

2021年中国医美机构市场分析报告- 市场行情监测与盈利前景研究

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《2021年中国医美机构市场分析报告-市场行情监测与盈利前景研究》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/yiliaoqixie/543541543541.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

我国医美机构的营销方式包括传统广告，互联网平台以及机构导流等三大类。其中，医美机构在传统广告形式（户外、搜索引擎等）花费最高约60-90%，然而ROI表现不达预期，预算持续降低。其次为互联网平台导流，花费占比为10-40%。

该类平台ROI相对较高，且营销形式多样受年轻人群欢迎，预算在持续上升。最后为美容院及KOL转诊等，该类方式按单次消费计费，佣金比例通常高达30-70%。美容院转诊因溢价较高，且人群年龄偏高，因此正逐渐淡化。

中国医美市场不同营销模式对比

中国医美市场不同营销模式对比

传统广告导流

互联网平台导流

机构及其他方式导流

运作方式

传统媒体、户外、搜索引擎

医美APP、自媒体、信息流、转诊平台

美容院、KOL、异业合作等

花费占比

60-90%

10-40%

无特定预算，按分成收取费用，分成比例约为30-70%

适用机构

大型连锁，如美莱、伊美尔、异星等

适用于直客类中小型医院、门诊部、诊所等多种机构，如联合丽格；近期大型机构也多在尝试

美容院转诊多适用于渠道医院，如思瑞国际

获客效果

提升机构曝光

营销形式多样，可打造明星IP医生或旗舰店

客户信任度高，客单价高

局限性

投入产出比逐年降低，受舆情影响较大

人群覆盖有限，目前多为年轻人群

渠道依赖性强，客户随渠道流动，人群覆盖有限

案例

机场、电梯LED、百度竞价

新氧、悦美案例展示等、小红书、微信公众号、知乎、美呗转诊等

资料整理：观研天下整理

医美机构的传统获客模式形成于信息不对称市场环境下。然而在信息获取与收集更加方便的今天，原有获客模式或被替代。拥抱变化寻求创新之路虽然艰难，但其带来的收益可能是巨大的。整体来看，信息爆炸时代的获客与营销更加看重平台的流量规模、流量质量、信息质量、客户匹配度等指标。然而，基于我国各地医美产业发展不平衡、消费者需求差异较高等特性，机构获客多需要在考察当地消费者习惯后，制定出传统与创新并行的解决方案。

中国医美机构获客营销方式变化

中国医美机构获客营销方式变化

营销模式

传统

创新

集中领域

集中在户外广告、搜索竞价与美容院引流等模式。

主要集中在互联网平台上的创新，如电商、信息流、网络转诊、自媒体等；

其他如异业合作：与4S店、婚庆等非医美行业进行资源置换等；KOL：包括医生IP打造等

资料整理：观研天下整理

受消费者理性、信息渠道多样化以及医美机构间竞争环境的变化，短期内医美机构线下营销费用下滑，线上营销费用基本持平或略有上涨，呈现精准化趋势。其精准化主要体现在投放平台、投放形式的多样化上。平台多样化是指，由单一百度平台，转变为头条、微博、陌陌、网易、新氧、天猫、小红书、抖音等信息流、电商平台、转诊平台的多渠道投放。形式多样化是指，由单一搜索竞价，转变为爆款引流、品牌广告、内容广告或KOL等多样化的信息分流。

中国医美机构营销方式变革 资料整理：观研天下整理（CJ）

观研报告网发布的《2021年中国医美机构市场分析报告-市场行情监测与盈利前景研究》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。

行业报告是业内企业、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。

【目录大纲】

第一章 2017-2021年中国医美机构行业发展概述

第一节 医美机构行业发展情况概述

- 一、医美机构行业相关定义
- 二、医美机构行业基本情况介绍
- 三、医美机构行业发展特点分析
- 四、医美机构行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、医美机构行业需求主体分析

第二节 中国医美机构行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、医美机构行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - (1) 沟通协调机制
 - (2) 风险分配机制
 - (3) 竞争协调机制
- 四、中国医美机构行业产业链环节分析
 - 1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国医美机构行业生命周期分析

- 一、医美机构行业生命周期理论概述
- 二、医美机构行业所属的生命周期分析

第四节 医美机构行业经济指标分析

- 一、医美机构行业的赢利性分析
- 二、医美机构行业的经济周期分析
- 三、医美机构行业附加值的提升空间分析

第五节 中国医美机构行业进入壁垒分析

- 一、医美机构行业资金壁垒分析
- 二、医美机构行业技术壁垒分析
- 三、医美机构行业人才壁垒分析
- 四、医美机构行业品牌壁垒分析
- 五、医美机构行业其他壁垒分析

第二章 2017-2021年全球医美机构行业市场发展现状分析

第一节 全球医美机构行业发展历程回顾

第二节 全球医美机构行业市场区域分布情况

第三节 亚洲医美机构行业地区市场分析

- 一、亚洲医美机构行业市场现状分析
- 二、亚洲医美机构行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲医美机构行业市场前景分析

第四节 北美医美机构行业地区市场分析

- 一、北美医美机构行业市场现状分析
- 二、北美医美机构行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美医美机构行业市场前景分析

第五节 欧洲医美机构行业地区市场分析

- 一、欧洲医美机构行业市场现状分析
- 二、欧洲医美机构行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲医美机构行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界医美机构行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球医美机构行业市场规模预测

第三章 中国医美机构产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

一、中国GDP增长情况分析

二、工业经济发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、全社会消费品医美机构总额

五、城乡居民收入增长分析

六、居民消费价格变化分析

七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国医美机构行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

第三节 中国医美机构产业社会环境发展分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、消费观念分析

第四章 中国医美机构行业运行情况

第一节 中国医美机构行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

1、行业技术发展现状

2、行业技术专利情况

3、技术发展趋势分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国医美机构行业市场规模分析

第三节 中国医美机构行业供应情况分析

第四节 中国医美机构行业需求情况分析

第五节 我国医美机构行业进出口形势分析

1、进口形势分析

2、出口形势分析

3、进出口价格对比分析

第六节、我国医美机构行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第七节 中国医美机构行业供需平衡分析

第八节 中国医美机构行业发展趋势分析

第五章 中国医美机构所属行业运行数据监测

第一节 中国医美机构所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国医美机构所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国医美机构所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2021年中国医美机构市场格局分析

第一节 中国医美机构行业竞争现状分析

一、中国医美机构行业竞争情况分析

二、中国医美机构行业主要品牌分析

第二节 中国医美机构行业集中度分析

一、中国医美机构行业市场集中度影响因素分析

二、中国医美机构行业市场集中度分析

第三节 中国医美机构行业存在的问题

第四节 中国医美机构行业解决问题的策略分析

第五节 中国医美机构行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2021年中国医美机构行业需求特点与动态分析

第一节 中国医美机构行业消费市场动态情况

第二节 中国医美机构行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 医美机构行业成本结构分析

第四节 医美机构行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国医美机构行业价格现状分析

第六节 中国医美机构行业平均价格走势预测

一、中国医美机构行业价格影响因素

二、中国医美机构行业平均价格走势预测

三、中国医美机构行业平均价格增速预测

第八章 2017-2021年中国医美机构行业区域市场现状分析

第一节 中国医美机构行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区医美机构市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区医美机构市场规模分析

四、华东地区医美机构市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区医美机构市场规模分析

四、华中地区医美机构市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区医美机构市场规模分析

四、华南地区医美机构市场规模预测

第九章 2017-2021年中国医美机构行业竞争情况

第一节 中国医美机构行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国医美机构行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国医美机构行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 医美机构行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国医美机构行业发展前景分析与预测

第一节 中国医美机构行业未来发展前景分析

一、医美机构行业国内投资环境分析

二、中国医美机构行业市场机会分析

三、中国医美机构行业投资增速预测

第二节 中国医美机构行业未来发展趋势预测

第三节 中国医美机构行业市场发展预测

一、中国医美机构行业市场规模预测

二、中国医美机构行业市场规模增速预测

三、中国医美机构行业产值规模预测

四、中国医美机构行业产值增速预测

五、中国医美机构行业供需情况预测

第四节 中国医美机构行业盈利走势预测

一、中国医美机构行业毛利润同比增速预测

二、中国医美机构行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国医美机构行业投资风险与营销分析

第一节 医美机构行业投资风险分析

一、医美机构行业政策风险分析

二、医美机构行业技术风险分析

三、医美机构行业竞争风险分析

四、医美机构行业其他风险分析

第二节 医美机构行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国医美机构行业发展战略及规划建议

第一节 中国医美机构行业品牌战略分析

一、医美机构企业品牌的重要性

二、医美机构企业实施品牌战略的意义

三、医美机构企业品牌的现状分析

四、医美机构企业的品牌战略

五、医美机构品牌战略管理的策略

第二节 中国医美机构行业市场重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国医美机构行业战略综合规划分析

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第十四章 2021-2026年中国医美机构行业发展策略及投资建议

第一节 中国医美机构行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国医美机构行业营销渠道策略

一、医美机构行业渠道选择策略

二、医美机构行业营销策略

第三节 中国医美机构行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国医美机构行业重点投资区域分析

二、中国医美机构行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/yiliaoqixie/543541543541.html>