

# 2018-2024年中国美容市场 深度评估与发展趋势预测报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

[www.abaogao.com](http://www.abaogao.com)

## 一、报告报价

《2018-2024年中国美容市场深度评估与发展趋势预测报告》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.abaogao.com/b/hzhp/4410431795.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

国内美容化妆品行业几乎与改革开放同步诞生和发展，伴随着思想解放和经济市场化的社会进程一路过来，社会大环境对第三产业给予了无限广阔发展的机会，美容化妆品行业也是其中催生出来的经济新生地带。

全国美容产业发展平均时间为20余年，从单一的店面服务，已发展成为以美容、美发、医疗美容、美体、美甲、纹制、形象设计、色彩店面服务，以及专业职业教育、相关专业仪器、用品、用具、研发、生产、销售为主体的综合性产业，并在每个领域中诞生了龙头品牌和龙头企业。2017年10月中国美容化妆品及护肤品进口量统计表 单位：千美元 商品名称 计量单位 10月 1至10月累计 比去年同期 $\pm$ % 累计比去年同期 $\pm$ % 数量 金额 数量 金额 数量 金额 美容化妆品及护肤品 吨 13,124 591,381 91,544 4,544,269 62.9 68 11.5 41.9 数据来源：中国海关，智研数据研究中心整理

智研数据研究中心发布的《2018-2024年中国美容市场深度评估与发展趋势预测报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：第一章 2017年国际美容市场分析1.1 国际美容市场的发展1.1.1 不同地区的发展特点1.1.2 市场规模状况1.1.3 行业布局分析1.1.4 行业销售格局1.1.5 高科技的应用状况1.2 美国1.2.1 美国美容业的发展概况1.2.2 美国整形美容市场的发展1.2.3 美国医疗美容市场状况1.3 日本1.3.1 日本美容产业的发展简史1.3.2 日本规范美容市场的经营1.3.3 日本男士美容市场的发展1.3.4 日本美容家电市场态势1.3.5 日本美容新潮流1.4 韩国1.4.1 韩国美容市场的发展1.4.2 韩国整形医院概况1.4.3 韩国整形美容市场的发展1.4.4 韩国已成为亚洲整形美容的中心1.4.5 韩国牙贴面技术引领牙齿美容潮流1.4.6 韩国美容负面影响不可小觑1.5 英国1.5.1 英国流行手部整形美容术1.5.2 英国男士美容市场分析1.5.3 英国整形美容市场的发展1.6 其他国家1.6.1 新加坡美容市场分析1.6.2 俄罗斯美容市场发展状况1.6.3 印度美容市场发展态势1.6.4 巴西整形美容业 第二章 2017年中国美容行业分析2.1 2017年中国美容行业发展环境分析2.1.1 经济全球化促进我国美容业快速发展2.1.2 国内美容行业发展外部环境分析2.1.3 中国美容行业管理体系状况2.1.4 中国美容行业发展被社会

忽视2.1.5 中国美容经济孕育并发展壮大2.1.6 中国美容产业面临新的发展环境2.2 中国美容行业发展总体分析2.2.1 行业发展态势2.2.2 行业发展特征2.2.3 行业规模状况2.2.4 行业效益分析2.2.5 行业利润现状2.2.6 行业终端运作模式2.3 2017年中国美容行业分析2.3.1 中国美容行业大事盘点2.3.2 美容业试水O2O商业模式2.3.3 美容行业发展焦点2.4 2017年部分地区美容行业的发展2.4.1 深圳市2.4.2 西安市2.4.3 云南省2.4.4 南通市2.4.5 济南市2.4.6 长沙市2.5 2017年中医美容行业分析2.5.1 发展优势2.5.2 发展特点2.5.3 国际市场状况2.5.4 发展战略解析2.5.5 发展前景分析2.5.6 行业发展趋势2.6 美容行业存在的问题2.6.1 我国美容行业发展存在的问题2.6.2 国内美容市场发展面临的挑战2.6.3 制约我国美容业快速发展的瓶颈2.6.4 中国美容行业缺乏高层次人才2.7 美容行业发展建议及对策2.7.1 我国美容行业发展的建议2.7.2 促进中国美容业健康发展的对策2.7.3 美容业发展需要建设品牌文化2.7.4 发展美容经济的四个关键点2.7.5 加强美容业税收征管的几点建议 第三章 2017年中国美容市场分析3.1 中国美容市场现状3.1.1 我国美容市场理念分析3.1.2 中国美容市场发展的新特征3.1.3 中国美容电子商务市场的发展3.1.4 美容市场竞争加剧国内品牌缺失高端3.1.5 浅析美容市场中的法治化管理3.2 中国美容消费市场分析3.2.1 中国美容市场消费规模3.2.2 中国美容消费群体及方式3.2.3 中国美容消费群体的市场要求3.2.4 我国美容消费市场发展动向3.2.5 国内美容顾客的消费心理3.3 2017年美容市场消费群体发展状况3.3.1 女性美容的消费群体分析3.3.2 老年美容消费市场走俏3.3.3 90后成为美容市场消费主力军3.4 美容市场存在的问题与对策3.4.1 国内美容市场发展存在的问题3.4.2 美容消费存在六大问题3.4.3 我国美容市场需规范和扶持3.4.4 中国美容市场发展的对策分析 第四章 2017年整形美容行业发展分析4.1 整形美容相关概念及发展史4.1.1 整形美容的概念及范围4.1.2 整形美容行业的特性分析4.1.3 医学美容与生活美容的界定4.1.4 中国现代医学美容的起源与发展4.2 整形美容产品分析4.2.1 整形美容产品的概念4.2.2 整形美容产品的实质4.2.3 整形美容产品项目形式4.3 国际整形美容行业的发展4.3.1 市场发展特点4.3.2 市场发展规模4.3.3 市场消费结构分析4.4 中国整形美容业发展综合分析4.4.1 产业区域布局4.4.2 行业现状概述4.4.3 对外交流状况4.4.4 推广模式分析4.4.5 未来发展趋向解析4.5 2017年中国整形美容行业分析4.5.1 整形美容行业发展规模4.5.2 整形美容行业发展特征4.5.3 整形美容掀起投资热潮4.6 整形美容市场消费者分析4.6.1 消费群体类型4.6.2 消费者特征分析4.6.3 消费者行为变化分析4.7 整形美容市场存在的问题4.7.1 阻碍整形美容业发展的瓶颈4.7.2 中国整形美容品牌存在的弊病4.7.3 制约中国整形美容业健康发展的因素4.7.4 我国整形美容行业需要进行规范4.8 整形美容行业发展的对策分析4.8.1 我国整形美容行业发展的建议4.8.2 中国整形美容行业的品牌培养对策4.8.3 中国整形美容业的发展规划4.8.4 探寻我国整形美容行业的发展模式4.8.5 促进我国整形美容业发展的策略分析 第

第五章 2017年男士美容市场分析5.1 男士美容市场方兴未艾5.1.1 男性美容的基本项目5.1.2 男士美容市场发展概况5.1.3 男士美容市场消费特点5.1.4 男士美容SPA市场分析5.1.5 男士美容市场的发展5.1.6 男士美容消费者分析5.2 2017年男士整形市场分析5.2.1 市场增长情况5.2.2 整形人群5.2.3 热门整形项目5.2.4 整形心理5.3 男士美容化妆品市场发展分析5.3.1 销售规模5.3.2 竞争格局5.3.3 集中度分析5.3.4 消费行为5.3.5 男士美容化妆品前景看好5.3.6 男士美容市场发展空间广阔5.4 男士美容市场存在的问题与对策5.4.1 男士专业美容市场的软肋5.4.2 男士美容市场存在的风险因素5.4.3 男士美容经营策略探析 第六章

2017年减肥、美发、美甲相关产品市场分析6.1 2017年减肥美体市场分析6.1.1 国际减肥市场发展现状6.1.2 我国减肥市场发展现状6.1.3 中国减肥产品市场的发展特点6.1.4 国内减肥市场消费者分析6.1.5 北上两地减肥消费市场状况6.1.6 行业新进入者6.1.7 行业政策动态6.2 2017年美发用品市场分析6.2.1 中国美发市场发展现状6.2.2 中国美发市场格局状况6.2.3 中国洗发水市场品牌阵营分析6.2.4 中国洗发水市场销售现状分析6.2.5 本土品牌发力防脱洗发市场6.2.6 外资品牌在国内洗发水市场的发展6.2.7 我国美发家电发展态势良好6.2.8 国内美发市场存在的四大问题6.3 2017年美甲市场现状分析6.3.1 我国美甲市场发展现状分析6.3.2 国内美甲市场竞争态势6.3.3 国内高端美甲市场分析6.3.4 中国美甲市场面临价格问题6.3.5 美甲行业发展趋势分析 第七章 2010-2017年美容产品进出口数据分析7.1

2010-2017年中国唇用化妆品进出口数据分析7.1.1 2010-2017年中国唇用化妆品进出口总量数据分析2009-2017年中国唇用化妆品（33041000）进出口数据统计表

年份	出口（千克、千美元）	进口（千克、千美元）	数量	金额	数量	金额
2009年	8773008	118,778	574173	24,666		
2010年	10102038	134,822	526379	26,138		
2011年	10054332	153,686	545313	29,462		
2012年	10307649	152673	629599	39882		
2013年	9975236	164736	670702	48245		
2014年	11224423	184,875	854576	97,350		
2015年	**	**	**	**		
2016年	**	**	**	**		
2017年	**	**	**	**		

数据来源：中国海关、智研数据研究中心整理7.1.2 2010-2017年中国唇用化妆品进出口价格分析2009-2017年中国唇用化妆品（33041000）进出口平均单价分析

年份	进口平均价格（美元/吨）	出口平均价格（美元/吨）
2009年	42959.18	13539.03
2010年	49656.24	13346.02
2011年	54027.69	15285.55
2012年	63345.08	14811.62
2013年	71932.10	16514.50
2014年	113916.14	16470.78
2015年	**	**
2016年	**	**
2017年	**	**

数据来源：中国海关、智研数据研究中心整理

7.2 2010-2017年中国眼用化妆品进出口数据分析7.2.1 2010-2017年中国眼用化妆品进出口总量数据分析2009-2017年中国眼用化妆品（33042000）进出口数据统计表

年份	出口（千克、千美元）	进口（千克、千美元）	数量	金额	数量	金额
2009年	9337588	123,178	877026	38,292		
2010年	13358882	169,446	976676	46,512		
2011年						

14151146 200,863 1024797 52,369 2012年 15130520 221493 927145 54657 2013年  
15232573 238607 1069145 59772 2014年 16485444 272,784 1035140 78,370 2015年 \*\* \*\*  
\*\* \*\* 2016年 \*\* \*\* \*\* \*\* 2017年 \*\* \*\* \*\* \*\* 数据来源：中国海关、智研数据研究中心

整理7.2.2 2010-2017年中国眼用化妆品进出口价格分析2009-2017年中国眼用化妆品

(33042000) 进出口平均单价分析 年份 进口平均价格(美元/吨) 出口平均价格(美元/吨)  
2009年 43661.19 13191.63 2010年 47622.75 12684.15 2011年 51101.83 14194.12  
2012年 58951.94 14638.82 2013年 55906.36 15664.26 2014年 75709.57 16546.96 2015年  
\*\* \*\* 2016年 \*\* \*\* 2017年 \*\* \*\* 数据来源：中国海关、智研数据研究中心整理7.3

2010-2017年中国指(趾)甲化妆品进出口数据分析7.3.1 2010-2017年中国指(趾)甲化妆品

进出口总量数据分析7.3.2 2010-2017年中国指(趾)甲化妆品进出口价格分析7.4

2010-2017年中国香粉(不论是否压紧)进出口数据分析7.4.1 2010-2017年中国香粉(不论是否压紧)进出口总量数据分析7.4.2 2010-2017年中国香粉(不论是否压紧)进出口价格分析7.5

2010-2017年中国护发品进出口数据分析7.5.1 2010-2017年中国洗发剂(香波)进出口

总量数据分析7.5.2 2010-2017年中国洗发剂(香波)进出口价格分析 第八章 2017年中国美容院经营分析8.1

2017年中国美容院经营总体概况8.1.1 政策分析8.1.2 管理分析8.1.3 经营状况8.1.4

经营模式8.1.5 品牌经营分析8.1.6 销售状况8.2 中国美容院发展中问题8.2.1 美容院在经营中面临的困难8.2.2

美容院家族式管理存在的弊端8.2.3 美容院经营需注意的六个方面8.2.4

浅析美容院营销的五大问题8.2.5 美容院管理经营中的其他问题8.3 美容院经营管理策略8.3.1

美容院经营项目的选择原则8.3.2 成功经营美容院的基本要素8.3.3 促销提升美容院竞争力8.3.4

美容院促销员的重要性剖析8.3.5 美容院经营的黄金法则8.3.6 借鉴医院服务经营美容院8.3.7

我国中小美容院的营销对策分析8.3.8 美容院高效拓客模式解析 第九章 2017年美容业营销分析9.1

美容行业营销模式解析9.1.1 中国美容行业营销模式剖析9.1.2

浅析减肥市场的主要营销模式9.1.3 浅析美发零售市场经营模式变革9.1.4 美容产业其他营销模式简析9.2

2017年中国整形美容业的营销分析9.2.1 中国整形美容行业的网络推广模式9.2.2

整形美容行业的会议营销分析9.2.3 我国整形美容机构经营模式9.3 2017年美容市场专业线市场分析9.3.1

美容专业线市场发展概况9.3.2 专业线美容企业的“渠道扁平化”浅析9.3.3

专业线美容市场发展环境面临的问题9.3.4 美容专业线市场遭遇的困惑9.3.5

美容专业线市场发展策略分析9.3.6 美容专业线品牌经营的定位策略9.4 美容院服务营销分析9.4.1

美容院服务营销现状9.4.2 美容院服务营销存在的问题9.4.3 提升美容院服务营销工作的对策9.4.4

美容院微信营销策略分析9.5 中国美容业营销面临的问题9.5.1 中国美容院营销存在的主要问题9.5.2

美容院营销定位上面临的问题9.5.3 国内美容行业营销策划的困惑9.6

美容业营销策略与方法分析9.6.1 中小型美容企业营销的聚焦化战略9.6.2

美容业连锁经营主要营销策略9.6.3 浅析美容行业的加减法营销9.6.4 服务营销是美容院不断发展的关键 第十章 2017年连锁经营与美容业的发展分析10.1 连锁经营的相关介绍10.1.1 连锁经营发展的条件10.1.2 实行连锁经营的条件10.1.3 连锁经营的经营形态10.1.4 国内连锁经营发展态势10.2 2017年美容行业连锁经营总体分析10.2.1 美容业连锁经营发展益处10.2.2 美容业连锁经营的必然性10.2.3 美容业连锁经营发展现状10.2.4 乡镇美容连锁的发展需求10.2.5 美容业连锁经营困境剖析10.2.6 美容业连锁店经营出现的问题10.3 中国美容业连锁经营发展的策略10.3.1 重新构建真正的美容业连锁经营10.3.2 管理是美容加盟连锁体系的制胜法宝10.3.3 国内美容业连锁新模式的剖析10.3.4 连锁美容院会员制发展的最佳方案10.3.5 美容连锁企业品牌形象定位的策略10.3.6 国内美容企业连锁经营策略抉择分析 第十一章 2017年美容业培训市场分析11.1 2017年美容业人才现状与职业培训11.1.1 人才培养状况11.1.2 人才供给缺口11.1.3 人才需求特征11.1.4 人才供需矛盾11.2 2017年美容教育发展分析11.2.1 美容教育基本本质探讨11.2.2 美容教育事业发展综述11.2.3 美容教育事业发展现状11.2.4 美容职业教育标准出炉11.2.5 美容教育行业问题分析11.2.6 美容教育产业发展思路11.3 2017年美容在线教育发展分析11.3.1 网络远程教育基本特点11.3.2 美容教育呼唤网络化11.3.3 美容行业在线教育实践11.3.4 美容在线教育案例分析11.3.5 美容在线教育发展思考11.4 中国美容培训市场发展的的问题及对策11.4.1 美容培训市场遭遇窘境11.4.2 美容市场呼唤专业技师11.4.3 美容职业培训其他问题11.4.4 美容招商培训的问题与对策11.4.5 美容美发企业人才维稳路径 第十二章 2017年直销与美容业的发展12.1 2017年中国直销业发展分析12.1.1 直销的定义12.1.2 直销与传销的区别12.1.3 直销业市场规模分析12.1.4 直销产品分销渠道12.1.5 直销模式的优势分析12.1.6 中国直销业的发展前景分析12.2 中国直销法及对美容业的影响分析12.2.1 中国直销立法的进程12.2.2 直销法核心条例解析12.2.3 直销法对美容院的影响12.2.4 转型商业特许模式12.2.5 直销法为美容业带来新变化12.3 直销模式与美容业的发展12.3.1 美容业重点直销企业12.3.2 高额利润催生美容直销热12.3.3 美容业导入的直销模式12.3.4 直销模式在后美容消费时代前途可期12.3.5 直销成美容保健品市场主要手段 第十三章 2017年美容行业政策环境分析13.1 美容行业标准规范缺失13.1.1 美容行业标准缺失13.1.2 美容产业再教育需要标准13.1.3 医学美容期待行业标准13.1.4 美容美发业政策法规亟需完善13.1.5 医疗美容行业技术准入标准待完善13.2 行业相关政策动态13.2.1 其他国家最新政策13.2.2 行业标准条例13.2.3 行业监管政策13.2.4 化妆品成品管理13.3 美容行业地方性相关政策13.3.1 江苏省13.3.2 辽宁省13.3.3 吉林省13.3.4 广东省13.4 其他相关政策法规13.4.1 美容美发业管理暂行办法13.4.2 美发美容业开业的专业条件和技术要求13.4.3 医疗美容服务管理办法13.4.4 初级美容师国家职业标准13.4.5 高级美容技师国家职业标准13.4.6 政府对美甲经营店铺及从业人员的基本要

求13.4.7 美容医疗机构、医疗美容科(室)基本标准(2012年版)第十四章 2017年美容行业投融资分析14.1 美容行业融资方式分析14.1.1 传统资金来源14.1.2 自筹资金14.1.3 员工持股14.1.4 顾客红股14.1.5 预售筹资14.2 美容行业投资现状与投资机会14.2.1 医学美容行业投资现状14.2.2 美容美发行业投资机会14.2.3 美容市场投资热点分析14.2.4 美容O2O投资商机分析14.2.5 减肥连锁产业投资前景14.2.6 抗衰老美容市场投资前景14.3 男士美容市场投资分析14.3.1 市场投资机会分析14.3.2 市场投资风险及规避策略14.3.3 市场投资经营理念14.3.4 投资经营管理方法14.4 美容行业投资风险与投资策略14.4.1 美容行业投资需防暗槛14.4.2 美容化妆品店投资风险14.4.3 美容行业投资策略分析14.4.4 中小投资者的投资策略14.4.5 投资减肥美体店的建议 第十五章 美容业发展前景与趋势预测分析15.1 国际美容市场发展趋势15.1.1 国际美容行业发展方向15.1.2 国际美容市场趋势预测15.1.3 国际美容市场发展走势15.1.4 生物医学美容业大有可为15.1.5 美容医械市场规模预测15.2 中国美容业发展趋势及预测15.2.1 行业发展前景展望15.2.2 市场增长潜力分析15.2.3 未来发展模式剖析15.2.4 未来发展趋势分析15.3 2018-2024年中国美容行业预测分析15.3.1 影响中国美容行业发展的因素分析15.3.2 2018-2024年中国美容产业工业总产值预测15.3.3 2018-2024年中国美容行业营业收入预测15.4 中国整形美容发展前景与趋势15.4.1 市场发展潜力分析15.4.2 行业发展机遇分析15.4.3 行业发展趋势预测15.4.4 未来行业发展重点 图表目录 图表：国际主要美容品企业在亚洲的增速 图表：2016年度美容行业100强直销企业排名榜 图表：2016年美国微创美容前七位 图表：2016年美国美容外科手术前七位 图表：美国医疗美容仪器行业市场规模情况 图表：全球主要国家和地区人均整形手术量排名 图表：2015-2017年外国赴韩整形人数增长情况 图表：2015-2017年全国美发美容行业经营情况总表 图表：我国美发美容行业效益情况 图表：我国美发美容行业活动单位年平均营业额情况 图表：美容消费支出占全年收入统计 图表：我国美容主要消费群体年龄分布 图表：我国美容主要消费群体的职业分布 图表：我国美容消费群体的主要消费方式 图表：医学美容与生活美容对比分析 图表：2017年全球整形美容消费概况



图表：2017年全球整形美容手术类别占比  
图表：2017年全球整形美容非手术类占比  
图表：2017年全球整形美容性别比例  
图表：2017年各国整形外科医师数量排行  
图表：2011-2017年中国医疗美容机构收入统计  
图表：2017年消费者对整形手术结果的不同认知  
图表：2017年影响消费者选择整形手术的因素  
图表：2017年消费者选择整形美容的地域和机构倾向  
图表：2017年影响消费者选择整形机构的因素权重  
图表：男士护肤品销售额增速  
图表：男士护肤品市场集中度  
图表：2017年男性护肤品消费者基本属性  
图表：2017年男性护肤品消费者关注的媒体广告信息  
图表：2017年男性护肤品消费者印象较好的媒体  
图表：2017年男性护肤品消费者对新媒体的偏好情况  
图表：2017年国内外男性护肤品消费者对生活形态语句的认同度指数  
图表：不同年龄段使用美容品男性的比率  
更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/4410431795.html>