

中国美发行业现状深度分析与投资前景预测报告 (2022-2029年)

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《中国美发行业现状深度分析与投资前景预测报告（2022-2029年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202202/575241.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

生活水平的提高刺激了对“美”的消费欲望，人们愿意花费更多的精力和金钱捯饬外表。而发型影响气质，发色影响肤色，因此人们尤其注重对头发的“投资”。

近年来，网络的发展则为美发行业的宣传提供了优质的途径，明星效应下追星者的争相效仿也成为美发行业的发展动力之一。

国内美发行业拥有庞大的国民群体，已经成为消费热点。数据显示，2015年国内美发行业规模已超3000亿元，预计2022年将超4000亿元。

良好的市场环境和前景下，缘何美发行业至今尚未跑出一家全国性品牌？

数据来源：观研天下数据中心整理

一、美发行业制约因素分析

1.市场乱象丛生

充值会员卡，享受打折优惠，是许多理发店常用的营销手段，可以在没有代价的情况下实现提前盈利，但办卡制度的“套路”却让消费者苦不堪言。

通常理发店会员卡有最低充值额度规定，而会员卡内的余额又很难刚好可以完成最后一次消费，消费者想要充分利用余额，往往需要充值更多的钱，这样基本上就把顾客和理发店捆绑在了一起。

美发行业属于轻资产行业，前期投入较低，因此常易发生老板“跑路”现象。充值的会员卡大概率的结果是，消费者卡里的金额还没用完，就被理发店告知店面已经易主，原先充值的金额不能使用，需要重新充值才能继续享受优惠，转眼消费者又掉入另一个陷阱。

此外，会员卡的办理通常与员工的提成密切相关。一方面，美发师会用话术诱导消费者办卡，后续容易引起纠纷。另一方面，美发师成了销售人员，核心的美发技艺下降，顾客不满意，回头客太少，营业额急速下滑，现金流急速吃紧。

除了会员卡充值，理发店的“套路”还体现在涨价上。为了让涨价名正言顺，多数理发店会声称将前往日本、韩国进修。所谓的美发进修其实仅仅是打卡当地顶级美发沙龙、与业内大师合影、发朋友圈广而告之等等。进修回来产品及服务就开始涨价，涨幅还不小，即使理出来的头发仍然是原来的“配方”。

诱导消费、“办卡套路”、老板“跑路”等负面舆论此起彼伏，行业投诉量激增。2020年，12315受理的美容美发洗浴服务投诉排名靠前，并大有愈演愈烈之势。在消费者的心中美发行业的形象已跌落谷底。

数据来源：观研天下数据中心整理

2.商业模式尚不成熟

美发行业的另一痛点则在经营模式上。高度粗放、分散是这个行业的基本特征，行业里97%的企业注册资本在100万元以下，行业排名前20位的企业市场份额加起来还不到市场总份额的2%，个体户美发店占据了市场的半壁江山。

小规模的美发店虽然投入不高，但成本结构具有很大的限制性，只靠剪发很难维持生计，房租、水电、人员开支都加重了运营成本。而美发行业门槛较低，随着竞争者的不断加入，美发店只好打起价格战吸引消费者。一边是居高不下的运营成本，一边是业内“血流成河”的厮杀，大多数美发店不但难以实现有效的兼并、扩张等规模化目标，甚至面临倒闭的风险，致使整个市场暗淡无光。

3.美发专业人才不足

美发行业还面临着人才紧缺的困境。一方面，美发行业的流动率和人才流失率长期占据高位，这是由于美发师的培养周期较长，且学成出师后美发师跳槽单干的几率较高。

另一方面，国内美发人才培养机制尚不成熟，学员想要成为发型师只能去文峰此类美容美发学校学习，但这类学校收费较高，往往还没学上技术，学员就先负上了债。如文峰分为全科班、特训班、以及9+6这三个不同档次的课程，全科班收费两三千，特训班学费一万，9+6最贵，要两三万。既费时又费钱的人才培养模式无法给市场提供大量的美发专业人员。

二、美发行业发展建议

1.连锁化、品牌化、在线化发展

造成美发行业市场乱象的主要原因在于美发价格不透明、服务水平较低以及行业标准缺失。连锁店统一的价格在一定程度上提高了市场价格的透明度，其标准化服务也更容易保证服务质量。连锁美发店的形成，能令投资者快速地组建客源网络，客户持卡可方便地到各连锁店享受消费，这也是锁定客源的一种经营方式。目前INSTYLE、3AM、OnHair等紧跟潮流的连锁店排名比较靠前，连锁店的定制化服务被越来越多的人接受。

价格战的恶性竞争容易导致行业往低端化方向发展。美发店向品牌化发展将使得美发行业进入优胜劣汰的洗牌期，市场从价格战向品牌战升级，改善了美发店在高成本和低价促销两座大山之下进退两难的境地。

当品牌美发店拥有自己的特色风格与企业文化氛围时，将形成独特的竞争优势。如美国的一家名为Drybar的美发沙龙店，其创始人Alli敏锐地发现了女性头发造型这一庞大需求，开始了只吹头发的创业之路。Drybar提供全直头发、鱼尾辫等各种头发造型服务，过程中Drybar为用户免费提供各种香槟、咖啡、柠檬水和甜点，顾客可以一边吹着头发，一边看时尚杂志，一边享用免费甜品，度过一段轻松惬意的时光。在这些基础上，Drybar仍不断提供延伸产品和服务，推出了各种量身打造的美发产品和美发造型工具。尽管在Drybar吹一次头发要35到50美元，但同类型的美发店较少，因此来Drybar消费的顾客络绎不绝。

近年来国内部分美发店的“格局”也逐渐打开，在创新上下足了功夫。在装修风格上，不同于传统的理发店空间设计，取而代之的是复古美式、哥特风、日式等主题装修。有的美发店则开发了“理发+”模式，如“理发+下午茶”、“理发+蹦迪”等，甚至有酒店别出心裁地将理发店搬

进酒吧，啜茶饮、剃龙头、畅玩乐，一系列唤醒感官的全新体验带客人穿梭回上海30年代的黄金时期。

资料来源：观研天下整理

此外，美发店的在线化经营也是不错的战略之一。传统美发店可以利用互联网+实现行业发展新机遇。例如“星客多”、“优剪生活”、“QBHouse”通过在线预约理发实现了“快剪模式”。这种廉价便捷的流水线生产方式提升了服务效率又降低了运营成本。这类美发店没有传统理发店高毛利的商品销售与服务，想要赚到钱，就需要从成本上下功夫。

以QBHouse为例，QBHouse店铺的面积都不大，一般是在6-8平米一家，仅仅3个理发椅，这样就能节省很大一笔租金支出。在店面门口放置一台支持收款功能的排队叫号机，支持刷卡付款取号。在房间内有一套电脑程序化的理发椅子，用于监测人数感应器，然后把监测数据反映到灯光上。在门外还有三种代表不同含义的灯，绿色表示不需要等待；黄色表示需要等待；红色表示需要等待的时间很长。消费者可以根据这种灯光判断要不要进来取号剪发，也减少了传统美发店的空间浪费。QBHouse的这种模式帮助顾客节省时间的同时，又能节省店铺空间上的开支。

2.建立有效的人才培养机制

通过制定有效的人才培养与开发机制，为美发行业的可持续发展提供人才保障支持。从诞生世界级美发大师最多的亚洲国家日本的经验来看，很多美发企业采用的是集学校、沙龙、化妆品生产于一体的经营模式，学校向沙龙输送人才，沙龙为学生提供实习场所，化妆品厂为学校 and 沙龙提供产品。

这样一条龙的经营模式，一方面能让学生尽快适应工作，另一方面美发沙龙和学校也能成为产品宣传的窗口，且能够根据实际使用情况将改进意见及时反馈给化妆品厂，这种正向循环在很大程度上促进了行业的良性发展。

三、总结

我国美发市场已逐渐成熟，但在多重因素制约下，如不破局，行业难以向高质量发展。美发行业规范化、透明化是市场的关键，消费者信任增加，消费市场自会随之扩张。另外，不论何种类型的美发店，都不应固步自封，积极主动的探索才能挖掘新的市场机会，同时建立有效的人才培养机制，才能拥有长远的发展。

观研报告网发布的《中国美发行业现状深度分析与投资前景预测报告（2022-2029年）》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，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 2018-2022年中国美发行业发展概述

第一节 美发行业发展情况概述

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

第二节 中国美发行业生命周期分析

- 一、美发行业生命周期理论概述
- 二、美发行业所属的生命周期分析

第三节 美发行业经济指标分析

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

第二章 2018-2022年全球美发行业市场发展现状分析

第一节全球美发行业发展历程回顾

第二节全球美发行业市场规模与区域分布情况

第三节亚洲美发行业地区市场分析

一、亚洲美发行业市场现状分析

二、亚洲美发行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲美发行业市场前景分析

第四节北美美发行业地区市场分析

一、北美美发行业市场现状分析

二、北美美发行业市场规模与市场需求分析

三、北美美发行业市场前景分析

第五节欧洲美发行业地区市场分析

一、欧洲美发行业市场现状分析

二、欧洲美发行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲美发行业市场前景分析

第六节 2022-2029年世界美发行业分布走势预测

第七节 2022-2029年全球美发行业市场规模预测

第三章 中国美发行业产业发展环境分析

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、全社会消费品零售总额

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

第二节我国宏观经济环境对美发行业的影响分析

第三节中国美发行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节政策环境对美发行业的影响分析

第五节中国美发行业产业社会环境分析

第四章 中国美发行业运行情况

第一节中国美发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

三、行业发展特点分析

第二节中国美发行业市场规模分析

一、影响中国美发行业市场规模的因素

二、中国美发行业市场规模

三、中国美发行业市场规模解析

第三节中国美发行业供应情况分析

一、中国美发行业供应规模

二、中国美发行业供应特点

第四节中国美发行业需求情况分析

一、中国美发行业需求规模

二、中国美发行业需求特点

第五节中国美发行业供需平衡分析

第五章 中国美发行业产业链和细分市场分析

第一节中国美发行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、美发行业产业链图解

第二节中国美发行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对美发行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对美发行业的影响分析

第三节我国美发行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2018-2022年中国美发行业市场竞争分析

第一节中国美发行业竞争要素分析

一、产品竞争

二、服务竞争

三、渠道竞争

四、其他竞争

第二节中国美发行业竞争现状分析

一、中国美发行业竞争格局分析

二、中国美发行业主要品牌分析

第三节中国美发行业集中度分析

一、中国美发行业市场集中度影响因素分析

二、中国美发行业市场集中度分析

第七章 2018-2022年中国美发行业模型分析

第一节中国美发行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节中国美发行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国美发行业SWOT分析结论

第三节中国美发行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2018-2022年中国美发行业需求特点与动态分析

第一节中国美发行业市场动态情况

第二节中国美发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

第三节美发行业成本结构分析

第四节美发行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节中国美发行业价格现状分析

第六节中国美发行业平均价格走势预测

一、中国美发行业平均价格趋势分析

二、中国美发行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国美发行业所属行业运行数据监测

第一节中国美发行业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

第二节中国美发行业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

第三节中国美发行业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

第十章 2018-2022年中国美发行业区域市场现状分析

第一节中国美发行业区域市场规模分析

影响美发行业区域市场分布的因素

中国美发行业区域市场分布

第二节中国华东地区美发行业市场分析

- 一、华东地区概述
- 二、华东地区经济环境分析
- 三、华东地区美发行业市场分析
 - (1) 华东地区美发行业市场规模
 - (2) 华东地区美发行业市场现状
 - (3) 华东地区美发行业市场规模预测

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、华中地区美发行业市场分析
 - (1) 华中地区美发行业市场规模
 - (2) 华中地区美发行业市场现状
 - (3) 华中地区美发行业市场规模预测

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、华南地区美发行业市场分析
 - (1) 华南地区美发行业市场规模
 - (2) 华南地区美发行业市场现状
 - (3) 华南地区美发行业市场规模预测

第五节华北地区美发行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区美发行业市场分析
 - (1) 华北地区美发行业市场规模
 - (2) 华北地区美发行业市场现状
 - (3) 华北地区美发行业市场规模预测

第六节东北地区市场分析

- 一、东北地区概述
- 二、东北地区经济环境分析
- 三、东北地区美发行业市场分析
 - (1) 东北地区美发行业市场规模
 - (2) 东北地区美发行业市场现状

(3) 东北地区美发行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

一、西南地区概述

二、西南地区经济环境分析

三、西南地区美发行业市场分析

(1) 西南地区美发行业市场规模

(2) 西南地区美发行业市场现状

(3) 西南地区美发行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

一、西北地区概述

二、西北地区经济环境分析

三、西北地区美发行业市场分析

(1) 西北地区美发行业市场规模

(2) 西北地区美发行业市场现状

(3) 西北地区美发行业市场规模预测

第十一章 美发行业企业分析（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、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2022-2029年中国美发行业发展前景分析与预测

第一节中国美发行业未来发展前景分析

一、美发行业国内投资环境分析

二、中国美发行业市场机会分析

三、中国美发行业投资增速预测

第二节中国美发行业未来发展趋势预测

第三节中国美发行业规模发展预测

一、中国美发行业市场规模预测

二、中国美发行业市场规模增速预测

三、中国美发行业产值规模预测

四、中国美发行业产值增速预测

五、中国美发行业供需情况预测

第四节中国美发行业盈利走势预测

第十三章 2022-2029年中国美发行业进入壁垒与投资风险分析

第一节中国美发行业进入壁垒分析

一、美发行业资金壁垒分析

二、美发行业技术壁垒分析

三、美发行业人才壁垒分析

四、美发行业品牌壁垒分析

五、美发行业其他壁垒分析

第二节美发行业风险分析

一、美发行业宏观环境风险

二、美发行业技术风险

三、美发行业竞争风险

四、美发行业其他风险

第三节中国美发行业存在的问题

第四节中国美发行业解决问题的策略分析

第十四章 2022-2029年中国美发行业研究结论及投资建议

第一节观研天下中国美发行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节中国美发行业进入策略分析

一、目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节美发行业营销策略分析

一、美发行业产品营销

二、美发行业定价策略

三、美发行业渠道选择策略

第四节观研天下分析师投资建议

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202202/575241.html>