

2018-2023年中国美容产业市场规模现状分析与投资发展前景研究报告

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《2018-2023年中国美容产业市场规模现状分析与投资发展前景研究报告》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/302203302203.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。

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。

一、从上世纪60年代走来

美丽是一种生活态度，人们对美容的期望越变化越强烈。虽然人们的审美观一直在改变，但对美的追求一直不会变。人们对美的理解与追求可以走在时尚最前端的明星来看。60-70年代，人们追求的是皓齿明眸，大红色、闪亮的唇妆是那个时代的亮点，到了80、90年代则是金发、波浪卷，女人们对身材的关注也更多了一点，而如今的女孩子追求的事一种自然的妆容美。任何过分夸张的装扮，都会让人觉得不真实，不自然。

说到美容很自然也会想到美容院。美容院各式的专业产品满足了人们对美的基本需求，美容仪器更是从基本护肤到整形美容，几乎可以让爱美的女孩子达到自己想要的任何效果。

美容化妆品市场在经历了矿物质，羊脂油，纯植物，化工合成品这四代的演化发展之后，正迎来了第五代，既生物类美容产品时代。而首开第五代美容化妆品先河的，则是胶原蛋白，被称为“肤中之肤”，与构成深层肌肤的蛋白成分极为相近，能迅速为肌肤吸收，补充胶原蛋白，淡出黑色素、瓦解皱纹。可帮助合成、修护受损的胶原蛋白、弹性纤维和多糖体，进而加强其结构造型、活力素质和细胞密度，此部分蛋白质是同胶原蛋白及弹性蛋白（elastin）组成。

我国真正意义上的整形美容业发展较迟，20世纪六七十年代，整形外科仅开展以单纯畸形矫正为主的手术，直至21世纪初，才逐渐发展起来，并渐与国际接轨，成为我国经济中一个不可缺少的组成部分。

从全球来看，进入21世纪以后，世界医疗美容行业已成为仅次于汽车业和航空业的第三大产业。据专家统计，全世界每年的市场总额约有1500亿美元，预计未来世界500强企业中将有三分之一是从事与医疗美容技术研究、生产、销售的企业。

在国内，随着人们生活水平的提高，追求美丽和展示美丽的效应使整形美容的需求也与日俱增。各大医院的整形美容科和各医疗美容医院也“门庭若市”。随着国民经济结构的升级，享受高品质生活也日益成为更多人的追求。像汽车、住房、旅游和健康服务产业的高端消费一样，医疗美容行业也是一种方兴未艾的“朝阳产业”。

2016年中国美容整形分类占比统计 资料来源：公开资料整理

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国美容产业市场规模现状分析与投资发展前景研究报告》主要研究行业市场特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说明书等等。

第一部分 美容行业运行态势

第一章 2014-2016年国际美容产业运行态势分析

第一节 2014-2016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
- 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
- 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 2014-2016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、德国整形美容市场概况分析
 - 六、日本整形美容市场现状分析
 - 七、巴西整形美容市场发展概况
 - 八、中国台湾整形美容业发展势头良好
- 第三节 2014-2016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、世界化妆品趋势预测及趋势分析

第四节 2018-2023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、世界整形美容发展趋势
- 三、亚洲整形美容发展趋势
- 四、未来的热门整形美容术

第二章 2014-2016年中国美容产业发展环境分析

第一节 2014-2016年中国宏观经济发展环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、中国工业经济发展形势分析
- 三、中国全社会固定资产投资分析
- 四、中国社会消费品零售总额分析
- 五、中国城乡居民收入与消费分析
- 六、中国对外贸易发展形势分析

第二节 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国美容产业运行新形势透析

第一节 2014-2016年中国美容行业发展概况

- 一、美容业发展现状分析
- 二、美容行业的特征分析
- 三、美容行业的人才状况
- 四、美容业新经济增长点
- 五、美容行业的发展优势

第二节 2014-2016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

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
- 五、广州美容业发展情况分析

第四节 2014-2016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
- 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
- 五、中国美容业发展潜在的问题

第五节 2014-2016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 2014-2016年中国美容市场运行动态分析

第一节 2014-2016年中国美容院基本发展现状

- 一、美容院的特点
- 二、美容院的主流类型
- 三、美容院的人员状况
- 四、美容院的技术内涵

第二节 2014-2016年中国美容市场发展情况分析

- 一、时尚美容消费受追捧
- 二、美容机构走向规范化和专业化
- 三、美容市场细分明朗增值明显
- 四、我国美容行业人才市场调研

第三节 中国美容业市场现状分析

一、美容市场规模分析

2018-2023我国美容市场规模（亿元）

- 二、美容市场特征分析
- 三、美容市场现状分析
- 四、美容机构现状分析
- 五、美容终端消费状况

第四节 2014-2016年中国城市美容经济竞争力分析

- 一、华北区美容经济竞争力分析
- 二、华南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
- 五、西南区美容经济竞争力分析

第五节 2014-2016年中国美容市场消费群体分析

- 一、青少年美容消费分析
- 二、老年人美容市场调研
- 三、男性美容的消费动机

第五章 2014-2016年中国美容化妆品市场运行格局分析

第一节 2014-2016年中国化妆品销售市场调研

- 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、中国化妆品市场结构分析

四、化妆品区域市场结构分析

第二节 2014-2016年中国化妆品市场区域分析

- 一、华东地区化妆品市场调研
- 二、华中地区化妆品市场调研
- 三、华北和东北地区化妆品市场调研
- 四、西北地区化妆品市场调研
- 五、华南地区化妆品市场调研
- 六、西南地区化妆品市场调研

第三节 2014-2016年美容化妆品市场消费网络调查

- 一、2015年城市职场女性化妆品消费调查
- 二、2015年男性化妆品使用情况调查报告
- 三、2015年大学生化妆品消费调查
- 四、2015年儿童化妆品市场评估

第四节 2014-2016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
- 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 2014-2016年中国美容主要产品市场进出口贸易数据分析

第一节 2014-2016年中国化妆品、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 2014-2016年中国精油；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 2014-2016年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 2014-2016年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 2014-2016年中国整形美容市场供需分析分析

第一节 2014-2016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

四、中国整形美容市场的推广

第二节 2014-2016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 2014-2016年中国整形美容的消费者分析

一、消费者构成分析

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 2014-2016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、整形美容市场的广告投放

五、整形美容行业打造理性消费时代

第五节 2014-2016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、美容政策行业竞争策略

四、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

四、医疗整形美容准入门槛高

五、医疗整形美容医院发展措施

第七节 2018-2023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 2018-2023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 2014-2016年中国减肥、美发、美甲市场供需分析分析

第一节 2014-2016年中国减肥美体市场调研

- 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 2014-2016年中国美发用品市场调研

- 一、我国美发市场潜力巨大
- 二、中国生发剂市场前景分析
- 三、中国对美发美容用具要求
- 四、中国洗发水市场发展情况
- 五、美发用品店商机无限
- 六、美容美发市场发展趋势

第三节 2014-2016年中国美甲市场调研

- 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

第九章 2014-2016年中国男士美容市场动态分析

第一节 2014-2016年男士美容市场调研

- 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
- 四、男士美容新热点分析

第二节 2014-2016年男士整形美容市场调研

- 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 2014-2016年男士美容化妆品市场调研

- 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
- 三、男士化妆品市场份额预测分析

第十章 2014-2016年中国美容业培训市场调研

第一节 2014-2016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 2014-2016年美容教育发展现状及建议

- 一、中国美容教育发展现状
- 二、培育美容文化促进美容教育
- 三、中国当代美容教育的新使命
- 四、开拓我国的高等美容教育
- 五、建议将美容教育并入国民学历教育体系

第三节 2014-2016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 2018-2023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 美容行业投资前景

第十一章 2014-2016年中国美容业市场营销战略分析

第一节 2014-2016年中国美容业营销现状分析

- 一、美容业流行营销模式分析
- 二、美容业营销呼唤全面升级
- 三、美容业营销大思路

第二节 2014-2016年中国美容市场专业线市场调研

- 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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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
- 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 2014-2016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

三、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

三、美容院特许加盟连锁经营赢利模式

第十四章 2014-2016年中国美容院经营策略分析

第一节 2014-2016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 2014-2016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

五、经营品牌和模式分析

第三节 2014-2016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

二、美容院经营黄金法则分析

三、美容院招揽顾客战略分析

四、美容院的核心竞争力分析

五、星级美容院的新经营构想

第四节 2018-2023年中国美容院发展趋势分析

一、美容院的经营新模式分析

二、美容院未来经营趋势分析

三、未来美容院经营管理模式探讨

四、未来美容院主流模式分析

五、美容院电脑信息化管理势在必行

六、美容院投资高科技仪器成为经营趋势

第四部分 美容行业投资前景研究

第十五章 2014-2016年中国美容院服务营销策略分析

第一节 2014-2016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

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

第二节 2014-2016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、市场评估欠深入、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

五、促销人员--美容师素质低下

第三节 2014-2016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

二、美容院服务营销的劣势与威胁分析

第四节 2014-2016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

二、美容院服务技巧化营销策略

三、美容院服务关系化营销策略

四、美容院服务规范化营销策略

第十六章 2018-2023年中国美容业发展趋势预测分析

第一节 2018-2023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、美容市场渠道发展趋势分析
- 四、美容业规范化发展促进整合

第二节 2018-2023年中国美容业市场趋势预测分析

第三节 2018-2023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 2018-2023年中国美容业趋势预测分析

- 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 2018-2023年中国美容业投资规划建设研究

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 2018-2023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、男士美容市场投资前景
- 四、男性化妆品市场的开发

第三节 2018-2023年美容业投资前景分析

- 一、政策风险
- 二、技术风险
- 三、经营风险
- 四、其他风险

第四节 2018-2023年美容业投资建议分析

- 一、中国美容业总体投资前景研究

二、男士美容院投资前景研究分析

三、中国美容业投资经营策略

四、中国美容院投资趋向分析

图表详见正文（FSWJP）

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/302203302203.html>