



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2012年个人形象包装及设计服务行业竞争格局与投资战略研究咨询报告

一、调研说明

《2009-2012年个人形象包装及设计服务行业竞争格局与投资战略研究咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/134833.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

个人整体形象咨询业是一个蓬勃发展的新兴行业，是西方发达国家在拥有了先进的色彩与形象理念和成熟的色彩应用技术的基础上发展起来的行业，风靡于欧美日韩等28个国家，进入中国仅有数年。1998年，随着中国第一家色彩咨询工作室--西蔓色彩咨询工作室在北京开张，色彩咨询的概念开始进入中国。和其他所有的新兴行业一样，色彩咨询业在中国也将有着巨大的市场发展空间。形象设计咨询顾问即运用了中国人形象规律分析体系，设计出每个人的最佳整体形象：中国人形象规律体系全面揭示了不同类型的中国人扮靓规律的奥秘所在，使中国人的穿衣打扮有了科学的扮靓理论依据。个人服饰色彩规律分析系统：此系统是根据每个人与生俱来的皮肤、瞳孔、毛发等身体特征，运用先进的色彩理论和专业工具诊断出每个人的服饰的最佳色彩和服饰色彩最佳搭配，让服饰色彩与人体和谐统一，达到最佳的视觉效果。同时诊断出最佳化妆和发型颜色。个人服饰风格规律分析系统：此系统是根据每个人不同的面部轮廓、体形并参考性格和职业特征，诊断出个人的最佳款式风格类型。分析出正式场合、非正式场合自己独有的服饰风格特色，由此确定最适合的服饰、鞋、帽、丝巾、皮包、首饰、眼镜的款式、质地及图案。同时做最佳发型建议。男士提供西服、衬衫、领带、休闲服等的款式与场合的详细方案。目前色彩咨询公司的顾客主要是一些在事业上较为成功的白领、金领人士，他们需要让自己在着装上更得体些，以期在职场上充分展示自身魅力。模特、影视演员、青年歌手、电视台主持人等演艺界人士，对色彩咨询也有一定的需求。此外，有越来越多的年轻求职者为提高自信，要求进行形象包装，以期获得更多的就业机会。一般来说，一次个人色彩咨询服务的收费在百元到千元不等。因为开设色彩咨询公司的投资不大，日常开销也相对较少，所以收入较为可观。

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家商务部、中国美容美发协会、中国公共关系协会、中国经济景气监测中心、国内外相关报刊杂志的基础信息以及个人形象设计及包装专业研究单位等公布和提供的大量资料，对我国个人形象设计及包装市场状况进行了分析；对个人形象设计及包装市场发展状况、发展趋势与策略等方面进行了探讨。报告并根据行业的发展轨迹对个人形象设计及包装未来的发展趋势作出审慎的判断，为投资者寻找新的投资亮点。本报告是个人形象设计及包装企业、相关单位等准确了解目前中国个人形象设计及包装行业发展动态，把握个人形象设计及包装行业现状与趋势，制定市场策略的重要决策依据之一，具有重要决策参考价值。

目录

CONTENTS

第一部分 行业发展现状

第一章 个人形象包装及设计行业概况

第一节 行业概念

- 一、个人形象设计
- 二、色彩顾问工作室
- 三、个人整体形象咨询业
- 四、CMB
- 五、个人公关原则分析
- 六、个人形象顾问

第二节 个人形象设计要素分析

- 一、体型要素
- 二、发型要素
- 三、化妆要素
- 四、服装款式要素
- 五、饰品及配件要素
- 六、个性要素
- 七、心理要素
- 八、文化修养要素

第三节 个人礼仪

- 一、个人礼仪内涵
- 二、仪表
- 三、举止
- 四、言谈

第二章 个人形象包装行业发展状况

第一节 个人形象包装行业发展状况

- 一、个人形象设计行业发展概况
- 二、个人形象设计室发展分析
- 三、个人形象设计行业问题分析
- 四、厦门个人形象设计行业发展状况
- 五、个人形象设计与美容行业竞争状况

第二节 我国色彩咨询业发展状况

- 一、色彩咨询室开办条件
- 二、色彩咨询业淡季经营分析
- 三、我国色彩咨询业发展机遇
- 四、色彩咨询业发展问题分析
- 五、温州色彩咨询业竞争状况

第三节 个人形象包装分析

- 一、国际流行妆法
- 二、个人装扮风格
- 三、个人色彩形象设计分析
- 四、基本体型穿衣礼仪

第三章 个人形象设计人才分析

第一节 个人形象设计人才现状分析

- 一、个人形象设计师现状
- 二、“形象设计”学士现状
- 三、2008年高职高专“人物形象设计”专业分析

第二节 色彩咨询师现状分析

- 一、色彩咨询师概况
- 二、形象设计职业分析
- 三、色彩咨询师现状分析
- 四、色彩咨询师收入分析
- 五、色彩顾问自身形象分析

第三节 形象设计陪购行业分析

- 一、色彩咨询师陪购收费分析
- 二、色彩咨询师陪购情况分析
- 三、沈阳形象设计陪购师现状

第四章 相关行业发展状况分析

第一节 公关行业发展状况分析

- 一、我国公关行业发展现状分析
- 二、2008年网络公关行业发展状况
- 三、公关行业发展前景分析

第二节 服装行业发展状况分析

一、服饰行业发展状况分析

二、2009年1-8月服装产量情况

三、2009年服饰行业竞争状况

四、中国服装市场发展趋向分析

第三节 美容行业发展状况分析

一、2009年美容行业发展状况

二、2009年美容行业经营策略

三、2009年美容行业发展趋势

第四节 化妆品行业发展状况

一、2009年我国化妆品行业发展状况

二、2009年化妆品市场竞争状况

三、2009年我国化妆品专营店市场竞争分析

四、化妆品市场发展趋势分析

第五章 个人形象包装消费市场分析

第一节 不同阶层专业形象

一、社会新鲜人

二、中级主管

三、高级主管及职业经理人

四、总经理及企业老板

第二节 个人形象包装消费市场发展状况

一、个人形象设计市场需求状况

二、色彩搭配消费潮流分析

三、色彩咨询市场动向分析

四、男士色彩与风格分析

第三节 个人色彩诊断

一、浪漫春季

二、清爽夏季

三、金色秋季

四、个性冬季

第四节 个人服装款式风格

- 一、戏剧型
- 二、浪漫型
- 三、古典型
- 四、前卫少年型
- 五、前卫型
- 六、优雅型
- 七、自然型
- 八、前卫少女型

第六章 大学生形象包装消费市场分析

第一节 大学生形象包装消费市场

- 一、大学生形象设计市场发展状况
- 二、大学生形象设计问题分析
- 三、形象设计对毕业生求职影响分析
- 四、大学生求职包装分析
- 五、大学毕业生求职形象包装调查

第二节 大学生形象包装市场需求分析

- 一、大学生整形美容需求分析
- 二、简历制作形象设计需求分析
- 三、大学生形象设计支出分析
- 四、大学生求职包装需求分析

第三节 大学生面试礼仪

- 一、面试着装礼仪
- 二、女生面试服装礼仪
- 三、面试握手礼仪
- 四、面试细节礼仪
- 五、外企面试礼仪

第七章 管理者形象包装消费市场分析

第一节 公关人员形象设计分析

- 一、公关人员个人形象分析
- 二、公务员面试礼仪分析

三、公务员面试着装礼仪

四、公务员礼仪影响分析

五、官员形象设计服务分析

第二节 管理者形象设计分析

一、管理者形象设计

二、管理者笑容形象设计

三、管理者同下属谈话语言形象设计

四、管理者日常生活说话形象设计

五、管理者主持会议语言形象设计

六、管理者作报告语言形象设计

第八章 女人形象包装消费市场分析

第一节 女人形象设计概况

一、女人风格特色分类

二、女人实用化妆分析

三、女人形象设计分析

四、女性个人色彩诊断

五、女性形象设计市场分析

第二节 女人形象设计分析

一、女人衣着装饰分析

二、女人家庭礼仪

三、品位女人形象设计

四、职业女性形象设计

五、女性职业礼仪分析

第二部分 行业竞争格局

第九章 个人形象包装及设计服务行业竞争分析

第一节 2009年个人形象包装及设计服务竞争分析

一、2008年个人形象包装及设计服务市场竞争情况分析

二、2009年个人形象包装及设计服务市场竞争形势分析

第二节 2008-2009年中国个人形象包装及设计服务行业竞争分析及预测

一、2008-2009年集中度分析及预测

- 二、2008-2009年SWOT分析及预测
- 三、2008-2009年进入退出状况分析及预测
- 四、2008-2009年生命周期分析及预测

第十章 个人形象包装及设计服务企业竞争策略分析

第一节 个人形象包装及设计服务市场竞争策略分析

- 一、2009年个人形象包装及设计服务市场增长潜力分析
- 二、2009年个人形象包装及设计服务主要潜力项目分析
- 三、现有个人形象包装及设计服务竞争策略分析
- 四、个人形象包装及设计服务潜力项目竞争策略选择
- 五、典型企业项目竞争策略分析

第二节 个人形象包装及设计服务企业竞争策略分析

- 一、金融危机对个人形象包装及设计服务行业竞争格局的影响
- 二、金融危机后个人形象包装及设计服务行业竞争格局的变化
- 三、2009-2012年我国个人形象包装及设计服务市场竞争趋势
- 四、2009-2012年个人形象包装及设计服务行业竞争格局展望
- 五、2009-2012年个人形象包装及设计服务行业竞争策略分析
- 六、2009-2012年个人形象包装及设计服务企业竞争策略分析

第十一章 个人形象包装及设计服务重点企业分析

第一节 北京西蔓色彩文化发展有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第二节 杭州文婷色彩形象设计有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、2008-2009年经营状况
- 四、2009-2012年发展战略

第三节 杭州飞天色彩咨询公司

- 一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第四节 NCS（中国）色彩中心

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第五节 伊欣悦色彩咨询公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2008-2009年经营状况

四、2009-2012年发展战略

第六节 其他色彩咨询公司

一、菲格迪娅公司

二、三叶草工作室

三、河北天彤素质教育培训有限公司

四、美形名仕国际色彩形象策划公司

五、蓝盟色彩服饰文化咨询有限公司

六、品位色彩形象设计咨询公司

七、金孔雀色彩文化咨询有限公司

八、女魔头形象设计公司

第三部分 行业前景预测

第十二章 个人形象包装及设计服务行业发展趋势预测

第一节 2009-2012年个人形象包装及设计服务市场趋势分析

一、2008-2009年个人形象包装及设计服务市场趋势总结

二、2009-2012年个人形象包装及设计服务发展趋势分析

三、2009-2012年个人形象包装及设计服务市场发展空间

四、2009-2012年个人形象包装及设计服务产业政策趋向

五、2009-2012年个人形象包装及设计服务价格走势分析

第二节 2009-2012年个人形象包装及设计服务市场预测

- 一、2009-2012年个人形象包装及设计服务市场结构预测
- 二、2009-2012年个人形象包装及设计服务市场需求前景
- 三、2009-2012年个人形象包装及设计服务市场价格预测
- 四、2009-2012年个人形象包装及设计服务行业集中度预测

第四部分 投资战略研究

第十三章 个人形象包装及设计服务行业投资现状分析

第一节 2008年个人形象包装及设计服务行业投资情况分析

- 一、2008年总体投资及结构
- 二、2008年投资规模情况
- 三、2008年投资增速情况
- 四、2008年分行业投资分析
- 五、2008年分地区投资分析
- 六、2008年外商投资情况

第二节 2009年上半年个人形象包装及设计服务行业投资情况分析

- 一、2009年上半年总体投资及结构
- 二、2009年上半年投资规模情况
- 三、2009年上半年投资增速情况
- 四、2009年上半年分行业投资分析
- 五、2009年上半年分地区投资分析
- 六、2009年上半年外商投资情况

第十四章 个人形象包装及设计服务行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2008-2009年我国宏观经济运行情况
- 二、2009-2012年我国宏观经济形势分析
- 三、2009-2012年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、2009年个人形象包装及设计服务行业政策环境
- 二、2009年国内宏观政策对其影响
- 三、2009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、2009年社会环境发展分析
- 三、2009-2012年社会环境对行业的影响分析

第十五章 个人形象包装及设计服务行业投资机会与风险

第一节 个人形象包装及设计服务行业投资效益分析

- 一、2008-2009年个人形象包装及设计服务行业投资状况分析
- 二、2009-2012年个人形象包装及设计服务行业投资效益分析
- 三、2009-2012年个人形象包装及设计服务行业投资趋势预测
- 四、2009-2012年个人形象包装及设计服务行业的投资方向
- 五、2009-2012年个人形象包装及设计服务行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节 影响个人形象包装及设计服务行业发展的主要因素

- 一、2009-2012年影响个人形象包装及设计服务行业运行的有利因素分析
- 二、2009-2012年影响个人形象包装及设计服务行业运行的稳定因素分析
- 三、2009-2012年影响个人形象包装及设计服务行业运行的不利因素分析
- 四、2009-2012年我国个人形象包装及设计服务行业发展面临的挑战分析
- 五、2009-2012年我国个人形象包装及设计服务行业发展面临的机遇分析

第三节 个人形象包装及设计服务行业投资风险及控制策略分析

- 一、2009-2012年个人形象包装及设计服务行业市场风险及控制策略
- 二、2009-2012年个人形象包装及设计服务行业政策风险及控制策略
- 三、2009-2012年个人形象包装及设计服务行业经营风险及控制策略
- 四、2009-2012年个人形象包装及设计服务同业竞争风险及控制策略
- 五、2009-2012年个人形象包装及设计服务行业其他风险及控制策略

第十六章 个人形象包装及设计服务行业投资战略研究

第一节 个人形象包装及设计服务行业发展战略研究

- 一、战略综合规划
- 二、业务组合战略
- 三、区域战略规划
- 四、产业战略规划
- 五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第二节 对个人形象包装及设计服务品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、个人形象包装及设计服务实施品牌战略的意义

三、个人形象包装及设计服务企业品牌的现状分析

四、个人形象包装及设计服务企业的品牌战略

五、个人形象包装及设计服务品牌战略管理的策略

第三节 个人形象包装及设计服务行业投资战略研究

一、2008年个人形象包装及设计服务行业投资战略

二、2009年个人形象包装及设计服务行业投资战略

三、2009-2012年个人形象包装及设计服务行业投资战略

四、2009-2012年细分行业投资战略

图表目录

图表：春季型人彩妆用色特点

图表：春季型人彩妆粉底用色

图表：春季型人彩妆眼影用色

图表：春季型人彩妆口红用色

图表：春季型人彩妆腮红用色

图表：春季型人彩妆甲油用色

图表：春季型人染发用色

图表：秋季型人彩妆用色特点

图表：秋季型人彩妆粉底用色

图表：秋季型人彩妆眉笔用色

图表：秋季型人彩妆眼影用色

图表：秋季型人彩妆口红用色

图表：秋季型人彩妆甲油用色

图表：秋季型人彩妆腮红用色

图表：秋季型人染发用色

图表：夏季型人彩妆用色特点

图表：夏季型人彩妆粉底用色

图表：夏季型人彩妆眉笔用色

图表：夏季型人彩妆眼影用色

图表：夏季型人彩妆口红用色

图表：夏季型人彩妆甲油用色

图表：夏季型人彩妆腮红用色

图表：夏季型人染发用色

图表：冬季型人彩妆用色

图表：冬季型人彩妆粉底用色

图表：冬季型人彩妆眼影用色

图表：冬季型人彩妆口红用色

图表：冬季型人彩妆甲油用色

图表：冬季型人彩妆腮红用色

图表：冬季型人染发用色

图表：2009年1-7月服装产量全国合计

图表：2009年1-7月服装产量北京市合计

图表：2009年1-7月服装产量天津市合计

图表：2009年1-7月服装产量河北省合计

图表：2009年1-7月服装产量山西省合计

图表：2009年1-7月服装产量内蒙古区合计

图表：2009年1-7月服装产量辽宁省合计

图表：2009年1-7月服装产量吉林省合计

图表：2009年1-7月服装产量黑龙江省合计

图表：2009年1-7月服装产量上海市合计

图表：2009年1-7月服装产量江苏省合计

图表：2009年1-7月服装产量浙江省合计

图表：2009年1-7月服装产量安徽省合计

图表：2009年1-7月服装产量福建省合计

图表：2009年1-7月服装产量江西省合计

图表：2009年1-7月服装产量山东省合计

图表：2009年1-7月服装产量河南省合计

图表：2009年1-7月服装产量湖北省合计

图表：2009年1-7月服装产量湖南省合计

图表：2009年1-7月服装产量广东省合计

图表：2009年1-7月服装产量广西区合计

图表：2009年1-7月服装产量重庆市合计

图表：2009年1-7月服装产量四川省合计

图表：2009年1-7月服装产量贵州省合计

图表：2009年1-7月服装产量云南省合计

图表：2009年1-7月服装产量陕西省合计

图表：2009年1-7月服装产量甘肃省合计

图表：2009年1-7月服装产量青海省合计

图表：2009年1-7月服装产量宁夏区合计

图表：2009年1-7月服装产量新疆区合计

图表：时代形象公司公司架构

图表：NCS标志

图表：NCS（中国）色彩中心标志

图表：六种基准色

图表：NCS色彩空间

图表：NCS色彩圆环

图表：NCS色彩三角

图表：NCS色彩编号

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/134833.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。