

# 2016-2022年中国美容市场 前景研究与投资前景报告

## 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

《2016-2022年中国美容市场前景研究与投资前景报告》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/D04382Z1SV.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

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

### 前言

美容行业发展源于上世纪80年代，资历尚浅，但其发展势头不容小觑。现在，业界甚至将其称为继房地产、汽车、电子通讯、旅游之后的“第五大消费热点”。数据显示，目前我国美容机构市场容量已达到5350亿元。

本美容行业研究报告共十五章是智研数据研究中心公司的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研数据研究中心在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国美容行业研究报告是2015-2016年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据研究中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国美容行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国美容行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国美容行业发展前景预测。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。

### 报告目录：

第一章 2012-2015年国际美容市场分析	1
1.1 2012-2015年国际美容市场的发展	1
1.1.1 世界美容业发展概况	1
1.1.2 国外美容行业的升级和变革	22
1.1.3 全球不同地区美容业发展特点	24
1.1.4 全球注射美容业步入快速发展阶段	27
1.1.5 环保模式推动全球美容业革新	29
1.2 美国	30
1.2.1 美国美容业的发展概况	30
1.2.2 天然有机美容产品走俏美国市场	32
1.2.3 美国男性美容日渐兴起	34

1.2.4 美国美容业统计剖析	35
1.3 日本	36
1.3.1 日本美容产业的发展简史	36
1.3.2 简析日本女性整容的缘由	45
1.3.3 日本男子美容市场日渐升温	48
1.3.4 日本美容新潮流	48
1.4 韩国	49
1.4.1 韩国整形美容产业发展迅猛	49
1.4.2 韩国整形医院概况	50
1.4.3 韩国牙贴面技术引领牙齿美容新潮流	51
1.4.4 浅析韩国美容负面影响不可小觑	52
1.5 英国	55
1.5.1 英国整形美容业概况	55
1.5.2 英国男性整形日趋流行	56
1.5.3 英国美容市场依然火爆	56
1.5.4 英国流行手部整形美容术	57
1.6 其他国家美容行业分析	57
1.6.1 澳洲减肥人数增多整容行业兴旺	57
1.6.2 法国巴黎美容市场概况	59
1.6.3 新加坡严格规范整形美容市场秩序	61
1.6.4 俄罗斯美容美发市场发展概况	61
1.6.5 巴西清洁美容用品市场强劲增长	62
1.6.6 印度美容业掀投资热潮	63
第二章 2012-2015年中国美容行业分析	65
2.1 2012-2015年中国美容行业发展环境分析	65
2.1.1 经济全球化促进我国美容业快速发展	65
2.1.2 国内美容行业发展外部环境分析	66
2.1.3 中国美容行业发展被社会忽视	72
2.1.4 中国美容经济孕育并发展壮大	72
2.1.5 中国美容产业面临新的发展环境	73
2.2 2012-2015年中国美容行业发展总体分析	75

2.2.1 中国美容行业发展的基本特征	75
2.2.3 中国美容行业的终端运作模式	80
2.2.4 中国美容行业步入知本经济时代	82
2.2.5 我国美容业将跨入电子商务时代	84
2.3 2012-2015年中国美容行业分析	88
2.3.1 药企挺进美容业催速产业变革	88
2.3.2 2013年中国美容业运行概况	89
2.3.3 2014年中国美容业发展状况	94
2.3.4 2015年中国美容业发展态势	95
2.4 2012-2015年部分地区美容行业的发展	98
2.4.1 深圳市美容产业正日趋走向成熟	98
2.4.2 西安美容市场发展潜力大	100
2.4.3 云南美容业借助标准化做强做大	102
2.4.4 南通市美容业开展诚信经营	102
2.4.5 济南美容业进入复合型商业时代	103
2.5 2012-2015年中医美容行业分析	104
2.5.1 中医美容发展概况	104
2.5.2 中医美容的若干特点	105
2.5.3 中医美容发展环境良好	106
2.5.4 中医美容受国际市场亲睐	108
2.5.5 振兴我国中医美容业的战略	108
2.5.6 中国中医美容业发展前景	112
2.5.7 中国中医美容业发展趋势	112
2.6 美容行业存在的问题	113
2.6.1 我国美容业发展秩序混乱	113
2.6.2 中国美容行业发展存在的主要问题	113
2.6.3 中国美容行业发展的不足	114
2.6.4 潜规则制约中国美容行业的发展	115
2.6.5 中国美容行业征管的问题诸多	116
2.6.6 中国专业线美容行业群龙无首	117
2.7 美容行业发展建议及对策	121
2.7.1 我国美容行业发展的建议	121

2.7.2 促进中国美容业健康发展的对策	122
2.7.3 美容业发展需要建设品牌文化	123
2.7.4 发展美容经济的四个关键点	127
2.7.5 加强美容业税收征管的几点建议	127
第三章 2012-2015年中国美容市场分析	129
3.1 2012-2015年中国美容市场现状	129
3.1.1 中国美容市场行业结构与管理体系概况	129
3.1.2 中国美容市场发展状况分析	131
3.1.3 中国美容市场步入新一轮“洗牌期”	131
3.1.4 美容市场竞争加剧国内品牌缺失高端	132
3.1.5 浅析美容市场中的法治化管理	132
3.2 2012-2015年美容消费市场分析	133
3.2.1 中国美容消费市场状况分析	133
3.2.2 中国美容消费群体的市场要求	134
3.2.3 我国美容消费市场发展动向	135
3.2.4 国内美容顾客的消费心理	135
3.3 2012-2015年美容市场消费群体发展状况	138
3.3.1 女性美容的消费群体分析	138
3.3.2 老年美容消费市场走俏	140
3.3.3 90后成为美容市场消费主力军	141
3.4 2012-2015年主要地区美容市场分析	141
3.4.1 上海美容市场展现良好发展前景	141
3.4.2 广州美容市场亟需洗牌	142
3.4.3 深圳美容市场的竞争态势	143
3.4.4 东莞成立首家美容用品专业市场	143
3.4.5 四川医疗美容市场的问题与对策	144
3.4.6 青岛民营企业争做美容市场龙头	144
3.5 美容市场存在的问题与对策	144
3.5.1 国内美容市场发展存在的问题	144
3.5.2 美容消费存在六大问题	145
3.5.3 我国美容市场需规范和扶持	145

3.5.4 中国美容市场发展的对策分析 146

#### 第四章 2012-2015年中国整形美容行业发展分析 148

4.1 整形美容相关概念及发展史 148

4.1.1 整形美容的概念及范围 148

4.1.2 整形美容行业的特性分析 149

4.1.3 医学美容与生活美容的界定 151

4.1.4 中国现代医学美容的起源与发展 152

4.2 整形美容产品分析 155

4.2.1 整形美容产品的概念 155

4.2.2 整形美容产品的实质 155

4.2.3 整形美容产品项目形式 156

4.3 中国整形美容业发展综合分析 157

4.3.1 中国整形美容产业区域布局的特点 157

4.3.2 我国整形美容市场发展快速 158

4.3.3 非手术整形成为美容市场发展焦点 159

4.3.4 未来整形美容业发展趋向解析 160

4.3.5 我国美容整形业未来发展展望 163

4.4 2012-2015年中国整形美容行业分析 165

4.4.1 外资抢占我国整形美容市场 165

4.4.2 我国整形美容市场首次引进日本技术 166

4.4.3 2014年我国整形美容市场发展分析 166

4.4.4 2015年我国整形美容市场发展分析 167

4.5 整形美容市场存在的问题 174

4.5.1 中国整形美容市场发展还不成熟 174

4.5.2 中国整形美容品牌存在的弊病 175

4.5.3 制约中国整形美容业健康发展的因素 178

4.5.4 我国整形美容市场面临的风险 179

4.6 整形美容行业发展的对策分析 182

4.6.1 我国整形美容行业发展的建议 182

4.6.2 中国整形美容行业的品牌培养对策 182

4.6.3 中国整形美容业的发展规划 184

- 4.6.4 探寻我国整形美容行业的发展模式 185
- 4.6.5 促进我国整形美容业发展的策略分析 186

## 第五章 2012-2015年男士美容市场分析 188

- 5.1 男士美容市场方兴未艾 188
  - 5.1.1 男性美容的基本项目 188
  - 5.1.2 男士美容市场发展概况 188
  - 5.1.3 男性美容兴起带动美容产业发展 189
  - 5.1.4 男士美容市场消费特点 191
  - 5.1.5 男士美容SPA市场渐受青睐 194
- 5.2 2012-2015年男士整形市场分析 195
  - 5.2.1 市场增长情况 195
  - 5.2.2 整形人群 195
  - 5.2.3 热门整形项目 195
  - 5.2.4 整形心理 197
- 5.3 男士美容化妆品市场发展分析 197
  - 5.3.1 男士化妆品市场发展现状 197
  - 5.3.2 男士化妆品的开发 199
  - 5.3.3 男士化妆品发展机会及策略 202
  - 5.3.4 男士美容化妆品前景看好 202
  - 5.3.5 男士化妆品市场发展空间广阔 203
- 5.4 男士美容市场存在的问题与对策 204
  - 5.4.1 男士专业美容市场的软肋 204
  - 5.4.2 男士美容市场存在的风险因素 205
  - 5.4.3 男士美容经营策略探析 206

## 第六章 2012-2015年减肥、美发、美甲相关产品市场分析 207

- 6.1 2012-2015年减肥美体市场分析 207
  - 6.1.1 我国减肥市场发展现状 207
  - 6.1.2 中国减肥产品市场的发展特点 209
  - 6.1.3 中国减肥品行业的混战格局解析 210
  - 6.1.4 中国减肥市场步入规范化发展时代 212



6.1.5 中国减肥市场面临的挑战及对策	213
6.2 2012-2015年美发用品市场分析	214
6.2.1 中国美发市场的南北对峙格局	214
6.2.2 美发店纷纷竞逐中端市场	215
6.2.3 中国洗发水行业的发展状况透析	215
6.2.4 我国洗发水细分市场竞争激烈	223
6.2.5 我国美发家电发展态势良好	223
6.2.6 拜耳在我国推出美发新品	224
6.2.7 国内美发市场存在的四大问题	224
6.3 2012-2015年美甲市场现状分析	225
6.3.1 全球美甲行业的发展概况	225
6.3.2 美国美甲市场发展迅速	225
6.3.3 日本男士开始涉足指甲美容市场	226
6.3.4 中国美甲消费市场总体分析	226
6.3.5 我国美甲市场发展现状分析	228
6.3.6 美甲行业重点企业发展状况	228
6.3.7 中国美甲市场面临价格战的严峻问题	231
6.3.8 美甲是前景广阔的手工艺术	232
第七章 2013-2015年美容产品进出口数据分析	234
7.1 2012-2015年唇用化妆品进出口数据分析	234
7.1.1 2012-2015年中国唇用化妆品进出口总量分析	234
7.1.2 2012-2015年主要省市唇用化妆品进出口情况分析	234
7.1.3 2012-2015年主要贸易国唇用化妆品进出口情况分析	236
7.2 2012-2015年眼用化妆品进出口数据分析	237
7.2.1 2012-2015年中国眼用化妆品进出口总量分析	237
7.2.2 2012-2015年主要省市眼用化妆品进出口情况分析	237
7.2.3 2012-2015年主要贸易国眼用化妆品进出口情况分析	238
7.3 2012-2015年指（趾）甲化妆品进出口数据分析	240
7.3.1 2012-2015年中国指（趾）甲化妆品进出口总量分析	240
7.3.2 2012-2015年主要省市指（趾）甲化妆品进出口情况分析	240
7.3.3 2012-2015年主要贸易国指（趾）甲化妆品进出口情况分析	242

7.4 2012-2015年香粉（不论是否压紧）进出口数据分析	243
7.4.1 2012-2015年月中国香粉（不论是否压紧）进出口总量分析	243
7.4.2 2012-2015年主要省市香粉（不论是否压紧）进出口情况分析	244
7.4.3 2012-2015年主要贸易国香粉（不论是否压紧）进出口情况分析	245
7.5 2012-2015年其他美容品或化妆品及护肤品进出口数据分析	247
7.5.1 2012-2015年中国其他美容品或化妆品及护肤品进出口总量分析	247
7.5.2 2012-2015年主要省市其他美容品或化妆品及护肤品进出口情况分析	247
7.5.3 2012-2015年主要贸易国其他美容品或化妆品及护肤品进出口情况分析	249
7.6 2012-2015年护发品进出口数据分析	250
7.6.1 2012-2015年中国护发品进出口总量分析	250
7.6.2 2012-2015年主要省市护发品进出口情况分析	251
7.6.3 2012-2015年主要贸易国护发品进出口情况分析	252
第八章 2012-2015年中国美容院经营分析	254
8.1 2012-2015年中国美容院经营总体概况	254
8.1.1 政策分析	254
8.1.2 管理分析	289
8.1.3 经营状况	291
8.1.4 经营模式	296
8.1.5 品牌经营分析	299
8.1.6 销售状况	300
8.2 中国美容院发展中问题	302
8.2.1 美容院在经营中面临的困难	302
8.2.2 美容院家族式管理存在的弊端	304
8.2.3 美容院经营需注意的六个方面	305
8.2.4 浅析美容院营销的五大问题	306
8.2.5 美容院管理经营中的其他问题	307
8.3 美容院经营管理策略	310
8.3.1 成功经营美容院的基本要素	310
8.3.2 促销提升美容院竞争力	311
8.3.3 美容院促销员的重要性剖析	312
8.3.4 美容院经营的黄金法则	313

- 8.3.5 借鉴医院服务经营美容院 314
- 8.3.6 我国中小美容院的营销对策分析 315

## 第九章 2012-2015年美容业营销分析 324

- 9.1 美容行业营销模式解析 324
  - 9.1.1 中国美容行业营销模式剖析 324
  - 9.1.2 浅析减肥市场的主要营销模式 327
  - 9.1.3 浅析美发零售市场经营模式变革 329
  - 9.1.4 美容产业其他营销模式简析 331
- 9.2 2012-2015年中国整形美容业的营销分析 332
  - 9.2.1 中国整形美容行业的网络推广模式 332
  - 9.2.2 整形美容行业的会议营销分析 333
  - 9.2.3 我国整形美容机构经营模式 337
- 9.3 2012-2015年美容市场专业线市场分析 338
  - 9.3.1 美容专业线市场发展概况 338
  - 9.3.2 专业线美容企业的“渠道扁平化”浅析 339
  - 9.3.3 专业线美容市场发展环境面临的问题 342
  - 9.3.4 美容专业线市场遭遇的困惑 343
  - 9.3.5 美容专业线市场发展策略分析 344
  - 9.3.6 美容专业线品牌经营的定位策略 344
- 9.4 中国美容业营销面临的问题 345
  - 9.4.1 中国美容院营销存在的主要问题 345
  - 9.4.2 美容院营销定位上面临的问题 347
  - 9.4.3 国内美容行业营销策划的困惑 349
- 9.5 美容业营销策略与方法分析 351
  - 9.5.1 中小型美容企业营销的聚焦化战略 351
  - 9.5.2 美容业连锁经营主要营销策略 352
  - 9.5.3 浅析美容行业的加减法营销 353
  - 9.5.4 服务营销是美容院不断发展的关键 357

## 第十章 2012-2015年连锁经营与美容业的发展分析 362

- 10.1 连锁经营的相关介绍 362

10.1.1 连锁经营发展的条件	362
10.1.2 实行连锁经营的条件	364
10.1.3 连锁经营的经营形态	365
10.1.4 国内连锁经营发展态势分析	368
10.2 2012-2015年美容行业连锁经营总体分析	370
10.2.1 美容业连锁经营的诸多益处	370
10.2.2 美容业连锁经营已成必然趋势	371
10.2.3 中国美容业的连锁经营发展	372
10.2.4 我国美容连锁巨头发展分析	374
10.2.5 国内美容业连锁经营的困境剖析	376
10.2.6 美容连锁店经营出现的若干问题	377
10.3 中国美容业连锁经营发展的策略	378
10.3.1 重新构建真正的美容业连锁经营	378
10.3.2 管理是美容加盟连锁体系的制胜法宝	381
10.3.3 国内美容业连锁新模式的剖析	382
10.3.4 连锁美容院会员制发展的最佳方案	383
10.3.5 美容连锁企业品牌形象定位的策略	386
10.3.6 国内美容企业连锁经营策略抉择分析	388
第十一章 2012-2015年美容业培训市场分析	391
11.1 2012-2015年美容业人才现状与职业培训	391
11.1.1 美容化妆品业人才状况分析	391
11.1.2 中国美容业人才培养逐步升级	392
11.1.3 中国美容行业急缺专业和管理人才	393
11.1.4 美容顾问走在美容营销的最前线	394
11.2 2012-2015年美容教育发展分析	395
11.2.1 中国美容教育本质的探讨	395
11.2.2 中国美容医学教育事业的发展综述	396
11.2.3 我国美容美发教育发展现状	397
11.2.4 中国筹建美容化妆品行业大学	397
11.2.5 中国高等中医美容教育发展的思考	398
11.2.6 网络科技引领中国美容教育新趋势	400

11.2.7 中国美容教育存在的问题及对策建议	401
11.2.8 中国美容教育产业发展的思路分析	403
11.3 2012-2015年美容学历教育的发展	406
11.3.1 中国建立美容人才学历教育体制	406
11.3.2 上海市诞生第一个专业“美容师学院”	408
11.3.3 中国美容培训向学历教育水平靠拢	409
11.3.4 美容美发专业步入大学校园	409
11.4 中国美容培训市场发展的的问题及对策	410
11.4.1 国内美容培训市场遭遇窘境	410
11.4.2 中国美容市场呼唤技师	410
11.4.3 美容业职业培训存在的其他问题	411
11.4.4 美容培训存在的问题与建议	412
11.4.5 美容招商培训市场的问题与对策	413
11.4.6 减少美容美发企业人才流失的路径	414
第十二章 2012-2015年直销与美容业的发展	418
12.1 直销的发展分析	418
12.1.1 直销的定义	418
12.1.2 直销与传销的区别	418
12.1.3 直销产品分销渠道的剖析	420
12.1.4 中国直销业销售成就	420
12.1.5 中国直销业的发展前景分析	424
12.2 中国直销法及对美容业的影响分析	426
12.2.1 中国直销立法的进程	426
12.2.2 中国直销法核心条例剖析	428
12.2.3 直销法对美容院嫁接直销模式的影响	429
12.2.4 转型商业特许模式对直销法的规避	431
12.2.5 直销法为中国美容业营销带来新变化	435
12.3 直销模式与美容业的发展	436
12.3.1 高额利润催生美容直销热	436
12.3.2 美容业试水直销模式摆脱竞争困局	437
12.3.3 直销模式在后美容消费时代前途可期	439

12.3.4 直销渐成美容保健品市场的主要手段 439

### 第十三章 2012-2015年美容行业政策环境分析 441

13.1 美容行业标准规范的缺失 441

13.1.1 美容行业标准缺失导致市场混乱 441

13.1.2 美容产业再教育需要标准 441

13.1.3 医学美容期待行业标准 442

13.1.4 医学美容行业痛并美丽着 443

13.1.5 美容美发业政策法规亟需完善 444

13.1.6 医疗美容行业技术准入标准待完善 445

13.2 标准政策出台规范行业 446

13.2.1 卫生部修订医疗美容机构基本标准 446

13.2.2 我国“安全整形美容标准白皮书”出台 446

13.2.3 青海省美容美发业管理实施办法 447

13.2.4 上海美发美容业发布新规 449

13.2.5 哈尔滨出台五项规范监管美容业 449

13.2.6 辽宁出台美容美发行业经营规范 450

13.3 其他相关政策法规 451

13.3.1 美容美发业管理暂行办法 451

13.3.2 美发美容业开业的专业条件和技术要求 453

13.3.3 医疗美容服务管理办法 454

13.3.4 初级美容师国家职业标准 454

13.3.5 高级美容技师国家职业标准 456

13.3.6 政府对美甲经营店铺及从业人员的基本要求 459

13.3.7 医疗美容机构基本标准（修订意见稿） 460

### 第十四章 美容行业投资分析 466

14.1 美容行业投资现状与投资机会 466

14.1.1 美容美发行业投资现状分析 466

14.1.2 浅析高科技美容市场成为投资热点 466

14.1.3 数码美甲投资方案及效益分析 467

14.1.4 国内减肥连锁产业投资前景好 469

14.1.5 抗衰老美容市场投资前景可观	471
14.2 男士美容市场投资分析	473
14.2.1 男性美容市场蕴藏无限商机	473
14.2.2 男士美容投资的风险及规避策略	473
14.2.3 男士美容院的经营理念	474
14.2.4 男性美容经营管理方法透视	475
14.2.5 男士美容市场发展潜力大	476
14.3 美容行业投资风险与投资策略	477
14.3.1 美容行业利润高投资需防暗槛	477
14.3.2 美容化妆品店投资风险解析	478
14.3.3 美容行业的投资策略分析	478
14.3.4 中小投资者进军美容业的策略	479
14.3.5 投资减肥美体店的建议	480
第十五章 2016-2022年美容业发展前景与趋势预测	481
15.1 国际美容市场发展趋势	481
15.1.1 国外将越来越崇尚自然环保的中草药美容	481
15.1.2 未来10年全球美容业发展方向预测	481
15.1.3 美国整形美容市场发展走势	482
15.1.4 生物医学美容业大有可为	483
15.1.5 2016年世界美容医疗器械市场规模预测	485
15.2 中国美容业发展趋势及预测	486
15.2.1 我国美容行业前景分析	486
15.2.2 二线城市美容市场不可限量	487
15.2.3 今后美容院发展模式剖析	488
15.2.4 未来美容院十大发展趋势	490
15.2.5 2016-2022年中国美容行业预测分析(ZYCSM)	492
15.3 中国整形美容发展前景与趋势	492
15.3.1 中国整形美容业拥有巨大潜力	492
15.3.2 医院美容逐渐成发展趋势	493
15.3.3 整形美容行业发展的趋势分析	494
15.3.4 微整形成未来行业发展重点	496

- 15.3.5 我国整形美容行业发展四大趋势 496
- 15.4 “十二五”美容美发业发展规范 497
  - 15.4.1 “十二五”美容美发业指导思想及目标 497
  - 15.4.2 “十二五”美容美发业发展的任务 498
  - 15.4.3 “十二五”美容美发业发展的保障措施 499

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/D04382Z1SV.html>