

2022-2028年中国美容行业 前景展望与投资前景报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2022-2028年中国美容行业前景展望与投资前景报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202111/246037.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、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。

因此简单的讲美容是一种改变原有的不良行为和疾病（面部），使之成为文明的、高素质的、具有可以被人接受的外观形象有活动和过程，或为达到此目的而使用的产品和方法。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国美容行业前景展望与投资前景报告》共十七章。首先介绍了美容行业市场发展环境、美容整体运行态势等，接着分析了美容行业市场运行的现状，然后介绍了美容市场竞争格局。随后，报告对美容做了重点企业经营状况分析，最后分析了美容行业发展趋势与投资预测。您若想对美容产业有个系统的了解或者想投资美容行业，本报告是您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 美容行业相关概述

1.1 美容基本概念及分类

1.1.1 美容定义

1.1.2 分类介绍

1.1.3 行业区别分析

1.2 医疗美容概念及分类

1.2.1 行业定义

1.2.2 分类介绍

1.2.3 美容外科

1.2.4 皮肤美容

1.2.5 产业链介绍

1.3 生活美容概念简述

1.3.1 行业定义

1.3.2 重要性分析

第二章 2015-2019年国际美容市场分析

2.1 国际美容市场发展情况

2.1.1 医疗美容市场规模

2.1.2 美容个护运行情况

2.1.3 化妆品的市场分析

2.1.4 美容机构市场发展

2.1.5 美容仪器发展分析

2.2 美国美容市场分析

2.2.1 美容行业运行情况

2.2.2 医疗美容市场状况

2.2.3 美容仪器发展规模

2.2.4 医美行业监管启示

2.3 韩国美容市场分析

2.3.1 医疗美容发展历程

2.3.2 医疗美容发展现状

2.3.3 医疗美容优势分析

2.3.4 护肤品进出口分析

2.3.5 美容仪器市场发展

2.4 日本美容市场分析

2.4.1 化妆品市场规模

2.4.2 化妆品贸易发展

2.4.3 日本美容新潮流

2.5 英国美容市场分析

2.5.1 美容行业运行情况

2.5.2 美容美发市场发展

2.5.3 医美服务市场规模

2.6 其他国家美容市场分析

2.6.1 欧洲

2.6.2 俄罗斯

第三章 2015-2019年中国美容市场发展环境分析

3.1 宏观经济环境

3.1.1 宏观经济概况

3.1.2 对外经济分析

3.1.3 工业运行情况

3.1.4 固定资产投资

3.1.5 宏观经济展望

3.2 居民生活环境

3.2.1 社会消费规模

3.2.2 居民收入水平

3.2.3 居民消费水平

3.2.4 消费市场特征

3.2.5 消费结构变化

3.3 政策环境

3.3.1 政策推动产业升级

3.3.2 营改增利好行业发展

3.3.3 各地推动行业技术进步

3.3.4 “互联网+”引导产业发展

第四章 2015-2019年中国美容行业分析

4.1 2015-2019年中国美容行业发展状况分析

4.1.1 行业发展特征

4.1.2 行业企业数量

4.1.3 行业收入规模

4.1.4 行业结构分析

4.1.5 行业经营效益

4.2 区域美容行业发展情况分析

4.2.1 区域发展态势

4.2.2 区域商业环境

4.2.3 成都行业发展现状

4.2.4 上海行业发展状况

4.3 中国美容产业园区发展分析

- 4.3.1 济南医美产业聚集区
- 4.3.2 杏林医学美容产业园
- 4.3.3 成都医美小镇
- 4.3.4 上海东方美容谷
- 4.4 中国美容行业存在的问题
 - 4.4.1 劳动成本走高
 - 4.4.2 服务意识不足
 - 4.4.3 管理人才缺乏
 - 4.4.4 问题产生原因
- 4.5 美容行业发展对策及建议
 - 4.5.1 加强人才培养
 - 4.5.2 扶持企业发展
 - 4.5.3 挖掘消费潜力
 - 4.5.4 提升服务品质
 - 4.5.5 行业政策建议

第五章 2015-2019年医疗美容行业发展分析

- 5.1 中国医疗美容行业整体态势
 - 5.1.1 医疗美容行业政策
 - 5.1.2 医疗美容行业背景
 - 5.1.3 医疗美容行业规模
 - 5.1.4 用户年龄发展分析
 - 5.1.5 医疗美容区域分布
 - 5.1.6 医疗美容机构占比
 - 5.1.7 医疗美容发展风险
- 5.2 中国医疗美容细分市场状况分析
 - 5.2.1 全球细分市场
 - 5.2.2 细分项目占比
 - 5.2.3 细分市场份额
- 5.3 中国医疗美容行业产业链分析
 - 5.3.1 医疗美容产业链分析
 - 5.3.2 医疗美容产业上游

- 5.3.3 医疗美容产业中游
- 5.3.4 医疗美容产业下游
- 5.4 中国医疗美容典型企业发展分析
 - 5.4.1 朗姿股份
 - 5.4.2 华韩整形
 - 5.4.3 荣恩医疗
 - 5.4.4 鹏爱医疗

第六章 2015-2019年化妆品行业发展分析

- 6.1 2015-2019年国际化妆品行业发展综合分析
 - 6.1.1 市场发展规模
 - 6.1.2 区域发展情况
 - 6.1.3 企业营收分析
- 6.2 2015-2019年中国化妆品市场发展分析
 - 6.2.1 市场发展规模
 - 6.2.2 零售市场分析
 - 6.2.3 人均消费水平
 - 6.2.4 企业竞争格局
 - 6.2.5 品牌市场格局
 - 6.2.6 细分品类市场
 - 6.2.7 渠道发展分析
- 6.3 2015-2019年中国化妆品电商用户消费行为分析
 - 6.3.1 网购市场规模情况
 - 6.3.2 区域消费意愿分析
 - 6.3.3 网购用户购买情况
 - 6.3.4 网购用户年龄分布
 - 6.3.5 网购用户满意程度
- 6.4 2015-2019年中国彩妆行业发展综述
 - 6.4.1 发展动力分析
 - 6.4.2 市场发展规模
 - 6.4.3 细分市场发展
 - 6.4.4 市场发展份额

- 6.4.5 消费年龄结构
- 6.4.6 消费主力分析
- 6.5 中国化妆品行业发展存在的问题分析
 - 6.5.1 面临国际化挑战
 - 6.5.2 产品质量安全问题
 - 6.5.3 产品原料发展较弱
 - 6.5.4 法律法规亟待完善

第七章 2015-2019年护肤品市场分析

- 7.1 护肤品产业链分析
 - 7.1.1 护肤品产业链分析
 - 7.1.2 护肤品行业上游
 - 7.1.3 护肤品行业中游
 - 7.1.4 护肤品行业下游
- 7.2 护肤品行业发展现状
 - 7.2.1 全球市场分析
 - 7.2.2 市场发展规模
 - 7.2.3 细分市场分析
 - 7.2.4 品牌发展格局
 - 7.2.5 区域分布格局
- 7.3 男性护肤品市场发展潜力分析
 - 7.3.1 细分市场类别
 - 7.3.2 市场消费特点
 - 7.3.3 品牌布局情况
 - 7.3.4 行业销售情况
 - 7.3.5 细分产品分析
 - 7.3.6 年龄偏好分析
 - 7.3.7 行业发展因素
 - 7.3.8 企业布局情况

第八章 2015-2019年美容保健品市场分析

- 8.1 女性保健品市场分析

- 8.1.1 市场发展规模分析
- 8.1.2 女性健康意识发展
- 8.1.3 女性群体特征分析
- 8.1.4 产品购买季节分布
- 8.1.5 保健食品购买偏好
- 8.2 美容护理类保健品发展分析
 - 8.2.1 市场发展状况
 - 8.2.2 发展障碍因素
 - 8.2.3 市场发展战略
- 8.3 阿胶市场发展状况
 - 8.3.1 市场运行分析
 - 8.3.2 产品结构分析
 - 8.3.3 区域发展结构
 - 8.3.4 渠道结构分析
 - 8.3.5 行业发展趋势
- 8.4 其他美容护理类保健品分析
 - 8.4.1 胶原蛋白
 - 8.4.2 燕窝

第九章 2015-2019年减肥、美发、美甲、美容仪市场分析

- 9.1 中国减肥美体市场分析
 - 9.1.1 常见的减肥产品分类
 - 9.1.2 国际减肥药物市场发展
 - 9.1.3 中国减肥市场需求空间
 - 9.1.4 国内减肥市场规模状况
 - 9.1.5 国内减肥市场消费者调查
 - 9.1.6 国内减肥药市场竞争概况
 - 9.1.7 典型减肥药企业运营状况
- 9.2 中国美发市场分析
 - 9.2.1 美发产品市场特征
 - 9.2.2 美发行业市场规模
 - 9.2.3 美发网络零售分析

- 9.2.4 美发市场特点分析
- 9.2.5 细分产品行业概述
- 9.2.6 洗发市场品牌格局
- 9.2.7 美发行业发展趋势
- 9.2.8 美发行业发展路径
- 9.3 中国美甲市场分析
 - 9.3.1 美甲市场发展特点
 - 9.3.2 美甲服务场景分布
 - 9.3.3 线上美甲市场增长
 - 9.3.4 美甲培训市场分析
 - 9.3.5 市场发展规模预测
 - 9.3.6 美甲行业发展趋势
- 9.4 中国美容仪市场分析
 - 9.4.1 行业发展历程
 - 9.4.2 行业发展特点
 - 9.4.3 市场发展规模
 - 9.4.4 行业市场结构
 - 9.4.5 消费市场动态
 - 9.4.6 消费市场特点

第十章 2015-2019年中国美容产品所属行业进出口数据分析

- 10.1 2015-2019年中国护发品所属行业进出口数据分析
 - 10.1.1 进出口总量数据分析
 - 10.1.2 主要贸易国进出口情况分析
 - 10.1.3 主要省市进出口情况分析
- 10.2 2015-2019年中国粉，不论是否压紧所属行业进出口数据分析
 - 10.2.1 进出口总量数据分析
 - 10.2.2 主要贸易国进出口情况分析
 - 10.2.3 主要省市进出口情况分析
- 10.3 2015-2019年中国唇用化妆品所属行业进出口数据分析
 - 10.3.1 进出口总量数据分析
 - 10.3.2 主要贸易国进出口情况分析

- 10.3.3 主要省市进出口情况分析
- 10.4 2015-2019年中国眼用化妆品所属行业进出口数据分析
 - 10.4.1 进出口总量数据分析
 - 10.4.2 主要贸易国进出口情况分析
 - 10.4.3 主要省市进出口情况分析
- 10.5 2015-2019年中国其他美容品或化妆品及护肤品所属行业进出口数据分析
 - 10.5.1 进出口总量数据分析
 - 10.5.2 主要贸易国进出口情况分析
 - 10.5.3 主要省市进出口情况分析

第十一章 2015-2019年美容业培训市场分析

- 11.1 中国职业教育培训市场分析
 - 11.1.1 职业教育市场规模
 - 11.1.2 职业教育互联网化
 - 11.1.3 职业教育发展机遇
 - 11.1.4 职业教育发展方向
- 11.2 美容教育行业发展综述
 - 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 美容职业教育标准出炉
 - 11.2.4 美容医学教育发展目标
- 11.3 中国美容行业从业人员状况分析
 - 11.3.1 人才供需分析
 - 11.3.2 从业人员结构
 - 11.3.3 从业人员待遇
 - 11.3.4 人才培训机构
- 11.4 中国美容教育培训存在的问题及对策
 - 11.4.1 主要发展问题
 - 11.4.2 构建职业体系
 - 11.4.3 保证充足投入
 - 11.4.4 企业发展对策
 - 11.4.5 学校发展建议

11.4.6 师生发展建议

第十二章 2015-2019年中国美容院经营分析

12.1 2015-2019年中国美容院经营总体概况

12.1.1 主要类型分析

12.1.2 美容机构数量

12.1.3 品牌发展分析

12.1.4 行业发展趋势

12.2 中国美容院发展中问题

12.2.1 美容院发展存在的问题

12.2.2 美容院经营面临的困难

12.2.3 美容院化妆品问题分析

12.2.4 美容院客户群管理问题

12.3 美容院经营管理策略

12.3.1 美容院经营问题对策

12.3.2 经营美容院基本要素

12.3.3 美容院经营黄金法则

12.3.4 美容院拓客模式解析

12.3.5 美容院化妆品经营建议

12.3.6 美容院经营项目的选择

12.3.7 促销提升美容院竞争力

12.3.8 借鉴医院服务经营策略

第十三章 2015-2019年连锁经营与美容业发展分析

13.1 连锁经营的相关介绍

13.1.1 连锁经营发展的条件

13.1.2 实行连锁经营的条件

13.1.3 连锁经营的经营形态

13.2 2015-2019年美容行业连锁经营总体分析

13.2.1 机构连锁经营分析

13.2.2 行业营收情况分析

13.2.3 连锁经营模式对比

- 13.2.4 连锁机构商业模式
- 13.2.5 连锁品牌发展趋势
- 13.2.6 美容业连锁发展益处
- 13.2.7 美容连锁经营必然性
- 13.2.8 直营连锁存在问题
- 13.2.9 美容连锁经营困境
- 13.3 中国美容业连锁经营发展的策略
 - 13.3.1 构建美容连锁经营模式
 - 13.3.2 特许连锁经营步骤分析
 - 13.3.3 美容加盟连锁管理建议
 - 13.3.4 美容业连锁发展新模式
 - 13.3.5 连锁美容院会员制建议
 - 13.3.6 企业品牌形象定位策略
 - 13.3.7 美容连锁经营策略分析

第十四章 2015-2019年美容业营销分析

- 14.1 美容行业营销模式及存在问题解析
 - 14.1.1 中国美容行业营销模式剖析
 - 14.1.2 美容产业其他营销模式简析
 - 14.1.3 美容院营销存在的主要问题
 - 14.1.4 美容院营销定位面临的问题
- 14.2 美容业营销策略与方法分析
 - 14.2.1 美容业营销新模式
 - 14.2.2 美容直销发展策略
 - 14.2.3 美容企业营销战略
 - 14.2.4 服务营销发展策略
 - 14.2.5 美容连锁营销策略
- 14.3 中国整形美容市场营销概述
 - 14.3.1 营销渠道介绍
 - 14.3.2 营销模式问题
 - 14.3.3 企业营销策略
 - 14.3.4 网络推广模式

- 14.3.5 行业营销策略
- 14.3.6 市场推广手段
- 14.3.7 企业营销策略
- 14.4 2015-2019年中国整形美容O2O营销模式分析
 - 14.4.1 O2O营销模式
 - 14.4.2 O2O平台分类
 - 14.4.3 平台服务模式
 - 14.4.4 市场发展现状
 - 14.4.5 O2O目标用户
 - 14.4.6 市场竞争格局
 - 14.4.7 营销发展优势
 - 14.4.8 O2O营销趋势
- 14.5 中国美容院经营模式分析
 - 14.5.1 营销新概念
 - 14.5.2 微信营销价值
 - 14.5.3 微信营销方式
 - 14.5.4 营销存在问题
 - 14.5.5 行业营销策略
- 14.6 2015-2019年美容市场专业线市场分析
 - 14.6.1 日化线与专业线产品现状
 - 14.6.2 美容院及专业线产品现状
 - 14.6.3 美容专业线市场面临困惑
 - 14.6.4 美容专业线市场营销模式
 - 14.6.5 美容专业线未来营销趋势
 - 14.6.6 专业线品牌经营定位策略

第十五章 2015-2019年直销与美容业发展分析

- 15.1 2015-2019年中国直销业发展分析
 - 15.1.1 直销基本定义分析
 - 15.1.2 直销与传销的区别
 - 15.1.3 直销与营销的区别
 - 15.1.4 直销产品分销渠道

- 15.1.5 直销模式优势分析
- 15.1.6 全球直销市场发展
- 15.1.7 直销市场规模分析
- 15.1.8 直销市场监管机制
- 15.1.9 直销行业发展趋势
- 15.2 直销业与美容业的相关性分析
 - 15.2.1 直销业与美容业相同点
 - 15.2.2 直销业与美容业结合分析
 - 15.2.3 美容业是直销行业的沃土
- 15.3 美容化妆品直销发展状况分析
 - 15.3.1 直销化妆品产品品类
 - 15.3.2 化妆品直销渠道份额
 - 15.3.3 直销化妆品市场分析
 - 15.3.4 企业布局动态情况
 - 15.3.5 美容直销APP发展模式
- 15.4 美容化妆品直销存在的问题及对策
 - 15.4.1 美容业直销面临挑战
 - 15.4.2 美容业直销模式风险
 - 15.4.3 直销美容业发展对策

第十六章 美容行业投资分析

- 16.1 2015-2019年美容业资本市场动态
 - 16.1.1 可思美 (COSBEAUTY)
 - 16.1.2 新氧微整平台
 - 16.1.3 线上美容Nykaa
 - 16.1.4 美业SaaS博卡
- 16.2 男士美容市场投资潜力
 - 16.2.1 男性美容基本项目介绍
 - 16.2.2 男士美容消费上升趋势
 - 16.2.3 国际男士美容市场格局
 - 16.2.4 男士植发市场潜力分析
 - 16.2.5 企业布局男士美容市场

- 16.2.6 男士美容市场规模空间
- 16.3 医疗美容项目投资建设
 - 16.3.1 项目基本情况
 - 16.3.2 项目必要性分析
 - 16.3.3 项目可行性分析
 - 16.3.4 项目实施计划
 - 16.3.5 项目投资概算
 - 16.3.6 项目经济评价
- 16.4 美容行业投资机会及投资策略分析
 - 16.4.1 行业投资环境
 - 16.4.2 行业投资机会
 - 16.4.3 行业投资风险
 - 16.4.4 美容行业投资策略
 - 16.4.5 中小投资者投资策略

第十七章 2022-2028年对美容业发展前景与趋势预测分析（I）

- 17.1 中国美容业发展前景与趋势
 - 17.1.1 行业发展趋势
 - 17.1.2 行业发展需求
 - 17.1.3 行业发展潜力
- 17.2 中国医疗美容发展前景展望
 - 17.2.1 行业发展整体趋势
 - 17.2.2 消费群体需求趋势
 - 17.2.3 行业发展战略趋势
 - 17.2.4 资本市场发展趋势
 - 17.2.5 男性群体消费潜力
- 17.3 中国化妆品市场发展前景与趋势
 - 17.3.1 政策发展机遇
 - 17.3.2 行业消费需求
 - 17.3.3 市场发展潜力
 - 17.3.4 行业发展空间
- 17.4 对2022-2028年中国美容行业预测分析

- 17.4.1 2022-2028年中国美容行业影响因素分析
- 17.4.2 2022-2028年中国美容个护市场规模预测（）

图表目录

- 图表 美容行业的分类介绍
- 图表 生活美容行业和医疗美容行业的区别
- 图表 生活美容与医疗美容行监管区别
- 图表 医疗美容细分类别
- 图表 手术类医美与非手术类医美介绍
- 图表 美容外科项目名称分类及具体技术
- 图表 手术方式与非手术方式的比较
- 图表 不同等级的手术项目需要不同级别的整形医院
- 图表 皮肤美容需求的三种等级对比
- 图表 改善皮肤的四个方面
- 图表 医疗美容产业链介绍
- 图表 2015-2019年全球医美行业市场规模
- 图表 2019年全球妆品消费国市场份额TOP10统计情况
- 图表 2019年全球妆品消费国复合增长率TOP10统计情况
- 图表 2019年全球化妆品分品类占比统计情况
- 图表 2019年全球激光美容仪器区域分布情况
- 图表 2019年全球十大激光美容仪器排行
- 图表 2019年美容护肤和美容保健市场需求结构
- 图表 美国的美容外科诊所分类及运营模式
- 图表 韩国医疗美容行业发展历程
- 图表 韩国整形美容优势分析
- 图表 2019年英国女性用于美发行业消费支出情况
- 图表 2019年货物进出口总额及其增长速度
- 图表 2019年主要商品出口数量、金额及其增长速度
- 图表 2019年主要商品进口数量、金额及其增长速度
- 图表 2019年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重
- 图表 2019年规模以上工业增加至同比增长速度
- 图表 2019年规模以上工业生产主要数据

图表 2019年规模以上工业生产主要数据

图表 2019年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度

图表 2019年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表 2019年固定资产投资（不含农户）主要数据

图表 2019年全国社会消费品零售总额月度同比增长

图表 2019年社会消费品零售总额主要数据

图表 2019年社会消费品零售总额分月同比增速

图表 2019年社会消费品零售总额主要数据

图表 2019年居民人均可支配收入平均数与中位数

图表 2019年居民人均消费支出及构成

图表 2019年居民人均消费支出及构成

图表 居民享受型消费增长情况对比

图表 2015-2019年美容美发行业活动单位数据统计

图表 2015-2019年中国美容个护市场规模及其增速

图表 美容美发行业企业结构

图表 美容美发行业营业额构成情况

图表 美容美发机构经营效益情况

图表 医疗美容行业政策

图表 2015-2019年我国医疗美容服务市场规模

图表 2019年中国医疗美容行业分年龄段消费者分布情况（按消费者人数）

图表 2019年中国医疗美容行业分年龄市场渗透率情况

图表 2019年中国民营医疗美容机构地区分布情况

图表 2019年中国医疗美容机构类型占比

图表 医疗美容行业风险

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202111/246037.html>