

2009-2012年美容行业竞争格局与投资战略研究咨 询报告

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《2009-2012年美容行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》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/meirong/6619166191.html>

报告价格：电子版: 6000元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 8000

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

2008年，在美国金融风暴的袭击下，中国的美容行业发展形势并不乐观。具体表现为美容院的客流量略有减少，客单价亦有下降，而且人们的消费更理性了。但是，机遇与危险同在。一些健身美容中心趁金融危机空挡时期，抓住机遇进行人才储备，有品牌实力的，将加紧整合，扩大规模。当下，美容行业的市场需求大、从业人员结构复杂、实验性比较强和产业结构水平比较低，是当前中国美容业的4大特点。尽管经过了20多年的发展，但美容业至今没有进入成熟期，整个行业由于长期处于无序发展状态，寻找一种崭新的适合时代要求的产业运作模式迫在眉睫。在女性美容市场竞争已经白热化的2009年，男性美容将注入不少清新的空气，男士化妆品、男士美容院、男士SPA会所、美容院男宾服务专区增长的数量将大大的增加。在未来5年内，中国男士对护理品的市场需求将以96%的增长速度递增。据统计，男士化妆品市场份额每年都达到5亿元以上，到2010年将发展到40亿元。到2010年，我国化妆品市场销售总额将达800亿元。并且许多大的品牌都正在以较快的速度进入，各大厂家的研发、生产等都在紧张进行中，和竞争激烈的女性化妆品市场相比，男性化妆品市场像一个潜力巨大的金矿。

目前，人们对形象工程的关注，加剧了美容产业的细分。在产品上,有女性产品、男性产品、婴儿产品等消费细分，在种类上，有美白类、保湿类、去皱类、消斑类、祛痘类等；美发产业虽没有美容行业细分明白透彻，档次却也参差不齐。除了美容美发、SPA水疗、香熏美体、足体保健、专业美甲店外，专业男士美容馆的开张、儿童专业理发馆的诞生，意味着美容美发市场进一步细分。消费者自我意识的日渐提升，需要消费领域提供相应的产品和服务加以满足，而足不出户就可以享受“美”的服务，现在已经可以变成现实。私人美容渐成气候，将成了2009年美容行业的热点。因此特色化、细分化已成为不可替代的发展路径之一。只有将细分进行到底，才可能发现市场存在的空白点，进而寻找新的技术或服务占领市场。中国美容行业俨然已经成为中国经济的一大重要支柱，成为第五大消费。2009年，在机遇与挑战面前，我国美容企业该如何把握时机，迎接挑战，并根据行业发展趋势制定发展战略？美容业市场格局又将是怎样一派景象，在腾飞中的中国美容产业又会向哪一方向发展呢？

中国的美容业在近几年走向了仪器美容的“快餐时代”，各种美容院美容机构对美容仪器的科学性及其功能性也随之有了越来越多的需求。美容仪器的高速发展和推广也有力地推动着中国的美容院走上了高科技时代的轨迹。科技美容、仪器美容项目，在国外的美容院已经占到80%以上的份额，仪器美容取代简单的手工美容，已经呈现出“大势所趋”之势头，这是谁也无力改变和阻拦的事实。在这个前提下，美容消费客户的消费心理也正悄悄发生着改变，由于近年科学技术的进步和广泛普及，消费者消费需求也在不断的提高，整个消费市场已形成了三高现象，越是“高科技、高品质、高价位”的消费项目，越能激发出她们的消费欲望，使她们获得相应消费快感。从美容院经营者的立场分析，面对着这些有“高科技美容”消费

需求的客户，美容院经营者当然会意识到科技美容、仪器美容将为他们带来的惊人的丰厚利润，必然会斥资引进。在这个链条式的循环和影响下，中国的美容产业步入科技美容、智能美容的道路，是为必然。未来几年内美容仪器市场情况应是相当乐观的。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家海关总署、全国工商联美容化妆品业商会、中国香料香精化妆品工业协会、中华医学会医学美学与美容学分会、中国医师协会美容与整形医师分会、各省市美容美发协会、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据。报告立足于世界美容市场，分析了中国美容行业与市场现状、医学美容、减肥、美发、美甲相关产品市场、男士美容市场、美容业培训市场等几大细分市场的现状与发展趋势、美容院的经营、以及对美容业未来发展趋势等多方面进行了深度剖析，全面展示美容业市场现状，揭示美容业的市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 国际美容市场发展状况

第一节 国际美容市场现状

- 一、世界各地不同特色的SPA
- 二、2008年世界香料香精市场分析
- 三、金融危机对全球美容业的影响

第二节 国际整形美容市场概述

- 一、2008-2009年英国整容市场分析
- 二、2009年美国整形美容市场趋势预测
- 三、未来整形三大趋势

第三节 国外化妆品市场发展状况

- 一、2008年全球有机化妆品销售分析
- 二、韩国化妆品店发展历程及趋势
- 三、2009年泰国男性化妆品市场增长预测
- 四、金融风暴下化妆品需求预测

第四节 国际美容市场发展趋势

- 一、国际美容化妆品业科技发展趋势
- 二、亚洲整形美容发展趋势
- 三、未来最热门的整形美容术
- 四、2009年美国美容业需求预测

五、2010年全球减肥市场预测

第二章 中国美容行业发展现状

第一节 中国美容行业发展概况

一、美容行业发展基本特征

二、美容产业链

三、美容机构主要业态

第二节 2008年美容行业发展状况

一、2008年美容行业发展分析

二、2008年美容业新经济增长点分析

三、2008年中国药妆市场走向分析

第三节 金融危机对美容业的影响

一、金融危机对美容业的影响

二、金融危机对药妆行业的影响

第四节 美容行业存在的问题

一、中国美容业发展潜在的问题

二、美容行业专业线品牌发展问题

三、影响美容产业快速发展的瓶颈分析

第五节 美容行业发展建议及对策

一、美容业发展要建设品牌文化

二、美容业投资需谨慎

三、促进美容行业发展的建议

第三章 中国美容行业消费分析

第一节 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

六、西北区美容经济竞争力分析

七、东北区美容经济竞争力分析

第二节 美容市场消费群体分析

一、青少年美容消费分析

二、美容院消费者心理分析

三、老年人美容市场分析

第四章 美容化妆品市场分析

第一节 2008中国化妆品销售市场分析

- 一、2008年转型下的中国化妆品产业
- 二、2008年化妆品各种渠道的生态描述
- 三、2008年化妆品行业渠道现象分析

第二节 2008年我国美容化妆品市场现状

- 一、我国化妆品行业的可持续发展
- 二、金融危机带给化妆品业的机遇
- 三、金融危机下化妆品的发展趋势
- 四、2009年化妆品及容器需求预测

第三节 2008-2009年美容化妆品进出口分析

- 一、2008-2009年中国化妆品出口态势
- 二、2008-2009年化妆品出口数据分析
- 三、2008-2009年化妆品进口数据分析

第四节 2008-2009年化妆品流行趋势分析

- 一、高端产品
- 二、数重防护
- 三、奢华保养全线化
- 四、环保美容
- 五、矿物护肤
- 六、男士系列护肤品
- 七、心理暗示美容法

第五章 中国整形美容市场分析

第一节 整形美容市场发展现状

- 一、2008-2009年整容业发展现状分析
- 二、2008-2009年整形市场发展态势
- 三、2008-2009年整形美容消费趋势分析

第二节 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 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 2009年整形市场发展趋势

- 一、假体隆胸仍是主流
- 二、自体脂肪隆胸成趋势
- 三、非手术和微创整形术受欢迎
- 四、“脸部大改造”更安全
- 五、求美者越来越理性

第五节 2009-2010年整形美容发展趋势

- 一、2009年整容市场流行新趋势
- 二、2010年国内整形美容销售额预测
- 三、未来整容手术的替代趋势

第六章 减肥、美发、美甲市场分析

第一节 减肥美体市场分析

- 一、减肥产品广告市场发展分析
- 二、中药减肥市场发展分析
- 三、我国减肥药市场的变化发展趋势
- 四、我国减肥美体行业的特点及发展趋势
- 五、未来美体瘦身行业趋势分析

第二节 2008-2009年美发市场分析

- 一、中国美容美发行业发展概况
- 二、2008年美容美发市场走势分析
- 三、美发业发展现状与未来趋势
- 四、2009年美发流行新趋势

第三节 美甲市场现状分析

- 一、美甲行业的发展前景
- 二、美甲行业的发展现状
- 三、美甲行业发展存在的问题
- 四、美甲市场未来的发展趋势

第七章 男士美容市场分析

第一节 男士美容市场分析

- 一、2008年男士最喜欢的SPA调查分析
- 二、男士美容护肤卖点分析
- 三、男士美容护肤市场现状分析
- 四、男士美容新热点分析

第二节 男士整形美容市场分析

- 一、男性整形美容的兴起分析

二、2009年男士整形消费分析

三、未来男士整形主流分析

第三节 男士美容化妆品市场分析

一、男性最爱的美容项目市场前景

二、男士美容市场呈专柜专区发展

三、2010年男士化妆品市场份额预测

四、2010年男士美容市场预测

第二部分 行业竞争格局

第八章 美容行业竞争分析

第一节 2009年美容竞争分析

一、2008年美容市场竞争情况分析

二、2009年美容市场竞争形势分析

第二节 2008-2009年中国美容行业竞争分析及预测

一、2008-2009年集中度分析及预测

二、2008-2009年SWOT分析及预测

三、2008-2009年进入退出状况分析及预测

四、2008-2009年生命周期分析及预测

第九章 美容企业竞争策略分析

第一节 美容市场竞争策略分析

一、2009年美容市场增长潜力分析

二、2009年美容主要潜力项目分析

三、现有美容竞争策略分析

四、美容潜力项目竞争策略选择

五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 美容企业竞争策略分析

一、金融危机对美容行业竞争格局的影响

二、金融危机后美容行业竞争格局的变化

三、2009-2012年我国美容市场竞争趋势

四、2009-2012年美容行业竞争格局展望

五、2009-2012年美容行业竞争策略分析

六、2009-2012年美容企业竞争策略分析

第十章 美容重点企业竞争分析

第一节 企业一

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第二节 企业二

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三节 企业三

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 企业四

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 企业五

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 企业六

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第七节 企业七

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第八节 企业八

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第九节 企业九

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第十节 企业十

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第三部分 行业前景预测

第十一章 美容行业发展趋势分析

第一节 2009-2012年美容市场趋势分析

一、2008-2009年美容市场趋势总结

二、2009-2012年美容发展趋势分析

三、2009-2012年美容市场发展空间

四、2009-2012年美容产业政策趋向

五、2009-2012年美容价格走势分析

第二节 2009-2012年美容市场预测

一、2009-2012年美容市场结构预测

二、2009-2012年美容市场需求前景

三、2009-2012年美容市场价格预测

四、2009-2012年美容行业集中度预测

第三节 2009年美容美发业市场发展前景

一、2009年美容美发市场细分加剧

二、2009年进一步规范美容美发市场

三、2009年美容美发行业对高级人才需求

四、2009年美容美发教育前景看好

第四节 2009年最热门的美容项目预测

一、2009年香熏世界将大放异彩

二、2009年美塑疗法

三、2009年形象、色彩设计成热潮

四、2009年产后修复术是热点

五、2009年美容保健用品的风靡

六、2009年净颜祛斑大升级

七、2009年中医美容势不可挡

八、2009年面部修饰持续走俏

九、2009年概念美容

十、2009年男士关注小美容项目

第四部分 投资战略研究

第十二章 美容行业投资现状分析

第一节 2008年美容行业投资情况分析

一、2008年总体投资及结构

二、2008年投资规模情况

三、2008年投资增速情况

四、2008年分行业投资分析

五、2008年分地区投资分析

六、2008年外商投资情况

第二节 2009年上半年美容行业投资情况分析

一、2009年上半年总体投资及结构

二、2009年上半年投资规模情况

三、2009年上半年投资增速情况

四、2009年上半年分行业投资分析

五、2009年上半年分地区投资分析

六、2009年上半年外商投资情况

第十三章 美容行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

一、2008-2009年我国宏观经济运行情况

二、2009-2012年我国宏观经济形势分析

三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

一、2009年美容行业政策环境

二、2009年国内宏观政策对其影响

三、2009年行业产业政策对其影响

第三节 社会发展环境分析

一、国内社会环境发展现状

二、2009年社会环境发展分析

三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第十四章 美容行业投资机会与风险

第一节 美容行业投资效益分析

- 一、2008-2009年美容行业投资状况分析
- 二、2009-2012年美容行业投资效益分析
- 三、2009-2012年美容行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年美容行业的投资方向
- 五、2009-2012年美容行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响美容行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响美容行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响美容行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响美容行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国美容行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国美容行业发展面临的机遇分析

第三节 美容行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年美容行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年美容行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年美容行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年美容同业竞争风险及控制策略
- 五、2009-2012年美容行业其他风险及控制策略

第十五章 美容行业投资战略研究

第一节 美容行业发展战略研究

- 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

第二节 对美容品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、美容实施品牌战略的意义
- 三、美容企业品牌的现状分析
- 四、美容企业的品牌战略
- 五、美容品牌战略管理的策略

第三节 美容行业投资战略研究

- 一、2008年美容行业投资战略
- 二、2009年美容行业投资战略
- 三、2009-2012年美容行业投资战略
- 四、2009-2012年细分行业投资战略

第十六章 中国美容院经营分析

第一节 中国美容院发展概况

- 一、我国美容院的类型
- 二、美容院经营的关键
- 三、中国美容院经营方式分析
- 四、美容院新经营模式分析

第二节 中国美容院经营现状分析

- 一、2008年美容院最新热门项目调查
- 二、2008年十大领航美容院分析
- 三、2008年美容院人气促销排行榜
- 四、2008年美容院新型经营理念分析
- 五、2008年美容院成功经营方式分析
- 六、2008年美容院发展主趋势分析

第三节 美容院的市场定位分析

- 一、美容院的市场定位
- 二、谨防经营管理中的谬误
- 三、科学、时尚、超前、人性化的软硬件设施配备
- 四、广告媒介的投放宣传
- 五、管理者和员工自身素质的提高

第四节 美容院经营管理策略

- 一、连锁美容院的营销策略
- 二、美容院经营的黄金法则
- 三、美容院招揽顾客的战略
- 四、美容院的核心竞争力分析

第五节 未来美容院发展趋势

- 一、未来美容院经营趋势分析
- 二、未来美容院的主流模式分析

第十七章 美容业营销策略分析

第一节 美容市场专业线市场分析

- 一、专业线美容企业的渠道探讨

二、专业线美容市场分析

三、专业线美容企业品牌建设分析

第二节 中国美容产业发展突破之道

一、连锁经营品牌化生存

二、代理商提供增值服务培育核心竞争力

三、美容院优化产品组合策略

第三节 美容美发店的营销战略

一、战略定位

二、战略模型

三、战略目标

四、针对广告主的营销推广策略

五、针对美容美发厅的营销推广策略

六、运营模型

七、运作方式

第四节 美容企业淡季营销的策略

一、劈分市场与有的放矢

二、聚焦大户与政策倾斜

三、终端补货与培训先行

四、活动推广与刺激消费

五、推陈出新与吸引订货

六、销售竞赛与推动走量

第五节 “美容美发厅传媒系统”的多元盈利模型

一、广告销售盈利模型

二、影视广告制作盈利模型

三、产品开发销售盈利模型

四、产品代理直销盈利模型

五、网站运营盈利模型

六、公关活动盈利模型

七、电信增值盈利模型

八、媒体整合赢利模式

九、俱乐部赢利模型

图表目录

图表：2008年1月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年2月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年1季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年4月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年5月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年6月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年2季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年7月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年8月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年9月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年3季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年10月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年11月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年4季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年1-12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2009年1月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2009年2月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2009年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2009年1季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2009年4月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2009年5月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2009年6月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2009年2季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年1月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年2月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年1季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年4月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年5月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年6月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年2季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年7月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年8月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年9月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年3季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年10月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年11月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年4季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年1-12月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2009年1月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2009年2月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2009年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2009年1季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2009年4月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2009年5月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2009年6月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2009年2季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：美容机构民营经济成分占绝对优势

图表：美容行业从业者学历分布

图表：美容行业从业者培训状况

图表：美容行业主要从业者中职业资格分布

图表：美容主要消费群体年龄分布

图表：美容主要消费群体的职业分布

图表：美容的主要消费方式

图表：2008年美容美发行业最受关注十大产品排行

图表：2008-2009年美容美发市场最受关注产品走势分析图

图表：2008年1月份美容美发市场十大关注产品供应与求购对比图

图表：2008年1月美容美发市场全国采购商区域分布图

图表：2008年2月份美容美发市场最受关注十大产品排行榜

图表：2008年1月与2月美容美发市场最受关注产品走势分析图

图表：2008年2月份美容美发市场十大关注产品供应与求购对比图

图表：2008年2月份美容美发市场全国采购商区域分布图

图表：2008年4月美容美发行业最受关注十大产品排行

图表：2008年3-4月美容美发市场最受关注产品走势分析图

图表：2008年4月美容美发市场十大关注产品供应与求购对比图

图表：2008年4月美容美发市场全国采购商区域分布图

图表：2008年5月美容美发行业最受关注十大产品排行

图表：2008年4-5月美容美发市场最受关注产品走势分析图

图表：2008年5月份美容美发市场十大关注产品供应与求购对比图

图表：2008年5月美容美发市场全国采购商区域分布图

图表：2008年6月美容美发行业最受关注产品排行

图表：2008年5-6月美容美发市场最受关注产品走势对比图

图表：2008年6月美容美发市场最受关注十大产品供应与求购对比图

图表：2008年6月美容美发市场全国采购商区域分布图

图表：2008年7月份美容美发行业最受关注十大产品排行

图表：2008年6-7月美容美发市场最受关注产品走势分析图

图表：2008年7月份美容美发市场十大关注产品供应与求购对比图

图表：2008年7月美容美发市场全国采购商区域分布图

图表：2008年12月美容美发行业最受关注十大产品排名

图表：2008年11-12月美容美发市场最受关注产品走势对比图

图表：2008年12月美容美发市场十大关注产品供应与求购对比图

图表：2008年12月美容美发市场全国采购区域分布图

图表：2007年女性美甲行业顾客群体分析

图表：2008年十大领航美容院

图表：2007年21家中国直销获牌企业基本资料列表

图表：获准的15家在官方网站发布声明但尚未获得牌照的企业

图表：初级美容师国家职业标准工作要求

图表：初级美容师国家职业标准理论知识

图表：初级美容师国家职业标准技能操作

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/meirong/6619166191.html>