

2019年中国美容市场分析报告- 市场调研与发展动向预测

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《2019年中国美容市场分析报告-市场调研与发展动向预测》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/meirong/410676410676.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

【报告大纲】

第一部分 美容行业运行态势

第一章 2015-2018年国际美容产业运行态势分析

第一节 2015-2018年国际美容市场综述

- 一、世界美容行业发展概况
- 二、世界各地不同特色的SPA
 - 1、泰国——自体与心灵协调的SPA
 - 2、印尼——美肤、排毒的神秘传统疗法
 - 3、日本——享受精致的度假饭店SPA
 - 4、德国的巴登·巴登——天然矿泉结合度假景点
 - 5、加拿大——古罗马式温泉池、温泉泳池
 - 6、新西兰——地热温泉任你选择
 - 7、美国、加拿大——星罗棋布、服务周全的DAY SPA

三、全球美容院发展状况分析

四、中东四国美容市场发展概况

- 1、埃及
- 2、伊朗
- 3、叙利亚
- 4、约旦

五、全球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 2015-2018年国际整形美容市场透析

- 一、世界整形美容市场发展现状
- 二、韩国整形美容市场发展概况
- 三、美国整形美容行业发展综述
- 四、英国整形美容市场现状分析
- 五、日本整形美容市场现状分析
- 六、中国台湾整形美容业发展势头良好

第三节 2015-2018年国外化妆品市场探析

- 一、世界化妆品市场发展概况及特点

- 二、美国化妆品行业发展概况
- 三、日本化妆品行业发展概况
- 四、法国化妆品行业发展概况
- 五、欧盟化妆品行业发展概况
- 六、世界化妆品发展前景及趋势分析
- 第四节 2019-2025年国际美容市场发展趋势分析
 - 一、世界美容化妆品业科技发展趋势
 - 二、亚洲整形美容发展趋势
 - 三、未来的热门整形美容术
 - 1、净颜去斑大升级
 - 2、面部修饰持续走俏

第二章 2015-2018年中国美容产业发展环境分析

第一节 2015-2018年中国宏观经济发展环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 2015-2018年中国美容院行业政策环境分析

- 一、《美容医疗机构、医疗美容科（室）基本标准》
- 二、《医疗美容服务管理办法》
- 三、《医疗美容项目分级管理目录》
- 四、美容业执照上岗的意义探析
- 五、《化妆品标识管理规定》
- 六、化妆品成分必须全部标识
- 七、中国进口化妆品实施新法规

第三节 2015-2018年中国美容院行业社会环境分析

- 一、城镇化进程加快促进美容行业发展
- 二、中国医疗整形美容医院发展
- 三、美容观念升级

第三章 2015-2018年中国美容产业运行新形势透析

第一节 2015-2018年中国美容行业发展概况

一、美容业发展现状分析

二、美容行业的人才状况

三、美容业新经济增长点

四、美容行业的发展优势

第二节 2015-2018年中国美容业深度剖析

一、药企加快挺进美容业

二、高科技与保健结合

三、整体环境不断规范

四、中国药妆市场走向分析

1、药妆渠道加快发展或成趋势

2、集团企业竞争优势进一步提高

3、药妆竞争日趋激烈

4、药妆品种更加丰富

第三节 中国部分地区美容行业发展现状

一、深圳美容业发展情况分析

二、广西整形美容业市场现状

三、上海美容业发展情况分析

四、武汉医疗美容市场大整顿

第四节 2015-2018年中国美容行业存在的问题分析

一、美容行业发展中的问题透析

1、安全诚信问题

2、从业人员整体素质不高

二、美容行业品牌发展中的问题

三、中国美容产业发展瓶颈分析

四、现代美容行业经营上的问题

1、市场价格不透明

2、科技含量不高，所谓的高科技、新技术只不过是幌子

3、消费者对美容缺乏科学的认识与了解

五、中国美容业发展潜在的问题

1、超范围经营现象严重

2、多头监管成效甚微

3、预付消费问题突出

第五节 2015-2018年美容行业发展建议及对策分析

一、促进美容行业发展的四项建议

二、促进美容行业发展的具体措施

三、美容业发展需要建设品牌文化

四、美容业投资注意的问题

第二部分 美容行业深度分析

第四章 2015-2018年中国美容市场运行动态分析

第一节 2015-2018年中国美容院基本发展现状

一、美容院的特点

1、“给人以美”的目的性

2、服务的直接性

3、技术性

二、美容院的主流类型

1、发廊型

2、沙龙型

3、治疗型

4、休闲型

5、享受型

6、专门型

7、会员型

三、美容院的人员状况

四、美容院的技术内涵

第二节 2015-2018年中国美容市场发展情况分析

一、美容机构走向规范化和专业化

二、美容市场细分明朗增值明显

三、我国美容行业人才市场分析

第三节 中国美容业市场现状分析

一、美容市场规模分析

二、美容市场特征分析

1、技术性和艺术性

2、美容服务的直接性

3、网点分散性

4、知识综合性

三、美容市场现状分析

四、美容终端消费状况

第四节 2015-2018年中国城市美容经济竞争力分析

一、东北区美容经济竞争力分析

二、华北区美容经济竞争力分析

三、华东区美容经济竞争力分析

四、华中区美容经济竞争力分析

第五节 2015-2018年中国美容市场消费群体分析

一、青少年美容消费分析

二、老年人美容市场分析

三、男性美容的消费动机

第五章 2015-2018年中国美容化妆品市场运行格局分析

第一节 2015-2018年中国化妆品销售市场分析

一、中国化妆品市场规模分析

二、中国化妆品市场特点分析

三、化妆品区域市场结构分析

第二节 2015-2018年中国化妆品市场区域分析

一、东北地区化妆品市场分析

二、华北地区化妆品市场分析

三、华东地区化妆品市场分析

四、华中地区化妆品市场分析

第三节 美容化妆品市场消费网络调查

一、城市职场女性化妆品消费调查

1、消费支出

2、消费渠道

二、男性化妆品使用情况调查

1、消费支出

2、消费渠道

三、大学生化妆品消费调查

1、消费支出

2、消费渠道

四、儿童化妆品市场调研

1、消费支出

2、消费渠道

第四节 2015-2018年中国美容化妆品业发展趋势及策略

一、中国化妆品行业的发展趋势

二、中国化妆品市场营销趋势分析

1、网络试销

- 2、多元化媒体传播名人广告
- 三、化妆品行业连锁经营发展趋势
- 四、美容化妆品市场细分策略
- 五、美容化妆品企业的多品牌现象策略

第六章 中国美容主要产品市场进出口情况分析

第一节 中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析

- 一、中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析
- 二、中国化妆品、美容品及护肤品进出口均价分析
- 三、中国化妆品、美容品及护肤品进出口流向分析

第二节 中国精油；香膏；提取油树脂进出口分析

- 一、中国精油；香膏；提取油树脂进出口分析
- 二、中国精油；香膏；提取油树脂进出口均价分析
- 三、中国精油；香膏；提取油树脂进出口流向分析

第三节 中国香水及花露水进出口分析

- 一、中国香水及花露水进出口分析
- 二、中国香水及花露水进出口均价分析
- 三、中国香水及花露水进出口流向分析

第四节 中国护发品进出口分析

- 一、中国护发品进出口分析
- 二、中国护发品进出口均价分析
- 三、中国护发品进出口流向分析

第七章 2015-2018年中国整形美容市场运行态势分析

第一节 2015-2018年中国整形美容市场透析

- 一、中国整形美容业的兴起
- 二、中国美容整形业参与主体
- 三、中国整形美容业运行情况

第二节 2015-2018年中国整形美容产品分析

- 一、整形美容产品的概念
- 二、整形美容产品的实质
- 三、整形美容产品的项目形式

第三节 2015-2018年中国整形美容的消费者分析

- 一、消费者构成分析
 - 1、年龄分布

2、性别分布

3、职业分布

二、消费者需求分析

三、消费者心理分析

四、消费者行为分析

第四节 2015-2018年整形美容市场现状分析

一、中国整形美容业市场规模

二、整形美容业消费现状分析

三、中老年人整容的心理取向

四、整形美容行业打造理性消费时代

第五节 2015-2018年整形美容市场竞争状况及发展建议

一、整形美容市场竞争现状分析

二、美容整形行业资源竞争情况

三、品牌整形美容机构引领行业风骚

第六节 中国医疗整形美容医院发展分析

一、医疗整形美容医院需求状况

二、民营医疗整形医院市场地位

三、医疗整形美容技术现状分析

1、手术方式

2、微创与非手术方式

四、医疗整形美容准入门槛高

第七节 2019-2025年整形市场发展趋势分析

一、假体隆胸仍是主流

二、自体脂肪隆胸成趋势

三、个性化整形成为主流

第八节 2019-2025年中国整形美容发展趋势分析

一、整形美容机构急剧增加

二、服务对象转向

三、从美容整形外科转向整形美容科

四、涉及的内容将更加广泛

五、技术从"粗糙"走向"精细"

六、设备更加先进，材料更加安全

七、人才交流、学术交流更加频繁

第八章 2015-2018年中国减肥、美发、美甲市场运行态势分析

第一节 2015-2018年中国减肥美体市场分析

- 一、儿童超重和肥胖呈快速上升的趋势
- 二、全球近1/5的体重超标肥胖者是中国人
- 三、中国减肥市场消费现状
- 四、我国减肥药市场呈现四大变化发展趋势
- 六、产后美体修形是美容市场热点
- 七、美体瘦身行业趋势分析

第二节 2015-2018年中国美发用品市场分析

- 一、中国生发剂市场前景分析
- 二、中国洗发水市场发展情况
- 三、美发用品店商机无限
- 四、美容美发市场发展趋势
- 1、市场的专业化细分越来越明显
- 2、“90后、00后”将引领个性服务消费

第三节 2015-2018年中国美甲市场分析

- 一、中国美甲业进入发展期
- 二、中国美甲行业发展现状
- 三、美甲业发展存在的问题
- 四、美甲行业发展趋势分析
- 1、美甲文化氛围和消费群将迅速扩大
- 2、美甲企业的经营管理文化将朝正规化方向发展

第九章 2015-2018年中国男士美容市场动态分析

第一节 2015-2018年男士美容市场分析

- 一、男士美容市场发展现状
- 二、男士美容市场空间分析
- 三、男士美容市场存在的问题
- 1、消费群体不稳定
- 2、观念有问题
- 3、美容院隐秘性不强
- 四、男士美容新热点分析

第二节 2015-2018年男士整形美容市场分析

- 一、男性整形美容的兴起
- 二、男士整形的消费情况
- 三、男士整形的发展趋势

第三节 2015-2018年男士美容化妆品市场分析

- 一、男性美容化妆品市场发展分析
- 二、男士美容市场呈专柜专区发展

第十章 2015-2018年中国美容业培训市场分析

第一节 2015-2018年美容业人才现状与职业培训

- 一、中国美容业人才现状
- 二、中国美容院人才瓶颈
- 三、中国美容市场人才需求分析
- 四、美容管理师培训认证工程已开始实施

第二节 2015-2018年美容教育发展现状及建议

- 一、中国美容教育发展现状
- 二、中国当代美容教育的新使命
- 三、建议将美容教育并入国民学历教育体系

第三节 2015-2018年美容学历教育的发展分析

- 一、美容职业教育走上"洋路子"
- 二、中国美容职业教育向学历教育转变
- 三、中国美容业MBA学历教育发展分析

第四节 2019-2025年中国美容教育发展趋势分析

- 一、中国美容教育产业投资趋于多元化发展
- 二、中国美容职业教育将受到更加重视
- 三、中国美容学历教育将快速发展
- 四、中国专业美容教育师资需求进一步增加

第三部分 美容行业发展战略

第十一章 2015-2018年中国美容业市场营销战略分析

第一节 2015-2018年中国美容业营销现状分析

- 一、美容业营销呼唤全面升级
 - 1、与社会主流结合的公关营销
 - 2、以感性取胜的情感营销
 - 3、教育培训与企业文化结合
- 二、美容业营销大思路

第二节 2015-2018年中国美容市场专业线市场分析

- 一、专业线美容企业的渠道扁平化分析
- 二、中国专业线美容市场现状分析

三、专业线美容企业品牌建设分析

第三节 2015-2018年中国美容企业淡季营销的策略

- 一、劈分市场，有的放矢
- 二、聚焦大户，政策倾斜
- 三、终端补货，培训先行
- 四、活动推广，刺激消费
- 五、推陈出新，吸引订货
- 六、销售竞赛，推动走量

第四节 2015-2018年中国美容行业前店后院营销策略

- 一、“前店后院”的分类
- 二、“前店后院”产生原因
- 三、“前店后院”发展优势
- 四、“前店后院”发展瓶颈
- 五、“前店后院”营销策略

第十二章 2015-2018年中国直销与美容业的发展动态分析

第一节 直销

- 一、直销的定义
- 二、直销的行业特点
- 三、直销与传销的区别
- 四、美容业与直销业的异同

第二节 直销法的影响

- 一、直销模式如何与美容业嫁接
- 二、直销冲击中国美容业
 - 1、专业线规避非法嫌疑
 - 2、厂商关系面临考验
- 三、直销立法催生中国美容业营销新天地
- 四、美容业直销之惑
- 五、面临直销热美容业的选择

第三节 直销与美容业的发展

- 一、高额利润催生美容直销热
- 二、直销将成为美容保健品市场主要手段

第十三章 2015-2018年中国连锁经营与美容业的发展分析

第一节 中国美容院连锁经营现状分析

- 一、美容连锁加盟的市场现状分析
- 二、美容企业连锁经营成必然趋势
- 三、美容院加盟连锁引领创业风暴

第二节 中国美容院连锁经营促进策略

- 一、美容院连锁经营的营销策略
- 二、美容院连锁经营的未来方向
 - 1、直营连锁为主，其他模式辅助
 - 2、股份制
 - 3、化妆品业连锁经营发展趋势
- 四、美容连锁企业品牌建设分析

第三节 中国美容院的连锁经营发展趋势

- 一、中国美容企业连锁经营成必然趋势
- 二、美容业连锁经营九大营销策略
 - 1、供应商营销
 - 2、连锁店分店营销
 - 3、内部营销
 - 4、金融机构营销
 - 5、最终顾客营销
 - 6、政府营销
 - 7、大众营销
 - 8、关系营销
 - 9、传媒营销
- 三、美容院特许加盟连锁经营赢利模式

第十四章 2015-2018年中国美容院经营策略分析

第一节 2015-2018年中国美容院经营现状分析

- 一、我国美容院的类型
- 二、美容院经营的关键
- 三、美容院星级评定将在全国实施
- 四、美容院的经营现状与未来
- 五、中国美容院有七大类型经营方式良好

第二节 2015-2018年中国美容院成功经营策略分析

- 一、美容院营业额的构成
- 二、美容院顾客管理要点
- 三、美容院营销计划制定

四、美容院促销活动策划

- 1、市场调查分析
- 2、目标决策
- 3、促销定位
- 4、促销培训
- 5、促销管理

五、经营品牌和模式分析

- 1、免费体验试做促销
- 2、活动促销
- 3、会员促销

第三节 2015-2018年中国美容院经营管理策略分析

一、促销对美容院经营的作用

- 1、提升营业额
- 2、促进商品周转
- 3、促进美容院社会活动

二、美容院经营黄金法则分析

三、美容院招揽顾客战略分析

- (一) 满意式服务是美容院制胜之道
- (二) 形象战略
- (三) 产品战略
- (四) 促销战略

四、美容院的核心竞争力分析

- 1、高科技仪器是核心竞争力
- 2、硬件设备体现美容院经营特色
- 3、时尚潮流是引领美容院人气的关键

五、星级美容院的新经营构想

- 1、直接进驻酒店提升自身形象
- 2、拓宽营销思路，加强时尚行业间合作
- 3、服务更专业、更细分

第四节 2019-2025年中国美容院发展趋势分析

一、美容院未来经营趋势分析

- 1、互联网技术将使化妆品市场全球化
- 2、迎接完全个性化的消费时代
- 3、化妆品定位更加细化

二、未来美容院经营管理模式探讨

- 1、实力雄厚的连锁经营模式
- 2、专门店式的经营
- 三、未来美容院主流模式分析
 - 1、推行整合性服务
 - 2、“美丽工程”式营销
 - 3、导入心理美容
 - 4、生活美容与医学美结合更加密切
- 四、美容院电脑信息化管理势在必行
- 五、美容院投资高科技仪器成为经营趋势

第四部分 美容行业投资策略

第十五章 2015-2018年中国美容院服务营销策略分析

第一节 2015-2018年美容院服务营销系统构建

一、美容院服务营销系统的构建要素分析

- 1、美容院服务营销系统的技术核心——服务
- 2、美容院服务营销系统的前台要素——设施、设备、美容师/美容小姐
- 3、顾客美容心理及需求分析
- 4、美容院服务营销策略手段

二、美容院服务营销系统的构成

三、美容院服务营销系统核心评估--服务产品质量评估

- 1、美容院服务产品质量及特点
- 2、美容院服务质量的评价标准
- 3、美容院服务质量衡量模式

第二节 2015-2018年中国美容院营销现状分析

一、营销意识淡薄，营销观念落后

二、市场调研欠深入、不科学

三、市场定位存在许多误区

四、营销策略存在许多不足

- 1、热衷于炒作概念
- 2、价格混乱
- 3、宣传夸大承诺

五、促销人员--美容师素质低下

第三节 2015-2018年中国美容院市场营销环境分析

一、美容院服务营销的优势与机会分析

- 1、政策给美容业发展创造了良机

2、美容市场潜力巨大

二、美容院服务营销的劣势与威胁分析

- 1、国际环境变化对美容院服务营销产生巨大冲击
- 2、目前美容业存在的诸多问题不利于美容院服务营销的开展

第四节 2015-2018年美容院服务营销策略分析

一、美容院服务有形化营销策略

- 1、美容院服务包装化——服务环境营销策略
- 2、美容院服务品牌化——品牌营销策略
- 3、美容院服务承诺化——服务承诺营销策略
- 4、美容院服务广告策略

二、美容院服务技巧化营销策略

- 1、美容院服务技能化——服务技能营销策略
- 2、美容院服务知识化——知识营销策略
- 3、美容院服务专业化——服务专业化营销策略

三、美容院服务关系化营销策略

- 1、口碑传播（营销）策略
- 2、角色化营销策略
- 3、个性化营销策略
- 4、事业关联营销策略

四、美容院服务规范化营销策略

- 1、美容院服务理念化
- 2、美容院服务标准化
- 3、美容院服务可控化

第十六章 2019-2025年中国美容业发展趋势预测分析

第一节 2019-2025年中国美容业市场发展趋势分析

- 一、美容美发市场趋专业化细分
- 二、美容行业细分市场发展趋势
- 三、美容业规范化发展促进整合

第二节 2019-2025年中国美容业市场发展前景分析

第三节 2019-2025年中国美容业热门项目预测分析

- 一、形象色彩设计成热潮
- 二、美容保健用品的风靡
- 三、香熏世界将大放异彩
- 四、美塑中胚层美容疗法

五、中医美容法势不可挡

第四节 2019-2025年中国美容业发展前景预测

- 一、美容连锁品牌快速扩张
- 二、男士美容市场继续扩大
- 三、美容美发产业细分加剧
- 四、未来美容院发展趋势预测

第十七章 2019-2025年中国美容业投资战略研究

第一节 美容院在后危机时代下投资分析

- 一、中国美容院行业投资环境分析
- 二、后危机时代下美容业发展态势
- 三、后危机时代下美容业投资方向

第二节 2019-2025年男士美容市场商机分析

- 一、男士美容市场投资背景
- 二、男性美容市场发展潜力
- 三、男士美容市场投资风险
- 四、男性化妆品市场的开发

第三节 2019-2025年美容业投资风险分析

- 一、政策风险
- 二、技术风险
- 三、经营风险
- 四、其他风险

第四节 2019-2025年美容业投资建议分析

- 一、男士美容院投资策略分析
- 二、中国美容业投资经营策略
- 三、中国美容院投资趋向分析

附录：

附件一、《美容医疗机构、医疗美容科（室）基本标准》

附件二、《医疗美容服务管理办法》

附件三、《医疗美容项目分级管理目录》

附件四、《化妆品标识管理规定》

图表目录：

图表：2015-2018年全球美容市场规模情况

- 图表：全球美容业百强企业
- 图表：2015-2018年中国国内生产总值情况
- 图表：2015-2018年中国城乡居民收入情况
- 图表：2015-2018年中国社会消费品零售总额情况
- 图表：2015-2018年中国固定资产投资情况
- 图表：2015-2018年中国进出口情况
- 图表：2015-2018年中国城镇化率情况
- 图表：美容业从业人员数量
- 图表：2015-2018年美容市场规模情况
- 图表：2015-2018年东北地区美容市场规模情况
- 图表：2015-2018年华北地区美容市场规模情况
- 图表：2015-2018年华东地区美容市场规模情况
- 图表：2015-2018年华中地区美容市场规模情况
- 图表：2015-2018年化妆品市场规模情况

图表详见报告正文 (GYZQPT)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国美容市场分析报告-市场调研与发展动向预测》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。

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。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。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/meirong/410676410676.html>