、香身、口红、胭脂的配方层出不穷。在古代，医家已经关注医学对人体容貌、形态的修饰，不断完善饰品和方式，更加符合人们的需求。随着人们对健康的追求，美容院也朝着健康养生方向发展，同时，养生是中医美容中主要内容，美容工作者积极学习中医美容基础理论和治疗方法来顺应市场需求。

近年来我国人口增速变缓，每千人美容次数变化幅度基本和美容人数趋势持平。美容行业的发展并非主源于人口福利，而是来自于国民日益增长的精神需求。

图：2010-2017年中国美容人数增长预测 资料来源：中国报告网整理

美容行业市场发展现状

图：2011年-2020年中国美容行业市场规模增长预测

图：中国美容市场消费者年龄分布

资料来源：中国报告网整理

图：中国美容市场消费者的职业分布 资料来源：中国报告网整理

图：中国医疗美容市场消费者收入分布（单位：千元/年）

资料来源：中国报告网整理

中国报告网发布的《2017-2022年中国美容行业发展现状及发展态势预测报告》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\REPORT DIRECTORY

第一章 国际美容市场分析

1.1 国际美容市场的发展

1.1.1 不同地区的发展特点

1.1.2 市场规模状况

1.1.3 行业布局分析

1.1.4 行业销售格局

1.1.5 高科技的应用状况

1.2 美国

1.2.1 美国美容业的发展概况

1.2.2 美国整形美容市场的发展

1.2.3 美国医疗美容市场状况

1.3 日本

- 1.3.1日本美容产业的发展简史
- 1.3.2日本规范美容市场的经营
- 1.3.3日本男士美容市场的发展
- 1.3.4日本美容家电市场态势
- 1.3.5日本美容新潮流
- 1.4韩国
  - 1.4.1韩国美容市场的发展
  - 1.4.2韩国整形医院概况
  - 1.4.3韩国整形美容市场的发展
  - 1.4.4韩国已成为亚洲整形美容的中心
  - 1.4.5韩国牙贴面技术引领牙齿美容潮流
  - 1.4.6韩国美容负面影响不可小觑
- 1.5英国
  - 1.5.1英国流行手部整形美容术
  - 1.5.2英国男士美容市场分析
  - 1.5.3英国整形美容市场的发展
- 1.6其他国家
  - 1.6.1新加坡美容市场分析
  - 1.6.2俄罗斯美容市场发展状况
  - 1.6.3印度美容市场发展态势
  - 1.6.4巴西整形美容业

第二章中国美容行业发展综合分析

- 2.1中国美容行业发展环境分析
  - 2.1.1经济全球化促进我国美容业快速发展
  - 2.1.2国内美容行业发展外部环境分析
  - 2.1.3中国美容行业管理体系状况
  - 2.1.4中国美容行业发展被社会忽视
  - 2.1.5中国美容经济孕育并发展壮大
  - 2.1.6中国美容产业面临新的发展环境
- 2.2中国美容行业发展总体分析
  - 2.2.1行业发展态势
  - 2.2.2行业发展特征
  - 2.2.3行业规模状况
  - 2.2.4行业效益分析

2.2.5行业利润现状

2.2.6行业终端运作模式

2.3中国美容行业分析

2.3.1中国美容行业发展热点分析

2.3.2美容业O2O商业模式分析

2.3.3美容行业发展焦点分析

2.4部分地区美容行业的发展

2.4.1深圳市

2.4.2西安市

2.4.3云南省

2.4.4南通市

2.4.5济南市

2.4.6长沙市

2.5中医美容行业分析

2.5.1发展优势

2.5.2发展特点

2.5.3国际市场状况

2.5.4发展战略解析

2.5.5发展前景分析

2.5.6行业发展趋势

2.6美容行业存在的问题

2.6.1我国美容行业发展存在的问题

2.6.2国内美容市场发展面临的挑战

2.6.3制约我国美容业快速发展的瓶颈

2.6.4中国美容行业缺乏高层次人才

2.7美容行业发展建议及对策

2.7.1我国美容行业发展的建议

2.7.2促进中国美容业健康发展的对策

2.7.3美容业发展需要建设品牌文化

2.7.4发展美容经济的四个关键点

2.7.5加强美容业税收征管的几点建议

第三章中国美容市场分析

3.1中国美容市场现状

3.1.1我国美容市场理念分析

- 3.1.2中国美容市场发展的新特征
- 3.1.3中国美容电子商务市场的发展
- 3.1.4美容市场竞争加剧国内品牌缺失高端
- 3.1.5浅析美容市场中的法治化管理
- 3.2中国美容消费市场分析
  - 3.2.1中国美容市场消费规模
  - 3.2.2中国美容消费群体及方式
  - 3.2.3中国美容消费群体的市场要求
  - 3.2.4我国美容消费市场发展动向
  - 3.2.5国内美容顾客的消费心理
- 3.3美容市场消费群体发展状况
  - 3.3.1女性美容的消费群体分析
  - 3.3.2老年美容消费市场走俏
  - 3.3.30后成为美容市场消费主力军
- 3.4美容市场存在的问题与对策
  - 3.4.1国内美容市场发展存在的问题
  - 3.4.2美容消费存在六大问题
  - 3.4.3我国美容市场需规范和扶持
  - 3.4.4中国美容市场发展的对策分析

第四章整形美容行业发展分析

- 4.1整形美容相关概念及发展史
  - 4.1.1整形美容的概念及范围
  - 4.1.2整形美容行业的特性分析
  - 4.1.3医学美容与生活美容的界定
  - 4.1.4中国现代医学美容的起源与发展
- 4.2整形美容产品分析
  - 4.2.1整形美容产品的概念
  - 4.2.2整形美容产品的实质
  - 4.2.3整形美容产品项目形式
- 4.3国际整形美容行业的发展
  - 4.3.1市场发展特点
  - 4.3.2市场发展规模
  - 4.3.3市场消费结构分析
- 4.4中国整形美容业发展综合分析

- 4.4.1产业区域布局
- 4.4.2行业现状概述
- 4.4.3对外交流状况
- 4.4.4推广模式分析
- 4.4.5未来发展趋向解析
- 4.5中国整形美容行业分析
  - 4.5.1整形美容行业发展规模
  - 4.5.2整形美容行业发展状况
  - 4.5.3整形美容掀起投资热潮
- 4.6整形美容市场消费者分析
  - 4.6.1消费群体类型
  - 4.6.2消费者特征分析
  - 4.6.3消费者行为变化分析
- 4.7整形美容市场存在的问题
  - 4.7.1阻碍整形美容业发展的瓶颈
  - 4.7.2中国整形美容品牌存在的弊病
  - 4.7.3制约中国整形美容业健康发展的因素
  - 4.7.4我国整形美容行业需要进行规范
- 4.8整形美容行业发展的对策分析
  - 4.8.1我国整形美容行业发展的建议
  - 4.8.2中国整形美容行业的品牌培养对策
  - 4.8.3中国整形美容业的发展规划
  - 4.8.4探寻我国整形美容行业的发展模式
  - 4.8.5促进我国整形美容业发展的策略分析

第五章男士美容市场分析

- 5.1男士美容市场方兴未艾
  - 5.1.1男性美容的基本项目
  - 5.1.2男士美容市场发展概况
  - 5.1.3男士美容市场消费特点
  - 5.1.4男士美容SPA市场分析
  - 5.1.5男士美容市场的发展
  - 5.1.6男士美容消费者分析
- 5.2男士整形市场分析
  - 5.2.1市场增长情况

5.2.2整形人群

5.2.3热门整形项目

5.2.4整形心理

5.3男士美容化妆品市场发展分析

5.3.1销售规模

5.3.2竞争格局

5.3.3集中度分析

5.3.4消费行为

5.3.5男士美容化妆品前景看好

5.3.6男士美容市场发展空间广阔

5.4男士美容市场存在的问题与对策

5.4.1男士专业美容市场的软肋

5.4.2男士美容市场存在的风险因素

5.4.3男士美容经营策略探析

第六章减肥、美发、美甲相关产品市场分析

6.1减肥美体市场分析

6.1.1国际减肥市场发展现状

6.1.2我国减肥市场发展现状

6.1.3中国减肥产品市场的发展特点

6.1.4国内减肥市场消费者分析

6.1.5北上两地减肥消费市场状况

6.1.6行业新进入者

6.1.7行业政策动态

6.2美发用品市场分析

6.2.1中国美发市场发展现状

6.2.2中国美发市场格局状况

6.2.3中国洗发水市场品牌阵营分析

6.2.4中国洗发水市场销售现状分析

6.2.5本土品牌发力防脱洗发市场

6.2.6外资品牌在国内洗发水市场的发展

6.2.7我国美发家电发展态势良好

6.2.8国内美发市场存在的四大问题

6.3美甲市场现状分析

6.3.1我国美甲市场发展现状分析

6.3.2国内美甲市场竞争态势

6.3.3国内高端美甲市场分析

6.3.4中国美甲市场面临价格问题

6.3.5美甲行业发展趋势分析

第七章美容产品进出口数据分析

7.1中国唇用化妆品进出口数据分析

7.1.1中国唇用化妆品进出口总量数据分析

7.1.2主要贸易国唇用化妆品进出口情况分析

7.1.3主要省市唇用化妆品进出口情况分析

7.2中国眼用化妆品进出口数据分析

7.2.1中国眼用化妆品进出口总量数据分析

7.2.2主要贸易国眼用化妆品进出口情况分析

7.2.3主要省市眼用化妆品进出口情况分析

7.3中国指（趾）甲化妆品进出口数据分析

7.3.1中国指（趾）甲化妆品进出口总量数据分析

7.3.2主要贸易国指（趾）甲化妆品进出口情况分析

7.3.3主要省市指（趾）甲化妆品进出口情况分析

7.4中国香粉（不论是否压紧）进出口数据分析

7.4.1中国香粉（不论是否压紧）进出口总量数据分析

7.4.2主要贸易国香粉（不论是否压紧）进出口情况分析

7.4.3主要省市香粉（不论是否压紧）进出口情况分析

7.5中国其他美容品或化妆品及护肤品进出口数据分析

7.5.1中国其他美容品或化妆品及护肤品进出口总量数据分析

7.5.2主要贸易国其他美容品或化妆品及护肤品进出口情况分析

7.5.3主要省市其他美容品或化妆品及护肤品进出口情况分析

7.6中国护发品进出口数据分析

7.6.1中国护发品进出口总量数据分析

7.6.2主要贸易国护发品进出口情况分析

7.6.3主要省市护发品进出口情况分析

第八章中国美容院经营分析

8.1中国美容院经营总体概况

8.1.1政策分析

8.1.2管理分析

8.1.3经营状况

8.1.4经营模式

8.1.5品牌经营分析

8.1.6销售状况

8.2中国美容院发展中问题

8.2.1美容院在经营中面临的困难

8.2.2美容院家族式管理存在的弊端

8.2.3美容院经营需注意的六个方面

8.2.4浅析美容院营销的五大问题

8.2.5美容院管理经营中的其他问题

8.3美容院经营管理策略

8.3.1美容院经营项目的选择原则

8.3.2成功经营美容院的基本要素

8.3.3促销提升美容院竞争力

8.3.4美容院促销员的重要性剖析

8.3.5美容院经营的黄金法则

8.3.6借鉴医院服务经营美容院

8.3.7我国中小美容院的营销对策分析

8.3.8美容院高效拓客模式解析

第九章美容业营销分析

9.1美容行业营销模式解析

9.1.1中国美容行业营销模式剖析

9.1.2浅析减肥市场的主要营销模式

9.1.3浅析美发零售市场经营模式变革

9.1.4美容产业其他营销模式简析

9.2中国整形美容业的营销分析

9.2.1中国整形美容行业的网络推广模式

9.2.2整形美容行业的会议营销分析

9.2.3我国整形美容机构经营模式

9.3美容市场专业线市场分析

9.3.1美容专业线市场发展概况

9.3.2专业线美容企业的“渠道扁平化”浅析

9.3.3专业线美容市场发展环境面临的问题

9.3.4美容专业线市场遭遇的困惑

- 9.3.5美容专业线市场发展策略分析
- 9.3.6美容专业线品牌经营的定位策略
- 9.4美容院服务营销分析
  - 9.4.1美容院服务营销现状
  - 9.4.2美容院服务营销存在的问题
  - 9.4.3提升美容院服务营销工作的对策
  - 9.4.4美容院微信营销策略分析
- 9.5中国美容业营销面临的问题
  - 9.5.1中国美容院营销存在的主要问题
  - 9.5.2美容院营销定位上面临的问题
  - 9.5.3国内美容行业营销策划的困惑
- 9.6美容业营销策略与方法分析
  - 9.6.1中小型美容企业营销的聚焦化战略
  - 9.6.2美容业连锁经营主要营销策略
  - 9.6.3浅析美容行业的加减法营销
  - 9.6.4服务营销是美容院不断发展的关键

第十章连锁经营与美容业的发展分析

- 10.1连锁经营的相关介绍
  - 10.1.1连锁经营发展的条件
  - 10.1.2实行连锁经营的条件
  - 10.1.3连锁经营的经营形态
  - 10.1.4国内连锁经营发展态势
- 10.2美容行业连锁经营总体分析
  - 10.2.1美容业连锁经营发展益处
  - 10.2.2美容业连锁经营的必然性
  - 10.2.3美容业连锁经营发展现状
  - 10.2.4乡镇美容连锁的发展需求
  - 10.2.5美容业连锁经营困境剖析
  - 10.2.6美容业连锁店经营出现的问题
- 10.3中国美容业连锁经营发展的策略
  - 10.3.1重新构建真正的美容业连锁经营
  - 10.3.2管理是美容加盟连锁体系的制胜法宝
  - 10.3.3国内美容业连锁新模式的剖析
  - 10.3.4连锁美容院会员制发展的最佳方案

10.3.5美容连锁企业品牌形象定位的策略

10.3.6国内美容企业连锁经营策略抉择分析

第十一章美容业培训市场分析

11.1美容业人才现状与职业培训

11.1.1人才培养状况

11.1.2人才供给缺口

11.1.3人才需求特征

11.1.4人才供需矛盾

11.2美容教育发展分析

11.2.1美容教育基本本质探讨

11.2.2美容教育事业发展综述

11.2.3美容教育事业发展现状

11.2.4美容职业教育标准出炉

11.2.5美容教育行业问题分析

11.2.6美容教育产业发展思路

11.3美容在线教育发展分析

11.3.1网络远程教育基本特点

11.3.2美容教育呼唤网络化

11.3.3美容行业在线教育实践

11.3.4美容在线教育案例分析

11.3.5美容在线教育发展思考

11.4中国美容培训市场发展的的问题及对策

11.4.1美容培训市场遭遇窘境

11.4.2美容市场呼唤专业技师

11.4.3美容职业培训其他问题

11.4.4美容招商培训的问题与对策

11.4.5美容美发企业人才维稳路径

第十二章直销与美容业的发展

12.1中国直销业发展分析

12.1.1直销的定义

12.1.2直销与传销的区别

12.1.3直销业市场规模分析

12.1.4直销产品分销渠道

- 12.1.5 直销模式的优势分析
- 12.1.6 中国直销业的发展前景分析
- 12.2 中国直销法及对美容业的影响分析
  - 12.2.1 中国直销立法的进程
  - 12.2.2 直销法核心条例解析
  - 12.2.3 直销法对美容院的影响
  - 12.2.4 转型商业特许模式
  - 12.2.5 直销法为美容业带来新变化
- 12.3 直销模式与美容业的发展
  - 12.3.1 美容业重点直销企业
  - 12.3.2 高额利润催生美容直销热
  - 12.3.3 美容业导入的直销模式
  - 12.3.4 直销模式在后美容消费时代前途可期
  - 12.3.5 直销成美容保健品市场主要手段

第十三章 美容行业政策环境分析

- 13.1 美容行业标准规范缺失
  - 13.1.1 美容行业标准缺失
  - 13.1.2 美容产业再教育需要标准
  - 13.1.3 医学美容期待行业标准
  - 13.1.4 美容美发业政策法规亟需完善
  - 13.1.5 医疗美容行业技术准入标准待完善
- 13.2 行业相关政策动态
  - 13.2.1 其他国家最新政策
  - 13.2.2 行业标准条例
  - 13.2.3 行业监管政策
  - 13.2.4 化妆品成品管理
- 13.3 美容行业地方性相关政策
  - 13.3.1 江苏省
  - 13.3.2 辽宁省
  - 13.3.3 吉林省
  - 13.3.4 广东省
- 13.4 其他相关政策法规
  - 13.4.1 美容美发业管理暂行办法
  - 13.4.2 美发美容业开业的专业条件和技术要求

- 13.4.3医疗美容服务管理办法
- 13.4.4初级美容师国家职业标准
- 13.4.5高级美容技师国家职业标准
- 13.4.6政府对美甲经营店铺及从业人员的基本要求
- 13.4.7美容医疗机构、医疗美容科(室)基本标准(版)

第十四章美容行业投融资分析

- 14.1美容行业融资方式分析
  - 14.1.1传统资金来源
  - 14.1.2自筹资金
  - 14.1.3员工持股
  - 14.1.4顾客红股
  - 14.1.5预售筹资
- 14.2美容行业投资现状与投资机会
  - 14.2.1医学美容行业投资现状
  - 14.2.2美容美发行业投资机会
  - 14.2.3美容市场投资热点分析
  - 14.2.4美容O2O投资商机分析
  - 14.2.5减肥连锁产业投资前景
  - 14.2.6抗衰老美容市场投资前景
- 14.3男士美容市场投资分析
  - 14.3.1市场投资机会分析
  - 14.3.2市场投资风险及规避策略
  - 14.3.3市场投资经营理念
  - 14.3.4投资经营管理方法
- 14.4美容行业投资风险与投资策略
  - 14.4.1美容行业投资需防暗槛
  - 14.4.2美容化妆品店投资风险
  - 14.4.3美容行业投资策略分析
  - 14.4.4中小投资者的投资策略
  - 14.4.5投资减肥美体店的建议

第十五章中国美容业发展前景与趋势预测分析

- 15.1国际美容市场发展趋势
  - 15.1.1国际美容行业发展方向

- 15.1.2国际美容市场趋势预测
- 15.1.3国际美容市场发展走势
- 15.1.4生物医学美容业大有可为
- 15.1.5美容医械市场规模预测
- 15.2中国美容业发展趋势及预测
- 15.2.1行业发展前景展望
- 15.2.2市场增长潜力分析
- 15.2.3未来发展模式剖析
- 15.2.4未来发展趋势分析
- 15.3中国美容行业预测分析
- 15.3.1影响中国美容行业发展的因素分析
- 15.3.2中国美容产业工业总产值预测
- 15.3.3中国美容行业营业收入预测
- 15.4中国整形美容发展前景与趋势
- 15.4.1市场发展潜力分析
- 15.4.2行业发展机遇分析
- 15.4.3行业发展趋势预测
- 15.4.4未来行业发展重点

(GYZJY)

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/huazhuang/285998285998.html>