

# 2019年中国美容行业分析报告- 产业深度研究与运营商机前瞻

报告大纲

观研报告网

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

## 一、报告简介

观研报告网发布的《2019年中国美容行业分析报告-产业深度研究与运营商机前瞻》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/465468465468.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

### 【报告大纲】

#### 第一章美容行业相关概述

##### 1.1美容基本概念及分类

###### 1.1.1美容定义

###### 1.1.2分类介绍

###### 1.1.3行业区别分析

##### 1.2医疗美容概念及分类

###### 1.2.1行业定义

###### 1.2.2分类介绍

###### 1.2.3美容外科

###### 1.2.4皮肤美容

###### 1.2.5产业链介绍

##### 1.3生活美容概念简述

###### 1.3.1行业定义

###### 1.3.2重要性分析

#### 第二章2016-2019年国际美容市场分析

##### 2.1国际美容市场发展情况

###### 2.1.1医疗美容市场规模

###### 2.1.2美容个护运行情况

###### 2.1.3美容机构市场发展

###### 2.1.4美容仪器发展分析

##### 2.2美国美容市场分析

###### 2.2.1美容行业运行情况

###### 2.2.2医疗美容市场状况

###### 2.2.3消费人群年龄分析

###### 2.2.4美容仪器发展规模

##### 2.3韩国美容市场分析

###### 2.3.1医疗美容发展历程

###### 2.3.2医疗美容发展现状

###### 2.3.3医疗美容优势分析

###### 2.3.4护肤品进出口分析

### 2.3.5美容仪器市场发展

## 2.4日本美容市场分析

### 2.4.1化妆品市场规模

### 2.4.2化妆品贸易发展

### 2.4.3日本美容新潮流

## 2.5英国美容市场分析

### 2.5.1美容行业运行情况

### 2.5.2美容美发市场发展

### 2.5.3医美服务市场规模

## 2.6其他国家美容市场分析

### 2.6.1欧洲

### 2.6.2俄罗斯

## 第三章2016-2019年中国美容市场发展环境分析

### 3.1宏观经济环境

#### 3.1.1宏观经济概况

#### 3.1.2对外经济分析

#### 3.1.3固定资产投资

#### 3.1.4宏观经济展望

### 3.2社会生活环境

#### 3.2.1社会消费规模

#### 3.2.2居民收入水平

#### 3.2.3居民消费水平

#### 3.2.4消费市场特征

#### 3.2.5消费结构变化

### 3.3政策环境

#### 3.3.1政策推动产业升级

#### 3.3.2营改增利好行业发展

#### 3.3.3各地推动行业技术进步

#### 3.3.4“互联网+”引导产业发展

## 第四章2016-2019年中国美容行业分析

### 4.12016-2019年中国美容行业发展状况分析

#### 4.1.1行业发展特征

#### 4.1.2行业企业数量

- 4.1.3行业收入规模
- 4.1.4行业结构分析
- 4.1.5行业效益分析
- 4.1.6行业经营效益
- 4.2区域美容行业发展情况分析
  - 4.2.1区域发展态势
  - 4.2.2区域商业环境
  - 4.2.3成都行业发展现状
  - 4.2.4上海行业发展状况
- 4.3中国美容产业园区发展分析
  - 4.3.1济南医美产业聚集区
  - 4.3.2杏林医学美容产业园
  - 4.3.3成都医美小镇
  - 4.3.4上海东方美容谷
- 4.4中国美容行业存在的问题
  - 4.4.1劳动成本走高
  - 4.4.2服务意识不足
  - 4.4.3管理人才缺乏
  - 4.4.4问题产生原因
- 4.5美容行业发展对策及建议
  - 4.5.1加强人才培养
  - 4.5.2扶持企业发展
  - 4.5.3挖掘消费潜力
  - 4.5.4提升服务品质
  - 4.5.5行业政策建议

## 第五章医疗美容行业发展分析

- 5.1中国医疗美容行业整体态势
  - 5.1.1医疗美容行业政策
  - 5.1.2医疗美容行业背景
  - 5.1.3医疗美容行业规模
  - 5.1.4医疗美容企业市场份额
  - 5.1.5医疗美容行业区域分布
  - 5.1.6医疗美容行业发展风险
- 5.2中国医疗美容细分市场状况分析

#### 5.2.1细分市场结构

#### 5.2.2美容外科领域

#### 5.2.3美容皮肤科领域

#### 5.2.4微整形领域

### 5.3中国医疗美容行业产业链分析

#### 5.3.1医疗美容产业链分析

#### 5.3.2医疗美容产业上游

#### 5.3.3医疗美容产业中游

#### 5.3.4医疗美容产业下游

### 5.4中国医疗美容典型企业发展分析

#### 5.4.1朗姿股份

#### 5.4.2华韩整形

#### 5.4.3荣恩医疗

#### 5.4.4丽都整形

#### 5.4.5鹏爱医疗

## 第六章2016-2019年化妆品行业发展分析

### 6.12016-2019年国际化妆品行业发展综合分析

#### 6.1.1国际市场发展现状

#### 6.1.2主要国家市场份额

#### 6.1.3美国化妆品行业发展

#### 6.1.4日本化妆品行业发展

#### 6.1.5韩国化妆品行业发展

### 6.22016-2019年中国化妆品市场发展分析

#### 6.2.1市场规模分析

#### 6.2.2人均消费水平

#### 6.2.3企业竞争态势

#### 6.2.4品牌竞争格局

#### 6.2.5品牌集中度

#### 6.2.6进口规模情况

### 6.32016-2019年中国化妆品市场消费行为分析

#### 6.3.1消费人群偏好

#### 6.3.2消费群体结构

#### 6.3.3消费年龄结构

#### 6.3.4品类需求分析

6.3.5男性消费偏好

6.3.6产品成分关注

6.42016-2019年中国彩妆行业发展综述

6.4.1发展动力分析

6.4.2市场发展规模

6.4.3彩妆市场结构

6.4.4细分市场规模

6.4.5消费年龄结构

6.4.6消费主力分析

6.5中国化妆品行业发展存在的问题分析

6.5.1面临国际化挑战

6.5.2产品质量安全问题

6.5.3产品原料发展较弱

6.5.4法律法规亟待完善

第七章2016-2019年护肤品市场分析

7.1护肤品产业链分析

7.1.1护肤品产业链分析

7.1.2护肤品行业上游

7.1.3护肤品行业中游

7.1.4护肤品行业下游

7.2护肤品行业发展现状

7.2.1行业发展规模

7.2.2区域市场情况

7.2.3主力消费人群

7.2.4品牌市场份额

7.2.5行业发展趋势

7.3男性护肤品市场发展潜力分析

7.3.1市场发展规模

7.3.2消费特点分析

7.3.3市场消费潜力

7.3.4市场发展空间

7.3.5市场发展前景

第八章2016-2019年美容保健品市场分析

## 8.1 女性保健品市场分析

### 8.1.1 女性健康意识发展

### 8.1.2 女性群体特征分析

### 8.1.3 产品购买季节分布

### 8.1.4 保健食品购买偏好

## 8.2 美容护理类保健品发展分析

### 8.2.1 市场发展状况

### 8.2.2 发展障碍因素

### 8.2.3 市场发展战略

## 8.3 阿胶市场发展状况

### 8.3.1 市场销售规模

### 8.3.2 产品价格分析

### 8.3.3 厂商竞争格局

### 8.3.4 产品结构分析

### 8.3.5 未来发展趋势

## 8.4 其他美容护理类保健品分析

### 8.4.1 胶原蛋白

### 8.4.2 燕窝

## 第九章 2016-2019年减肥、美发、美甲、美容仪市场分析

### 9.1 中国减肥美体市场分析

#### 9.1.1 常见的减肥产品分类

#### 9.1.2 国际减肥药物市场发展

#### 9.1.3 中国减肥市场需求空间

#### 9.1.4 国内减肥市场规模状况

#### 9.1.5 国内减肥市场消费者调查

#### 9.1.6 国内减肥药市场竞争概况

#### 9.1.7 典型减肥药企业运营状况

### 9.2 中国美发市场分析

#### 9.2.1 美发行业市场规模

#### 9.2.2 美发市场特点分析

#### 9.2.3 洗发水市场规模概况

#### 9.2.4 洗发水市场品牌格局

#### 9.2.5 防脱洗发水市场状况

#### 9.2.6 美发器市场发展分析

9.2.7美发行业发展趋势

9.2.8美发行业发展路径

9.3中国美甲市场分析

9.3.1美甲市场规模状况

9.3.2美甲市场发展特点

9.3.3美甲服务场景分布

9.3.4线上美甲市场增长

9.3.5美甲培训市场分析

9.3.6美甲行业发展趋势

9.4中国美容仪市场分析

9.4.1行业发展历程

9.4.2行业发展特点

9.4.3市场发展规模

9.4.4行业市场结构

9.4.5消费市场动态

9.4.6消费市场特点

第十章中国美容产品进出口数据分析

10.1中国唇用化妆品进出口数据分析

10.1.1进出口总量数据分析

10.1.2主要贸易国进出口情况分析

10.1.3主要省市进出口情况分析

10.2中国眼用化妆品进出口数据分析

10.2.1进出口总量数据分析

10.2.2主要贸易国进出口情况分析

10.2.3主要省市进出口情况分析

10.3中国指（趾）甲化妆品进出口数据分析

10.3.1进出口总量数据分析

10.3.2主要贸易国进出口情况分析

10.3.3主要省市进出口情况分析

10.4中国粉，不论是否压紧进出口数据分析

10.4.1进出口总量数据分析

10.4.2主要贸易国进出口情况分析

10.4.3主要省市进出口情况分析

10.5中国其他美容品或化妆品及护肤品进出口数据分析

10.5.1进出口总量数据分析

10.5.2主要贸易国进出口情况分析

10.5.3主要省市进出口情况分析

10.6中国护发品进出口数据分析

10.6.1进出口总量数据分析

10.6.2主要贸易国进出口情况分析

10.6.3主要省市进出口情况分析

## 第十一章2016-2019年美容业培训市场分析

11.1中国职业教育培训市场分析

11.1.1职业教育市场规模

11.1.2职业教育互联网化

11.1.3职业教育发展机遇

11.1.4职业教育发展方向

11.2美容教育行业发展综述

11.2.1美容教育基本本质探讨

11.2.2美容教育事业发展综述

11.2.3美容职业教育标准出炉

11.2.4美容医学教育发展目标

11.3中国美容行业从业人员状况分析

11.3.1人才供需分析

11.3.2从业人员结构

11.3.3从业人员待遇

11.3.4人才培训机构

11.4中国美容教育培训存在的问题及对策

11.4.1主要发展问题

11.4.2构建职业体系

11.4.3保证充足投入

11.4.4企业发展对策

11.4.5学校发展建议

11.4.6师生发展建议

## 第十二章2016-2019年中国美容院经营分析

12.12016-2019年中国美容院经营总体概况

12.1.1主要类型分析

- 12.1.2美容机构规模
- 12.1.3品牌发展分析
- 12.1.4行业发展趋势
- 12.2中国美容院发展中问题
- 12.2.1美容院发展存在的问题
- 12.2.2美容院经营面临的困难
- 12.2.3美容院化妆品问题分析
- 12.2.4美容院客户群管理问题
- 12.3美容院经营管理策略
- 12.3.1美容院经营问题对策
- 12.3.2经营美容院基本要素
- 12.3.3美容院经营黄金法则
- 12.3.4美容院拓客模式解析
- 12.3.5美容院化妆品经营建议
- 12.3.6美容院经营项目的选择
- 12.3.7促销提升美容院竞争力
- 12.3.8借鉴医院服务经营策略

### 第十三章2016-2019年连锁经营与美容业发展分析

- 13.1连锁经营的相关介绍
- 13.1.1连锁经营发展的条件
- 13.1.2实行连锁经营的条件
- 13.1.3连锁经营的经营形态
- 13.22016-2019年美容行业连锁经营总体分析
- 13.2.1机构连锁经营分析
- 13.2.2行业营收情况分析
- 13.2.3连锁经营模式对比
- 13.2.4连锁机构商业模式
- 13.2.5连锁品牌发展趋势
- 13.2.6美容业连锁发展益处
- 13.2.7美容连锁经营必然性
- 13.2.8直营连锁存在问题
- 13.2.9美容连锁经营困境
- 13.3中国美容业连锁经营发展的策略
- 13.3.1构建美容连锁经营模式

13.3.2 特许连锁经营步骤分析

13.3.3 美容加盟连锁管理建议

13.3.4 美容业连锁发展新模式

13.3.5 连锁美容院会员制建议

13.3.6 企业品牌形象定位策略

13.3.7 美容连锁经营策略分析

## 第十四章 2016-2019年美容业营销分析

14.1 美容行业营销模式及存在问题解析

14.1.1 中国美容行业营销模式剖析

14.1.2 美容产业其他营销模式简析

14.1.3 美容院营销存在的主要问题

14.1.4 美容院营销定位面临的问题

14.2 美容业营销策略与方法分析

14.2.1 美容业营销新模式

14.2.2 美容直销发展策略

14.2.3 美容企业营销战略

14.2.4 服务营销发展策略

14.2.5 美容连锁营销策略

14.3 中国整形美容市场营销概述

14.3.1 营销渠道介绍

14.3.2 营销模式问题

14.3.3 企业营销策略

14.3.4 网络推广模式

14.3.5 行业营销策略

14.3.6 市场推广手段

14.3.7 企业营销策略

14.4 2016-2019年中国整形美容O2O营销模式分析

14.4.1 O2O营销模式

14.4.2 O2O平台分类

14.4.3 平台服务模式

14.4.4 市场发展现状

14.4.5 O2O目标用户

14.4.6 市场竞争格局

14.4.7 营销发展优势

#### 14.4.8O2O营销趋势

#### 14.5中国美容院经营模式分析

##### 14.5.1营销新概念

##### 14.5.2微信营销价值

##### 14.5.3微信营销方式

##### 14.5.4营销存在问题

##### 14.5.5行业营销策略

#### 14.62016-2019年美容市场专业线市场分析

##### 14.6.1日化线与专业线产品现状

##### 14.6.2美容院及专业线产品现状

##### 14.6.3美容专业线市场面临困惑

##### 14.6.4美容专业线市场营销模式

##### 14.6.5美容专业线未来营销趋势

##### 14.6.6专业线品牌经营定位策略

### 第十五章2016-2019年直销与美容业发展分析

#### 15.12016-2019年中国直销业发展分析

##### 15.1.1直销的基本定义

##### 15.1.2直销与传销的区别

##### 15.1.3直销与营销的区别

##### 15.1.4直销产品分销渠道

##### 15.1.5直销模式的优势分析

##### 15.1.6直销业市场规模分析

##### 15.1.7直销企业的业绩规模

##### 15.1.8直销市场监管机制分析

##### 15.1.9中国直销行业发展趋势

#### 15.2直销业与美容业的相关性分析

##### 15.2.1直销业与美容业相同点

##### 15.2.2直销业与美容业结合分析

##### 15.2.3美容业是直销行业的沃土

#### 15.3美容化妆品直销发展状况分析

##### 15.3.1直销化妆品产品品类

##### 15.3.2化妆品直销渠道份额

##### 15.3.3直销化妆品市场分析

##### 15.3.4企业布局动态情况

### 15.3.5美容直销APP发展模式

## 15.4美容化妆品直销存在的问题及对策

### 15.4.1美容业直销面临挑战

### 15.4.2美容业直销模式风险

### 15.4.3直销美容业发展对策

## 第十六章美容行业投资分析

### 16.12016-2019年美容业资本市场动态

#### 16.1.1可思美（COSBEAUTY）

#### 16.1.2新氧微整平台

#### 16.1.3线上美容Nykaa

#### 16.1.4美业SaaS博卡

### 16.2男士美容市场投资潜力

#### 16.2.1男性美容基本项目介绍

#### 16.2.2男士美容消费上升趋势

#### 16.2.3国际男士美容市场格局

#### 16.2.4男士植发市场潜力分析

#### 16.2.5企业布局男士美容市场

#### 16.2.6男士美容市场规模空间

### 16.3医疗美容项目投资建设

#### 16.3.1项目基本情况

#### 16.3.2项目必要性分析

#### 16.3.3项目可行性分析

#### 16.3.4项目实施计划

#### 16.3.5项目投资概算

#### 16.3.6项目经济评价

### 16.4美容行业投资机会及投资策略分析

#### 16.4.1行业投资环境

#### 16.4.2行业投资机会

#### 16.4.3行业投资风险

#### 16.4.4美容行业投资策略

#### 16.4.5中小投资者投资策略

## 第十七章2020-2026年美容业发展前景与趋势预测分析

### 17.1中国美容业发展前景与趋势

- 17.1.1行业发展趋势
- 17.1.2行业发展需求
- 17.1.3行业发展潜力
- 17.2中国医疗美容发展前景展望
- 17.2.1行业发展整体趋势
- 17.2.2消费群体需求趋势
- 17.2.3行业发展战略趋势
- 17.2.4资本市场发展趋势
- 17.2.5男性群体消费潜力
- 17.3中国化妆品市场发展前景与趋势
- 17.3.1政策发展机遇
- 17.3.2行业消费需求
- 17.3.3市场发展潜力
- 17.3.4行业发展空间
- 17.42020-2026年中国美容行业预测分析
- 17.4.12020-2026年中国美容行业影响因素分析
- 17.4.22020-2026年中国美容美发行业营业额预测
- 17.4.32020-2026年中国美容美发行业利润总额预测

## 图表目录

- 图表1美容行业的分类介绍
- 图表2生活美容行业和医疗美容行业的区别
- 图表3生活美容与医疗美容行监管区别
- 图表4医疗美容细分类别
- 图表5手术类医美与非手术类医美介绍
- 图表6美容外科项目名称分类及具体技术
- 图表7手术方式与非手术方式的比较
- 图表8不同等级的手术项目需要不同级别的整形医院
- 图表9皮肤美容需求的三种等级对比
- 图表10改善皮肤的四个方面
- 图表11医疗美容产业链介绍
- 图表122016-2019年全球整形美容总治疗量统计
- 图表132016-2019年全球整形美容细分项目治疗量统计

图表详见报告正文..... (GY YXY)

## 【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年中国美容行业分析报告-产业深度研究与运营商机前瞻》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。

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/meirong/465468465468.html>