

# 2020-2026年中国美容市场 发展态势与投资前景预测报告

## 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

《2020-2026年中国美容市场发展态势与投资前景预测报告》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/qita/J68941BNMN.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

美容分为生活美容和医疗美容两大类：医疗美容是指运用手术、药物、医疗器械以及其他具有创伤性或者侵入性的医学技术方法对人的容貌和人体各部位形态进行的修复与再塑。比如常见的割双眼皮、隆胸等。生活美容是指常规性美容护理，包括使用化妆品、SPA、按摩保健等。

随着中国国民经济水平的不断增长，对于美容、需求的量和度也有明显的提升，存在的巨大空间刺激了众多美容行业的发展。中国美容市场的快速增长性和持续增长性，加之巨大的人口基数，是中国美容行业蓬勃发展的动力和基础。

2019年国内美容市场消费趋势中，美容产品从脸部走向身体，美容市场消费空间得到快速扩张，同时超声波美容等美容仪器的进入，进一步刺激了国内美容市场的消费规模，2017年，我国美容行业市场规模7296亿元，相比2011年增长了109%，近6年平均增速高达18.18%近几年我国美容市场规模情况及细分规模情况如下图所示：2011-2017年中国美容行业市场规模情况数据来源：公开资料整理

智研数据研究中心发布的《2018-2022年中国美容市场发展态势与投资前景预测报告》共十三章。首先介绍了中国美容行业市场发展环境、美容整体运行态势等，接着分析了中国美容行业市场运行的现状，然后介绍了美容市场竞争格局。随后，报告对美容做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国美容行业发展趋势与投资预测。您若想对美容产业有个系统的了解或者想投资中国美容行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 行业发展现状

第一章 美容行业概述

第一节 娱乐业的介绍

一、娱乐业的定义

二、娱乐业的分类

三、娱乐消费的六种类型

四、娱乐业的经济地位和作用

## 第二节 美容业的概述

- 一、美容的定义
- 二、美容简单分类
- 三、美容业的特点
- 四、美容的经营形式

## 第三节 美容的其他概念

- 一、美容起源
- 二、我国美容发展历程
- 三、现代美容企业概述
- 四、美容的作用与地位
- 五、美容产业化的内涵
- 六、美容业的发展规律
- 七、美容的健康问题
- 八、美容的概念

## 第二章 2015-2019年国际美容行业发展现状分析

### 第一节 2015-2019年国际美容行业概况

- 一、国际美容行业发展历程
- 二、国际美容行业发展面临的问题
- 三、国际美容行业技术发展现状及趋势

### 第二节 2015-2019年国际美容的发展状况

- 一、国际美容现状分析
- 二、国际美容发展趋势分析
- 三、国际美容发展前景分析

### 第三节 2015-2019年国际美容的发展策略

- 一、国际美容的制胜之道
- 二、国际美容本土化发展
- 三、美式美容的中国市场战略

### 第四节 2019年主要国家美容行业发展借鉴

- 一、美国
- 二、英国
- 三、日本

### 第三章 2015-2019年中国美容行业发展现状分析

#### 第一节 2015-2019年中国美容行业整体发展概况

一、2015-2019年娱乐业利润情况

二、娱乐业经营陷入困境

三、娱乐业服务水平状况

四、方便快捷的要求

#### 第二节 我国美容业市场发展的状况

一、我国美容业起步和发展速度

二、我国美容业经营主体

三、我国美容业经营方式分析

四、我国美容业服务领域分析

#### 第三节 2015-2019年我国美容业市场发展分析

一、奥运会对美容业市场发展的影响

二、2015-2019年美容市场价格情况

三、2015-2019年美容价格分析

四、2015-2019年美容业成本问题分析

五、2015-2019年休闲美容产业发展潜力分析

#### 第四节 中国美容业市场形势分析

一、到2019年中国美容业的市场发展态势

二、美容品牌以集群形式发展态势

三、美容的休闲化发展趋势

#### 第五节 2015-2019年中国美容行业市场消费者调查分析

一、消费者对国际美容的偏好程度分析

二、消费者对国际美容就餐形式的选择

三、消费者到国际美容消费的周期

四、消费者中去国际美容消费的金额

五、消费者对美容的满意情况和抱怨因素

六、消费者最喜欢的美容品牌

七、消费者选择美容的决定因素

### 第四章 我国美容市场发展分析

## 第一节 美容市标准化分析

一、美容产业化、标准化情况

二、美容标准化问题及其影响

三、美容市场标准化发展策略

## 第二节 美容市场发展状况

一、2015-2019年美容市场发展情况

二、美容发展的有利因素

三、美容发展制约因素

四、美容的全球化发展

## 第三节 美容发展前景和机遇

一、美容长期发展前景分析

二、2020-2026年美容市场发展前景

三、美容发展的新机遇

## 第五章 美容会所深度调研

不少企业看好美容行业前景，纷纷进军，竞争者数量的不断增多使行业竞争异常激烈。对国内美容市场品牌进行梳理，规模较大的有克丽缇娜、自然美、娇莉芙、伊美娜、思妍丽、美丽田园等品牌，同时中小品牌众多。特别是北上广深等高消费的一、二线城市，竞争尤为激烈；但广阔的三四五线城市需求旺盛但竞争较少，仍存在产生大公司的市场基础。

当前，大品牌美容公司主要通过“直营+加盟”模式拓展渠道，中小品牌基本通过直营模式运作。直营美容连锁对产品、服务品质能有效控制，但受制于重资产而难以规模化；加盟模式美容连锁通过管理输出和品牌授权能够实现轻资产扩张，但对渠道铺设后的管控能力有较高要求。美容产业主要公司运营模式、产品及服务梳理

品牌名称	创始地	运营模式	大陆门店数	产品、服务
美丽田园	德国	一、二线直营；三、四线加盟	70余家	面部护理—E-SR 嫩肤、面部护理—洁肤祛痘、面部护理—镇静修复、面部护理—保湿营养、面部护理—亮采塑形、局部保养—眼部保养、面部护理—活化营养、面部护理—排毒营养
思妍丽	法国巴黎	直营+加盟	150家	品牌：携手韩国尖端实验室CAREGEN 研发DR Bio、香薰DECL&Eacute;OR（德珂傲）、法国著名护肤品牌Esthederm（雅诗敦）、思妍丽专业美容旗下的专业护肤品牌Special Life-源草本。护理：净透亮护理、皮肤年轻化护理、身体曲线雕塑、养生护理。
娇莉芙	香港	直营+加盟	200余家	护理：肌肤抗衰、机能抗衰、形体抗衰；产品：瑞士·胶原紧致系列、光学优肌系列、小分子微注系列、OPC抗氧化系列、绿鱼子凝时系列、DR.R 系列、太极药草

萃系列、有机香氛系列、S体雕系列、马赛皂系列 贝黎诗SPA 北京 直营 55家 护肤品牌：统揽国际三大护肤品牌THALGO、MARYCOHU和ERICSO；护理服务：海洋活力、植物香薰、生物科技、活化水疗、高科技仪器 娇韵诗美妍中心 法国 直营+加盟 97家专柜，4家SPA 高效美颜疗程、经典美体护理、身体深层净化护理、经典按摩疗程、天然体膜护理、局部护理、男士护理 丽妍雅集 瑞士 直营 15家门店 服务：丽妍雅集护理、Mined&rsquo;Or专业护理、傲凝姬亚专业护理、星象能量SPA、身体SPA、香薰护理、专业仪器、局部美体、身体去角质眼唇部护理；产品：天然修复系列、闪亮凝白美肌系列、活细胞修复系列、柔润护肤系列、钻石美颜系列、调理生肌系列 克丽缇娜 台湾 加盟 3000家 主要产品：克丽缇娜PS、克丽缇娜E.P.O、萃丽化妆水、护理、香榭精油、香榭嫩白、兰采丽新颜祛痘、防晒、梵诗清活型、生化更新护肤、香榭玫瑰焕彩精华、香榭美体、美雕美姿、睛采赋活 伊美娜 上海 直营 200家 护理服务：伊式面部有氧排毒、半身舒缓、芳香背疗、芳香清腹、香薰头护、纤腿养护、仪器护理；护理产品：精油系列、再生塑眸眼部护理全系列、水元素系列、弹性紧实系列 自然美 上海 直营+加盟 2000余家 护理产品：健康食品系列、天然精油系列、抗皱紧致、平衡抗痘、安抚舒敏、美白淡斑、美容窈窕、延年养生、保湿补水、基础营养、美白亮肤；护理服务：最新美容美体护理、脸部护理、局部特效护理、身体护理、代谢仪特效护理、专属护理 日本Socie施舒雅SPA 日本 直营 全球150，大陆1 包括Socie施舒雅美容世界、Socie Beauty Avenue、Guerlain娇兰SPA、马克马詹&施舒雅没法，Esthederm雅施婷、ThalgoB.L.C岱蔻 日本蜜丝芭莉 日本 直营、美容学院 全球130，大陆1 提供奢华纤体及美容理疗服务的日本高端品牌，MissParis为女性瘦身美容中心，Dandy House为日本最早诞生的男性美容沙龙 佰草集汉方SPA 香港 加盟 十余家 &ldquo;汉方之粹，养生养美&rdquo;，以中草药SPA闻名 Slimmer秀美荟美颜修护中心 香港 直营 3家 将欧美先进的医疗修复美容设备和技术与纯自然的美容SPA经验理念完美结合 mTm 香港 直营 7家 香港首家提供个人调配护肤产品及疗程的品牌；MTM拥有个人专属配方护肤品、面部专业护理、SPAby MTM、TIME by MTM医学美容等多元化系列及服务项目，成为亚洲首屈一指的专属护肤品牌坐标。 LA ZEPHIRE洛斐尔男子SPA 直营 4家 专注男性修颜、塑性、水疗、草本、按摩等方面的日常护理。同门品牌&ldquo;紫颖女子会所&rdquo;是以丰胸为特色的女子美容服务品牌 Hom@Spa 直营 4家 专业SPA会所或顶级酒店专用的护肤品牌，以及专业个人护理产品零售集成店Jurlique、Comfort Zone、talike、Asquith London、RENE FURTERER、NEROLY、LANCASTER 兰嘉丝汀 ORLANE 幽兰美妍中心 法国 直营 4家 养生、休闲、社交、商务为一体 GSD科学美容生活馆 深圳 直营 6家 科技美容SPA，皮肤年轻化、瘦身塑形、脱毛美肤 资料来源：公开资料整理

## 第一节 现状分析

- 一、美容会所特色
- 二、美容会所装修装饰风格
- 三、美容会所经营及前期投入
- 四、美容会所经营模式
- 五、美容会所利润

## 第二节 现有美容会所调研

- 一、美容会所企业经营情况
- 二、美容会所行业门店数
- 三、美容会所行业营业面积
- 四、美容会所行业从业人员
- 五、美容会所行业餐位数
- 六、美容会所行业商品购进总额
- 七、美容会所行业统一配送商品购进额
- 八、美容会所行业自由配送中心配送商品购进额
- 九、美容会所行业非自由配送中心配送商品购进额
- 十、美容会所行业营业收入

## 第六章 我国美容行业区域市场分析

### 第一节 北京市

- 一、美容行业现状
- 二、美容市场格局
- 三、美容消费者分析
- 四、美容行业发展趋势

### 第二节 上海市

- 一、美容行业现状
- 二、美容市场格局
- 三、美容消费者分析
- 四、美容行业发展趋势

### 第三节 广州市

- 一、美容行业现状
- 二、美容市场格局
- 三、美容消费者分析



## 四、美容行业发展趋势

### 第四节 深圳市

#### 一、美容行业现状

#### 二、美容市场格局

#### 三、美容消费者分析

#### 四、美容行业发展趋势

### 第五节 成都市

#### 一、美容行业现状

#### 二、美容市场格局

#### 三、美容消费者分析

#### 四、美容行业发展趋势

## 第七章 2015-2019年美容业的经营管理

### 第一节 美容业经营管理概况

#### 一、美容经营自身模式建立的探索

#### 二、美容业的员工管理方案探析

#### 三、美容经营的关键准备

### 第二节 美容业的选址模式剖析

#### 一、美容会所选址中应当考虑的因素

#### 二、美容会所选址应遵循的基本原则

#### 三、美容会所选址的模式及方法运用

#### 四、国际美容会所加盟店的选址

### 第三节 美容会所经营的商圈分析

#### 一、商圈的一般性原则

#### 二、娱乐业商圈的特殊性

#### 三、肯德基商圈策略的借鉴

#### 四、美容企业扩张过程中商圈情况分析

#### 五、商圈内美容单店取得相对竞争优势策略

### 第四节 美容业顾客关系管理研究

#### 一、顾客关系管理概念

#### 二、顾客消费行为特征及影响就餐的因素

#### 三、顾客需求信息的管理

## 四、顾客关系管理的对策建议

### 第八章 2015-2019年美容信息化分析

#### 第一节 美容业的信息化

- 一、美容企业实施信息化的原则
- 二、美容企业信息化平台的选择
- 三、信息化对美容企业的利益回报
- 四、发展美容信息化的软件与技术
- 五、影响美容企业信息系统建设因素
- 六、美容信息化管理的三大趋势

#### 第二节 2015-2019年美容信息化分析

- 一、美容信息化的模式
  - 二、美容传统方式制约信息化发展
  - 三、美容企业的信息化管理
  - 四、美容信息化解决方案
  - 五、美容信息化建议
- #### 第三节 美容企业信息技术的运用分析
- 一、美容业信息化技术应用概述
  - 二、信息网络技术对美容业的必要性
  - 三、先进信息技术运用促进现代化美容业发展
  - 四、信息技术应用于美容业的策略

#### 第四节 美容信息化集团管理

- 一、集团管理系统的组成
- 二、集团连锁信息化的目标
- 三、远程查询子系统
- 四、连锁管理子系统
- 五、集团管理方案的实施

### 第九章 2015-2019年中国美容院经营细化管理剖析

#### 第一节 院长管理

- 一、美容院的定位
- 二、美容院整体的规划

三、美容院各项规范化的管理制度

四、美容院培训计划

五、美容院文化建立

六、院长经营决策定位

七、院长应具备的心态

第二节 美容师管理

一、美容师的职责

二、美容师专业知识与技术

三、美容师应具备的心态

四、美容师的行为规范化

五、美容师个人素质

第三节 前台美容师的管理

一、前台美容师的职责

二、前台美容师的仪表风范及语言技术

三、前台美容师接待技巧与方法

第四节 新进员工的管理

一、招聘新员工方法

二、招聘新员工的渠道

三、新员工的培训

第五节 店长管理

一、店长的职责

二、店长日常工作安排

三、店长对美容师的培训

四、店长应经常激发员工热情并处理好与员工之间的人际关系

五、协助院长正确对待员工流失

六、优秀店长所应具备的标准

第六节 美容顾问的管理

第七节 顾客的管理

一、顾客的消费心理洞悉

二、了解顾客在美容院消费的原因

三、开发新客源的方法

四、老顾客流失的根源

五、稳定老顾客的方法

六、经常召开征询顾客意见座谈会

七、顾客档案的管理

第八节 美容院产品管理:

第九节 现金流的管理:

第十节 美容院清洁卫生管理

一、严格制定卫生消毒制度:

二、美容院清洁卫生管理

第十一节 美容院的公共关系

第十章 2015-2019年中国美容院专业性的服务标准分析

第一节 如何理解服务

一、美容院服务的概念

二、服务的基本特征

第二节 美容院有形化服务的管理

一、美容院应使无形服务有形化

二、美容院服务有形化存在的问题

第三节 制订美容院服务有形化管理标准

一、将服务理念有形化---建立自己的服务文化

二、将服务过程与服务内容有形化

三、将服务特性有形化

四、运用服务标识使无形服务有形化

第十一章 2015-2019年中国美容院市场营销及策略分析

第一节 顾客消费心理

一、顾客类型分析

二、顾客购买心理分析

三、美容院女性消费的共性与个性

1.女性消费的心理共性

2.女性消费的心理个性

第二节 美容院营销策略

一、正确的观念+正确的方法等于成功

## 二、美容师与顾客沟通时的心态

### 第三节 顾客类型的分析

## 第十二章 美容院开店前规划与专业线特训

### 第一节 美容院开店前的基本规划

#### 一、市场定位

#### 二、地址的选择

#### 三、市场调查

#### 四、开业成本预算

#### 五、店面设计

#### 六、仪器设备的采购

#### 七、产品的选择及定位

#### 八、人员的储备及培训

#### 九、相关手续的办理

### 第二节 专业线美容院特训

#### 一、心灵激励与潜能开发

#### 二、美容院领导艺术-----培养一流的领导

#### 三、沟通与影响力

### 第三节 美容师沟通时的心态

## 第二部分 行业竞争格局

## 第十三章 美容行业竞争分析

### 第一节 美容业竞争分析

#### 一、中国美容业竞争格局

#### 二、2019年美容企业竞争优势分析

#### 三、美容行业中国际竞争现状

#### 四、2019年外企早餐市场竞争动态

#### 五、2019年中外企业美容市场竞争分析

### 第二节 2019年美容竞争分析

#### 一、2019年美容市场竞争情况分析

#### 二、2019年美容市场竞争形势分析

### 第三节 2020-2026年中国美容行业竞争分析及预测

- 一、2020-2026年集中度分析及预测
- 二、2020-2026年SWOT分析及预测
- 三、2020-2026年进入退出状况分析及预测
- 四、2020-2026年生命周期分析及预测

## 第十四章 美容重点企业竞争分析

### 第一节 克丽缇娜美容

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

### 第二节 麦莎美容院

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

### 第三节 佐登妮丝

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

### 第四节 上海露美

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

### 第五节 上海纤容

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

### 第六节 玛花纤体

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

#### 第七节 修身堂

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

#### 第八节 蒂凡尼

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

#### 第九节 韩影宫

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

#### 第十节 法缇娅

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

&hellip;&hellip;

### 第三部分 行业前景预测

#### 第十五章 美容业发展趋势分析

##### 第一节 我国美容业的发展预测

- 一、2019年美容业的发展走势
- 二、2019年美容业消费发展预测
- 三、2019年美容业的市场发展预测

- 四、2019年美容业的机遇发展预测
- 五、2020-2026年中国美容业发展预测
- 第二节 我国美容行业发展趋势分析
  - 一、我国美容业发展的趋势及对策
  - 二、2019年中国美容行业发展趋势
  - 三、2019年我国美容行业市场规模预测
  - 四、2020-2026年美容食品行业发展趋势
- 第三节 2020-2026年美容市场发展趋势分析
  - 一、国内美容市场竞争趋势
  - 二、美容标准化发展趋势
  - 三、美容产业化进程趋势
  - 四、美容市场发展趋势
  - 五、美容企业联合发展趋势

#### 第四部分 投资价值评估

#### 第十六章 美容行业投资现状分析

##### 第一节 2017年美容行业投资情况分析

- 一、2017年总体投资及结构
- 二、2017年投资规模情况
- 三、2017年投资增速情况
- 四、2017年分行业投资分析
- 五、2017年分地区投资分析
- 六、2017年外商投资情况

##### 第二节 2019年美容行业投资情况分析

- 一、2019年总体投资及结构
- 二、2019年投资规模情况
- 三、2019年投资增速情况
- 四、2019年分行业投资分析
- 五、2019年分地区投资分析
- 六、2019年外商投资情况

#### 第十七章 美容行业投资环境分析



## 第一节 经济发展环境分析

- 一、2015-2019年我国宏观经济运行情况
- 二、2020-2026年我国宏观经济形势分析
- 三、2020-2026年投资趋势及其影响预测

## 第二节 政策法规环境分析

- 一、2019年美容行业政策环境
- 二、2019年国内宏观政策对其影响
- 三、2019年行业产业政策对其影响

## 第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2019年社会环境发展分析
- 三、2020-2026年社会环境对行业的影响分析

## 第十八章 美容行业投资机会与风险（ ）

### 第一节 美容行业投资效益分析

- 一、2015-2019年美容行业投资状况分析
- 二、2020-2026年美容行业投资效益分析
- 三、2020-2026年美容行业投资趋势预测
- 四、2020-2026年美容行业的投资方向
- 五、2020-2026年美容行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

### 第二节 影响美容行业发展的主要因素

- 一、2020-2026年影响美容行业运行的有利因素分析
- 二、2020-2026年影响美容行业运行的稳定因素分析
- 三、2020-2026年影响美容行业运行的不利因素分析
- 四、2020-2026年我国美容行业发展面临的挑战分析
- 五、2020-2026年我国美容行业发展面临的机遇分析

### 第三节 美容行业投资风险及控制策略分析

- 一、2020-2026年美容行业市场风险及控制策略
- 二、2020-2026年美容行业政策风险及控制策略
- 三、2020-2026年美容行业经营风险及控制策略
- 四、2020-2026年美容同业竞争风险及控制策略

## 五、2020-2026年美容行业其他风险及控制策略（）

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/J68941BNMN.html>