

2007年中国美容行业研究咨询报告（2007年第二版）

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《2007年中国美容行业研究咨询报告（2007年第二版）》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/xiantiyongpin/2970929709.html>

报告价格：电子版: 6300元 纸介版：6800元 电子和纸介版: 7300

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

内容简介2007年美容业仍成为继住房、汽车、旅游之后的第四大消费热点，美容服务业实现产值2200亿元左右，行业从业人员超过1000万人，巨大的商机已经凸现。今后几年，以科技创新、品牌创新、质量创新、服务创新为本的‘新美容经济’将成为中国第三产业中的最大亮点。近年来美容业被认为是朝阳行业和暴利行业，而有统计数据显示近10年来我国发生的各类美容毁容案件高达20万起，整个行业长期处于无序发展状态，2007年美容行业应该以“责任、和谐、发展”的思路寻求行业的健康发展。从美容化妆品商会获悉，今后美容院将和现在的酒店一样挂上等级牌，实行“星级”管理，此项政策有望在2007年开始实施。“星级”评定制度，是以美发美容店的技术力量、服务质量、卫生水平和规模设施等作为指标，综合考察评定美发美容店是否达标或是达到某个星级水平，最终的目的是规范目前的美容市场。所以说“星级”管理的实施对我国美容业无疑是个好消息。美容行业可借助在抬高准入门槛的同时，促使行业集体升级。2007年美容业走向品牌差异化营销时代。一直以来品牌建设是推动美容行业往前发展的重要的力量，但在美容经济市场进一步细分，竞争的不断加剧的大环境影响下，美容业势必将走向品牌差异化营销时代。当然品牌差异化营销并不是一个新的概念，其它行业已先行一步，在美容业里一直也潜移默化的存在着，只是在以往还不是时代主流方向。然而2007年，品牌差异化营销将浮出水面，并逐渐成为当今美容业主流发展方向。2007年脑部护理成美容新潮流，花朵美容也将成新宠。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。商务部公布的统计资料表明，独立开办企业业主的成功率不到20%，加盟连锁店而开办的企业，成功率却高于90%。专家认为，特许加盟连锁经营方式具有突出优势，但目前在国内发展还具有一定的滞后性，预计未来这一营销方式将成为主流。况且特许加盟连锁经营虽然是一种先进的营销方式，但它并不能适用于所有的美容营业机构。除了特许加盟连锁经营外，规模很小但具有专业化、特色化的美容机构，也是未来的发展趋势之一。据预测，2010年我国美容业收入将超3000亿元。2007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呢？本研究咨询报告依据国家统计局、国家发改委、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、中国行业研究网、国内外多种相关报刊杂志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，从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、以及美容业未来发展趋势等多方面深度剖析，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
行业现状分析第一章 国际美容市场概况 1	第一节 2007年国际美容市场现状
1一、世界各地不同特色的SPA	1二、美国美容市场分析
3三、日本美容行业刮起“药妆”料理旋风	3四、韩国美容产业规模惊人
4五、德国美容化妆品市场危机与商机并存	8六、法国美容化妆品市场前景看涨 11
第二节 国际整形美容市场概述 13	1一、美国男性整容之风渐起 13
13二、日本女性整容的理由	
14三、好莱坞整容成热潮	16
第三节 国际美容市场发展趋势	
17一、国际美容化妆品业科技新动向	17二、2007年中草药美容化妆品全球受宠
29三、未来最热门的整形美容术	31
四、2010年全球减肥市场预测 34	第二章
中国美容行业分析 35	第一节 中国美容行业发展概况 35
35一、中国美容行业发展历程	
35二、美容行业发展基本特征 36	三、美容产业链 39
四、美容机构主要业态 40	第二节
美容行业影响因素分析	41
41一、WTO为我国美容业带来的影响	
41二、美容美发业潜规则制约行业发展	42
三、影响美容产业快速发展的四大瓶颈	
47四、我国美容行业步入知本经济时代	54
五、中国美容与整形业开始与国际接轨 58	第三节
中国城市美容经济竞争力分析 58	一、华北区 59
二、华南区 60	三、华东区 61
四、华中区 62	五、西南区 62
六、西北区 63	七、东北区 64
第四节 美容行业存在的问题	
65一、行业现存的五大问题	65二、中国美容市场洗牌之前的危机
66三、美容业的资源泛滥与浪费	67
四、美容业陷入诚信危机	
68五、美容行业专业线品牌领袖匮乏	69
第五节 美容行业发展建议及对策	
70一、促进美容行业发展的四项建议	70二、美容业发展同时也要建设品牌文化
71三、美容业投资需防三个“暗槛”	75
第三章 中国美容市场分析 77	第一节
中国美容行业发展现状分析	77
77一、时尚美容消费受追捧	
77二、观念变得快美容机构变得更快	78
三、我国市场细分明朗美容产业增值明显	
80四、我国美容行业每年新增就业人预测 81	五、国内美容市场快速增长国际品牌纷至沓来
82	六、青少年美容是美容新市场 83
七、2008年美容化妆业的奥运市场分析 84	第二节
美容产业热点分析 86	一、美容业成第四大消费热点 86
二、整容美容成国内第五大消费热点	
86三、美容行业的新中医时代 88	第三节
主要地区美容市场发展现状	
88一、2007年北京美容美发企业前10强监测	88
二、2007年东莞美容业面临洗牌	
89	三、黑龙江美容消费位居全国前三 93
第二部分 细分市场分析第四章 美容化妆品市场分析	
95	第一节 中国美容化妆品市场分析 95
95一、欣欣向荣的化妆品市场	
95二、美容化妆品市场细分策略 112	第二节 2007年我国美容化妆品市场现状
113	一、2007年护肤品是化妆品市场的绝对主角 113
二、2007年十二种最流行的化妆品	
115	三、2007中国化妆品制造企业十强 120
第三节 中国美容化妆品进出口分析	
124	一、2006年化妆品进口分析 124
二、2007年化妆品进口分析 132	第四节
中国美容化妆品业发展趋势分析	137
一、美容化妆品质量服务规范亟待完善	

137二、我国化妆品行业的发展趋势	138三、2008年中国化妆品市场销售总额预测
139第五章 中国整形美容市场分析	141第一节 整形美容相关概念及发展史
141一、整形美容外科的治疗范围	141二、整形美容在中国发展的十年
143三、我国整形美容业的发展思路	146第二节 整形美容产品分析
154一、整形美容产品的概念	154二、整形美容产品的实质
155三、整形美容产品的项目形式	156第三节 整形美容的消费者分析
157一、消费者构成分析	157二、消费者需求分析
	157三、消费者心理分析
159四、消费者行为分析	159第四节 整形美容市场现状
160一、我国整形美容业的现状分析	160二、2007年学生整容搅热暑期市场
165三、中老年人整容的心理取向	168四、老年人整容市场潜力大
169第五节 市场竞争状况及发展建议	170一、整形美容市场竞争状况分析
170二、整容市场呼唤理性竞争	171三、我国医疗整形美容业走向个人品牌时代
171第六节	2007年中国整形美容7大趋势预测
173一、2007年隆乳市场再掀风潮	173二、2007年非手术和微创整形术受欢迎
174三、2007年整形成为大众消费项目	174四、2007年“脸部大改造”更安全
175五、2007年求美者越来越理性	175六、2007年让消费者更放心的美容队伍和医院
176七、2007年整形内科的起步和发展年	176第六章 男士美容市场分析
177第一节 男士美容市场分析	177一、2007年男士化妆品各品牌满意度排行
177二、男性美容三年翻了一番	178三、男性美容市场成形
179四、男士美容市场蕴含亿元商机	180第二节
181一、男性美容悄然兴起	181二、男人美容减肥比女人臭美
185第三节 把握男士美容市场商机	183三、男性美容渐成时尚
186一、如何开发男性化妆品市场	186二、男士美容院成市场热潮
188三、男士美容院投资分析	191四、男士美容的软肋和解决办法
192第四节	男士美容化妆品市场趋势
194一、男士美容市场有巨大的发展空间	194二、从男性最爱的美容项目分析市场前景
196第七章 减肥、美发、美甲市场分析	199第一节 2007年减肥美体市场分析
199一、2005-2007年减肥市场发展分析	199二、我国减肥药市场呈现四大变化发展趋势
204三、产后美体修形是美容市场热点	205四、美体瘦身行业趋势分析
208五、2007年火罐瘦身减肥市场的新潮流	212六、2007年中国减肥市场展望与分析
215第二节 2007年美发用品市场分析	218一、我国生发剂市场日益升温前景看好
218二、中国美发美容协会对美发美容用具要求	221三、美发界流行“假发”风尚
222四、我国洗发水市场的发展及趋势	223五、美发用品店商机无限
225六、2007年中国美容美发市场十大发展趋势	226第三节
230一、美甲业进入发展期	2007年美甲市场现状分析
232三、美甲行业发展存在的问题	230二、美甲已经从时尚渐变为一种生活形态
美容院经营与营销分析第八章	232四、美甲行业未来发展的趋势
	234第三部分

中国美容院经营分析	235	第一节	中国美容院经营现状分析	235	一、我国美容院的类型	
	235	二、美容院经营的关键		236	三、美容院星级评定2007年起将在全国实施	
	239	四、美容院的经营现状与未来		240	五、中国美容院有七大类型经营方式良好	
	241	六、美容院新经营模式	243	第二节	美容院成功经营策略	
	246	二、顾客管理的要点	247	三、根据季节	性的变化订立销售计划与促销办法	
	247	四、促销活动的策划与组织	248	第三节	美容院经营管理策略	
	248	二、美容院经营的黄金法则		252	三、美容院如何选择自己的产品品牌	
	254	四、美容院的核心竞争力	255	五、建立星级美容院的新经营构想	259	第四节
美容院发展趋势	260	一、市场发展为美容院带来的经营新模式	260	二、美容院未来发展趋势		
	262	三、未来美容院经营管理模式探讨		263	四、未来美容院的主流模式分析	
	266	五、美容院电脑信息化管理势在必行	269	六、美容院投资高科技仪器成为经营趋势		
271	第九章	美容业营销分析	274	第一节	美容业营销现状分析	
	274	一、美容业流行营销模式分析		274	二、中国美容业营销呼唤全面升级	
	281	三、美容业营销大思路	283	第二节	美容市场专业线市场分析	
	291	一、专业线美容企业的“渠道扁平化”探讨		291	二、专业线美容市场分析	
	295	三、专业线美容企业品牌建设分析	298	第三节	美容企业淡季营销的策略	
	301	一、劈分市场，有的放矢	301	二、聚焦大户，政策倾斜	302	三、终端补货，培训先行
	303	四、活动推广，刺激消费	303	五、推陈出新，吸引订货	304	六、销售竞赛，推动走量
	305	第四节	2007年美容行业前店后院引爆	305	一、“前店后院”的分类	
	305	二、“前店后院”产生的原因	306	三、“前店后院”发展的优势	308	四、“前店后院”发展瓶颈
	309	五、“前店后院”的营销策略	310	第五节	“美容美发厅传媒系统”的多元盈利模型	
	311	一、广告销售盈利模型	312	二、影视广告制作盈利模型	312	三、产品开发销售盈利模型
	313	四、产品代理直销盈利模型	314	五、网站运营盈利模型	315	六、公关活动盈利模型
	316	七、电信增值盈利模型	317	八、媒体整合赢利模式	318	九、俱乐部赢利模型
318	第十章	连锁经营与美容业的发展	319	第一节	美容连锁经营分析	
	319	一、中国美容连锁加盟市场分析回顾展望	319	二、美容企业连锁经营成必然趋势		
	324	三、中国美容业加盟连锁发展之现状	330	四、美容连锁企业的品牌文化与品牌管理		
	333	第二节	大力发展我国美容业的连锁经营	344	一、美容业连锁经营九大营销策略	
	344	二、美容业连锁经营的未来方向	346	三、化妆品行业连锁经营的十大设想		
	348	四、连锁经营的发展趋势	353	五、美容连锁企业品牌形象定位的策略		
	356	六、美容院特许加盟连锁经营赢利模式	358	第十一章	美容业培训市场分析	
	363	第一节	美容业人才现状与职业培训	363	一、中国美容化妆品行业人才现状分析	
	363	二、美容美发业人才及热点专业分析	364	三、美容业管理人才渐从香港到大陆发展		
	368	四、美容业急需高端人才	369	五、美容市场呼唤美甲技师		
	371	六、美容管理师培训认证工程已开始实施	372	第二节	美容教育发展现状及建议	

- 372一、中国美容教育本质的探讨
- 372二、培育美容文化促进美容教育
- 374三、我国当代美容教育的新使命
- 375四、开拓我国的高等美容教育
- 377五、建议将美容教育并入国民学历教育体系
- 378第三节 美容学历教育的发展
- 381一、美容职业教育走上“洋路子”
- 381二、美容学历教育出现3种人适合读MBA
- 383三、上海第一个专业“美容师学院”诞生
- 386四、美容美发专业走进大学校园
- 387五、美容培训也能拿英国学位
- 387第四节 美容教育发展趋势
- 388一、美容教育产业投资趋于多元化发展
- 388二、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
- 389三、美容学历教育将快速发展
- 389四、专业美容教育师资需求进一步增加
- 389第十二章 直销与美容业的发展
- 391第一节 直销概念
- 391一、直销的定义
- 391二、直销的行业特点
- 398三、直销与传销的区别
- 403四、美容业与直销业的异同
- 406第二节 直销法的影响
- 409一、直销模式如何与美容业嫁接
- 409二、直销冲击中国美容业
- 411三、直销立法催生中国美容业营销新天地
- 415四、美容业直销之惑
- 419五、面临直销热美容业的选择
- 422第三节 直销与美容业的发展
- 423一、高额利润催生美容直销热
- 423二、直销将成为美容保健品市场主要手段
- 425第四部分 政策与趋势分析第十三章 美容产业政策环境分析
- 427第一节 美容行业标准规范的缺失
- 427一、医学美容呼唤行业标准
- 427二、规范医学美容行业痛并美丽着
- 428第二节 标准出台规范行业
- 430一、美容业健康发展需要政府摆正态度
- 430二、我国重拳出击美容服务等欺诈行为
- 431三、中国出台美容美发行业新卫生规范
- 432第三节 相关政策法规
- 433一、美容美发业管理暂行办法
- 433二、美容业国家管理政策法规
- 436三、医疗美容服务管理办法
- 437四、初级美容师国家职业标准
- 442五、高级美容师国家职业标准
- 449第十四章 美容业发展前景与趋势预测
- 454第一节 美容化妆品时尚包装的未来趋势
- 454一、多层塑料复合技术
- 454二、真空包装
- 454三、胶囊包装
- 454四、绿色包装趋势
- 454五、塑料瓶依旧占有重要地位
- 456第二节 2007年中国美容业发展趋势
- 456一、2007年美容服务发展趋势
- 460二、2007年美容教育发展趋势
- 462三、2007年美容商贸发展趋势
- 463四、2007年美容科研发展趋势
- 465五、2007年美容业经营管理发展趋势
- 466六、2007年产业运作模式发展趋势
- 467第三节 2007年美容行业发展前景
- 469一、2007美容业六大现象预测
- 469二、2007年美容行业前景分析
- 471三、2007-2008年美容消费趋势分析
- 472四、2007-2009年中国美容业产值翻番
- 477五、2010年我国美容业收入将超3000亿元
- 479第四节 2007年美容产业热点分析
- 480一、新兴的手部美容业
- 480二、牙齿美容爱美人士的新课题
- 481三、眼睫毛移植冲击美容界
- 482四、氧气美容有待成为美容新时尚
- 483五、2007年脑部护理成美容新潮流
- 484六、2007年花朵美容将成新宠

- 484图表目录图表：2006年度最受关注化妆品牌国家
- 3图表：2007年北京美容美发企业前10强监测
- 88图表：2000-2005年全国限额以上商业企业化妆品零售额
- 95图表：2000-2005年全国限额以上商业企业化妆品零售额增长速度
- 96图表：2005年全国限额以上商业企业化妆品零售额构成
- 96图表：2005年十个重点城市限额以上商业企业化妆品销售的渠道构成
- 97图表：2005年各渠道化妆品零售额增涨幅度
- 98图表：2004-2005年十大城市限额以上商业企业化妆品零售渠道构成
- 98图表：2006年8月百货商场按销售规模构成99图表：2006年8月百货商场按商场层级构成
- 100图表：2006年上半年样本百货商场化妆品销售额结构 100图表：化妆品分类销售结构
- 101图表：彩妆销售结构 101图表：护肤品销售结构
- 102图表：2005年9月-2006年8月不同销售规模百货商场拥有的专柜数量
- 103图表：2006年8月百货商场化妆品专柜品牌构成
- 103图表：2006年8月高端品牌在不同城市的铺货率
- 104图表：2006年8月中高端品牌在不同城市的铺货率
- 104图表：2006年8月大众化品牌在不同城市的铺货率
- 105图表：2006年8月低端品牌在不同城市的铺货率
- 105图表：2006年8月高端品牌在不同定位商场的铺货率
- 106图表：2006年8月中高端品牌在不同定位商场的铺货率
- 106图表：2006年8月大众化品牌在不同定位商场的铺货率
- 106图表：2006年8月低端品牌在不同定位商场的铺货率
- 107图表：2005年5月-2006年8月主要高端品牌在铺货数量变化
- 107图表：2005年5月-2006年8月主要中高端品牌在铺货数量变化
- 108图表：2005年5月-2006年8月主要大众化品牌在铺货数量变化
- 108图表：2005年5月-2006年8月主要低端品牌在铺货数量变化
- 108图表：2005年主要高端品牌单柜销售能力
- 109图表：2005年主要中高端品牌单柜销售能力
- 110图表：2005年主要大众化品牌单柜销售能力
- 110图表：2006年8月11个大城市百货专柜品牌销售份额
- 111图表：2006年8月11个大城市百货店低端品牌销售份额
- 111图表：2007年护肤品、彩妆品、美发品检索量比例
- 114图表：2007中国化妆品制造企业十强 120图表：2007中国化妆品制造企业五十强
- 121图表：2006年1月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 124图表：2006年2月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 124图表：2006年3月美容品或化妆品及护肤品进口数据

- 124图表：2006年一季度美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 125图表：2006年4月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 125图表：2006年5月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 125图表：2006年6月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 126图表：2006年二季度美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 126图表：2006年7月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 126图表：2006年8月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 126图表：2006年9月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 127图表：2006年三季度美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 127图表：2006年10月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 127图表：2006年11月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 127图表：2006年12月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 128图表：2006年四季度美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 128图表：2006年1月护发品出口数据
- 128图表：2006年3月护发品出口数据
- 129图表：2006年4月护发品出口数据
- 129图表：2006年6月护发品出口数据
- 130图表：2006年7月护发品出口数据
- 130图表：2006年9月护发品出口数据
- 131图表：2006年10月护发品出口数据
- 131图表：2006年12月护发品出口数据
- 132图表：2007年1月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 132图表：2007年2月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 133图表：2007年3月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 133图表：2007年一季度美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 133图表：2007年4月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 134图表：2007年5月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 134图表：2007年6月美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 134图表：2007年二季度美容品或化妆品及护肤品进口数据
- 135图表：2007年1月护发品进口数据
- 135图表：2007年3月护发品进口数据
- 136图表：2007年4月护发品进口数据
- 136图表：2007年6月护发品进口数据
- 137图表：男士化妆品各品牌满意度排行
- 177图表：男性满意度较低的洁面类品牌
- 128图表：2006年2月护发品出口数据
- 129图表：2006年一季度护发品出口数据
- 129图表：2006年5月护发品出口数据
- 130图表：2006年二季度护发品出口数据
- 130图表：2006年8月护发品出口数据
- 131图表：2006年三季度护发品出口数据
- 131图表：2006年11月护发品出口数据
- 132图表：2006年四季度护发品出口数据
- 135图表：2007年2月护发品进口数据
- 135图表：2007年一季度护发品进口数据
- 136图表：2007年5月护发品进口数据
- 137图表：2007年二季度护发品进口数据
- 177图表：男性最满意的洁面类品牌
- 177图表：直销销售模式图

394图表：参与过传销活动所占比例 406图表：可以区分清楚传销与直销所占比例
406图表：自己身边没有人参与过传销活动所占比例 406图表：不相信传销能挣钱占比例
406图表：初级美容师国家职业标准工作要求 446图表：初级美容师国家职业标准理论知识
448图表：初级美容师国家职业标准技能操作 448

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/xiantiyongpin/2970929709.html>