

# 2008年中国美容市场研究报告

## 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

《2008年中国美容市场研究报告》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/l485327WG6.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

2008年中国美容市场研究报告 内容介绍：

2007年美容业仍成为继住房、汽车、旅游之后的第四大消费热点，美容服务业实现产值2200亿元左右，行业从业人员超过1000万人，巨大的商机已经凸现。今后几年，以科技创新、品牌创新、质量创新、服务创新为本的‘新美容经济’将成为中国第三产业中的最大亮点。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。

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。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。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、中国美发美容协会等单位提供的大量资料，对中国美容行业分析

### 第一节 国外整形美容市场预测

#### 四、未来世界化妆品市场发展趋势

## 第二章 美容产业政策环境分析

### 第一节 美容产业政策环境分析

- 一、美容业健康发展需要政府摆正态度
- 二、我国重拳出击美容服务等欺诈行为
- 三、2007年中国出台美容美发发展趋势及策略

#### 一、中国化妆品发展分析

- 一、2007年整形美容大盘点
- 二、2007年全国首例收腰手术成功

### 第六节 整形美容市场竞争状况及发展建议

- 一、整形美容市场竞争状况分析
- 二、整容市场呼唤理性竞争
- 三、我国医疗整形美容业走向个人品牌时代

### 第七节 整形美容发展趋势分析

## 第七章 减肥、美发、美甲市场分析

### 第一节 2007-2008年减肥美体市场分析

- 一、减肥行业发展阶段
- 二、减肥市场消费量状况
- 三、减肥药品市场调查分析
- 四、全球近1/5的体重超标肥胖者是中国人
- 五、2007年减肥市场分析以及08年发展预测
- 六、2007年火罐瘦身减肥市场的新潮
- 七、中国减肥药市场将达90亿美元

### 第二节 美发用品市场分析

- 一、中国美发发展之现状
- 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、美容院特许加盟连锁经营赢利模式

## 第十三章 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、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分析
- 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

## 第十四章 美容院服务营销策略分析

### 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

第十五章 未来几年美容业发展前景与趋势预测

第一节 美容化妆品时尚包装的未来趋势

一、多层塑料复合技术

二、真空包装

三、胶囊包装

四、绿色包装趋势

五、塑料瓶依旧占有重要地位

第二节 2008年美容发展趋势分析

一、形象、色彩设计成热潮

二、产后修复术是热点

三、美容保健用品的风靡

四、净颜祛斑大升级

五、面部修饰持续走俏

六、男士关注小美容项目

七、中医美容势不可挡

八、概念美容

第三节 正式美容行业发展的趋势

一、美容美发机构经营状况

二、美容美发行业员工的特征变化

三、当前的国内展会趋势

部分图表目录

图表 2008年1-2月精油；香膏；提取油树脂；上述产品相关制品出口统计

图表 2008年1-2月精油；香膏；提取油树脂；上述产品相关制品进口统计

图表 2008年1-2月香水及花露水出口统计

图表 2008年1-2月香水及花露水进口统计

图表 2008年1-2月美容品或化妆品及护肤品出口统计

图表 2008年1-2月美容品或化妆品及护肤品进口统计

图表 2008年1-2月护发品出口统计

图表 2008年1-2月护发品进口统计

图表 2007年上半年美容美发市场关注度趋势图

图表 2007年上半年美容美发市场产品分布图

图表 2007年下半年美容美发市场十大最受关注产品排行榜

图表 2007年下半年美容美发交易市场对比图

图表 2007年下半年美容美发市场采购对比图

图表 2007年1-12月我国日用化学产品总产值情况

图表 2007年1-12月我国日用化学产品产销率情况

图表 2007年1-12月全国香精产量统计

图表 2006-2008年中国日化(日化市场分析)市场(广义)市场容量分析

图表 2007中国日化(日化市场分析)市场销售额分类图

图表 2007中国化妆品(化妆品市场分析)市场销售额分类图

图表 2007中国化妆品制造企业十强

图表 2007年1-12月精油；香膏；提取油树脂；上述产品相关制品出口统计

图表 2007年1-12月精油；香膏；提取油树脂；上述产品相关制品进口统计

图表 2007年1-12月香水及花露水出口统计

图表 2007年1-12月香水及花露水进口统计

图表 2007年1-12月美容品或化妆品及护肤品出口统计

图表 2007年1-12月美容品或化妆品及护肤品进口统计

图表 2007年1-12月护发品出口统计

图表 2007年1-12月护发品进口统计

图表 2007年中国各类化妆品(各类化妆品出口数据)出口所占份额

图表 2007年我国不同类型化妆品企业出口额所占比重

图表 2007年中国化妆品各(化妆品各出口数据)出口方式所占比重

图表 2007年中国化妆品(化妆品出口数据)出口方向部分地区所占比重

图表 2007年中国省市地区化妆品(省市地区化妆品出口数据)出口所占比重

图表 2007年男士化妆品各品牌满意度排行

图表 2006年1-12月精油；香膏；提取油树脂；上述产品相关制品出口统计

图表 2006年1-12月精油；香膏；提取油树脂；上述产品相关制品进口统计

图表 2006年1-12月香水及花露水出口统计

图表 2006年1-12月香水及花露水进口统计

图表 2006年1-12月美容品或化妆品及护肤品出口统计

图表 2006年1-12月美容品或化妆品及护肤品进口统计

图表 2006年1-12月护发品出口统计

图表 2006年1-12月护发品进口统计

图表 我国美容机构业态分布

图表 我国美容机构的服务类型比例

图表 我国美容机构抽样调查中实际投资分布情况

图表 我国美容机构抽样调查中营业面积情况

图表 我国美容机构从业人员年龄分布

图表 我国美容机构从业人员学历分布

图表 我国美容机构从业人员专业教育分布

图表 我国美容机构从业人员执业及服务时间分布

图表 我国美容机构美发师从业人员职业技术分布

图表 我国美容机构美容师从业人员职业技术分布

图表 消费者对当前美容院开展美容服务的总体评价

图表 消费者对当前化妆品使用效果的总体评价

图表 消费者对名人代言的美容化妆品广告的态度评价

图表 不同文化程度消费者对医疗美容的认识

图表 消费者选购化妆品首先想要知道的信息

图表 消费者注意化妆品外包装上的内容标注情况

图表 消费者对外包装上辨别真假“原装进口化妆品”认识情况

图表 消费者使用美容化妆品导致皮肤受到伤害的经历

图表 消费者使用美容化妆品受到伤害后得到经营者的满意处理

图表 消费者对整顿和规范美容化妆品市场的意见和建议

图表 消费者获知减肥产品的途径

图表 消费者在初次接触某种减肥药品广告之前的反映



图表 消费者使用某种减肥产品后的效果

图表 消费者对减肥产品知晓使用率排前十位的品牌

图表 女性消费者美甲护理情况

图表 美容院服务产品的构成图

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 不同城市女性美容护肤人数比例

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 顾客获悉美容院的途径

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/l485327WG6.html>