

2016-2022年中国美容市场 评估及投资前景分析报告

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

《2016-2022年中国美容市场评估及投资前景分析报告》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/K77161D93V.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

中国美容行业是继房地产、汽车、旅游、电子通讯之后的五大消费热点，其日益散发出的诱人前景。目前中国的美容业主要包括整形美容、塑身减肥、美甲、美发、美容化妆品等几个细分市场。从市场整体来看，近几年来，中国美容行业各个细分市场都出现了持续增长态势。尤其是以医学美容为主的整形美容行业以及美容化妆品行业的增幅都较大。

另一方面，中国美容业的主要经营场所就是各类美容院。经历了单店、多店到现在的各种类型的连锁形式美容院，中国美容院的经营现状良莠不齐。其中，美容从业人才不足是其中最重要的个原因之一。中国美容业人才的培训和教育都较为落后，还大部分停滞于师傅带徒弟的阶段。美容行业的升级离不开美容人才的培训和教育。

在美容化妆品细分市场上，数据显示，2009年中国化妆品市场零售规模超过1400亿元，已成为全球大化妆品市场。近两年的数据也证明了我国化妆品市场的回暖趋势。预计2015年中国化妆品零售市场规模将超过2200亿元。

在整形美容细分市场上，我国专业医疗整形美容医院数量较少。2009年，我国共有整形外科医院和美容医院共99家，万元以上设备总台数达1908台，从业人员总计5249人，入院人数5.9万人，实际占用总床日数为88.03万张。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国美容市场评估及投资前景分析报告》共十六章。首先介绍了中国美容行业发展环境，接着分析了中国美容行业规模及消费需求，然后对中国美容行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国美容行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国美容行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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家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：

- 一 2014年世界美容市场发展状况16
- 1.1 2014年世界美容市场发展现状16
- 1.1.1 世界各地不同特色的SPA16
- 1.1.2 世界美容行业发展概况20

- 1.1.3全球各地美容院发展状况分析21
- 1.1.4中东四国美容市场发展概况22
- 1.1.5美国医学美容发展趋势24
- 1.1.6日本美容产业发展特点分析25
- 1.1.7世界香料香精市场分析28
- 1.22014年世界整形美容市场概述29
- 1.2.12014年世界整形美容市场发展现状29
- 1.2.22014年韩国整形美容市场发展概况33
- 1.2.32014年美国整形美容行业发展综述36
- 1.2.42014年英国整形美容市场分析38
- 1.2.52014年德国整形美容市场简述39
- 1.2.62014年日本整形美容市场现状40
- 1.2.72014年巴西整形美容市场发展概况43
- 1.2.82014年中国台湾整形美容业发展势头良好45
- 1.32014年国外化妆品市场发展状况47
- 1.3.1 世界化妆品市场发展概况及特点47
- 1.3.2 美国化妆品行业发展概况50
- 1.3.3日本化妆品行业发展概况52
- 1.3.4法国化妆品行业发展概况54
- 1.3.5欧盟化妆品行业发展概况55
- 1.3.6世界化妆品发展前景及趋势分析56
- 1.4世界美容市场发展趋势59
- 1.4.1世界美容化妆品业科技发展趋势59
- 1.4.2世界整形美容大趋势61
- 1.4.3亚洲整形美容发展趋势61
- 1.4.4未来最热门的整形美容术63

- 二2014年中国美容产业发展环境分析65
- 2.12014年中国宏观经济环境分析65
- 2.1.12014年中国GDP增长分析65(ZYXH)
- 2.1.22014年中国居民收入及消费分析65
- 2.1.32014年中国社会消费品零售总额67

- 2.1.42014年全社会固定资产投资分析68
- 2.1.52014年中国人口统计分析68
- 2.22014年中国美容产业政策环境分析70
- 2.2.1《美容医疗机构、医疗美容科(室)基本标准》70
- 2.2.2《医疗美容服务管理办法》75
- 2.2.3《医疗美容项目分级管理报告目录：》75
- 2.2.4美容业执照上岗的意义探析79
- 2.2.5《化妆品标识管理规定》80
- 2.2.62014年化妆品成分必须全部标识83
- 2.32014年中国美容行业发展社会环境分析84

三2014年中国美容行业发展现状87

- 3.1中国美容行业发展概况87
- 3.1.1中国美容行业“五化”特征87
- 3.1.2中国美容行业“五性”特征88
- 3.1.3中国美容业总体市场特征89
- 3.1.4中国美容机构主要业态90
- 3.22014年中国美容行业发展状况91
- 3.2.1中国美容行业现状分析91
- 3.2.2美容消费者和美容院发展状况92
- 3.2.3中国美容行业的人才状况93
- 3.2.4美容业新经济增长点分析93
- 3.2.5美容行业的发展优势94
- 3.2.6中国美容行业的终端运作模式95
- 3.2.7中国美容行业步入知本经济时代98
- 3.32014年中国美容市场现状分析100
- 3.3.1时尚美容消费受追捧100
- 3.3.2美容机构走向规范化和专业化101
- 3.3.3美容市场细分明朗增值明显102
- 3.3.42014年美容市场理念不断创新103
- 3.3.5美容市场消费潜力分析105
- 3.3.6美容经济发展的四个转变分析106

- 3.42014年主要地区美容市场现状分析107
 - 3.4.1北京千家美容美发机构促销拉内需107
 - 3.4.2广西整形美容业市场现状107
 - 3.4.3广州美容业将现连锁品牌集中化109
 - 3.4.4上海美容业率先推出预付卡保证金制度110
- 3.52014年中国美容行业发展存在的问题分析111
 - 3.5.1中国美容行业发展存在的问题111
 - 3.5.2国内美容市场发展面临的挑战112
 - 3.5.3我国专业线美容市场发展的瓶颈114
 - 3.5.4中国美容行业发展存在的不足115
 - 3.5.5美容美发行业缺乏高级人才116
- 3.62014年中国美容行业发展对策与建议分析117
 - 3.6.1中国美容美发行业发展的建议117
 - 3.6.2促进中国美容业健康发展的对策118
 - 3.6.3提高美容业顾客满意度的对策及建议119
 - 3.6.4中国专业线美容业企业品牌建设道路121
 - 3.6.5中国美容业发展需要建设品牌文化124

四2014年中国美容行业消费分析128

- 4.12014年中国美容消费者分析128
 - 4.1.1消费者的年龄构成特点128
 - 4.1.2消费者的年龄构成特点128
 - 4.1.3消费者对手术时间地点的选择129
- 4.22014年中国美容消费需求及行为分析129
 - 4.2.1消费者的需求特点分析129
 - 4.2.2消费者最关注的问题分析130
 - 4.2.3消费者整形原因分析131
 - 4.2.4消费者的消费行为特点131
- 4.32014年主要区域美容消费潜力分析132
 - 4.3.1华北区美容消费潜力分析132
 - 4.3.2华南区美容消费潜力分析133
 - 4.3.3华东区美容消费潜力分析134

- 4.3.4华中区美容消费潜力分析134
- 4.3.5西南区美容消费潜力分析135
- 4.3.6西北区美容消费潜力分析136
- 4.3.7东北区美容消费潜力分析137
- 4.4中国美容市场消费群体分析137
- 4.4.1青少年美容消费分析137
- 4.4.2老年人美容市场分析138
- 4.4.3美容机构的消费热点形成原因139

五2014年中国整形美容市场分析141

- 5.12014年中国整形美容市场发展现状141
- 5.1.1中国整形美容业概述141
- 5.1.2中国整形美容业发展概况142
- 5.1.3中国整形美容业发展现状分析144
- 5.1.4民营医疗整形医院市场地位日益重要144
- 5.22014年中国医疗美容市场发展分析145
- 5.2.1医疗美容的属性145
- 5.2.2中国医疗美容行业发展阶段146
- 5.2.3中国医疗美容业现状149
- 5.2.4中国医疗整形美容市场发展态势150
- 5.32014年中国医疗整形美容供给状况分析151
- 5.3.1中国医疗整形美容医疗机构数量151
- 5.3.2中国医疗整形美容医疗机构设备152
- 5.3.3中国医疗整形美容医疗机构人员153
- 5.42014年中国医疗整形美容需求状况分析154
- 5.4.1中国医疗整形美容住院服务状况154
- 5.4.2中国医疗整形美容床位使用状况154
- 5.4.3中国医疗整形美容门诊服务状况155
- 5.4.4中国整形外科病例统计155
- 5.52014年中国整形美容产品分析156
- 5.5.1整形美容产品的概念156
- 5.5.2整形美容产品的实质157

- 5.5.3整形美容产品的项目形式158
- 5.62014年中国整形美容的消费者分析158
 - 5.6.1消费者构成分析158
 - 5.6.2消费者需求分析159
 - 5.6.3消费者心理分析160
 - 5.6.4消费者行为分析161
- 5.72014年中国整形市场发展热点分析163
 - 5.7.1理性整容受关注163
 - 5.7.2“高科技”项目将越来越受追捧163
 - 5.7.3整形项目日趋多元化164
 - 5.7.4假体隆胸仍是主流164
 - 5.7.5自体脂肪隆胸成趋势164
 - 5.7.6非手术和微创整形术受欢迎165
 - 5.7.7“脸部大改造”更安全165
- 5.82014年中国整形美容行业发展中的问题分析166
 - 5.8.1阻碍整形美容业发展的瓶颈166
 - 5.8.2中国整形美容业存在的主要问题分析167
 - 5.8.3我国整形美容行业亟待改进的地方168
 - 5.8.4我国医疗整形美容纠纷特点及防范策略169
- 5.9 2014年中国整形美容行业发展的对策分析173
 - 5.9.1我国整形美容行业发展的建议173
 - 5.9.2中国整形美容业发展规划将出台175
 - 5.9.3医疗美容产业健康发展的大要点176
 - 5.9.4探寻我国整形美容行业的发展模式177
- 六2014年中国减肥、美发、美甲市场分析179
 - 6.12014年中国减肥市场分析179
 - 6.1.1中国减肥行业的发展现状179
 - 6.1.2中国减肥市场发展特点180(ZYXH)
 - 6.1.3中国减肥产品市场发展现状180
 - 6.1.4中药减肥市场发展分析182
 - 6.1.5中国减肥市场面临的挑战及应对措施182

- 6.1.6中国减肥行业发展趋势184
- 6.1.7中国减肥药市场变化发展趋势184
- 6.22014年中国美发市场分析185
- 6.2.1中国美容美发行业发展概况185
- 6.2.2中国生发剂市场日益升温前景看好186
- 6.2.3中国美发用品店商机无限189
- 6.2.42014年中国美发流行新趋势190
- 6.32014年中国美甲市场分析191
- 6.3.1中国美甲行业发展现状分析191
- 6.3.2中国美甲行业发展特点分析192
- 6.3.3中国美甲行业进入发展期193
- 6.3.4中国美甲消费市场充满商机194
- 6.3.5中国美甲行业未来发展的趋势195
- 6.3.6中国数码美甲机发展前景广阔195

- 七2014年中国男士美容市场分析197
- 7.12014年中国男士美容市场发展概况197
- 7.1.1中国男士美容成消费热点197
- 7.1.2中国男士美容市场成形198
- 7.1.3中国男士美容市场商机198
- 7.1.4中国男士最喜欢的SPA调查分析199
- 7.22014年中国男士护肤品市场分析200
- 7.2.1中国男士护肤品市场概况200
- 7.2.2中国男士护肤品走热的原因分析201
- 7.2.3中国男士护肤品市场特点分析201
- 7.2.4中国男士护肤品市场竞争概况202
- 7.2.5中国男士护肤品关注度分析204
- 7.2.6中国男士护肤品营销分析205
- 7.32014年中国男士整形美容市场分析206
- 7.3.1男性整形市场日益崛起206
- 7.3.2男士整形增幅高于女性206
- 7.3.3男性美容市场发展制约的因素208

- 7.3.4男性美容机构市场开发战略208
- 7.3.5中国男士整形消费分析210
- 7.3.6中国男士生殖整形流行趋势211
- 7.3.7未来男性整形市场发展前景看好212
- 7.4中国男士美容市场发展前景与趋势预测213
- 7.4.1男性最爱的美容项目市场前景213
- 7.4.2男士美容市场呈专柜专区发展214
- 7.4.3男士美容市场发展趋势215

八2014年中国美容化妆品市场分析217

- 8.12014年中国美容化妆品行业发展概况217
- 8.1.12013年中国化妆品行业发展概况217
- 8.1.22014年中国化妆品行业发展概况219
- 8.1.32014年中国化妆品市场规模分析222
- 8.1.4中国化妆品市场特点分析223
- 8.1.5中国高档化妆品市场规模分析224
- 8.22014年中国美容化妆品细分市场发展现状225
- 8.2.1 2014年护肤品市场规模及结构225
- 8.2.22014年彩妆市场规模及结构226
- 8.2.32014年香水市场规模及结构227
- 8.2.42014年美发产品市场规模及结构228
- 8.2.52014年美甲产品市场规模229
- 8.3 2010年中国美容化妆品市场存在的问题230
- 8.3.1 中国化妆品市场总体问题分析230
- 8.3.2中国化妆品市场的卫生问题232
- 8.3.3中国化妆品市场薄弱环232
- 8.4 中国美容化妆品市场发展的对策分析234
- 8.4.1 中国化妆品市场发展总体对策234
- 8.4.2中国化妆品市场卫生问题的对策235
- 8.4.3中国化妆品行业地位提升的对策235(ZYXH)
- 8.4.4中国化妆品市场营销策略分析238

九2014年中国美容院经营分析	240
9.12014年中国美容院发展概况	240
9.1.1中国美容院经营的关键	240
9.1.2中国美容院经营的注意事项	242
9.22014年中国美容院经营现状分析	245
9.2.1中国美容院的经营现状	245
9.2.22014年中国美容院热点项目	246
9.2.3美容院需注重品质经营	249
9.32014年中国美容院的成功经营策略	250
9.3.1美容院营业额的构成	250
9.3.2美容院顾客管理的要点	251
9.3.3美容院销售计划与促销办法的制定	251
9.3.4美容院促销活动的策划与组织	252
9.42014年中国美容院的经营与定位分析	255
9.4.1美容院的市场定位	255
9.4.2谨防经营管理中的谬误	255
9.4.3美容院的软硬件设施配备	256
9.4.4广告媒介的投放宣传	256
9.4.5管理者和员工自身素质的提高	257
9.52014年中国美容院经营管理策略	257
9.5.1促销	257
9.5.2美容院经营的黄金法则	259
9.5.3美容院招揽顾客的战略	260
9.5.4美容院的核心竞争力分析	261
9.5.5美容院如何选择产品品牌	263
9.5.6建立星级美容院的新经营构想	264
9.5.7成功经营美容院的主要因素	266
9.6中国美容院经营发展趋势分析	267
9.6.1美容院的经营新模式出现	267
9.6.2美容院未来经营趋势	270
9.6.3未来美容院的主流模式分析	271
9.6.4美容院投资高科技仪器成为经营趋势	274

- 十2014年中国美容业营销分析277
- 10.12014年中国美容业营销现状分析277
- 10.1.1中国美容业流行营销模式分析277
- 10.1.2中国美容业进入整合营销时代280
- 10.1.3中国美容业营销思路282
- 10.22014年中国美容市场专业线市场分析283
- 10.2.1专业线美容企业的渠道扁平化283
- 10.2.2专业线美容市场现状分析285
- 10.2.3专业线美容企业品牌建设分析287
- 10.3美容企业淡季营销的策略290
- 10.3.1市场细分290
- 10.3.2重点客户291
- 10.3.3终端补货291
- 10.3.4活动推广292
- 10.3.5推陈出新293
- 10.3.6销售竞赛293
- 10.4美容行业“前店后院”模式分析294
- 10.4.1“前店后院”的分类294
- 10.4.2“前店后院”产生原因294
- 10.4.3“前店后院”发展优势296
- 10.4.4“前店后院”发展瓶颈297
- 10.4.5“前店后院”营销策略298
- 10.5“美容美发厅传媒系统”多元盈利模型299
- 10.5.1广告销售盈利模型299
- 10.5.2影视广告制作盈利模型299
- 10.5.3产品开发销售盈利模型300
- 10.5.4产品代理直销盈利模型301
- 10.5.5网站运营盈利模型301
- 10.5.6公关活动盈利模型303
- 10.5.7电信增值盈利模型304
- 10.5.8媒体整合赢利模式304

10.5.9俱乐部赢利模型304

十一连锁经营与美容业的发展305

11.1美容连锁经营分析305

11.1.1中国美容连锁加盟市场分析回顾及展望305

11.1.2中国美容业直营连锁的运营现状307

11.1.32010年美容加盟连锁引领创业风暴308

11.2大力发展我国美容业的连锁经营309

11.2.1美容业连锁经营九大营销策略309

11.2.2美容业连锁经营的未来方向311

11.2.3化妆品行业连锁经营的十大设想312

11.2.4美容连锁企业的品牌文化与品牌管理316

11.3中国美容业的连锁经营发展趋势318

11.3.1美容连锁新趋势318

11.3.2中国美容企业连锁经营成必然趋势318

十二2014年中国美容业培训市场分析321

12.12014年中国美容业人力资源现状调查分析321

12.1.1女性就业人员占绝对优势321

12.1.2从业人员年龄分布呈现年轻化321

12.1.3从业人员受教育程度略显偏低322

12.1.4从业人员工作年限分析322

12.22014年中国美容行业人才需求分析323

12.1.1美容业急需人才类型分析323

12.1.2美容业急需的热点专业分析324(ZYXH)

12.1.32014年美容业招聘需求分析326

12.1.4美容市场呼唤美甲技师326

12.32014年中国美容业学历教育的发展327

12.3.1美容职业教育走上“洋路子”327

12.3.2美容业出现适合MBA教育的人才328

12.3.3美容美发行业的学历教育出现历程328

12.3.4美容从业人才学历教育体制初步建成329

- 12.42014年中国美容教育发展对策与建议330
- 12.4.1中国美容教育本质及办学建议330
- 12.4.2中国美容业教育应纳入学历教育体系332
- 12.4.3中国当代美容教育的新使命332
- 12.4.4美容业从教育入手促进规范发展334
- 12.5中国美容教育发展趋势335
- 12.5.1美容教育产业投资趋于多元化发展335
- 12.5.2美容职业教育将更加受到政府部分重视335
- 12.5.3美容学历教育快速发展人才培养升级335
- 12.5.4专业美容教育师资需求进步增加336

十三直销与美容业的发展337

- 13.1直销概念337
- 13.1.1直销的定义337
- 13.1.2直销的行业特点338
- 13.1.3直销与传销的区别339
- 13.1.4美容业与直销业的异同340
- 13.2直销对中国美容业影响342
- 13.2.1直销模式如何与美容业嫁接342
- 13.2.2直销冲击中国美容业343
- 13.2.3美容业面临直销热的选择345
- 13.3直销立法对美容业发展的影响分析346
- 13.3.1直销立法的意义346
- 13.3.2美容行业背景透视346
- 13.3.3直销立法催生美容业营销新天地347
- 13.4直销与美容业的发展349
- 13.4.1高额利润催生美容直销热349
- 13.4.2美容企业直销挑战与机遇分析350
- 13.4.3直销将成为美容保健品市场主要手段351
- 13.4.42016-2022年中国化妆品直销市场规模预测351

十四2014年中国重点美容院品牌及企业分析353

14.1	现代美容	353
14.1.1	企业简介	353
14.1.2	2014财年公司经营状况	355
14.1.3	2015财年公司经营状况	357
14.2	唯美度	358
14.2.1	企业简介	358
14.1.2	经营状况	358
14.3	路易香浓	360
14.3.1	企业简介	360
14.3.2	竞争优势	360
14.4	紫晶兰朵	362
14.4.1	企业简介	362
14.4.2	竞争优势	362
14.5	罗兰佩蒂	364
14.5.1	企业简介	364
14.5.2	竞争优势	364
14.6	雪肌妮丝	365
14.6.1	企业简介	365
14.6.2	竞争优势	365
14.7	欧洁蔓	366
14.7.1	企业简介	366
14.7.2	竞争优势	367
14.8	奈瑞儿	368
14.8.1	企业简介	368
14.8.2	竞争优势	369
14.9	京都薇薇	370
14.9.1	企业简介	370
14.9.2	竞争优势	371(ZYXH)
14.10	百莲凯	372
14.10.1	企业简介	372
14.10.2	竞争优势	373

十五2016-2022年中国美容业发展趋势与前景预测375

15.12016-2022年美容化妆品行业趋势预测375

15.1.1化妆品行业发展总趋势375

15.1.2化妆品市场发展趋势预测377

15.1.3化妆品连锁专卖将逐步取代单体店378

15.1.4药妆将成化妆品行业发展新趋势380

15.22016-2022年中国美容业发展趋势预测382

15.2.1中国美容业总体发展趋势382

15.2.2男性美容市场继续扩大383

15.2.3美容美发产业细分加剧384

15.2.4美容院发展趋势预测385

15.2.5整形美容行业大发展趋势385

15.32016-2022年中国美容产业热点分析386

15.3.1形象色彩设计成热潮386

15.3.2美容保健用品的风靡387

15.3.3香熏世界将大放异彩387

15.3.4美塑中胚层美容疗法387

15.3.5中医美容法势不可挡388

15.42016-2022年中国美容业的营销变化分析389

15.4.1网络交易大行其道389

15.4.2营销重心继续下沉389

15.4.3终端营销进入战国时代389

15.4.4会议营销寿终正寝390

15.4.5品牌营销逐渐强大390

15.4.6中档消费渐成主体390

15.4.7售卡套现风光不再391

15.4.8前店后院持续火爆391

15.4.9电视购物开始疯狂391

15.52016-2022年美容业市场前景预测392

15.5.12016-2022年美容化妆品市场规模预测392

15.5.2专业美容趋势分析396

15.5.3男士美容发展潜力398

十六2016-2022年中国美容业投资分析	399
16.12014年中国美容业投资概况	399
16.1.1台资美容业加速进军大陆市场	399
16.1.2风险投资看好美容美发业	400
16.1.3唯美度集团获得千万美元风投	400
16.22016-2022年中国美容业投资风险分析	401
16.2.1政策风险	401
16.2.2服务风险	401
16.2.3监管风险	402
16.2.4“专业线”产品风险	402
16.32016-2022中国美容行业投资策略分析	402
16.3.1中国美容院总体投资策略分析	402
16.3.2男士美容院投资策略分析	403
16.3.3中国美容院投资经营策略	404
16.3.4个人护理店成投资首选	405

图表目录：（部分）

图表1世界化妆品销售额区域分布	20
图表2世界主要地区香精香料市场的年均增速预测	28
图表32015年世界主要地区香精香料市场状况预测	28
图表42015年世界香精香料市场区域分布状况预测	29
图表52014年全球主要国家和地区整形手术数量排名（top25）	30
图表62014年全球主要国家整形医生数量统计（top25）	32
图表72014年全球整形外科病例分类统计	33
图表82014年韩国整形外科医生数量统计	34
图表92014年韩国整形外科病例分类统计	34
图表102014年美国整形外科医生数量统计	37
图表112014年美国整形外科病例分类统计	37
图表122014年英国整形外科医生数量统计	38
图表132014年英国整形外科病例分类统计	38
图表142014年德国整形外科医生数量统计	39

图表152014年德国整形外科病例分类统计39

图表162014年日本整形外科医生数量统计41

图表172014年日本整形外科病例分类统计41

图表182014年巴西整形外科医生数量统计44

图表192014年巴西整形外科病例分类统计44

图表202014年台湾整形外科医生数量统计45

图表212014年台湾整形外科病例分类统计45

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/K77161D93V.html>