

2007年中国美容行业调研及经营 策略咨询报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2007年中国美容行业调研及经营策略咨询报告》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/E071618CC5.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

2007年中国美容行业调研及经营策略咨询报告 内容介绍：

目前，中国的美容服务业直接就业者约1200万人，美容就业机构总数近180多万家，年营业收入近（人民币，下同）2000亿元，较2004年增长近20%。2006年美容服务业实现产值2200亿元左右。据预测，未来三至五年，中国美容经济年产值将超过5000亿元。

2006年，是中国美容业的危机年，转折年。随着国内各级媒体对业内违规经营项目的持续曝光，及政府主管部门对行业监管力度的不断加强，过去单纯依靠概念炒作而虚夸的时代已经一去不再复返了。羊胎素、金丝植入……这些诱人的神奇名词，已渐渐离我们远去。2007年及未来几年的美容行业，在国家更加重视，消费者愈加理性的情况下，美容行业将进入新一轮的洗牌时期，只有真正诚信经营的美容企业才被市场和消费者接纳，而急功近利的浮躁心态也将逐渐得到改善。2007年及未来几年的中国美容业的整体发展趋势，正在走入由乱到治的新局面，未来中国美容业的发展道路必定会越来越清楚、顺畅。

由于竞争的加剧，未来的美容业经营模式，将会越来越注重品牌的建设。一大批缺乏战略定位的小型美容公司和美容机构，将逐渐在市场经济的法则中，难以适应未来的潮流，而自动出局。未来的美容业发展模式，也将朝着两极化发展。一方面是多元化的经营模式，某些美容院向高档大型休闲会所发展，皮肤护理、SPA水疗、健身跳操、商务会谈、客户课程……以多元化来彰显自身优势，获得横向的发展和壮大。另一方面，未来美容业也将向着专业化的经营模式深入，会有相当部分的美容机构，与国内外的权威美容品牌机构及医学、皮肤学研究机构进行深度合作，在专业化、细分化的战略思想指导下，从某一个具体领域进行纵向的深入与强化，如专业抗衰老美容、专业美体塑形、专业眼部护理等。在这个时候，美容师才会成为客户心中真正尊重和高度认同的“师”，而不是单纯的美容技术操作工，中国美容业的发展，亦将由此而步入品牌高速公路。

本报告依据国家统计局、国家海关总署、国家发改委、国务院发展研究中心、全国工商联美容化妆品业商会、中国香料香精化妆品工业协会、中华医学会医学美学与美容学分会、中国医师协会美容与整形医师分会、国内外多种相关报刊杂志基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据。报告立足于世界美容市场，从中国美容行业分析

第一节 国外美容市场分析

六、2007年日本美容化妆品市场分析

七、意大利化妆品工业和市场情况调研

第三节 国外整形美容市场预测

五、未来5年世界化妆品市场发展趋势

第二章 中国美容发展趋势及策略

一、美容化妆品服务质量规范亟待完善

二、中国化妆品发展趋势

一、中国美容业未来发展的“三新”轨迹

二、2007年及未来几年美容服务发展趋势

三、2007年及未来几年美容教育发展趋势

四、2007年及未来几年美容商贸发展趋势

五、2007年及未来几年美容科研发展趋势

六、2007年及未来几年美容业经营管理发展趋势

七、2007年及未来几年产业运作模式发展趋势

第三节 2007年及未来几年美容行业发展前景

一、2007年及未来几年美容行业发展预测

二、2007年及未来几年美容行业前景分析

三、2007-2008年美容消费趋势分析

四、2010年我国美容业收入预测

五、2007-2012年中国美容业产值预测

第四节 2007年及未来几年美容产业热点分析

一、新兴的手部美容业

二、牙齿美容爱美人士的新课题

三、眼睫毛移植冲击美容界

四、氧气美容有待成为美容新时尚

五、脑部护理成美容新潮流

六、花朵美容将成新宠

第四部分 经营策略

第十一章 直销与美容业的发展

第一节 直销概念

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
- 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

第十二章 美容业营销分析

第一节 美容业营销现状分析

- 一、美容业流行营销模式分析
- 二、中国美容业营销呼唤全面升级
- 三、美容业营销大思路

第二节 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”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

第三节 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 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”产生的原因
- 三、“前店后院”发展的优势
- 四、“前店后院”发展瓶颈
- 五、“前店后院”的营销策略

第十三章 连锁经营与美容业的发展

第一节 美容连锁经营分析

一、中国美容连锁加盟发展之现状

四、美容连锁企业的品牌文化与品牌管理

第二节 大力发展我国美容业的连锁经营

一、美容业连锁经营九大营销策略

二、美容业连锁经营的未来方向

三、化妆品行业连锁经营的十大设想

四、连锁经营的发展趋势

五、美容连锁企业品牌形象定位的策略

六、美容院特许加盟连锁经营赢利模式

第十四章 中国美容院经营分析

第一节 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、2007年起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

六、美容院新经营模式

第二节 美容院成功经营策略

一、营业额的构成

二、顾客管理的要点

三、根据季节性的变化订立销售计划与促销办法

四、促销活动的策划与组织

第三节 美容院经营管理策略

一、促销为美容院添利

二、美容院经营的黄金法则

三、美容院如何选择自己的产品品牌

四、美容院的核心竞争力

五、建立星级美容院的新经营构想

第四节 美容院发展趋势

一、市场发展为美容院带来的经营新模式

二、美容院未来发展趋势

- 三、未来美容院经营管理模式探讨
- 四、未来美容院的主流模式分析
- 五、美容院电脑信息化管理势在必行
- 六、美容院投资高科技仪器成为经营趋势

第十五章 美容院服务营销策略研究

第一节 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
- 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

第二节 我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
- 五、促销人员——美容师素质低下

第三节 中国美容院(美容院市场分析)市场营销环境分析

- 一、美容院服务营销的优势与机会分析
- 二、美容院服务营销的劣势与威胁分析

第四节 美容院服务营销策略

- 一、美容院服务有形化营销策略
- 二、美容院服务技巧化营销策略
- 三、美容院服务关系化营销策略
- 四、美容院服务规范化营销策略

图表目录

图表：2006年度最受关注化妆品品牌国家

图表：2004与2005年意大利化妆品工业营业收入按销售渠道分类

图表：2005年1-11月意大利化妆品工业出口金额情况表（按产品分类）

图表：意大利国内化妆品消费(化妆品消费市场考察)市场消费金额、数量及价格趋势比上年变化表

图表：2005年意大利国内化妆品(化妆品市场考察)市场消费金额按产品分类表

图表：2005年1-11月意大利进口国外化妆品分产品金额表

图表：未来5年全球化妆品与个人护理用品零售额增长情况

图表：未来5年各类化妆品产品零售额增长情况

图表：2006年十大化妆品公司占据全球市场50%以上的市场份额

图表：2007年北京美容美发企业前10强监测

图表：2000-2005年全国限额以上商业企业化妆品零售额

图表：2000-2005年全国限额以上商业企业化妆品零售额增长速度

图表：2005年全国限额以上商业企业化妆品零售额构成

图表：2005年十个重点城市限额以上商业企业化妆品销售的渠道构成

图表：2005年各渠道化妆品零售额增涨幅度

图表：2004-2005年十大城市限额以上商业企业化妆品零售渠道构成

图表：2006年8月百货商场按销售规模构成

图表：2006年8月百货商场按商场层级构成

图表：2006年上半年样本百货商场化妆品销售额结构

图表：化妆品分类销售结构

图表：彩妆销售结构

图表：护肤品销售结构

图表：2005年9月-2006年8月不同销售规模百货商场拥有的专柜数量

图表：2006年8月百货商场化妆品专柜品牌构成

图表：2006年8月高端品牌在不同城市的铺货率

图表：2006年8月中高端品牌在不同城市的铺货率

图表：2006年8月大众化品牌在不同城市的铺货率

图表：2006年8月低端品牌在不同城市的铺货率

图表：2006年8月高端品牌在不同定位商场的铺货率

图表：2006年8月中高端品牌在不同定位商场的铺货率

图表：2006年8月大众化品牌在不同定位商场的铺货率

图表：2006年8月低端品牌在不同定位商场的铺货率

图表：2005年5月-2006年8月主要高端品牌在铺货数量变化

图表：2005年5月-2006年8月主要中高端品牌在铺货数量变化

图表：2005年5月-2006年8月主要大众化品牌在铺货数量变化

图表：2005年5月-2006年8月主要低端品牌在铺货数量变化

图表：2005年主要高端品牌单柜销售能力

图表：2005年主要中高端品牌单柜销售能力

图表：2005年主要大众化品牌单柜销售能力

图表：2006年8月11个大城市百货专柜品牌销售份额

图表：2006年8月11个大城市百货店低端品牌销售份额

图表：2007年护肤品、彩妆品、美发品检索量比例

图表：2007中国化妆品制造企业十强

图表：2007中国化妆品制造企业五十强

图表：2006年1月美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2006年2月美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2006年3月美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2006年一季度美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2006年4月美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2006年5月美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2006年6月美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2006年二季度美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2006年7月美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2006年8月美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2006年9月美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2006年三季度美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2006年10月美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2006年11月美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2006年12月美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2006年四季度美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2006年1-12月美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2007年1月美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2007年2月美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2007年3月美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2007年一季度美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2007年4月美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2007年5月美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2007年6月美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2007年二季度美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2007年7月美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2007年8月美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2007年1-8月美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2006年1月护发品分产品进口数据

图表：2006年2月护发品分产品进口数据

图表：2006年3月护发品分产品进口数据

图表：2006年一季度护发品分产品进口数据

图表：2006年4月护发品分产品进口数据

图表：2006年5月护发品分产品进口数据

图表：2006年6月护发品分产品进口数据

图表：2006年二季度护发品分产品进口数据

图表：2006年7月护发品分产品进口数据

图表：2006年8月护发品分产品进口数据

图表：2006年9月护发品分产品进口数据

图表：2006年三季度护发品分产品进口数据

图表：2006年10月护发品分产品进口数据

图表：2006年11月护发品分产品进口数据

图表：2006年12月护发品分产品进口数据

图表：2006年四季度护发品分产品进口数据

图表：2006年1-12月护发品分产品进口数据

图表：2007年1月护发品分产品进口数据

图表：2007年2月护发品分产品进口数据

图表：2007年3月护发品分产品进口数据

图表：2007年一季度护发品进口数据

图表：2007年4月护发品分产品进口数据

图表：2007年5月护发品分产品进口数据

图表：2007年6月护发品分产品进口数据

图表：2007年二季度护发品进口数据

图表：2007年7月护发品分产品进口数据

图表：2007年8月护发品分产品进口数据

图表：2007年1-8月护发品分产品进口数据

图表：2006年1月美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2006年2月美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2006年3月美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2006年一季度美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2006年4月美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2006年5月美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2006年6月美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2006年二季度美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2006年7月美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2006年8月美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2006年9月美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2006年三季度美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2006年10月美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2006年11月美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2006年12月美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2006年四季度美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2006年1-12月美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2007年1月美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2007年2月美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2007年3月美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2007年一季度美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2007年4月美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2007年5月美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2007年6月美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2007年二季度美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2007年7月美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2007年8月美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2007年1-8月美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2006年1月护发品分产品出口数据

图表：2006年2月护发品分产品出口数据

图表：2006年3月护发品分产品出口数据

图表：2006年一季度护发品出口数据

图表：2006年4月护发品分产品出口数据

图表：2006年5月护发品分产品出口数据

图表：2006年6月护发品分产品出口数据

图表：2006年二季度护发品出口数据

图表：2006年7月护发品分产品出口数据

图表：2006年8月护发品分产品出口数据

图表：2006年9月护发品分产品出口数据

图表：2006年三季度护发品出口数据

图表：2006年10月护发品分产品出口数据

图表：2006年11月护发品分产品出口数据

图表：2006年12月护发品分产品出口数据

图表：2006年四季度护发品出口数据

图表：2006年1-12月护发品分产品出口数据

图表：2007年1月护发品分产品出口数据

图表：2007年2月护发品分产品出口数据

图表：2007年3月护发品分产品出口数据

图表：2007年一季度护发品分产品出口数据

图表：2007年4月护发品分产品出口数据

图表：2007年5月护发品分产品出口数据

图表：2007年6月护发品分产品出口数据

图表：2007年二季度护发品分产品出口数据

图表：2007年7月护发品分产品出口数据

图表：2007年8月护发品分产品出口数据

图表：2007年1-8月护发品分产品出口数据

图表：男士化妆品各品牌满意度排行

图表：男性最满意的洁面类品牌

图表：男性满意度较低的洁面类品牌

图表：推荐的美容美发场所及其设施、设备、工具清洁计划

图表：美容美发场所卫生管理自查建议项目

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

图表：美容院服务产品的构成图

图表：美容院服务产品区别于有形产品的特征

图表：顾客美容动机情况

图表：美容院服务营销系统

图表：美容院服务质量衡量模式

图表：美容师或美容小姐的文化程度情况

图表：美容师/美容小姐专业技术技能培训情况

图表：男女士美容护理情况

图表：20世纪90年代中国化妆品销售额

图表：不同城市女性美容护肤人数比例

图表：美容院服务基本特性与美容院服务营销策略体系

图表：美容院服务营销策略体系内容

图表：顾客选择美容院的最佳地理位置情况

图表：色彩与心理的关联

图表：顾客获悉美容院的途径

图表：美容院服务广告制定的主要步骤

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/E071618CC5.html>