

2018-2023年中国个人形象包装设计服务行业分析 报告-市场运营态势与投资前景预测

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《2018-2023年中国个人形象包装设计服务行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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/zhanlan/316320316320.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

个人形象设计这一职业诞生于欧美，国内自20世纪80年代末以来，也开始出现形象设计人员。他们一般是从美容、化妆、服装设计等其他职业中衍生而来，从业余到专业，从擅长一门到注重整体，从整体风格上为顾客打造最适合个人的外在形象。目标顾客包括模特、公关等拥有社交需求的人群和广大人士。

个人形象设计艺术要素包括以下几个方面：体型要素、发型要素、化妆要素、服装款式要素、饰品配件要素、个性要素、心理要素、文化修养要素。个人形象设计师也称色彩形象顾问，从事的工作范围是对个人形象进行整体设计、指导的。针对每个人与生俱来的人体色基本特征和人的面部及身材、气质及社会角色等各方面综合因素，通过专业诊断工具，测试出人的色彩范围与风格类型，帮你找到最合适的服饰色彩、染发色、彩妆色、服饰风格款式，从而彻底解决人们的所有形象问题。

“个人形象设计”这一概念则源自舞台美术，后来被时装表演界人士使用，用于时装表演前为模特设计发型、化妆、服饰的整体组合，随即发展成为特定消费者所作的相似性质的服务。

由于形象设计不但有消费者构成市场需求，而且化妆美容用品以及服饰厂商都可以借用它作为促销手段，因此，在国际上发展极快。

在美国，形象设计已经是与商业紧密结合的产业，其设计形态已达到生活设计阶段，即以人为本，以创造新的生活方式和适应人的个性为目的，并对人的思想和行为作深入的研究。

国内自20世纪80年代末以来，也出现不少从事形象设计工作的人员。他们一般是由美容、美发、化妆、服装（饰品）设计等职业中分流出来的。这些人员逐渐从业余到专业，从擅长一门（或化妆或美发或服装或饰品）到注重整体，取得了长足的进步和社会的认同。

中国的形象设计业和国外相比虽然起步较晚，但是随着人们对美的认识和要求不断增强，市场需求越来越大，形象设计职业也越来越热。

个人形象设计行业存在的一些问题及影响分析

1、从业人员缺乏综合能力,设计过程简化

如之前所说,大多数从业人员并非真正意义上的形象设计师,而是从单一职业演变而来。而形象设计是一门综合度甚高的专业,并由于我国发展较晚,真正意义上专业的高等教育学府更是屈指可数。因此,大多数从业人员缺乏专业系统的学习和训练,并不具备全面思考综合设计整体策划的能力,而习惯性从自我专长角度去探索。此外,社会不良效应导致过分注重商业性寻求立竿见影的效果,将形象设计整体过程简单化。而消费者又似乎对快速产生的好效果较为满意,并且大多没有形成对自己形象判定的概念。在此种情形下,即使完成了所谓的形象设计也其实不过流于表面。

2、行业不规范误导对形象设计的真正理解

近些年在市场上此起彼伏出现了各种各样所谓的形象设计机构,而其实大多只是类似美发厅、彩妆室、影楼等的剪影。而有些甚至是直接借用着这一符号假以提升店面的形象。这种形象设计与单一的化妆、发型并未区分开,不过让形象设计被人为地定义成了美容美发机构、影楼等的“替代词”,并未展示它的真实含义与价值。如此尚未成熟规范的行业情况,不可避免地误导着整体社会大众的观念与行为态度。社会大众对其的理解偏差,主要在于无法清楚认知到什么才是真正意义上的形象设计。

个人形象包装及设计服务的职业分类 资料来源：观研天下数据中心整理 观研天下发布的《2018-2023年中国个人形象包装设计服务行业分析报告-市场运营态势与投资前景预测》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。

【报告大纲】

第一部分 整体运行态势分析

第一章 个人形象包装及设计行业相关概述

第一节 个人形象包装及设计基础阐述

- 一、个人形象设计
- 二、色彩顾问工作室
- 三、个人整体形象咨询业
- 四、CMB
- 五、个人公关原则分析
- 六、个人形象顾问

第二节 个人形象设计要素分析

- 一、体型要素
- 二、发型要素
- 三、化妆要素
- 四、服装纺织款式要素
- 五、饰品及配件要素

六、个性要素

七、心理要素

八、文化修养要素

第三节 个人礼仪

一、个人礼仪内涵

二、仪表

三、举止

四、言谈

第二章 2017年中国个人形象包装及设计服务行业市场发展环境解析

第一节 2017年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP（季度更新）

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）

三、全国居民收入情况（季度更新）

四、恩格尔系数（年度更新）

五、工业发展形势（季度更新）

六、固定资产投资情况（季度更新）

七、财政收支状况（年度更新）

八、中国汇率调整（人民币升值）

九、存基准利率调整情况

十、存款准备金率调整情况十

一、社会消费品零售总额十

二、对外贸易&进出口

第二节 2017年中国个人形象包装及设计服务市场政策环境分析

一、形象设计规划控制管理规定

二、关于加快服务业发展和改革的意见

三、相关产业法律法规及影响

第三节 2017年中国个人形象包装及设计服务市场社会环境分析

一、现代人的审美观

二、居民的消费观念

第三章 2017年中国个人形象包装行业运行态势分析

第一节 2017年中国个人形象包装行业运行总况

一、个人形象设计行业特点分析

二、个人形象设计室发展分析

三、个人形象设计行业问题分析

四、厦门个人形象设计行业发展状况

五、个人形象设计与美容行业竞争状况

第二节 2017年我国色彩咨询业运行综述

一、色彩咨询室开办条件

二、色彩咨询业淡季经营分析

三、我国色彩咨询业发展机遇

四、色彩咨询业发展问题分析

五、温州色彩咨询业竞争状况

第三节 2017年我国个人形象包装剖析

一、国际流行妆法

二、个人装扮风格

三、个人色彩形象设计分析

四、基本体型穿衣礼仪

第四章 2017年中国个人形象设计人才新格局透析

第一节 2017年中国个人形象设计人才现状分析

一、个人形象设计师现状

二、“形象设计”学士现状

三、高职高专“人物形象设计”专业就业情况分析

第二节 2017年中国色彩咨询师现状分析

一、色彩咨询渐成时尚

二、形象设计职业分析

三、色彩咨询师现状分析

四、色彩咨询师收入分析

五、色彩顾问自身形象分析

第三节 2017年中国形象设计陪购行业分析

一、色彩咨询师陪购收费分析

二、色彩咨询师陪购情况分析

三、沈阳形象设计陪购师现状

第二部分 关联产业运行透析

第五章 2017年中国服装行业运行动态分析

第一节 2017年中国服装业运行总况

一、中国服装行业发展的四大特点

二、中国服装行业发展日趋成熟

三、中国纺织服装业正面临拐点

四、中国服装产业主要经济指标运行分析

第二节 2017年中国服装行业品牌分析

一、中国服装产业品牌建设分析

二、服装商业品牌成行业亮点

三、中国服装品牌兴起“外援”热

四、振兴规划提升服装产业自主品牌建设

五、剖析服装业品牌联盟突围战略

六、品牌资源经营将成为服装产业的第五种业态

第三节 2017年中国女装行业发展分析

一、中国女装行业快速稳定发展

二、中国女装市场品牌发展状况

三、中国女装市场销售状况分析

四、中国女装行业面临发展机遇前景广阔

五、中高档中年女装消费市场分析

第四节 2017年中国男装行业发展概况

一、经济低迷下国内男装消费趋向发生转变

二、经济逆势中闽派男装积极寻求突破

三、中国部分地区男装市场分析1、岩城男装市场消费特征透析2、外来品牌主导湖北男装市场3、泉州男装产业独具优势4、惠州男装产业的发展概况及近期规划

第五节 2017年中国服装行业的新型营销方式分析

一、时尚服装品牌日渐青睐植入式营销模式

二、服装品牌纷纷瞄上“手机营销”

三、服装行业引进互联网人际营销模式

四、网络试衣间为服装产业提供营销新模式

第六节 2018-2023年中国服装业前景预测分析

第六章 2017年中国美容业运行透析

第一节 2017年中国美容行业综述

一、美容机构发展分析

二、美容业新经济增长点分析

三、中妆市场走向分析

四、金融危机对美容业的影响

五、美容业发展要建设品牌文化

第二节 2017年中国美容消费市场分析

- 一、中国美容消费市场状况分析
- 二、中国美容消费群体的市场要求
- 三、国内美容顾客的消费心理
- 四、女性美容的消费群体分析

第三节 2017年中国美容业细分领域运行动态分析

- 一、整形美容
- 二、减肥
- 三、美发
- 四、美甲

第四节 2017年中国美容院发展概况

- 一、我国美容院的类型
- 二、美容院经营的关键
- 三、中国美容院经营方式分析
- 四、美容院新经营模式分析

第五节 2018-2023年中国美容业前景预测分析

第七章 2017年中国化妆品业运行分析

第一节 2017年中国化妆品业运行综述

- 一、中国化妆品行业的发展沿革
- 二、国内化妆品市场结构分析
- 三、2017年中国化妆品市场渠道呈现新特征
- 四、2017年化妆品网购市场

第二节 2017年中国化妆品市场消费分析

- 一、化妆品市场消费者的构成
- 二、化妆品市场消费的特点
- 三、化妆品市场居民消费的构成
- 四、美容化妆品市场的消费状况调查
- 五、女性购买化妆品的心理因素研究

第三节 2017年中国化妆品细分市场运行分析

- 一、护肤品
- 二、美白产品
- 三、祛斑产品

第四节 2018-2023年中国化妆口市场前景预测分析

第八章 2017年中国饰品业运行走势分析

第一节 2017年中国饰品行业现状分析

- 一、我国水晶产业发展迅猛已形成相当规模
- 二、中国饰品业的发展仍处于初级阶段
- 三、从浦江水晶扁珠加工从业者看水晶饰品产业发展

第二节 2017年中国饰品行业动态分析

- 一、仿真首饰与水晶取得行业话语权
- 二、浦江水晶在危机中现生机
- 三、天隆水晶品牌康牌荣膺中国驰名商标
- 四、中国饰品品牌不断呼唤差异化

第三节 2017年中国饰品市场消费情况分析

第四节 2018-2023年中国饰品行业发展趋势分析

- 一、水晶饰品流行趋势
- 二、女性配饰的时尚趋势

第三部分 产业市场消费与企业调研

第九章 2017年中国个人形象包装消费市场运行新形势透析

第一节 2017年中国个人形象包装消费人群分析

- 一、服务业人士
- 二、中级主管
- 三、高级主管及职业经理人
- 四、总经理及企业老板

第二节 2017年中国个人形象包装消费市场动态分析

- 一、个人形象设计市场需求状况
- 二、色彩搭配消费潮流分析
- 三、色彩咨询市场动向分析
- 四、男士色彩与风格分析

第三节 2017年中国个人色彩诊断探析

- 一、浪漫春季
- 二、清爽夏季
- 三、金色秋季
- 四、个性冬季

第四节 2017年中国个人服装款式风格分析

- 一、戏剧型
- 二、浪漫型

- 三、古典型
- 四、前卫少年型
- 五、前卫型
- 六、优雅型
- 七、自然型
- 八、前卫少女型

第十章 2017年中国大学生形象包装消费新格局透析

第一节 2017年中国大学生形象包装消费市场分析

- 一、大学生形象设计市场特点分析
- 二、大学生形象设计问题分析
- 三、形象设计对毕业生求职影响分析
- 四、大学生求职包装分析
- 五、大学毕业生求职形象包装调查

第二节 2017年中国大学生形象包装市场需求分析

- 一、大学生整形美容需求分析
- 二、简历制作形象设计需求分析
- 三、大学生形象设计支出分析
- 四、大学生求职包装需求分析

第三节 2017年中国大学生面试礼仪分析

- 一、面试着装礼仪
- 二、女生面试服装礼仪
- 三、面试握手礼仪
- 四、面试细节 礼仪
- 五、外企面试礼仪

第十一章 2017年中国管理者形象包装消费市场分析

第一节 2017年中国公务人员形象设计分析

- 一、公务人员个人形象分析
- 二、公务员面试礼仪分析
- 三、公务员面试着装礼仪
- 四、公务员礼仪影响分析
- 五、官员形象设计服务分析

第二节 2017年中国管理者形象设计分析

- 一、管理者形象设计

- 二、管理者笑容形象设计
- 三、管理者同下属谈话语言形象设计
- 四、管理者日常生活说话形象设计
- 五、管理者主持会议语言形象设计
- 六、管理者作报告语言形象设计

第十二章2017年中国职业女性形象包装消费市场分析

第一节2017年中国职业女性形象设计概况

- 一、职业女性风格特色分类
- 二、职业女性实用化妆分析
- 三、职业女性形象设计分析
- 四、女性个人色彩诊断
- 五、女性形象设计市场分析

第二节2017年中国职业女性形象设计分析

- 一、职业女性衣着装饰分析
- 二、职业女性家庭礼仪
- 三、品位职业女性形象设计
- 四、职业女性形象设计
- 五、女性职业礼仪分析

第十三章 2017年中国个人形象包装行业重点企业运行分析

第一节 北京西蔓色彩文化发展有限公司

- 一、企业概况
- 二、业务范围
- 三、企业动态分析

第二节 杭州文婷色彩形象设计有限公司

- 一、企业概况
- 二、业务范围
- 三、企业动态分析

第三节 杭州飞天色彩咨询公司

- 一、企业概况
- 二、业务范围
- 三、企业动态分析

第四节 NCS（中国）色彩中心

- 一、企业概况

二、业务范围

三、企业动态分析

第五节 伊欣悦色彩咨询公司

一、企业概况

二、业务范围

三、企业动态分析

第六节 其他色彩咨询公司

一、菲格迪娅公司

二、三叶草工作室

三、河北天彤素质教育培训有限公司

四、美形名仕国际色彩形象策划公司

五、蓝盟色彩服饰文化咨询有限公司

六、品位色彩形象设计咨询公司

七、金孔雀色彩文化咨询有限公司

八、女魔头形象设计公司

第四部分 产业前景预测与投资战略研究

第十四章 2018-2023年中国个人形象包装市场趋势及策略

第一节 2018-2023年中国个人形象包装市场趋势

一、色彩顾问咨询业应用前景

二、个人形象设计行业发展前景

三、色彩咨询公司发展前景分析

四、我国色彩咨询市场趋势

第二节 2018-2023年中国个人形象包装行业发展战略

一、连锁经营战略

二、中小企业经营策略

三、品牌策略分析

第十五章 2018-2023年中国个人形象包装及设计服务业投资商机与风险预警

第一节 2017年中国个人形象包装服务业投资概况

一、个人形象包装服务业投资特性

二、个人形象包装服务业投资环境分析

第二节 2018-2023年中国个人形象包装行业投资机会分析

一、个人形象包装行业区域投资潜力分析

二、与产业链相关的投资机会分析

第三节2018-2023年中国个人形象包装行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

三、市场运营机制风险

第四节 专家投资建议

(GYJPFSW)

图表详见报告正文

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随着时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，并有助于降低事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/zhanlan/316320316320.html>