

2020-2026年中国美容院行业分析与前景趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国美容院行业分析与前景趋势报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202008/180087.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

据不完全统计，目前我国的美容机构已逾百万，从业人员达600多万。面对巨大的市场和激烈的竞争，美容院的经营者们必须时刻为自己“充电”，把握未来发展趋势，以暴利和投机赚钱的浅薄经营时代已经结束。面对一个巨大的女性消费市场，各行业的投资者准备进入或已经进入的现实，让各地的小型美容院已经进入“自杀式经营”，拼命用免费、打折和送礼来吸引顾客的消费。但是，养活美容业的高端消费者对此不屑一顾，使已经赔了本的美容院陷入更加盲目的低价争夺战。美容院的五大发展趋势

1

优胜劣汰进一步加强

经过数十年的野蛮生长，美容行业的增速有所减缓，这其中有大经济环境变化的因素，有法律法规完善的因素，更有美容市场不断趋于理性的因素。如果一个行业的利润率明显高于其他行业，则会有大量的进入者，不断拉近行业利润率至合理水平——即基本等同于其他行业的利润率。目前来看，美容行业的利润率已趋于合理，已经不是随随便便进入就能赚钱的时代，行业里的优胜劣汰会进一步加强。定位不清晰、资本不雄厚、服务没有比较优势的店面会加速被市场淘汰。

2

定位更加清晰

随着市场竞争的加强，一大批没有特色、没有亮点的店面会被淘汰，而找准了自己位置、不断强化自己独特优势、发展出核心竞争力的店面会越发壮大，这将让各美容院的定位更加清晰：XX店是最高端的会所；XX店专门做国外最先进的仪器；XX店的去斑做得最好；XX店背部按摩的手法最舒服等等。

三、 3

经营更加理性

1、价格、折扣更加合理

美容行业早已不是店家随意定价的年代，而美容院的顾客也越来越“聪明”，说得难听一点，被骗多了再怎么样也会变聪明。所以，虚高的价格、原价与会员价的天壤之别会越来越少，试图通过夸张的承诺、炫目的宣传来让顾客支付高价，难度会越来越大。

2、更注重基本功

这里的基本功包括：产品的质量、服务的流程、按摩手法的舒适度、高科技仪器的实际效果等等，这些都是顾客到店获得美丽容颜、健康身体、愉悦心情的基础。而跳过这些基础去追求客情，去千方百计地与顾客成为“朋友”，从而让其心甘情愿地掏钱，只会有一

时的效果，终有一天顾客会发现掏了不少钱以外，什么都没有得到，终究会离店而去。

4

更加互联网化

移动互联网的发展，已经把各行各业都拉到了互联网上，包括是几乎完全线下的美容行业。而美业也或主动或被动地卷入了这股热潮。

5

顾客更理性

互联网的发展使信息的来源越来越广泛，获取也越加便利，让60、70后顾客也越来越理性：你说这个产品好，你说这个仪器是原装进口的，你说你的价格是成本价，马上在手机搜一搜，看看是真是假，再也不会像之前一样，你说好就真的好，就爽快掏钱了。至于慢慢加入美容大军的80后、90后，成长过程就一直伴随网络的发展，什么团购、O2O、APP，用得比美容院老板娘还顺溜，她们又非常注重性价比，这也必然带动顾客变得更加理性。总的来说，美容行业会变成一个“更加正常”(非暴利)的行业，美容院会变成一个更加标准化的企业，而美容顾客则会变成一个更大规模更加理性的群体。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国美容院行业分析与前景趋势报告》共五章。首先介绍了中国美容院行业市场发展环境、美容院整体运行态势等，接着分析了中国美容院行业市场运行的现状，然后介绍了美容院市场竞争格局。随后，报告对美容院做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国美容院行业发展趋势与投资预测。您若想对美容院产业有个系统的了解或者想投资中国美容院行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。 报告目录：

第一章中国美容所属行业发展现状

第一节 中国美容行业发展概况

一、中国美容行业“五化”特征

二、中国美容行业“五性”特征

三、中国美容业总体市场特征

四、中国美容机构主要业态

第二节 中国美容所属行业发展状况

一、中国美容行业发展基本现状

二、中国美容行业各运行指数分析

三、我国美容行业的终端运作模式

第三节 中国美容市场发展现状分析

一、中国美容市场理念不断创新

二、中国美容市场发展的新特征

三、中国美容护肤品市场快速增长

四、中国美容市场加盟连锁现象简析

五、国内美容市场亟待规范化发展

第四节 整形美容行业现状分析

一、我国整形美容产业区域布局的特点

二、中国整形美容行业现状概述

三、我国整形美容企业的发展概况

四、整形美容行业发展规模 2012-2018年医疗美容整形人数分析

2012-2018年医疗美容市场规模分析 [page]

五、整形美容行业发展状况

六、整形美容掀起投资热潮

第五节 中国主要地区美容市场发展现状

一、上海美容市场展现良好发展前景

二、广州美容市场亟需洗牌

三、深圳美容市场的竞争态势

四、东莞成立首家美容用品专业市场

五、四川医疗美容市场的问题与对策

六、青岛民营企业争做美容市场龙头

第六节 中国美容行业发展面临的问题

一、我国美容行业发展存在的问题

二、国内美容市场发展面临的挑战

三、制约我国美容业快速发展的瓶颈

四、我国美容行业发展存在的不足

五、中国美容行业缺乏高层次人才

第七节 化妆品进出口数据分析

一、化妆品出口数据分析

二、化妆品进口数据分析

三、2020-2026年国内化妆品产品进出口情况预测

第二章中国美容院市场发展概况

第一节 中国美容院基本发展现状

- 一、美容院的特点
- 二、美容院的主流类型
- 三、美容院的人员状况
- 四、美容院的技术内涵

第二节 中国美容院现状调查结果

- 一、中国美容院管理现状
- 二、中国美容院销售现状
- 三、中国美容院经营现状
- 四、中国美容院政策认知现状
- 五、中国美容院经营模式
- 六、中国美容院品牌经营

第三节 中国美容院人才发展现状

- 一、美容化妆品业人才状况分析
- 二、中国美容业人才培养逐步升级
- 三、中国美容行业急缺专业和管理人才
- 四、美容顾问走在美容营销的最前线

第四节 中国主要省市美容院发展现状分析

- 一、深圳美容院发展现状分析
- 二、上海美容院发展动态
- 三、北京家庭式美容院蓬勃发展
- 四、广州美容院发展特点分析
- 五、国内二线城市美容院快速发展

第三章中国美容院营销分析

第一节 中国美容院营销现状分析

- 一、中国美容行业营销模式剖析
- 二、中国整形美容行业的网络推广模式
- 三、整形美容行业的会议营销分析
- 四、我国整形美容机构经营模式

第二节 中国美容院专业线市场分析

- 一、美容专业线市场发展概况
- 二、专业线美容企业的“渠道扁平化”浅析
- 三、专业线美容市场发展环境面临的问题
- 四、美容专业线市场遭遇的困惑
- 五、美容专业线市场发展策略分析
- 六、美容专业线品牌经营的定位策略

第三节 美容院淡季营销的策略

第四节 美容院“前店后院”模式分析

第五节 “美容美发厅传媒系统”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

第六节 我国中小美容院的营销对策分析

- 一、精准的战略定位
- 二、鲜明的识别系统
- 三、合理的产品组合
- 四、高效的人员管理
- 五、有效的促销方式
- 六、理性的销售行为

第七节 美容院顾客五大类型销售建议

第四章美容院连锁经营发展分析

第一节 连锁经营的相关介绍

- 一、连锁经营发展的条件
- 二、实行连锁经营的条件

三、连锁经营的经营形态

四、国内连锁经营发展态势分析

第二节 美容院连锁经营总体分析

一、美容院连锁经营的诸多益处

二、美容院连锁经营已成必然趋势

三、中国美容院的连锁经营发展

四、我国美容连锁巨头发展分析

五、国内美容业连锁经营的困境剖析

六、美容连锁店经营出现的若干问题

第三节 中国美容院连锁经营发展的策略

一、重新构建真正的美容业连锁经营

二、管理是美容加盟连锁体系的制胜法宝

三、国内美容业连锁新模式的剖析

四、连锁美容院会员制发展的最佳方案

五、美容连锁企业品牌形象定位的策略

六、国内美容企业连锁经营策略抉择分析

第五章 中国重点美容院品牌及企业分析

第一节 现代美容

一、企业简介

二、财年公司经营状况

第二节 唯美度

一、企业简介

二、经营状况

第三节 路易香浓

一、企业简介

二、竞争优势

第四节 紫晶兰朵

一、企业简介

二、竞争优势

第五节 罗兰佩蒂

一、企业简介

二、竞争优势

第六节 雪肌妮丝

一、企业简介

二、竞争优势

第七节 欧洁蔓

一、企业简介

二、竞争优势

第八节 奈瑞儿

一、企业简介

二、竞争优势

第九节 京都薇薇

一、企业简介

二、竞争优势

第十节 百莲凯

一、企业简介

二、竞争优势

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/180087.html>