



艾凯咨询
ICAN Consulting

2012-2016年中国美容市场监测 及前景预测研究报告

一、调研说明

《2012-2016年中国美容市场监测及前景预测研究报告》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/191374.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

目前的中国美容业市场的不规范导致美容院的经营门槛低，管理缺乏力度，行业竞争处于无序状态，美容院经营尚未形成规模，从业人员素质参差不齐等。诸多因素的汇集造成整个行业再社会中的信誉难以达到一定的高度，持续经营、规模经营难以扩大、品牌难以深入人心。因此，美容业推广和实行连锁经营理念，提供优质的产品和服务，建立良好的运作程序，形成良好的口碑和品牌效应的经营运作模式势再必行。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年中国美容市场监测及前景预测研究报告》共十六章。首先介绍了中国美容行业市场发展环境、中国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，然后介绍了中国美容市场竞争格局。随后，报告对中国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。

第一章 国际美容产业运行态势分析

第一节 2011年国际美容市场综述

- 一、世界各地不同特色的SPA
- 二、世界香料香精市场分析
- 三、世界美容院经营状况分析
- 四、金融危机对全球美容业的影响

第二节 2011年国际整形美容市场

- 一、韩国整形美容市场分析
- 二、美国男性整容市场分析
- 三、日本女性整容的理由
- 四、好莱坞整容成热潮

第三节 2011年国外化妆品市场探析

- 一、全球品牌化妆品销售情况
- 二、韩国化妆品店发展
- 三、泰国男性化妆品市场增长形势

四、高科技在美容化妆品产业的应用情况

第四节 2012-2016年国际美容市场发展趋势分析

一、国际美容化妆品业科技发展趋势

二、亚洲整形美容发展趋势

三、未来最热门的整形美容术

四、美国美容业需求预测分析

五、全球减肥市场预测分析

第二章 中国美容产业发展环境分析

第一节 国内美容经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国美容经济发展预测分析

第二节 中国美容行业政策环境分析

第三章 中国美容产业运行新形势分析

第一节 2011年中国美容行业发展概况

一、中国美容发展衍进与兴起

二、中国美容业亮点分析

三、中国美容行业主要业态

四、美容机构主要分布

第二节 2011年中国美容业深度分析

一、中国美容行业步入知本经济时代

二、中国美容行业热点事件聚焦

三、美容业新经济增长点分析

四、中国药妆市场走向分析

第三节 金融危机对美容业的影响

一、金融危机对美容业的影响

二、金融危机对药妆行业的影响

第四节 2011年中国美容行业存在的问题分析

一、美容行业存在的问题

二、中国美容市场洗牌之前的危机

三、美容业的资源泛滥与浪费

四、美容业陷入诚信危机

五、美容行业专业线市场存在的问题

第五节 2011年美容行业发展建议及对策分析

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

第四章 中国美容市场运行动态分析

第一节 2011年中国美容市场发展情况分析

一、观念变得快美容机构变得更快

二、我国市场细分明朗美容产业增值明显

三、我国美容行业人才市场分析

四、国内美容市场快速增长国际品牌纷至沓来

第二节 2011年中国美容市场热点分析

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 2011年中国城市美容经济竞争力分析

一、华北区美容经济竞争力分析

二、华南区美容经济竞争力分析

三、华东区美容经济竞争力分析

四、华中区美容经济竞争力分析

五、西南区美容经济竞争力分析

六、西北区美容经济竞争力分析

七、东北区美容经济竞争力分析

第四节 2011年中国美容市场消费群体分析

一、青少年美容消费分析

二、美容院消费者心理分析

三、老年人美容市场分析

第五章 中国美容化妆品市场运行格局分析

第一节 2011年中国化妆品销售市场分析

一、转型下的中国化妆品产业

二、化妆品各种渠道的生态描述

三、化妆品行业渠道现象分析

第二节 2011年中国美容化妆品市场现状分析

一、我国化妆品行业的可持续发展

二、金融危机带给化妆品业的机遇

三、金融危机下化妆品的发展趋势

四、化妆品及容器需求预测分析

第三节 2011年美容化妆品市场消费状况调查

第四节 2011年中国美容化妆品业发展趋势及策略

一、我国化妆品行业的发展趋势

二、化妆品行业品牌发展趋势

三、化妆品行业连锁经营发展趋势

四、美容化妆品市场细分策略

五、美容化妆品企业的多品牌现象策略

第六章 中国整形美容市场运行态势分析

第一节 2011年中国整形美容市场

一、中国整形美容业的兴起

二、整形美容产业正式步入高级阶段

三、整形美容队伍的发展变化

四、我国整形美容行业的网络推广模式

第二节 2011年中国整形美容产品分析

一、整形美容产品市场规模

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 2011年中国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 2011年整形美容市场现状分析

一、我国整形美容业市场规模

二、整形美容亮点分析

三、中老年人整容的心理取向

四、整容趋向老龄、低龄化

第五节 2011年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 2012-2016年整形市场发展趋势分析

一、假体隆胸仍是主流

二、自体脂肪隆胸成趋势

三、非手术和微创整形术受欢迎

四、“脸部大改造”更安全

五、求美者越来越理性

第七节 2012-2016年中国整形美容发展趋势分析

一、整容市场流行新趋势

二、国内整形美容销售额预测

三、未来整容手术的替代趋势

第七章 中国减肥、美发、美甲市场运行态势分析

第一节 2011年中国减肥美体市场分析

一、减肥行业发展阶段

二、减肥市场消费量状况

三、减肥药品市场调查分析

四、全球近1/5的体重超标肥胖者是中国人

五、我国减肥药市场发展趋势

六、美体瘦身行业趋势分析

七、全球减肥市场将达90亿美元

第二节 2011年中国美发用品市场分析

- 一、我国美发市场空白形式日显
- 二、美发市场策略
- 三、中国洗发水市场现状
- 四、美容美发行业整顿任重道远
- 五、我国生发剂市场日益升温前景看好
- 六、中国美发美容协会对美发美容用具要求
- 七、我国洗发水市场的发展及趋势
- 八、美发用品店商机无限

第三节 2011年中国美甲市场现状分析

- 一、美甲业进入发展期
- 二、美甲已经从时尚渐变成为一种生活形态
- 三、美甲行业发展存在的问题
- 四、男士崇尚美甲
- 五、美甲行业的前景分析

第八章 中国男士美容市场动态分析

第一节 2011年男士美容市场分析

- 一、男士最喜欢的SPA调查分析
- 二、男士美容护肤卖点分析
- 三、男士美容护肤市场现状分析
- 四、男士美容新热点分析

第二节 2011年男士整形美容市场分析

- 一、男性整形美容的兴起分析
- 二、男士整形消费分析
- 三、未来男士整形主流分析

第三节 2011年男士美容化妆品市场分析

- 一、男性最爱的美容项目市场前景
- 二、男士美容市场呈专柜专区发展
- 三、男士化妆品市场份额预测
- 四、男士美容市场预测

第九章 中国美容业培训市场分析

第一节 2011年美容业人才现状与职业培训

- 一、美容业管理人才渐从香港到大陆发展
- 二、美容业急需高端人才
- 三、美容市场呼唤美甲技师

第二节 2011年美容教育发展现状及建议

- 一、中国美容教育本质分析
- 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、提高美容师的综合素质

第三节 2011年美容学历教育的发展分析

- 一、美容职业教育走上“洋路子”
- 二、美容学历教育出现3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 2012-2016年中国美容教育发展趋势分析

- 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

第十章 中国美容业市场营销战略分析

第一节 2011年中国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 2011年中国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”分析
- 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 2011年中国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 2011年中国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

第十一章 中国直销与美容业的发展动态分析

第一节 直销

- 一、直销的发展
- 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、美容业直销之惑
- 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 中国连锁经营与美容业的发展分析

第一节 2011年中国美容连锁经营分析

- 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 2011年中国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、美容院特许加盟连锁经营赢利模式

第十三章 中国美容院经营策略分析

第一节 2011年中国美容院经营现状分析

- 一、2011年美容院最新热门项目调查
- 二、2011年十大领航美容院分析
- 三、2011年美容院人气促销排行榜
- 四、2011年美容院新型经营理念分析
- 五、2011年美容院成功经营方式分析
- 六、美容院发展主趋势分析

第二节 2011年中国美容院成功经营策略分析

- 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 2011年中国美容院经营管理策略分析

- 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 2012-2016年中国美容院发展趋势分析

- 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分析
- 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

第十四章 中国美容院服务营销策略分析

第一节 2011年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 2011年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 2011年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 2011年美容院服务营销策略分析

- 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

第十五章 2012-2016年中国美容业发展趋势预测分析

第一节 2012-2016年美容美发业市场发展前景

- 一、美容美发市场细分加剧
- 二、进一步规范美容美发市场
- 三、美容美发行业对高级人才需求
- 四、美容美发教育前景看好

第二节 2012-2016年中国最热门的美容项目预测分析

- 一、香熏世界将大放异彩
- 二、美塑疗法
- 三、形象、色彩设计成热潮
- 四、产后修复术是热点
- 五、美容保健用品的风靡
- 六、净颜祛斑大升级
- 七、中医美容势不可挡
- 八、面部修饰持续走俏
- 九、概念美容
- 十、男士关注小美容项目

第三节 2012-2016年美容业细分产品发展趋势

- 一、护肤美白发展趋势
- 二、美容彩妆市场展望
- 三、香水业展望
- 四、彩妆销售额预测

第四节 2012-2016年中国美容业发展趋势

- 一、中国美容市场增长预测
- 二、我国美容业收入预测
- 三、未来几年中国美容消费热点流行趋势

第十六章 2012-2016年中国美容业投资战略分析

第一节 美容院在金融危机形势下投资分析

- 一、金融危机形势下美容院的发展态势
- 二、金融危机形势下美容院的投资方向

第二节 2012-2016年男士美容市场商机分析

- 一、男士美容市场投资与风险分析
- 二、男性化妆品市场的开发
- 三、男性美容投资趋势

第三节 2012-2016年美容业投资热点分析

- 一、生产厂家的优势
- 二、品牌优势
- 三、销售支持优势

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：……

更多图表详见正文……

通过《2012-2016年中国美容市场监测及前景预测研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/191374.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。