

# 2010-2015年中国美容产业链市场调研与发展前景 预测报告

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《2010-2015年中国美容产业链市场调研与发展前景预测报告》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/8652686526.html>

报告价格：电子版: 6800元 纸介版：7000元 电子和纸介版: 7200

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

### 内容提示

通过对美容行业进行深入的调查研究，结合国家统计局、工商、税务、海关、各级行业协会及专业调研机构等部门的数据、资料以及现阶段的宏观经济和政策环境，采用文案调研、电话访谈、实地调研等多种调研方式，以“数据+图表+论述”的形式，对美容行业的发展状况进行了全面的总结论述，在此基础上对美容行业的发展趋势进行了深层次、多角度的分析、预测和论证。

（报告以具体数据为基础，辅助以定量与定性分析相结合，在深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息同时采用统计图表、分析图示等多种形式将结果清晰、直观的展现出来，以方便读者解读分析。报告内容涉及美容行业的国内外及周边地区的发展概况、产业集群、市场规模、需求和供给、价格、市场集中度、竞争格局、用户需求、产业链上下游、渠道、进出口状况.....等，并对美容行业规模以上竞争企业进行了详细的调查研究，同时分析了当前全球金融危机、我国扩大内需政策和经济刺激方案对美容行业的发展影响，报告最后还对美容行业的营销、投资、应对金融危机等给出了专家意见。）

本报告有助于企业和投资机构准确了解目前美容行业的发展现状和趋势，把握美容行业发展所面临的优势、劣势、机会和威胁，抓住潜在的投资机会。（在报告的附件里赠送有全国规模以上美容行业竞争企业的信用状况及财务数据，）是企业和投资机构进行投资决策的重要参考依据。

### 第一章 2009-2010年国际美容产业运行态势分析

#### 第一节 2009-2010年国际美容市场综述

- 一、世界各地不同特色的SPA
- 二、世界香料香精市场分析
- 三、世界美容院经营状况分析
- 四、金融危机对全球美容业的影响

#### 第二节 2009-2010年国际整形美容市场透析

- 一、韩国整形美容市场分析
- 二、美国男性整容市场分析
- 三、日本女性整容的理由
- 四、好莱坞整容成热潮

#### 第三节 2009-2010年国外化妆品市场探析

- 一、2010年全球品牌化妆品销售情况
- 二、韩国化妆品店发展透析

三、泰国男性化妆品市场增长形势

四、高科技在美容化妆品产业的应用情况

第四节 2010-2013年国际美容市场发展趋势分析

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、美国美容业需求预测分析

五、全球减肥市场预测分析

第二章 2009-2010年中国美容产业政策环境解读

第一节 2009-2010年中国美容产业政策环境分析

一、美容业健康发展需要政府摆正态度

二、我国重拳出击美容服务等欺诈行为

三、中国出台美容美发行业新卫生规范

四、《化妆品标识管理规定》施行

五、2010年化妆品成分必须全部标识

第二节 2009-2010年中国美容行业标准规范的缺失

一、医学美容呼唤行业标准

二、规范医学美容行业痛并美丽着

第三节 2009-2010年中国美容相关政策法规

一、美容美发业管理暂行办法

二、医疗美容服务管理办法

三、初级美容师国家职业标准

四、高级美容师国家职业标准

第三章 2009-2010年中国美容产业运行新形势透析

第一节 2009-2010年中国美容行业发展概况

一、中国美容发展衍进与兴起

二、中国美容业亮点分析

三、中国美容行业主要业态

四、美容机构主要分布

第二节 2009-2010年中国美容业深度剖析

一、中国美容行业步入知本经济时代

二、中国美容行业热点事件聚焦

三、美容业新经济增长点分析

四、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 2009-2010年中国美容行业存在的问题分析

一、美容行业存在的问题

二、中国美容市场洗牌之前的危机

三、美容业的资源泛滥与浪费

四、美容业陷入诚信危机

五、美容行业专业线市场存在的问题

第五节 2009-2010年美容行业发展建议及对策分析

一、美容化妆品业应统一行为标准与服务规范

二、促进美容行业发展的四项建议

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

第四章 2009-2010年中国美容市场运行动态分析

第一节 2009-2010年中国美容市场发展情况分析

一、观念变得快美容机构变得更快

二、我国市场细分明朗美容产业增值明显

三、我国美容行业人才市场分析

四、国内美容市场快速增长国际品牌纷至沓来

第二节 2009-2010年中国美容市场热点分析

一、美容业成第四大消费热点

二、整容美容成国内第五大消费热点

三、美容行业的新中医时代

四、青少年美容是美容新市场

五、美容化妆业的奥运市场分析

六、健康生活理念催生美容产业投资热

第三节 2009-2010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

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

第四节 2009-2010年中国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

第五章 2009-2010年中国美容化妆品市场运行格局分析

第一节 2009-2010年中国化妆品销售市场分析

一、转型下的中国化妆品产业

二、化妆品各种渠道的生态描述

三、化妆品行业渠道现象分析

第二节 2009-2010年中国美容化妆品市场现状分析

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、化妆品及容器需求预测分析

第三节 2009-2010年美容化妆品市场消费状况调查

第四节 2009-2010年中国美容化妆品业发展趋势及策略

一、我国化妆品行业的发展趋势

二、化妆品行业品牌发展趋势

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 2009-2010年中国整形美容市场运行态势分析

第一节 2009-2010年中国整形美容市场透析

一、中国整形美容业的兴起

二、整形美容产业正式步入高级阶段

三、整形美容队伍的发展变化

四、我国整形美容行业的网络推广模式

第二节 2009-2010年中国整形美容产品分析

一、整形美容产品市场规模

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 2009-2010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 2009-2010年整形美容市场现状分析

- 一、我国整形美容业市场规模
- 二、整形美容亮点分析
- 三、中老年人整容的心理取向
- 四、整容趋向老龄、低龄化

#### 第五节 2009-2010年整形美容市场竞争状况及发展建议

- 一、整形美容市场竞争状况分析
- 二、整容市场呼唤理性竞争
- 三、我国医疗整形美容业走向个人品牌时代

#### 第六节 2010-2015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、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

#### 第七节 2010-2015年中国整形美容发展趋势分析

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

#### 第七章 2009-2010年中国减肥、美发、美甲市场运行态势分析

##### 第一节 2009-2010年中国减肥美体市场分析

- 一、减肥行业发展阶段
- 二、减肥市场消费量状况
- 三、减肥药品市场调查分析
- 四、全球近1/5的体重超标肥胖者是中国人
- 五、我国减肥药市场发展趋势
- 六、美体瘦身行业趋势分析
- 七、2010年全球减肥市场将达90亿美元

##### 第二节 2009-2010年中国美发用品市场分析

- 一、我国美发市场空白形式日显
- 二、美发市场策略
- 三、中国洗发水市场现状
- 四、美容美发行业整顿任重道远
- 五、我国生发剂市场日益升温前景看好
- 六、中国美发美容协会对美发美容用具要求

## 七、我国洗发水市场的发展及趋势

## 八、美发用品店商机无限

### 第三节 2009-2010年中国美甲市场现状分析

#### 一、美甲业进入发展期

#### 二、美甲已经从时尚渐变为一种生活形态

#### 三、美甲行业发展存在的问题

#### 四、男士崇尚美甲

#### 五、美甲行业的前景分析

### 第八章 2009-2010年中国男士美容市场动态分析

#### 第一节 2009-2010年男士美容市场分析

##### 一、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 2009-2010年男士整形美容市场分析

##### 一、男性整形美容的兴起分析

##### 二、男士整形消费分析

##### 三、未来男士整形主流分析

#### 第三节 2009-2010年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

### 第九章 2009-2010年中国美容业培训市场分析

#### 第一节 2009-2010年美容业人才现状与职业培训

##### 一、美容业管理人才渐从香港到大陆发展

##### 二、美容业急需高端人才

##### 三、美容市场呼唤美甲技师

#### 第二节 2009-2010年美容教育发展现状及建议

##### 一、中国美容教育本质分析

##### 二、培育美容文化促进美容教育

##### 三、我国当代美容教育的新使命

##### 四、提高美容师的综合素质

#### 第三节 2009-2010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、美容学历教育出现3种人适合读MBA

三、上海第一个专业"美容师学院"诞生

四、美容美发专业走进大学校园

五、美容培训也能拿英国学位

第四节 2010-2015年中国美容教育发展趋势分析

一、美容教育产业投资趋于多元化发展

二、美容职业教育将受到国家教育和劳动管理部门的更加重视

三、美容学历教育将快速发展

四、专业美容教育师资需求进一步增加

第十章 2009-2010年中国美容业市场营销战略分析

第一节 2009-2010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、中国美容业营销呼唤全面升级

三、美容业营销大思路

第二节 2009-2010年中国美容市场专业线市场分析

一、专业线美容企业的"渠道扁平化"分析

二、专业线美容市场分析

三、专业线美容企业品牌建设分析

第三节 2009-2010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 2009-2010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"产生的原因

三、"前店后院"发展的优势

四、"前店后院"发展瓶颈

五、"前店后院"的营销策略

第十一章 2009-2010年中国直销与美容业的发展动态分析

第一节 直销概念

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

### 第十二章 2009-2010年中国连锁经营与美容业的发展分析

#### 第一节 2009-2010年中国美容连锁经营分析

##### 一、中国美容连锁加盟市场分析回顾展望

##### 二、美容企业连锁经营成必然趋势

##### 三、中国美容业加盟连锁发展之现状

##### 四、美容连锁企业的品牌文化与品牌管理

#### 第二节 2009-2010年中国大力发展我国美容业的连锁经营

##### 一、美容业连锁经营九大营销策略

##### 二、美容业连锁经营的未来方向

##### 三、化妆品行业连锁经营的十大设想

##### 四、连锁经营的发展趋势

##### 五、美容院特许加盟连锁经营赢利模式

### 第十三章 2009-2010年中国美容院经营策略分析

#### 第一节 2009-2010年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

#### 第二节 2009-2010年中国美容院成功经营策略分析

##### 一、营业额的构成

##### 二、顾客管理的要点

##### 三、根据季节性的变化订立销售计划与促销办法

#### 四、促销活动的策划与组织

##### 第三节 2009-2010年中国美容院经营管理策略分析

- 一、促销为美容院添利
- 二、美容院经营的黄金法则
- 三、美容院如何选择自己的产品品牌
- 四、美容院的核心竞争力
- 五、建立星级美容院的新经营构想

##### 第四节 2010-2015年中国美容院发展趋势分析

- 一、市场发展为美容院带来的经营新模式
- 二、美容院未来发展趋势
- 三、未来美容院经营管理模式分析
- 四、未来美容院的主流模式分析
- 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

#### 第十四章 2009-2010年中国美容院服务营销策略分析

##### 第一节 2009-2010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 2009-2010年我国美容院营销现状分析

- 一、营销意识淡薄，营销观念落后
- 二、市场调研欠深入、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 2009-2010年我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 2009-2010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

#### 第十五章 2010-2015年中国美容业发展趋势预测分析

##### 第一节 2010-2015年美容美发业市场发展前景

一、美容美发市场细分加剧

二、进一步规范美容美发市场

三、美容美发行业对高级人才需求

四、美容美发教育前景看好

第二节 2010-2015年中国最热门的美容项目预测分析

一、香熏世界将大放异彩

二、美塑疗法

三、形象、色彩设计成热潮

四、产后修复术是热点

五、美容保健用品的风靡

六、净颜祛斑大升级

七、中医美容势不可挡

八、面部修饰持续走俏

九、概念美容

十、男士关注小美容项目

第三节 2010-2015年美容业细分产品发展趋势

一、护肤美白发展趋势

二、美容彩妆市场展望

三、香水业展望

四、彩妆销售额预测

第四节 2010-2015年中国美容业发展趋势

一、2009年中国美容市场增长预测

二、2010年我国美容业收入预测

三、未来几年中国美容消费热点流行趋势

第十六章 2010-2015年中国美容业投资战略研究

第一节 美容院在金融危机形势下投资分析

一、金融危机形势下美容院的发展态势

二、金融危机形势下美容院的投资方向

第二节 2010-2015年男士美容市场商机分析

一、男士美容市场投资与风险分析

二、男性化妆品市场的开发

三、2009年男性美容投资趋势

第三节 2010-2015年美容业投资热点析

一、生产厂家的优势

二、品牌优势

### 三、销售支持优势

图表目录：（部分）

图表：2005-2009年国内生产总值

图表：2005-2009年居民消费价格涨跌幅度

图表：2009年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2009年年末国家外汇储备

图表：2005-2009年财政收入

图表：2005-2009年全社会固定资产投资

图表：2009年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2009年固定资产投资新增主要生产能力

图表：中外化妆品品牌对比

图表：用人单位招聘需求排行

图表：各类人才择业需求排行

图表：连锁经营企业的SI规划战略目标

图表：2009年十大领航美容院

图表：美容院服务产品区别于有形产品的特征

图表：略.....

更多图表见报告正文

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/meirong/8652686526.html>