

# 2023-2029年中国美容行业 前景展望与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国美容行业前景展望与市场运营趋势报告》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/202308/388693.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国美容行业前景展望与市场运营趋势报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一章 美容产业运行现状分析 第一节 2014-2016年美容市场发展 一、美容行业发展概况 二、世界各地不同特色的SPA 三、美容院发展状况分析 四、中东四国美容市场发展概况 五、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、世界香料香精市场预测分析 第二节 2014-2016年整形美容市场发展 32 一、整形美容市场发展现状 32 二、韩国整形美容市场发展概况 32 三、美国整形美容行业发展综述 32 四、英国整形美容市场现状分析 33 五、日本整形美容市场现状分析 33 六、中国台湾整形美容业发展势头良好 34 第三节 2014-2016年国外化妆品市场发展 34 一、世界化妆品市场发展概况及特点 34 二、美国化妆品行业发展概况 35 三、日本化妆品行业发展概况 35 四、法国化妆品行业发展概况 35 五、欧盟化妆品行业发展概况 36 六、世界化妆品发展前景及趋势分析 36 第四节 国际美容市场发展趋势分析 37 一、世界美容化妆品业科技发展趋势 37 二、亚洲整形美容发展趋势 37 三、未来的热门整形美容术 37 第二章 2014-2016年中国美容产业发展环境分析 39 第一节 2014-2016年中国宏观经济发展环境分析 39 一、中国GDP分析 39 二、消费价格指数分析 39 三、城乡居民收入分析 40 四、社会消费品零售总额 41 五、全社会固定资产投资分析 42 六、进出口总额及增长率分析 43 第二节 2014-2016年中国美容院行业政策环境分析 44 一、《美容医疗机构、医疗美容科（室）基本标准》 44 二、《医疗美容服务管理办法》 44 三、《医疗美容项目分级管理目录》 44 四、美容业执照上岗的意义探析 45 五、《化妆品标识管理规定》 45 六、化妆品成分必须全部标识 46 七、中国进口化妆品实施新法规 46 第三节 2014-2016年中国美容院行业社会环境分析 46 一、城镇化进程加快促进美容行业发展 46 二、中国医疗整形美容医院发展 47 三、美容观念升级 48 第三章 2014-2016年中国美容产业运行新形势透析 49 第一节 2014-2016年中国美容行业发展概况 49 一、美容业发展现状分析 49 二、美容行业的特征分析 49 三、美容行业的人才状况 50 四、美容业新经济增长点 50 五、美容行业的发展优势 50 第二节 2014-2016年中国美容业深度剖析 52 一、药企加快挺进美容业 52 二、高科技与保健结合 52 三、整体环境不断规范 53 四、中国药妆市场走向分析 53 第三节 中国部分地区美容行业发展现状 55 一、深圳美容业发展情况分析 55 二、广西整形美容业市场现状 55 三、上海美容业发展情况分析 56 四、武汉医疗美容市场大整顿 56 第四节 2014-2016年中国美容行业存在的问题分析 57 一、美容行业发展中的问题透析 57 二、美容行业品牌发展中的问题 57 三、中国美容产业发

展瓶颈分析 57 四、现代美容行业经营上的问题 58 五、中国美容业发展潜在的问题 59 第五节 2014-2016年美容行业发展建议及对策分析 60 一、促进美容行业发展的四项建议 60 二、促进美容行业发展的具体措施 61 三、美容业发展需要建设品牌文化 62 四、美容业投资注意的问题 63 第四章 2014-2016年中国美容市场运行动态分析 68 第一节 2014-2016年中国美容院基本发展现状 68 一、美容院的特点 68 二、美容院的主流类型 68 三、美容院的人员状况 71 四、美容院的技术内涵 72 第二节 2014-2016年中国美容市场发展情况分析 72 一、美容机构走向规范化和专业化 72 二、美容市场细分明朗增值明显 72 三、我国美容行业人才市场分析 73 第三节 中国美容业市场现状分析 74 一、美容市场规模分析 74 二、美容市场特征分析 74 三、美容市场现状分析 75 四、美容终端消费状况 76 第四节 2014-2016年中国城市美容经济竞争力分析 76 一、东北区美容经济竞争力分析 76 二、华北区美容经济竞争力分析 77 三、华东区美容经济竞争力分析 78 四、华中区美容经济竞争力分析 78 五、华南区美容经济竞争力分析 79 六、西部区美容经济竞争力分析 80 第五节 2014-2016年中国美容市场消费群体分析 80 一、青少年美容消费分析 80 二、老年人美容市场分析 81 三、男性美容的消费动机 81 第五章 2014-2016年中国美容化妆品市场运行格局分析 82 第一节 2014-2016年中国化妆品销售市场分析 82 一、中国化妆品市场规模分析 82 二、中国化妆品市场特点分析 82 三、化妆品区域市场结构分析 83 第二节 2014-2016年中国化妆品市场区域分析 83 一、东北地区化妆品市场分析 83 二、华北地区化妆品市场分析 84 三、华东地区化妆品市场分析 85 四、华中地区化妆品市场分析 85 五、华南地区化妆品市场分析 86 六、西部地区化妆品市场分析 87 第三节 美容化妆品市场消费网络调查 87 一、城市职场女性化妆品消费调查 87 二、男性化妆品使用情况调查报告 88 三、大学生化妆品消费调查 89 四、儿童化妆品市场调研 90 第四节 2014-2016年中国美容化妆品业发展趋势及策略 92 一、中国化妆品行业的发展趋势 92 二、中国化妆品市场营销趋势分析 93 三、化妆品行业连锁经营发展趋势 94 四、美容化妆品市场细分策略 95 五、美容化妆品企业的多品牌现象策略 97 第六章 2014-2016年中国美容主要产品市场进出口贸易数据分析 99 第一节 2014-2016年中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析 99 一、中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析 99 二、中国化妆品、美容品及护肤品进出口均价分析 99 三、中国化妆品、美容品及护肤品进出口流向分析 99 第二节 2014-2016年中国精油；香膏；提取油树脂进出口分析 100 一、中国精油；香膏；提取油树脂进出口分析 100 二、中国精油；香膏；提取油树脂进出口均价分析 100 三、中国精油；香膏；提取油树脂进出口流向分析 100 第三节 2014-2016年中国香水及花露水进出口分析 101 一、中国香水及花露水进出口分析 101 二、中国香水及花露水进出口均价分析 101 三、中国香水及花露水进出口流向分析 101 第四节 2014-2016年中国护发品进出口分析 102 一、中国护发品进出口分析 102 二、中国护发品进出口均价分析 102 三、中国护发品进出口流向分析 102 第七章 2014-2016年中国整形美

容市场运行态势分析 103 第一节 2014-2016年中国整形美容市场透析 103 一、中国整形美容业的兴起 103 二、中国美容整形业参与主体 103 三、中国整形美容业运行情况 104 第二节 2014-2016年中国整形美容产品分析 104 一、整形美容产品的概念 104 二、整形美容产品的实质 104 三、整形美容产品的项目形式 106 第三节 2014-2016年中国整形美容的消费者分析 106 一、消费者构成分析 106 二、消费者需求分析 108 三、消费者心理分析 109 四、消费者行为分析 109 第四节 2014-2016年整形美容市场现状分析 110 一、中国整形美容业市场规模 110 二、整形美容业消费现状分析 110 三、中老年人整容的心理取向 111 四、整形美容行业打造理性消费时代 112 第五节 2014-2016年整形美容市场竞争状况及发展建议 112 一、整形美容市场竞争现状分析 112 二、美容整形行业资源竞争情况 113 三、品牌整形美容机构引领行业风骚 113 第六节 中国医疗整形美容医院发展分析 114 一、医疗整形美容医院需求状况 114 二、民营医疗整形医院市场地位 114 三、医疗整形美容技术现状分析 114 四、医疗整形美容准入门槛高 116 第七节 2017-2020年整形市场发展趋势分析 116 一、假体隆胸仍是主流 116 二、自体脂肪隆胸成趋势 117 三、个性化整形成为主流 117 第八节 2017-2020年中国整形美容发展趋势分析 117 一、整形美容机构急剧增加 117 二、服务对象转向 117 三、从美容整形外科转向整形美容科 118 四、涉及的内容将更加广泛 119 五、技术从“粗糙”走向“精细” 119 六、设备更加先进，材料更加安全 120 七、人才交流、学术交流更加频繁 120

第八章 2014-2016年中国减肥、美发、美甲市场运行态势分析 121 第一节 2014-2016年中国减肥美体市场分析 121 一、儿童超重和肥胖呈快速上升的趋势 121 二、近1/5的体重超标肥胖者是中国人 121 三、中国减肥市场消费现状 121 四、我国减肥药市场呈现四大变化发展趋势 122 六、产后美体修形是美容市场热点 123 七、美体瘦身行业趋势分析 123 第二节 2014-2016年中国美发用品市场分析 124 一、中国生发剂市场前景分析 124 二、中国洗发水市场发展情况 124 三、美发用品店商机无限 125 四、美容美发市场发展趋势 125 第三节 2014-2016年中国美甲市场分析 126 一、中国美甲业进入发展期 126 二、中国美甲行业发展现状 126 三、美甲业发展存在的问题 126 四、美甲行业发展趋势分析 127

第九章 2014-2016年中国男士美容市场动态分析 129 第一节 2014-2016年男士美容市场分析 129 一、男士美容市场发展现状 129 二、男士美容市场空间分析 129 三、男士美容市场存在的问题 130 四、男士美容新热点分析 131 第二节 2014-2016年男士整形美容市场分析 131 一、男性整形美容的兴起 131 二、男士整形的消费情况 131 三、男士整形的发展趋势 131 第三节 2014-2016年男士美容化妆品市场分析 132 一、男性美容化妆品市场发展分析 132 二、男士美容市场呈专柜专区发展 132

第十章 2014-2016年中国美容业培训市场分析 133 第一节 2014-2016年美容业人才现状与职业培训 133 一、中国美容业人才现状 133 二、中国美容院人才瓶颈 133 三、中国美容市场人才需求分析 134 四、美容管理师培训认证工程已开始实施 134 第二节 2014-2016年美容教育发展现状及建议 135 一

、中国美容教育发展现状 135 二、中国当代美容教育的新使命 135 三、建议将美容教育并入国民学历教育体系 137 第三节 2014-2016年美容学历教育的发展分析 138 一、美容职业教育走上“洋路子” 138 二、中国美容职业教育向学历教育转变 138 三、中国美容业MBA学历教育发展分析 138 第四节 2017-2020年中国美容教育发展趋势分析 139 一、中国美容教育产业投资趋于多元化发展 139 二、中国美容职业教育将受到更加重视 139 三、中国美容学历教育将快速发展 139 四、中国专业美容教育师资需求进一步增加 140 第十一章 2014-2016年中国美容业市场营销战略分析 141 第一节 2014-2016年中国美容业营销现状分析 141 一、美容业营销呼唤全面升级 141 二、美容业营销大思路 142 第二节 2014-2016年中国美容市场专业线市场分析 143 一、专业线美容企业的渠道扁平化分析 143 二、中国专业线美容市场现状分析 145 三、专业线美容企业品牌建设分析 145 第三节 2014-2016年中国美容企业淡季营销的策略 146 一、劈分市场，有的放矢 146 二、聚焦大户，政策倾斜 146 三、终端补货，培训先行 147 四、活动推广，刺激消费 148 五、推陈出新，吸引订货 149 六、销售竞赛，推动走量 150 第四节 2014-2016年中国美容行业前店后院营销策略 150 一、“前店后院”的分类 150 二、“前店后院”产生原因 151 三、“前店后院”发展优势 152 四、“前店后院”发展瓶颈 154 五、“前店后院”营销策略 154 第十二章 2014-2016年中国直销与美容业的发展动态分析 156 第一节 直销 156 一、直销的定义 156 二、直销的行业特点 156 三、直销与传销的区别 157 四、美容业与直销业的异同 158 第二节 直销法的影响 161 一、直销模式如何与美容业嫁接 161 二、直销冲击中国美容业 162 三、直销立法催生中国美容业营销新天地 163 四、美容业直销之惑 164 五、面临直销热美容业的选择 165 第三节 直销与美容业的发展 165 一、高额利润催生美容直销热 165 二、直销将成为美容保健品市场主要手段 166 第十三章 2014-2016年中国连锁经营与美容业的发展分析 167 第一节 中国美容院连锁经营现状分析 167 一、美容连锁加盟的市场现状分析 167 二、美容企业连锁经营成必然趋势 168 三、美容院加盟连锁引领创业风暴 168 第二节 中国美容院连锁经营促进策略 169 一、美容院连锁经营的营销策略 169 二、美容院连锁经营的未来方向 170 三、化妆品业连锁经营发展趋势 171 四、美容连锁企业品牌建设分析 172 第三节 中国美容院的连锁经营发展趋势 173 一、中国美容企业连锁经营成必然趋势 173 二、美容业连锁经营九大营销策略 174 三、美容院特许加盟连锁经营赢利模式 176 第十四章 2014-2016年中国美容院经营策略分析 178 第一节 2014-2016年中国美容院经营现状分析 178 一、我国美容院的类型 178 二、美容院经营的关键 179 三、美容院星级评定将在全国实施 180 四、美容院的经营现状与未来 181 五、中国美容院有七大类型经营方式良好 181 第二节 2014-2016年中国美容院成功经营策略分析 182 一、美容院营业额的构成 182 二、美容院顾客管理要点 182 三、美容院营销计划制定 183 四、美容院促销活动策划 183 五、经营品牌和模式分析 185 第三节 2014-2016年中国美容院经营

管理策略分析 186 一、促销对美容院经营的作用 186 二、美容院经营黄金法则分析 187 三、美容院招揽顾客战略分析 190 四、美容院的核心竞争力分析 191 五、星级美容院的新经营构想 192 第四节 2017-2020年中国美容院发展趋势分析 195 一、美容院未来经营趋势分析 195 二、未来美容院经营管理模式探讨 195 三、未来美容院主流模式分析 196 四、美容院电脑信息化管理势在必行 197 五、美容院投资高科技仪器成为经营趋势 198 第十五章 2016-2017年中国美容院服务营销策略分析 199 第一节 2016-2017年美容院服务营销系统构建 199 一、美容院服务营销系统的构建要素分析 199 二、美容院服务营销系统的构成 202 三、美容院服务营销系统核心评估--服务产品质量评估 204 第二节 2016-2017年中国美容院营销现状分析 207 一、营销意识淡薄，营销观念落后 207 二、市场调研欠深入、不科学 208 三、市场定位存在许多误区 209 四、营销策略存在许多不足 210 五、促销人员--美容师素质低下 211 第三节 2016-2017年中国美容院市场营销环境分析 212 一、美容院服务营销的优势与机会分析 212 二、美容院服务营销的劣势与威胁分析 212 第四节 2016-2017年美容院服务营销策略分析 213 一、美容院服务有形化营销策略 213 二、美容院服务技巧化营销策略 215 三、美容院服务关系化营销策略 216 四、美容院服务规范化营销策略 218 第十六章 2017-2020年中国美容业发展趋势预测分析 220 第一节 2017-2020年中国美容业市场发展趋势分析 220 一、美容美发市场趋专业化细分 220 二、美容行业细分市场发展趋势 220 三、美容业规范化发展促进整合 221 第二节 2017-2020年中国美容业市场发展前景分析 222 第三节 2017-2020年中国美容业热门项目预测分析 222 一、形象色彩设计成热潮 222 二、美容保健用品的风靡 223 三、香熏世界将大放异彩 223 四、美塑中胚层美容疗法 223 五、中医美容法势不可挡 224 第四节 2017-2020年中国美容业发展前景预测 224 一、美容连锁品牌快速扩张 224 二、男士美容市场继续扩大 225 三、美容美发产业细分加剧 225 四、未来美容院发展趋势预测 225 第十七章 2017-2020年中国美容业投资战略研究 227 第一节 美容院在后危机时代下投资分析 227 一、中国美容院行业投资环境分析 227 二、后危机时代下美容业发展态势 227 三、后危机时代下美容业投资方向 227 第二节 2017-2020年男士美容市场商机分析 227 一、男士美容市场投资背景 227 二、男性美容市场发展潜力 228 三、男士美容市场投资风险 228 四、男性化妆品市场的开发 229 第三节 2017-2020年美容业投资风险分析 230 一、政策风险 230 二、技术风险 230 三、经营风险 230 四、其他风险 231 第四节 2017-2020年美容业投资建议分析 231 一、男士美容院投资策略分析 231 二、中国美容业投资经营策略 232 三、中国美容院投资趋向分析 232 略&bull;&bull;&bull;&bull;完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202308/388693.html>