

2021-2027年中国美容行业 前景展望与行业前景预测报告

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

《2021-2027年中国美容行业前景展望与行业前景预测报告》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/202107/230855.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

美容一词可以从两个角度来理解。首选是“容”这个字，其次是“美”。“容”包括脸、仪态、和修饰三层意思。“美”则具有形容词和动词的两层含义。形容词表明的是美容的结果和目的是美丽的好看的；动词则表明的是美容的过程，即美化和改变的意思。

因此简单的讲美容是一种改变原有的不良行为和疾病（面部），使之成为文明的、高素质的、具有可以被人接受的外观形象有活动和过程，或为达到此目的而使用的产品和方法。

中企顾问网发布的《2021-2027年中国美容行业前景展望与行业前景预测报告》共十七章。首先介绍了美容相关概念及发展环境，接着分析了中国美容规模及消费需求，然后对中国美容市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国美容面临的机遇及发展前景。您若想对中国美容有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一部分 美容行业运行态势

第一章 2015-2019年国际美容产业运行态势分析

第一节 2015-2019年国际美容市场综述

一、世界美容行业发展概况

二、世界各地不同特色的SPA

1、泰国——自体与心灵协调的SPA

2、印尼——美肤、排毒的神秘传统疗法

3、日本——享受精致的度假饭店SPA

4、德国的巴登·巴登——天然矿泉结台度假景点

5、加拿大——古罗马式温泉池、温泉泳池

6、新西兰——地热温泉任你选择

7、美国、加拿大——星罗棋布、服务周全的DAY SPA

三、全球美容院发展状况分析

四、中东四国美容市场发展概况

- 1、埃及
- 2、伊朗
- 3、叙利亚
- 4、约旦

五、全球美容企业百强集团分析

六、美国医学美容发展趋势分析

七、日本美容产业发展特点分析

八、世界香料香精市场预测分析

第二节 2015-2019年国际整形美容市场透析

一、世界整形美容市场发展现状

二、韩国整形美容市场发展概况

三、美国整形美容行业发展综述

四、英国整形美容市场现状分析

五、日本整形美容市场现状分析

六、中国台湾整形美容业发展势头良好

第三节 2015-2019年国外化妆品市场探析

一、世界化妆品市场发展概况及特点

二、美国化妆品行业发展概况

三、日本化妆品行业发展概况

四、法国化妆品行业发展概况

五、欧盟化妆品行业发展概况

六、世界化妆品发展前景及趋势分析

第四节 2021-2027年国际美容市场发展趋势分析

一、世界美容化妆品业科技发展趋势

二、亚洲整形美容发展趋势

三、未来的热门整形美容术

1、净颜去斑大升级

2、面部修饰持续走俏

第二章 2015-2019年中国美容产业发展环境分析

第一节 2015-2019年中国宏观经济发展环境分析

一、中国GDP分析

二、消费价格指数分析

三、城乡居民收入分析

四、社会消费品零售总额

五、全社会固定资产投资分析

六、进出口总额及增长率分析

第二节 2015-2019年中国美容院行业政策环境分析

一、《美容医疗机构、医疗美容科（室）基本标准》

二、《医疗美容服务管理办法》

三、《医疗美容项目分级管理目录》

四、美容业执照上岗的意义探析

五、《化妆品标识管理规定》

六、化妆品成分必须全部标识

七、中国进口化妆品实施新法规

第三节 2015-2019年中国美容院行业社会环境分析

一、城镇化进程加快促进美容行业发展

二、中国医疗整形美容医院发展

三、美容观念升级

第三章 2015-2019年中国美容产业运行新形势透析

第一节 2015-2019年中国美容行业发展概况

一、美容业发展现状分析

二、美容行业的人才状况

三、美容业新经济增长点

四、美容行业的发展优势

第二节 2015-2019年中国美容业深度剖析

一、药企加快挺进美容业

二、高科技与保健结合

三、整体环境不断规范

四、中国药妆市场走向分析

1、药妆渠道加快发展或成趋势

2、集团企业竞争优势进一步提高

3、药妆竞争日趋激烈

4、药妆品种更加丰富

第三节 中国部分地区美容行业发展现状

一、深圳美容业发展情况分析

二、广西整形美容业市场现状

三、上海美容业发展情况分析

四、武汉医疗美容市场大整顿

第四节 2015-2019年中国美容行业存在的问题分析

一、美容行业发展中的问题透析

1、安全诚信问题

2、从业人员整体素质不高

二、美容行业品牌发展中的问题

三、中国美容产业发展瓶颈分析

四、现代美容行业经营上的问题

1、市场价格不透明

2、科技含量不高，所谓的高科技、新技术只不过是幌子

3、消费者对美容缺乏科学的认识与了解

五、中国美容业发展潜在的问题

1、超范围经营现象严重

2、多头监管成效甚微

3、预付消费问题突出

第五节 2015-2019年美容行业发展建议及对策分析

一、促进美容行业发展的四项建议

二、促进美容行业发展的具体措施

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

第二部分 美容行业深度分析

第四章 2015-2019年中国美容市场运行动态分析

第一节 2015-2019年中国美容院基本发展现状

一、美容院的特点

1、“给人以美”的目的性

2、服务的直接性

3、技术性

二、美容院的主流类型

1、发廊型

2、沙龙型

3、治疗型

4、休闲型

5、享受型

6、专门型

7、会员型

三、美容院的人员状况

四、美容院的技术内涵

第二节 2015-2019年中国美容市场发展情况分析

一、美容机构走向规范化和专业化

二、美容市场细分明朗增值明显

三、我国美容行业人才市场分析

第三节 中国美容业市场现状分析

一、美容市场规模分析

二、美容市场特征分析

1、技术性和艺术性

2、美容服务的直接性

3、网点分散性

4、知识综合性

三、美容市场现状分析

四、美容终端消费状况

第四节 2015-2019年中国城市美容经济竞争力分析

一、东北区美容经济竞争力分析

二、华北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、华南区美容经济竞争力分析

六、西部区美容经济竞争力分析

第五节 2015-2019年中国美容市场消费群体分析

- 一、青少年美容消费分析
- 二、老年人美容市场分析
- 三、男性美容的消费动机

第五章 2015-2019年中国美容化妆品市场运行格局分析

第一节 2015-2019年中国化妆品销售市场分析

- 一、中国化妆品市场规模分析
- 二、中国化妆品市场特点分析
- 三、化妆品区域市场结构分析

第二节 2015-2019年中国化妆品市场区域分析

- 一、东北地区化妆品市场分析
- 二、华北地区化妆品市场分析
- 三、华东地区化妆品市场分析
- 四、华中地区化妆品市场分析
- 五、华南地区化妆品市场分析
- 六、西部地区化妆品市场分析

第三节 美容化妆品市场消费网络调查

一、城市职场女性化妆品消费调查

- 1、消费支出
- 2、消费渠道

二、男性化妆品使用情况调查

- 1、消费支出
- 2、消费渠道

三、大学生化妆品消费调查

- 1、消费支出
- 2、消费渠道

四、儿童化妆品市场调研

- 1、消费支出
- 2、消费渠道

第四节 2015-2019年中国美容化妆品业发展趋势及策略

- 一、中国化妆品行业的发展趋势
- 二、中国化妆品市场营销趋势分析

- 1、网络试销
- 2、多元化媒体传播名人广告
- 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 2015-2019年中国美容主要产品市场进出口贸易数据分析

第一节 2015-2019年中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析

- 一、中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析
- 二、中国化妆品、美容品及护肤品进出口均价分析
- 三、中国化妆品、美容品及护肤品进出口流向分析

第二节 2015-2019年中国精油；香膏；提取油树脂进出口分析

- 一、中国精油；香膏；提取油树脂进出口分析
- 二、中国精油；香膏；提取油树脂进出口均价分析
- 三、中国精油；香膏；提取油树脂进出口流向分析

第三节 2015-2019年中国香水及花露水进出口分析

- 一、中国香水及花露水进出口分析
- 二、中国香水及花露水进出口均价分析
- 三、中国香水及花露水进出口流向分析

第四节 2015-2019年中国护发品进出口分析

- 一、中国护发品进出口分析
- 二、中国护发品进出口均价分析
- 三、中国护发品进出口流向分析

第七章 2015-2019年中国整形美容市场运行态势分析

第一节 2015-2019年中国整形美容市场透析

- 一、中国整形美容业的兴起
- 二、中国美容整形业参与主体
- 三、中国整形美容业运行情况

第二节 2015-2019年中国整形美容产品分析

- 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 2015-2019年中国整形美容的消费者分析

一、消费者构成分析

1、年龄分布

2、性别分布

3、职业分布

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 2015-2019年整形美容市场现状分析

一、中国整形美容业市场规模

二、整形美容业消费现状分析

三、中老年人整容的心理取向

四、整形美容行业打造理性消费时代

第五节 2015-2019年整形美容市场竞争状况及发展建议

一、整形美容市场竞争现状分析

二、美容整形行业资源竞争情况

三、品牌整形美容机构引领行业风骚

第六节 中国医疗整形美容医院发展分析

一、医疗整形美容医院需求状况

二、民营医疗整形医院市场地位

三、医疗整形美容技术现状分析

1、手术方式

2、微创与非手术方式

四、医疗整形美容准入门槛高

第七节 2021-2027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、个性化整形成为主流

第八节 2021-2027年中国整形美容发展趋势分析

一、整形美容机构急剧增加

二、服务对象转向

- 三、从美容整形外科转向整形美容科
- 四、涉及的内容将更加广泛
- 五、技术从“粗糙”走向“精细”
- 六、设备更加先进，材料更加安全
- 七、人才交流、学术交流更加频繁

第八章 2015-2019年中国减肥、美发、美甲市场运行态势分析

第一节 2015-2019年中国减肥美体市场分析

- 一、儿童超重和肥胖呈快速上升的趋势
- 二、全球近1/5的体重超标肥胖者是中国人
- 三、中国减肥市场消费现状
- 四、我国减肥药市场呈现四大变化发展趋势
- 六、产后美体修形是美容市场热点
- 七、美体瘦身行业趋势分析

第二节 2015-2019年中国美发用品市场分析

- 一、中国生发剂市场前景分析
- 二、中国洗发水市场发展情况
- 三、美发用品店商机无限
- 四、美容美发市场发展趋势
- 1、市场的专业化细分越来越明显
- 2、“90后、00后”将引领个性服务消费

第三节 2015-2019年中国美甲市场分析

- 一、中国美甲业进入发展期
- 二、中国美甲行业发展现状
- 三、美甲业发展存在的问题
- 四、美甲行业发展趋势分析
- 1、美甲文化氛围和消费群将迅速扩大
- 2、美甲企业的经营管理文化将朝正规化方向发展

第九章 2015-2019年中国男士美容市场动态分析

第一节 2015-2019年男士美容市场分析

- 一、男士美容市场发展现状

二、男士美容市场空间分析

三、男士美容市场存在的问题

1、消费群体不稳定

2、观念有问题

3、美容院隐秘性不强

四、男士美容新热点分析

第二节 2015-2019年男士整形美容市场分析

一、男性整形美容的兴起

二、男士整形的消费情况

三、男士整形的发展趋势

第三节 2015-2019年男士美容化妆品市场分析

一、男性美容化妆品市场发展分析

二、男士美容市场呈专柜专区发展

第十章 2015-2019年中国美容业培训市场分析

第一节 2015-2019年美容业人才现状与职业培训

一、中国美容业人才现状

二、中国美容院人才瓶颈

三、中国美容市场人才需求分析

四、美容管理师培训认证工程已开始实施

第二节 2015-2019年美容教育发展现状及建议

一、中国美容教育发展现状

二、中国当代美容教育的新使命

三、建议将美容教育并入国民学历教育体系

第三节 2015-2019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、中国美容职业教育向学历教育转变

三、中国美容业MBA学历教育发展分析

第四节 2021-2027年中国美容教育发展趋势分析

一、中国美容教育产业投资趋于多元化发展

二、中国美容职业教育将受到更加重视

三、中国美容学历教育将快速发展

四、中国专业美容教育师资需求进一步增加

第三部分 美容行业发展战略

第十一章 2015-2019年中国美容业市场营销战略分析

第一节 2015-2019年中国美容业营销现状分析

一、美容业营销呼唤全面升级

1、与社会主流结合的公关营销

2、以感性取胜的情感营销

3、教育培训与企业文化结合

二、美容业营销大思路

第二节 2015-2019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、中国专业线美容市场现状分析

三、专业线美容企业品牌建设分析

第三节 2015-2019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 2015-2019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”产生原因

三、“前店后院”发展优势

四、“前店后院”发展瓶颈

五、“前店后院”营销策略

第十二章 2015-2019年中国直销与美容业的发展动态分析

第一节 直销

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

1、专业线规避非法嫌疑

2、厂商关系面临考验

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

第十三章 2015-2019年中国连锁经营与美容业的发展分析

第一节 中国美容院连锁经营现状分析

一、美容连锁加盟的市场现状分析

二、美容企业连锁经营成必然趋势

三、美容院加盟连锁引领创业风暴

第二节 中国美容院连锁经营促进策略

一、美容院连锁经营的营销策略

二、美容院连锁经营的未来方向

1、直营连锁为主，其他模式辅助

2、股份制

三、化妆品业连锁经营发展趋势

四、美容连锁企业品牌建设分析

第三节 中国美容院的连锁经营发展趋势

一、中国美容企业连锁经营成必然趋势

二、美容业连锁经营九大营销策略

1、供应商营销

2、连锁店分店营销

3、内部营销

- 4、金融机构营销
- 5、最终顾客营销
- 6、政府营销
- 7、大众营销
- 8、关系营销
- 9、传媒营销

三、美容院特许加盟连锁经营赢利模式

第十四章 2015-2019年中国美容院经营策略分析

第一节 2015-2019年中国美容院经营现状分析

- 一、我国美容院的类型
- 二、美容院经营的关键
- 三、美容院星级评定将在全国实施
- 四、美容院的经营现状与未来
- 五、中国美容院有七大类型经营方式良好

第二节 2015-2019年中国美容院成功经营策略分析

- 一、美容院营业额的构成
- 二、美容院顾客管理要点
- 三、美容院营销计划制定
- 四、美容院促销活动策划

1、市场调查分析

2、目标决策

3、促销定位

4、促销培训

5、促销管理

五、经营品牌和模式分析

1、免费体验试做促销

2、活动促销

3、会员促销

第三节 2015-2019年中国美容院经营管理策略分析

一、促销对美容院经营的作用

1、提升营业额

2、促进商品周转

3、促进美容院社会活动

二、美容院经营黄金法则分析

三、美容院招揽顾客战略分析

（一）满意式服务是美容院制胜之道

（二）形象战略

（三）产品战略

（四）促销战略

四、美容院的核心竞争力分析

1、高科技仪器是核心竞争力

2、硬件设备体现美容院经营特色

3、时尚潮流是引领美容院人气的关键

五、星级美容院的新经营构想

1、直接进驻酒店提升自身形象

2、拓宽营销思路，加强时尚行业间合作

3、服务更专业、更细分

第四节 2021-2027年中国美容院发展趋势分析

一、美容院未来经营趋势分析

1、互联网技术将使化妆品市场全球化

2、迎接完全个性化的消费时代

3、化妆品定位更加细化

二、未来美容院经营管理模式探讨

1、实力雄厚的连锁经营模式

2、专门店式的经营

三、未来美容院主流模式分析

1、推行整合性服务

2、“美丽工程”式营销

3、导入心理美容

4、生活美容与医学美结合更加密切

四、美容院电脑信息化管理势在必行

五、美容院投资高科技仪器成为经营趋势

第四部分 美容行业投资策略

第十五章 2015-2019年中国美容院服务营销策略分析

第一节 2015-2019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

- 1、美容院服务营销系统的技术核心——服务
- 2、美容院服务营销系统的前台要素——设施、设备、美容师/美容小姐
- 3、顾客美容心理及需求分析
- 4、美容院服务营销策略手段

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

- 1、美容院服务产品质量及特点
- 2、美容院服务质量的评价标准
- 3、美容院服务质量衡量模式

第二节 2015-2019年中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

- 1、热衷于炒作概念
- 2、价格混乱
- 3、宣传夸大承诺

五、促销人员--美容师素质低下

第三节 2015-2019年中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

- 1、政策给美容业发展创造了良机
- 2、美容市场潜力巨大

二、美容院服务营销的劣势与威胁分析

- 1、国际环境变化对美容院服务营销产生巨大冲击
- 2、目前美容业存在的诸多问题不利于美容院服务营销的开展

第四节 2015-2019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

- 1、美容院服务包装化——服务环境营销策略

- 2、美容院服务品牌化——品牌营销策略
- 3、美容院服务承诺化——服务承诺营销策略
- 4、美容院服务广告策略

二、美容院服务技巧化营销策略

- 1、美容院服务技能化——服务技能营销策略
- 2、美容院服务知识化——知识营销策略
- 3、美容院服务专业化——服务专业化营销策略

三、美容院服务关系化营销策略

- 1、口碑传播（营销）策略
- 2、角色化营销策略
- 3、个性化营销策略
- 4、事业关联营销策略

四、美容院服务规范化营销策略

- 1、美容院服务理念化
- 2、美容院服务标准化
- 3、美容院服务可控化

第十六章 2021-2027年中国美容业发展趋势预测分析

第一节 2021-2027年中国美容业市场发展趋势分析

- 一、美容美发市场趋专业化细分
- 二、美容行业细分市场发展趋势
- 三、美容业规范化发展促进整合

第二节 2021-2027年中国美容业市场发展前景分析

第三节 2021-2027年中国美容业热门项目预测分析

- 一、形象色彩设计成热潮
- 二、美容保健用品的风靡
- 三、香熏世界将大放异彩
- 四、美塑中胚层美容疗法
- 五、中医美容法势不可挡

第四节 2021-2027年中国美容业发展前景预测

- 一、美容连锁品牌快速扩张
- 二、男士美容市场继续扩大

三、美容美发产业细分加剧

四、未来美容院发展趋势预测

第十七章 2021-2027年中国美容业投资战略研究

第一节 美容院在后危机时代下投资分析

一、中国美容院行业投资环境分析

二、后危机时代下美容业发展态势

三、后危机时代下美容业投资方向

第二节 2021-2027年男士美容市场商机分析

一、男士美容市场投资背景

二、男性美容市场发展潜力

三、男士美容市场投资风险

四、男性化妆品市场的开发

第三节 2021-2027年美容业投资风险分析

一、政策风险

二、技术风险

三、经营风险

四、其他风险

第四节 2021-2027年美容业投资建议分析

一、男士美容院投资策略分析

二、中国美容业投资经营策略

三、中国美容院投资趋向分析

附录：

附件一、《美容医疗机构、医疗美容科（室）基本标准》

附件二、《医疗美容服务管理办法》

附件三、《医疗美容项目分级管理目录》

附件四、《化妆品标识管理规定》

图表目录

图表 1：2015-2019年全球美容市场规模情况 单位：亿美元

图表 2：全球美容业百强企业

图表 3：2015-2019年中国国内生产总值情况

图表 4：2015-2019年中国城乡居民收入情况

图表 5：2015-2019年中国社会消费品零售总额情况

图表 6：2015-2019年中国固定资产投资情况

图表 7：2015-2019年中国进出口情况

图表 8：2015-2019年中国城镇化率情况 单位：万人

图表 9：美容业从业人员数量 单位：万人

图表 10：2015-2019年美容市场规模情况 单位：亿元

图表 11：2015-2019年东北地区美容市场规模情况 单位：亿元

图表 12：2015-2019年华北地区美容市场规模情况 单位：亿元

图表 13：2015-2019年华东地区美容市场规模情况 单位：亿元

图表 14：2015-2019年华中地区美容市场规模情况 单位：亿元

图表 15：2015-2019年华南地区美容市场规模情况 单位：亿元

图表 16：2015-2019年西部地区美容市场规模情况 单位：亿元

图表 17：2015-2019年化妆品市场规模情况 单位：亿元

图表 18：化妆品行业区域市场结构单位：亿元

图表 19：2015-2019年东北地区化妆品市场规模情况 单位：亿元

图表 20：2015-2019年华北地区化妆品市场规模情况 单位：亿元

图表 21：2015-2019年华东地区化妆品市场规模情况 单位：亿元

图表 22：2015-2019年华中地区化妆品市场规模情况 单位：亿元

图表 23：2015-2019年华南地区化妆品市场规模情况 单位：亿元

图表 24：2015-2019年西部地区化妆品市场规模情况 单位：亿元

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202107/230855.html>