

2016-2022年中国美容行业 发展现状分析及前景趋势预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国美容行业发展现状分析及前景趋势预测报告》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/Y16189OUNE.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

国内美容化妆品行业几乎与改革开放同步诞生和发展，伴随着思想解放和经济市场化的社会进程一路过来，社会大环境对第三产业给予了无限广阔发展的机会，美容化妆品行业也是其中催生出来的经济新生地带。

全国美容产业发展平均时间为20余年，从单一的店面服务，已发展成为以美容、美发、医疗美容、美体、美甲、纹制、形象设计、色彩店面服务，以及专业职业教育、相关专业仪器、用品、用具、研发、生产、销售为主体的综合性产业，并在每个领域中诞生了龙头品牌和龙头企业。

截至2012年底，全国专业美容企业（含美甲、美体）数量为116941个，从业人数为544900人；专业美容企业营业收入为16588737.36元，同比增长6.20%；专业美容活动单位平均年营业收入1148556元。2013年，中国的整形美容行业进入“快车道”，整形美容医院向集团化、规模化、多元化发展的态势日趋明显，整形美容行业协会日益受到重视。随着互联网时代的发展，O2O形式已成为各大企业纷纷高码下注的一种新型商业模式，2014年9月15日金浩漾集团正式宣布与深圳腹龄国际合并，成功开启美容行业O2O的新商业模式。

为规范化妆品生产经营活动，加强化妆品监督管理，根据国务院2014年立法工作计划，国家食品药品监督管理总局2014年11月启动了《化妆品卫生监督条例》修订工作。经过深入调研论证和认真修改完善，形成了《化妆品监督管理条例（征求意见稿）》。该条例的完善将进一步维护消费者的合法权益，促进我国化妆品行业的健康发展。

未来五到十年，我国的日化行业尤其是化妆品子行业将迎来一轮稳定且快速的黄金增长期。在这个时期，经历多年激烈竞争而发展起来的本土日化品牌，有望获得比过去更加有利和更加迅速的发展机遇。当前，我国化妆品零售总额外资品牌占80%，本土品牌仅占20%，相信十年之后，本土品牌占比有望提升到35%以上。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国美容行业发展现状分析及前景趋势预测报告》。内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

智研数据研究中心是中国权威的产业研究机构之一，提供各个行业分析，市场分析，市场预测，行业发展趋势，行业发展现状，及各行业产量、进出口，经营状况等统计数据，中国

产业研究、中国研究报告，具体产品有行业分析报告，市场分析报告，年鉴，名录等。

报告目录：

第一部分 美容行业分析

第一章 国际美容行业分析

第一节 国际美容市场现状

一、2016年国际美容市场分析

二、2016年美国美容市场分析

三、2016年日本美容市场分析

四、2016年英国美容市场分析

五、2016年韩国美容市场分析

第二节 国际美容化妆品市场分析

一、英国化妆品市场发展状况

二、2016年俄罗斯美容化妆品市场分析

三、2016年德国美容化妆品市场分析

四、2016年法国美容化妆品市场分析

五、2016年拉丁美洲国家美容化妆品市场分析

六、2016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 国际整形美容市场概述

一、韩国整形美容市场分析

二、美国男性整容之风渐起

三、日本女性整容的理由

四、好莱坞整容成热潮

第四节 国际美容市场发展趋势

一、国际美容业科技新动向

二、中草药美容化妆品全球受宠

三、未来最热门的整形美容术

四、2016年全球减肥市场预测

五、未来5年全球化妆品市场发展趋势

第二章 中国美容行业分析

第一节 中国美容行业发展概况

- 一、中国美容行业发展历程
- 二、中国美容行业发展特征
- 三、中国美容产业链分析
- 四、中国美容行业基础业态

第二节 美容业企业经营现状

- 一、上游企业现状
- 二、中游企业现状
- 三、下游企业现状

第三节 美容行业影响因素分析

- 一、WTO给我国美容业带来的影响
- 二、美容美发业潜规则制约行业发展
- 三、影响美容产业快速发展的四大瓶颈
- 四、我国美容行业步入知本经济时代
- 五、中国美容与整形业开始与国际接轨

第四节 美容行业存在的问题

- 一、美容行业存在的问题
- 二、美容美发行业曝光事件评述
- 三、中国美容市场洗牌之前的危机
- 四、美容业的资源泛滥与浪费
- 五、美容业陷入诚信危机
- 六、美容行业专业线市场存在的问题

第五节 美容行业发展建议及对策

- 一、美容化妆品业应统一行为标准与服务规范
- 二、促进美容行业发展的四项建议
- 三、美容业发展需要建设品牌文化
- 四、美容业投资注意的问题

第二部分 美容市场分析

第三章 中国美容市场分析

第一节 中国美容市场发展情况分析

- 一、时尚美容消费受追捧

- 二、观念变得快美容机构变得更快
- 三、我国市场细分明朗美容产业增值明显
- 四、我国美容行业人才市场分析
- 五、国内美容市场快速增长国际品牌纷至沓来

第二节 美容市场热点分析

- 一、美容业成第四大消费热点
- 二、整容美容成国内第五大消费热点
- 三、美容行业的新中医时代
- 四、青少年美容是美容新市场
- 五、美容化妆业的奥运市场分析
- 六、健康生活理念催生美容产业投资热

第三节 中国主要城市美容市场分析

- 一、华北区
- 二、华南区
- 三、华东区
- 四、华中区
- 五、西南区
- 六、西北区
- 七、东北区

第四章 美容化妆品市场分析

第一节 2016年中国美容化妆品市场分析

- 一、中国化妆品市场分析
- 二、中国化妆品销售额超法国及全球排名
- 三、2016年中国日化行业发展情况分析
- 四、2016年中国日化行业销售市场发展情况分析

第二节 2016年我国美容化妆品市场发展情况分析

第三节 中国美容化妆品市场消费者调查

- 一、城市职场女性化妆品消费调查
- 二、男性化妆品使用情况调查报告
- 三、大学生化妆品消费调查
- 四、儿童化妆品市场调研

第四节 2015-2016年中国美容化妆品进出口数据

一、2015-2016年化妆品分产品进口数据

二、2015-2016年护发品分产品进口数据

三、2015-2016年化妆品分产品出口数据

四、2015-2016年护发品分产品出口数据

第五节 中国美容化妆品业发展趋势及策略

一、美容化妆品服务质量规范亟待完善

二、我国化妆品行业的发展趋势

三、2016年彩妆市场年增幅预测

四、2016年美容化妆品行业趋势及热点探究

五、2016年中国化妆品市场销售总额预测

六、美容化妆品市场细分策略

七、浅析美容化妆品企业的多品牌现象

第五章 中国整形美容市场分析

第一节 整形美容相关概念及发展史

一、整形美容外科的治疗范围

二、整形美容在中国发展历程

三、我国整形美容业的发展思路

第二节 整形美容产品分析

一、整形美容产品的概念

二、整形美容产品的实质

三、整形美容产品的项目形式

第三节 整形美容的消费者分析

一、消费者构成分析

二、消费者需求分析

三、消费者心理分析

四、消费者行为分析

第四节 整形美容市场现状

一、我国整形美容业的现状分析

二、学生整容搅热暑期市场

三、全国首例收腰手术成功

四、中老年人整容的心理取向

五、老年人整容市场潜力大

第五节 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

第六节 中国整形美容大趋势预测

第六章 减肥、美发、美甲市场分析

第一节 2016年减肥美体市场分析

一、儿童超重和肥胖呈快速上升的趋势

二、全球近15的体重超标肥胖者是中国人

三、2016年减肥市场发展分析

四、我国减肥药市场呈现四大变化发展趋势

五、产后美体修形是美容市场热点

六、美体瘦身行业趋势分析

第二节 2016年美发用品市场分析

一、我国美发市场潜力巨大

二、中国洗发水市场现状

三、我国生发剂市场日益升温前景看好

四、中国美发美容协会对美发美容用具要求

五、我国洗发水市场的发展及趋势

六、美发用品店商机无限

七、中国美容美发市场十大发展趋势

第三节 2016年美甲市场现状分析

一、美甲业进入发展期

二、美甲已经从时尚渐变为一种生活形态

三、美甲行业发展存在的问题

四、美甲行业未来发展的趋势

第七章 男士美容市场分析

第一节 男士美容市场分析

一、男性美容市场分析

二、男性美容悄然兴起

三、男性美容市场成形

四、男士美容市场蕴含亿元商机

第二节 中国男士化妆品市场现状与趋势

一、男士化妆品市场渐成规模

二、男士化妆品消费前景乐观

三、男士化妆品各品牌满意度排行

四、男士美容市场有巨大的发展空间

五、从男性最爱的美容项目分析市场前景

第三节 男士整形美容市场分析

一、半数男生愿意美容取悦单位

二、男人美容减肥市场分析

三、男性美容渐成时尚

第四节 把握男士美容市场商机

一、如何开发男性化妆品市场

二、男士美容院成市场热潮

三、男士美容院投资分析

四、男士美容的软肋和解决办法

第八章 美容业培训市场分析

第一节 美容业人才现状与职业培训

一、中国美容化妆品行业人才现状分析

二、美容美发业人才及热点专业分析

三、美容业管理人才渐从香港到大陆发展

四、美容业急需高端人才

五、美容市场呼唤美甲技师

六、美容管理师培训认证工程已开始实施

第二节 美容教育发展现状及建议

一、中国美容教育本质的探讨

二、培育美容文化促进美容教育

三、我国当代美容教育的新使命

四、开拓我国的高等美容教育

五、建议将美容教育并入国民学历教育体系

第三节 美容学历教育的发展

一、美容职业教育走上“洋路子”

二、美容学历教育出现种人适合读MBA

三、上海第一个专业“美容师学院”诞生

四、美容美发专业走进大学校园

五、美容培训也能拿英国学位

第四节 美容教育发展趋势

一、美容教育产业投资趋于多元化发展

二、美容职业教育将受到国家教育和劳动管理部门的更加重视

三、美容学历教育将快速发展

四、专业美容教育师资需求进一步增加

第三部分 美容行业发展环境与趋势

第九章 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

第二节 美容行业标准规范的缺失

一、医学美容呼唤行业标准

二、规范医学美容行业痛并美丽着

第三节 相关政策法规

一、美容美发业管理暂行办法

二、美容业国家管理政策法规

三、医疗美容服务管理办法

四、初级美容师国家职业标准

五、高级美容师国家职业标准

第十章 2016-2022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 2016-2022年中国美容业发展趋势

一、中国美容业未来发展的“三新”轨迹

二、2016-2022年美容服务发展趋势

三、2016-2022年美容教育发展趋势

四、2016-2022年美容商贸发展趋势

五、2016-2022年美容科研发展趋势

六、2016-2022年美容业经营管理发展趋势

七、2016-2022年产业运作模式发展趋势

第三节 2016-2022年美容行业发展前景

一、2016-2022年美容行业发展预测

二、2016-2022年美容行业前景分析

三、2016-2022年美容消费趋势分析

四、2016-2022年我国美容业收入预测

五、2016-2022年中国美容业产值预测

第四节 2016-2022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 美容经营策略

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、美容业直销之感
 - 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、中国美容连锁加盟市场分析回顾展望
- 二、美容企业连锁经营成必然趋势
- 三、中国美容业加盟连锁发展之现状
- 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、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 我国美容院市场营销环境分析

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：2016年度最受关注化妆品牌国家

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：2011年-2016年不同销售规模百货商场拥有的专柜数量

图表：2016年百货商场化妆品专柜品牌构成

图表：2016年高端品牌在不同城市的铺货率

图表：2016年中高端品牌在不同城市的铺货率

图表：2016年大众化品牌在不同城市的铺货率

图表：2016年低端品牌在不同城市的铺货率

图表：2016年高端品牌在不同定位商场的铺货率

图表：2016年中高端品牌在不同定位商场的铺货率

图表：2016年大众化品牌在不同定位商场的铺货率

图表：2016年低端品牌在不同定位商场的铺货率

图表：2011年-2016年主要高端品牌在铺货数量变化

图表：2011年-2016年主要中高端品牌在铺货数量变化

图表：2011年-2016年主要大众化品牌在铺货数量变化

图表：2011年-2016年主要低端品牌在铺货数量变化

图表：2015年主要高端品牌单柜销售能力

图表：2015年主要中高端品牌单柜销售能力

图表：2015年主要大众化品牌单柜销售能力

图表：2016年护肤品、彩妆品、美发品检索量比例

图表：2016中国化妆品制造企业十强

图表：2016中国化妆品制造企业五十强

图表：2016年美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据

图表：2016年护发品分产品进口数据

图表：2016年美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据

图表：2016年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：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/qita/Y16189OUNE.html>