

# 2009年中国美容行业研究咨询报告

## 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

《2009年中国美容行业研究咨询报告》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/B784775K52.html>

报告价格：纸质版：6300元 电子版：6800元 纸质+电子版：7300元

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

2009年中国美容行业研究咨询报告 内容介绍：

2008年，在美国金融风暴的袭击下，中国的美容行业发展形势并不乐观。具体表现为美容院的客流量略有减少，客单价亦有下降，而且人们的消费更理性了。但是，机遇与危险同在。一些健身美容中心趁金融危机空挡时期，抓住机遇进行人才储备，有品牌实力的，将加紧整合，扩大规模。当下，美容行业的市场需求大、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。

在女性美容市场竞争已经白热化的2009年，男性美容将注入不少清新的空气，男士化妆品、男士美容院、男士SPA会所、美容院男宾服务专区增长的数量将大大的增加。在未来5年内，中国男士对护理品的市场需求将以96%的增长速度递增。据统计，男士化妆品市场份额每年都达到5亿元以上，到2010年将发展到40亿元。到2010年，中国化妆品市场，分析了中国美容发展分析

### 三、2009-2010年中国经济增长分析预测

#### 第二节 美容产业政策环境分析

##### 一、美容业执照上岗的意义探析

##### 二、2008年9月1日起施行《化妆品标识管理规定》

##### 三、2010年化妆品成分必须全部标识

#### 第二章 国外美容市场分析

##### 三、金融危机对全球美容业的影响

#### 第二节 国外整形美容市场预测

### 第三章 2008年中国美容发展潜在的问题

##### 二、美容行业专业线品牌发展问题

##### 三、影响美容产业快速发展的瓶颈分析

#### 第五节 美容行业发展建议及对策

##### 一、美容业发展要建设品牌文化

##### 二、美容业投资需谨慎

##### 三、促进美容行业发展的建议

#### 第四章 中国美容发展概况

一、我国美容院的类型

二、美容院经营的关键

三、中国美容院经营方式分析

四、美容院新经营模式分析

第二节 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

第三节 美容院的市场定位分析

一、美容院的市场定位

二、谨防经营管理中的谬误

三、科学、时尚、超前、人性化的软硬件设施配备

四、广告媒介的投放宣传

五、管理者和员工自身素质的提高

第四节 美容院经营管理策略

一、连锁美容院的营销策略

二、美容院经营的黄金法则

三、美容院招揽顾客的战略

四、美容院的核心竞争力分析

第五节 未来美容院发展趋势

一、未来美容院经营趋势分析

二、未来美容院的主流模式分析

第十章 美容业营销分析

第一节 美容市场专业线市场分析

一、专业线美容企业的渠道探讨

二、专业线美容市场分析

三、专业线美容企业品牌建设分析

第二节 中国美容产业发展突破之道

一、连锁经营品牌化生存

二、代理商提供增值服务培育核心竞争力

三、美容院优化产品组合策略

第三节 美容美发店的营销战略

一、战略定位

二、战略模型

三、战略目标

四、针对广告主的营销推广策略

五、针对美容美发厅的营销推广策略

六、运营模型

七、运作方式

第四节 美容企业淡季营销的策略

一、劈分市场与有的放矢

二、聚焦大户与政策倾斜

三、终端补货与培训先行

四、活动推广与刺激消费

五、推陈出新与吸引订货

六、销售竞赛与推动走量

第五节 “美容美发厅传媒系统”的多元盈利模型

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

第十一章 美容业连锁经营分析

第一节 美容连锁经营分析

一、中国美容发展的周期拐点分析

第二节 2008年中国直销运营策略分析

一、产品和服务至上策略

- 二、文化致胜策略
- 三、品牌运作策略
- 四、直销管理的专业化和职业化策略
- 五、直销复合化经营策略
- 六、内资企业的国际化和外资企业中国化策略
- 七、规范经营策略
- 八、有边界的经营创新策略

### 第三节 直销法的影响

- 一、直销模式与美容业的嫁接
- 二、直销冲击中国美容业的发展
- 三、美容业直销之惑
- 四、面临直销热美容业的选择

### 第四节 直销行业发展趋势

- 一、2009年直销市场规模预测
- 二、2009年中国直销发展的趋势
- 三、2009-2010年直销企业发展预测
- 四、2010年中国的直销企业群发展预测

## 第五部分 行业发展趋势及投资分析

### 第十四章 2009-2010年美容业发展趋势预测

#### 第一节 2009年美容美发业市场发展前景

- 一、2009年美容美发市场细分加剧
- 二、2009年进一步规范美容美发市场
- 三、2009年美容美发行业对高级人才需求
- 四、2009年美容美发教育前景看好

#### 第二节 2009年最热门的美容项目预测

- 一、2009年香熏世界将大放异彩
- 二、2009年美塑疗法
- 三、2009年形象、色彩设计成热潮
- 四、2009年产后修复术是热点
- 五、2009年美容保健用品的风靡
- 六、2009年净颜祛斑大升级
- 七、2009年中医美容势不可挡

八、2009年面部修饰持续走俏

九、2009年概念美容

十、2009年男士关注小美容项目

第三节 2008-2010年美容业细分产品发展趋势

一、2009年护肤美白发展趋势

二、2009年美容彩妆市场展望

三、2009年香水业展望

四、2010年彩妆销售额预测

第四节 2008-2010年中国美容业发展趋势

一、2009年中国美容(美容市场分析)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

第十五章 2009年美容业投资分析

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 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 2009年美容业投资热点预测

一、2009年生产厂家的优势

二、2009年品牌优势

三、2009年销售支持优势

附录

附录一：美容美发业管理暂行办法

附录二：医疗美容服务管理办法

附录三：医疗美容服务管理办法

附录四：初级美容师国家职业标准

附录五：高级美容师国家职业标准

图表目录

图表：2008年2-11月我国CPI情况

图表：2007-2008年我国规模以上工业增加值情况

图表：2007年6月-2008年8月我国轻重工业增加值情况

图表：2007-2008年中国工业(工业出口数据)出口交货值情况

图表：2006-2008年我国工业企业实现利润情况

图表：2006-2008年我国工业企业亏损情况

图表：2007-2008年我国工业生产资料价格变化情况

图表：2007-2008年我国工业品和原燃料价格变化情况

图表：2008年2月工业增加值增长速度

图表：2008年3月工业增加值增长速度

图表：2008年4月工业增加值增长速度

图表：2008年5月工业增加值增长速度

图表：2008年6月工业增加值增长速度

图表：2008年7月工业增加值增长速度

图表：2008年8月工业增加值增长速度

图表：2008年9月工业增加值增长速度

图表：2008年10月工业增加值增长速度

图表：2008年11月工业增加值增长速度

图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年8月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年9月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年10月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年11月居民消费价格分类指数分析

图表：2008年1-10月中国按贸易方式(按贸易方式进口数据)进口总值

图表：2008年1-10月中国按贸易方式(按贸易方式出口数据)出口总值

图表：2008年1-10月我国进口总值

图表：2008年1-10月我国出口总值

图表：2008年7月我国进出口商品构成表

图表：2008年7月我国进出口总值简要情况表

图表：2008年7月我国前十名合作贸易伙伴

图表：2008年7月中国前十位(前十位出口数据)出口(前十位出口市场分析)市场

图表：2008年7月中国前十位(前十位进口数据)进口来源地

图表：2008年8月我国进出口商品构成表

图表：2008年8月我国进出口总值简要情况表

图表：2008年8月我国前十名合作贸易伙伴

图表：2008年8月中国前十位(前十位出口数据)出口(前十位出口市场分析)市场

图表：2008年8月中国前十位(前十位进口数据)进口来源地

图表：2008年9月我国进出口商品构成表

图表：2008年9月我国进出口总值简要情况表

图表：2008年9月我国前十名合作贸易伙伴

图表：2008年9月中国前十位(前十位出口数据)出口(前十位出口市场分析)市场

图表：2008年9月中国前十位(前十位进口数据)进口来源地

图表：2008年10月我国进出口总值简要情况表

图表：2008年1-9月中国进出口产品构成

图表：2008年1-9月中国进出口贸易方式、企业性质情况

图表：2008年1-9月中国与主要贸易伙伴贸易情况

图表：2008年中国进出口增长情况及趋势预测

图表：2008年1月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年2月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年1季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年4月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年5月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年6月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年2季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年7月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年8月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年9月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年10月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年11月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年1-11月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据

图表：2008年1月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年2月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年1季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年4月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年5月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年6月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年2季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年7月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年8月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年9月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年10月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年11月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2008年1-11月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据

图表：2006-2007年减肥药品及减肥保健品失守重点广告市场

图表：2006-2007年减肥药品及减肥保健品广告品牌淘汰率上升

图表：2007年减肥药品及减肥保健品报刊广告投入前十品牌

图表：美容机构民营经济成分占绝对优势

图表：美容行业从业者学历分布

图表：美容行业从业者培训状况

图表：美容行业主要从业者中职业资格分布

图表：美容主要消费群体年龄分布

图表：美容主要消费群体的职业分布

图表：美容的主要消费方式

图表：2008年1月美容美发行业最受关注十大产品排行

图表：2007年12月-2008年1月美容美发市场最受关注产品走势分析图

图表：2008年1月份美容美发市场十大关注产品供应与求购对比图

图表：2008年1月美容美发市场全国采购商区域分布图

图表：2008年2月份美容美发市场最受关注十大产品排行榜

图表：2008年1月与2月美容美发市场最受关注产品走势分析图

图表：2008年2月份美容美发市场十大关注产品供应与求购对比图

图表：2008年2月份美容美发市场全国采购商区域分布图

图表：2008年4月美容美发行业最受关注十大产品排行

图表：2008年3-4月美容美发市场最受关注产品走势分析图

图表：2008年4月美容美发市场十大关注产品供应与求购对比图

图表：2008年4月美容美发市场全国采购商区域分布图

图表：2008年5月美容美发行业最受关注十大产品排行

图表：2008年4-5月美容美发市场最受关注产品走势分析图

图表：2008年5月份美容美发市场十大关注产品供应与求购对比图

图表：2008年5月美容美发市场全国采购商区域分布图

图表：2008年6月美容美发行业最受关注产品排行

图表：2008年5-6月美容美发市场最受关注产品走势对比图

图表：2008年6月美容美发市场最受关注十大产品供应与求购对比图

图表：2008年6月美容美发市场全国采购商区域分布图

图表：2008年7月份美容美发行业最受关注十大产品排行

图表：2008年6-7月美容美发市场最受关注产品走势分析图

图表：2008年7月份美容美发市场十大关注产品供应与求购对比图

图表：2008年7月美容美发市场全国采购商区域分布图

图表：2008年12月美容美发行业最受关注十大产品排名

图表：2008年11-12月美容美发市场最受关注产品走势对比图

图表：2008年12月美容美发市场十大关注产品供应与求购对比图

图表：2008年12月美容美发市场全国采购区域分布图

图表：2007年女性美甲行业顾客群体分析

图表：2008年十大领航美容院

图表：2007年21家中国直销获牌企业基本资料列表

图表：获准的15家在官方网站发布声明但尚未获得牌照的企业

图表：初级美容师国家职业标准工作要求

图表：初级美容师国家职业标准理论知识

图表：初级美容师国家职业标准技能操作

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/B784775K52.html>