

2014-2020年中国美容行业 监测与未来发展策略咨询报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020年中国美容行业监测与未来发展策略咨询报告》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.cction.com/report/201408/110662.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

近年来，我国美容美发行业呈现出快速发展趋势。截至2010年底，全国美容美发企业单店达117万家，从业人员742万人，营业额达到3757亿元，美容美发业在提升生活品质、扩大服务消费以及吸纳社会就业等方面发挥重要作用。

到2011年，全国约有250万家各类美容美发机构，3500余家化妆品生产企业，6000多家美容美发培训机构；从上游原材料生产企业，到服务流通领域，全产业链形成了7000亿规模。年增长速度平均在35%以上，在各行业的增长中名列前茅，远超全国年平均GDP的增长速度，市场容量逐年放大。全国美容从业人员总数约1500万人，成为第三产业中就业人数较多的行业。

与此同时，中国美容业也随着经济全球化迎来了更多的发展机遇。“十二五”我国将进一步促进美容美发业规范发展，力争“十二五”期间美容行业营业收入年均增长15%以上，到2015年超过7700亿元。

本行业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、中国行业调研网、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。

本美容行业报告，立足于世界美容市场，从中国美容行业与市场现状、医学美容、减肥、美发、美甲相关产品市场、男士美容市场、美容业培训市场等几大细分市场的现状进行了分析及预测，并对美容业未来发展趋势及前景进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，提出了未来美容业应采取的经营策略，为美容业企业以及计划投资美容业的机构全面把握行业发展趋势、准确了解市场运行情况、正确制定企业竞争战略和投资策略提供决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

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 1

第一节 国际美容市场现状 1

一、2012年国际美容市场分析 1

二、2012年美国美容市场分析 2

三、2012年日本美容市场分析 4

四、2012年英国美容市场分析 6

五、2012年韩国美容市场分析 9

第二节 国际美容化妆品市场分析 10

一、英国化妆品市场发展状况 10

二、2012年俄罗斯美容化妆品市场分析 10

三、2012年德国美容化妆品市场分析 11

四、2012年法国美容化妆品市场分析 12

五、2012年拉丁美洲国家美容化妆品市场分析 15

六、2012年日本美容化妆品市场分析 17

七、意大利化妆品工业和市场情况调研 18

第三节 国际整形美容市场概述 24

一、韩国整形美容市场分析 24

二、美国男性整容之风渐起 28

三、日本女性整容的理由 29

四、好莱坞整容成热潮 31

第四节 国际美容市场发展趋势 32

一、国际美容业科技新动向 32

二、中草药美容化妆品全球受宠 45

三、未来最热门的整形美容术 46

四、2011年全球减肥市场预测 49

五、未来5年全球化妆品市场发展趋势 49

第二章 中国美容行业分析 56

第一节 中国美容行业发展概况 56

一、中国美容行业发展历程 56

二、中国美容行业发展特征 57

三、中国美容产业链分析 60

四、中国美容行业基础业态 61

第二节 美容业企业经营现状 62

一、上游企业现状 62

二、中游企业现状 63

三、下游企业现状 64

第三节 美容行业影响因素分析 64

一、WTO给我国美容业带来的影响 64

二、美容美发业潜规则制约行业发展 65

三、影响美容产业快速发展的四大瓶颈 70

四、我国美容行业步入知本经济时代 77

五、中国美容与整形业开始与国际接轨 81

第四节 美容行业存在的问题 81

一、美容行业存在的问题 81

二、2011年美容美发行业曝光事件评述 82

三、中国美容市场洗牌之前的危机 85

四、美容业的资源泛滥与浪费 86

五、美容业陷入诚信危机 87

六、美容行业专业线市场存在的问题 89

第五节 美容行业发展建议及对策 90

一、美容化妆品业应统一行为标准与服务规范 90

二、促进美容行业发展的四项建议 93

三、美容业发展需要建设品牌文化 94

四、美容业投资注意的问题 98

第二部分 美容市场分析

第三章 中国美容市场分析 99

第一节 中国美容市场发展情况分析 99

一、时尚美容消费受追捧 99

二、观念变得快美容机构变得更快 100

三、我国市场细分明朗美容产业增值明显 102

四、我国美容行业人才市场分析 103

五、国内美容市场快速增长国际品牌纷至沓来 104

第二节 美容市场热点分析 105

一、美容业成第四大消费热点 105

- 二、整容美容成国内第五大消费热点 106
- 三、美容行业的新中医时代 107
- 四、青少年美容是美容新市场 108
- 五、美容化妆业的奥运市场分析 109
- 六、健康生活理念催生美容产业投资热 110
- 第三节 中国主要城市美容市场分析 111
 - 一、华北区 112
 - 二、华南区 113
 - 三、华东区 114
 - 四、华中区 115
 - 五、西南区 115
 - 六、西北区 117
 - 七、东北区 117
- 第四章 美容化妆品市场分析 119
 - 第一节 2012年中国美容化妆品市场分析 119
 - 一、中国化妆品市场分析 119
 - 二、2012年中国化妆品销售额超法国及全球排名 137
 - 三、2012年中国日化行业发展情况分析 137
 - 四、2012年中国日化行业销售市场发展情况分析 143
 - 第二节 2013年我国美容化妆品市场发展情况分析 151
 - 第三节 中国美容化妆品市场消费者调查 170
 - 一、2012年城市职场女性化妆品消费调查 171
 - 二、男性化妆品使用情况调查报告 172
 - 三、大学生化妆品消费调查 173
 - 四、2012年儿童化妆品市场调研 174
 - 第四节 2011-2012年中国美容化妆品进出口数据 181
 - 一、2011-2012年化妆品分产品进口数据 181
 - 二、2011-2012年护发品分产品进口数据 189
 - 三、2011-2012年化妆品分产品出口数据 196
 - 四、2011-2012年护发品分产品出口数据 206
 - 第五节 中国美容化妆品业发展趋势及策略 213
 - 一、美容化妆品服务质量规范亟待完善 213

二、我国化妆品行业的发展趋势	214
三、2013年彩妆市场年增幅预测	215
四、2013美容化妆品行业趋势及热点探究	215
五、2013年中国化妆品市场销售总额预测	218
六、美容化妆品市场细分策略	219
七、浅析美容化妆品企业的多品牌现象	220
第五章 中国整形美容市场分析	224
第一节 整形美容相关概念及发展史	224
一、整形美容外科的治疗范围	224
二、整形美容在中国发展历程	226
三、我国整形美容业的发展思路	229
第二节 整形美容产品分析	237
一、整形美容产品的概念	237
二、整形美容产品的实质	238
三、整形美容产品的项目形式	239
第三节 整形美容的消费者分析	240
一、消费者构成分析	240
二、消费者需求分析	240
三、消费者心理分析	242
四、消费者行为分析	242
第四节 整形美容市场现状	243
一、我国整形美容业的现状分析	243
二、2011年学生整容搅热暑期市场	248
三、2011年全国首例收腰手术成功	251
四、中老年人整容的心理取向	252
五、老年人整容市场潜力大	253
第五节 整形美容市场竞争状况及发展建议	253
一、整形美容市场竞争状况分析	253
二、整容市场呼唤理性竞争	254
三、我国医疗整形美容业走向个人品牌时代	255
第六节 2013年中国整形美容大趋势预测	256
第六章 减肥、美发、美甲市场分析	261

第一节 2012年减肥美体市场分析	261
一、儿童超重和肥胖呈快速上升的趋势	261
二、全球近15的体重超标肥胖者是中国人	261
三、2012年减肥市场发展分析	263
四、我国减肥药市场呈现四大变化发展趋势	268
五、产后美体修形是美容市场热点	269
六、美体瘦身行业趋势分析	272
第二节 2012年美发用品市场分析	281
一、我国美发市场潜力巨大	282
二、中国洗发水市场现状	283
三、我国生发剂市场日益升温前景看好	286
四、中国美发美容协会对美发美容用具要求	289
五、我国洗发水市场的发展及趋势	290
六、美发用品店商机无限	292
七、2012年中国美容美发市场十大发展趋势	293
第三节 2012年美甲市场现状分析	297
一、美甲业进入发展期	297
二、美甲已经从时尚渐变为一种生活形态	299
三、美甲行业发展存在的问题	300
四、美甲行业未来发展的趋势	301
第七章 男士美容市场分析	303
第一节 男士美容市场分析	303
一、男性美容市场分析	303
二、男性美容悄然兴起	304
三、男性美容市场成形	306
四、男士美容市场蕴含亿元商机	307
第二节 中国男士化妆品市场现状与趋势	308
一、男士化妆品市场渐成规模	308
二、男士化妆品消费前景乐观	309
三、2012年男士化妆品各品牌满意度排行	309
四、男士美容市场有巨大的发展空间	310
五、从男性最爱的美容项目分析市场前景	312

第三节 男士整形美容市场分析 313

一、半数男生愿意美容取悦单位 313

二、男人美容减肥市场分析 314

三、男性美容渐成时尚 316

第四节 把握男士美容市场商机 317

一、如何开发男性化妆品市场 317

二、男士美容院成市场热潮 319

三、男士美容院投资分析 322

四、男士美容的软肋和解决办法 323

第八章 美容业培训市场分析 326

第一节 美容业人才现状与职业培训 326

一、中国美容化妆品行业人才现状分析 326

二、美容美发业人才及热点专业分析 327

三、美容业管理人才渐从香港到大陆发展 331

四、美容业急需高端人才 332

五、美容市场呼唤美甲技师 334

六、美容管理师培训认证工程已开始实施 335

第二节 美容教育发展现状及建议 335

一、中国美容教育本质的探讨 335

二、培育美容文化促进美容教育 337

三、我国当代美容教育的新使命 338

四、开拓我国的高等美容教育 340

五、建议将美容教育并入国民学历教育体系 341

第三节 美容学历教育的发展 344

一、美容职业教育走上“洋路子” 344

二、美容学历教育出现种人适合读MBA 346

三、上海第一个专业“美容师学院”诞生 349

四、美容美发专业走进大学校园 350

五、美容培训也能拿英国学位 350

第四节 美容教育发展趋势 351

一、美容教育产业投资趋于多元化发展 351

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 352

三、美容学历教育将快速发展	352
四、专业美容教育师资需求进一步增加	352
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	355
第一节 美容产业政策环境分析	355
一、美容业健康发展需要政府摆正态度	355
二、我国重拳出击美容服务等欺诈行为	356
第二节 美容行业标准规范的缺失	370
一、医学美容呼唤行业标准	370
二、规范医学美容行业痛并美丽着	372
第三节 相关政策法规	373
一、美容美发业管理暂行办法	374
二、美容业国家管理政策法规	376
三、医疗美容服务管理办法	378
四、初级美容师国家职业标准	383
五、高级美容师国家职业标准	389
第十章 2014-2020年美容业发展前景与趋势预测	394
第一节 美容化妆品时尚包装的未来趋势	394
一、多层塑料复合技术	394
二、真空包装	394
三、胶囊包装	395
四、绿色包装趋势	395
五、塑料瓶依旧占有重要地位	396
第二节 2014-2020年中国美容业发展趋势	396
一、中国美容业未来发展的“三新”轨迹	396
二、2014-2020年美容服务发展趋势	399
三、2014-2020年美容教育发展趋势	402
四、2014-2020年美容商贸发展趋势	402
五、2014-2020年美容科研发展趋势	405
六、2014-2020年美容业经营管理发展趋势	405
七、2014-2020年产业运作模式发展趋势	407
第三节 2014-2020年美容行业发展前景	408

- 一、2014-2020年美容行业发展预测 408
- 二、2014-2020年美容行业前景分析 410
- 三、2014-2020年美容消费趋势分析 412
- 四、2014-2020年我国美容业收入预测 416
- 五、2014-2020年中国美容业产值预测 417
- 第四节 2014-2020年美容产业热点分析 419
 - 一、新兴的手部美容业 419
 - 二、牙齿美容爱美人士的新课题 420
 - 三、眼睫毛移植冲击美容界 421
 - 四、氧气美容有待成为美容新时尚 422
 - 五、脑部护理成美容新潮流 423
 - 六、花朵美容将成新宠 424
- 第四部分 美容经营策略
- 第十一章 直销与美容业的发展 425
 - 第一节 直销概念 425
 - 一、直销的定义 425
 - 二、直销的行业特点 432
 - 三、直销与传销的区别 437
 - 四、美容业与直销业的异同 440
 - 第二节 直销法的影响 443
 - 一、直销模式如何与美容业嫁接 443
 - 二、直销冲击中国美容业 445
 - 三、直销立法催生中国美容业营销新天地 449
 - 四、美容业直销之惑 453
 - 五、面临直销热美容业的选择 456
 - 第三节 直销与美容业的发展 457
 - 一、高额利润催生美容直销热 457
 - 二、直销将成为美容保健品市场主要手段 459
- 第十二章 美容业营销分析 461
 - 第一节 美容业营销现状分析 461
 - 一、美容业流行营销模式分析 461
 - 二、中国美容业营销呼唤全面升级 468

三、美容业营销大思路	470
第二节 美容市场专业线市场分析	478
一、专业线美容企业的“渠道扁平化”探讨	478
二、专业线美容市场分析	482
三、专业线美容企业品牌建设分析	485
第三节 美容企业淡季营销的策略	488
一、劈分市场，有的放矢	488
二、聚焦大户，政策倾斜	489
三、终端补货，培训先行	490
四、活动推广，刺激消费	490
五、推陈出新，吸引订货	491
六、销售竞赛，推动走量	492
第四节 美容行业前店后院营销策略	492
一、“前店后院”的分类	492
二、“前店后院”产生的原因	493
三、“前店后院”发展的优势	495
四、“前店后院”发展瓶颈	496
五、“前店后院”的营销策略	497
第十三章 连锁经营与美容业的发展	499
第一节 美容连锁经营分析	499
一、中国美容连锁加盟市场分析回顾展望	499
二、美容企业连锁经营成必然趋势	504
三、中国美容业加盟连锁发展之现状	510
四、美容连锁企业的品牌文化与品牌管理	513
第二节 大力发展我国美容业的连锁经营	524
一、美容业连锁经营九大营销策略	524
二、美容业连锁经营的未来方向	526
三、化妆品行业连锁经营的十大设想	528
四、连锁经营的发展趋势	533
五、美容连锁企业品牌形象定位的策略	536
六、美容院特许加盟连锁经营赢利模式	538
第十四章 中国美容院经营分析	543

第一节 中国美容院经营现状分析 543

- 一、我国美容院的类型 543
- 二、美容院经营的关键 544
- 三、2012年起美容院星级评定将在全国实施 547
- 四、美容院的经营现状与未来 548
- 五、中国美容院有七大类型经营方式良好 549
- 六、美容院新经营模式 551

第二节 美容院成功经营策略 553

- 一、营业额的构成 553
- 二、顾客管理的要点 555
- 三、根据季节性的变化订立销售计划与促销办法 555
- 四、促销活动的策划与组织 556

第三节 美容院经营管理策略 556

- 一、促销为美容院添利 556
- 二、美容院经营的黄金法则 560
- 三、美容院如何选择自己的产品品牌 562
- 四、美容院的核心竞争力 563
- 五、建立星级美容院的新经营构想 567

第四节 美容院发展趋势 568

- 一、市场发展为美容院带来的经营新模式 568
- 二、美容院未来发展趋势 570
- 三、未来美容院经营管理模式探讨 572
- 四、未来美容院的主流模式分析 574
- 五、美容院电脑信息化管理势在必行 577
- 六、美容院投资高科技仪器成为经营趋势 579

第十五章 美容院服务营销策略研究 582

第一节 美容院服务营销系统构建 582

- 一、美容院服务营销系统的构建要素分析 582
- 二、美容院服务营销系统的构成 590
- 三、美容院服务营销系统核心评估——服务产品质量评估 591

第二节 我国美容院营销现状分析 593

- 一、营销意识淡薄，营销观念落后 593

- 二、市场调研欠深入、不科学 594
- 三、市场定位存在许多误区 594
- 四、营销策略存在许多不足 595
- 五、促销人员——美容师素质低下 597

第三节 我国美容院市场营销环境分析 598

- 一、美容院服务营销的优势与机会分析 598
- 二、美容院服务营销的劣势与威胁分析 601

第四节 美容院服务营销策略 603

- 一、美容院服务有形化营销策略 604
- 二、美容院服务技巧化营销策略 620
- 三、美容院服务关系化营销策略 625
- 四、美容院服务规范化营销策略 632

图表目录

- 图表：2012年度最受关注化妆品牌国家 4
- 图表：化妆品分类销售结构 125
- 图表：彩妆销售结构 125
- 图表：护肤品销售结构 126
- 图表：2005年-2012年不同销售规模百货商场拥有的专柜数量 127
- 图表：2012年百货商场化妆品专柜品牌构成 127
- 图表：2012年高端品牌在不同城市的铺货率 128
- 图表：2012年中高端品牌在不同城市的铺货率 129
- 图表：2012年大众化品牌在不同城市的铺货率 129
- 图表：2012年低端品牌在不同城市的铺货率 130
- 图表：2012年高端品牌在不同定位商场的铺货率 130
- 图表：2012年中高端品牌在不同定位商场的铺货率 131
- 图表：2012年大众化品牌在不同定位商场的铺货率 131
- 图表：2012年低端品牌在不同定位商场的铺货率 131
- 图表：2005年-2012年主要高端品牌在铺货数量变化 132
- 图表：2005年-2012年主要中高端品牌在铺货数量变化 132
- 图表：2005年-2012年主要大众化品牌在铺货数量变化 132
- 图表：2005年-2012年主要低端品牌在铺货数量变化 133
- 图表：2005年主要高端品牌单柜销售能力 133

图表：2005年主要中高端品牌单柜销售能力 134

图表：2005年主要大众化品牌单柜销售能力 135

图表：2012年8月11个大城市百货专柜品牌销售份额 136

图表：2012年8月11个大城市百货店低端品牌销售份额 136

图表：2012年护肤品、彩妆品、美发品检索量比例 156

图表：2012中国化妆品制造企业十强 162

图表：2012中国化妆品制造企业五十强 163

图表：2012年1-12月美容品或化妆品及护肤品分产品进口数据 181

图表：2012年1-12月护发品分产品进口数据 193

图表：2012年1-12月美容品或化妆品及护肤品分产品出口数据 201

图表：2012年1-12月护发品分产品出口数据 210

图表：男士化妆品各品牌满意度排行 310

图表：男性最满意的洁面类品牌 310

图表：男性满意度较低的洁面类品牌 310

图表：推荐的美容美发场所及其设施、设备、工具清洁计划 366

图表：美容美发场所卫生管理自查建议项目 367

图表：初级美容师国家职业标准工作要求 386

图表：初级美容师国家职业标准理论知识 388

图表：初级美容师国家职业标准技能操作 389

图表：美容院服务产品的构成图 583

图表：美容院服务产品区别于有形产品的特征 584

图表：顾客美容动机情况 588

图表：美容院服务营销系统 590

图表：美容院服务质量衡量模式 592

图表：美容师或美容小姐的文化程度情况 597

图表：美容师美容小姐专业技术技能培训情况 597

图表：男女士美容护理情况 598

图表：20世纪90年代中国化妆品销售额 599

图表：不同城市女性美容护肤人数比例 599

图表：美容院服务基本特性与美容院服务营销策略体系 603

图表：美容院服务营销策略体系内容 604

图表：顾客选择美容院的最佳地理位置情况 607

图表：色彩与心理的关联 610

图表：顾客获悉美容院的途径 612

图表：美容院服务广告制定的主要步骤 613

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201408/110662.html>