



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2020年中国美容美发行业市场深度分析与投资前景预测报告

一、调研说明

《2013-2020年中国美容美发行业市场深度分析与投资前景预测报告》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/237550.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

美容美发是创造美和欣赏美的产业，经过几十年的发展，我国的美容美发业已由单一的理发和简单的护肤演变为一个涉及美发、美容、化妆品、美容器械等广泛领域的朝阳产业。产业的终端是美容和美发服务业，它是各种物化手段的人性化的体现。美容美发服务业已成为整个行业的火车头和晴雨表，带动美容美发化妆品及相关行业在探索中生存、在竞争中发展。

在一些大中城市，连锁经营已成为行业的一大发展趋势。美容院的连锁经营虽然不能像其它行业那样实行几个统一，随着美容院计算机管理软件的开发，美容院可以在管理、接待服务以及财务等方面实行连锁和加盟连锁。异地发展连锁经营成为行业发展的一大特点。而香港、台湾到内地开办连锁经营的趋势也较明显。

一些规模较小的店将朝着专业化经营的道路发展。过去，绝大多数的店是综合经营性的店面，大约占到90%，综合经营店减少到80%，这组数据说明了专业店有不断增加的趋势。美容专业店的流行使美容专业的服务得到了更好的细化，比如专业美容、专业美发或专业美甲等等。每个专业的技术和服务特点是不一样的，专业细化更容易做出美容店自己的特色。温馨的布置、人性化的服务融入企业文化建设，这将是小规模的专业店赢得市场、赢得顾客的法宝。

随着人们生活水平的提高，以及美容、服饰等时尚行业的快速发展，形象设计不再是人们印象中只有明星们才享受得起的待遇，已从原来的影视、文艺等专业机构走进大众生活。越来越多的普通人走进形象设计室，为自己装点门面。一些公关人士参加商务活动时需要形象设计，时尚人士组织聚会时需要形象设计，白领参加招聘面试更需要形象。形象设计专业越来越吃香。

艾凯集团发布的《2013-2020年中国美容美发行业市场深度分析与投资前景预测报告》共十二章，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，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。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。

第一章2012年国际美容市场运行动态分析 1

第一节2012年国际美容市场现状综述 1

一、世界各地不同特色的SPA 1

二、世界香料香精市场分析 3

三、金融危机对全球美容业的影响 14

第二节 2012年国际整形美容市场透析 15

一、国际整形美容技术水平 15

二、整形美容市场规模及需求分析 16

三、整形美容重点国家运行分析 18

第三节 2012年国外化妆品市场运行分析 19

一、全球有机化妆品销售分析 19

二、化妆品店动态分析 20

三、泰国男性化妆品市场增长 22

四、全球化妆品需求分析 23

第四节 2013-2020年国际美容市场新趋势探析 27

一、国际美容化妆品业科技发展趋势 27

二、亚洲整形美容发展趋势 29

三、全球减肥市场预测 30

第二章 2012年中国美容整体运行态势分析 1

第一节 2012年中国美容行业概况 1

一、美容行业发展基本特征 1

二、美容产业链 3

三、美容机构主要业态 3

第二节 2012年中国美容行业综述 6

一、美容机构发展分析 6

二、美容业新经济增长点分析 7

三、中国药妆市场走向分析 9

四、金融危机对美容业的影响 11

第三节 2012年中国美容行业热点问题探讨 12

一、中国美容业发展潜在的问题 12

二、美容行业专业线品牌发展问题 13

三、美容业发展要建设品牌文化 14

四、促进美容行业发展的建议 17

第三章 2012年中国美容产业运行环境解析 19

第一节 国内宏观经济环境分析 19

- 一、GDP历史变动轨迹分析 19
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析 26
- 三、2013年中国经济发展预测分析 29
- 第二节 2012年中国美容产业政策环境分析 30
- 一、标准规范在行业中的缺失 30
- 二、标准出台规范行业 31
- 三、相关政策法规 32

第四章 2012年中国整形美容产业整体运行态势分析 37

- 第一节 2012年中国整形美容行业总体概述 37
- 一、浅析中国整形美容业的兴起 37
- 二、国内整形美容行业的发展规模 38
- 三、解析医疗美容产业的可持续发展 38
- 第二节 2012年中国整形美容市场动态分析 39
- 一、解析国内整容市场的利润来源 39
- 二、国内老少整形市场日渐活跃 40
- 三、中国整形美容消费群体分析 43
- 第三节 2012年中国整形美容行业面临的挑战 46
- 一、阻碍整形美容业发展的瓶颈 46
- 二、国内整形美容行业亟需整顿 50
- 三、整形美容机构中的六大骗局分析 51
- 四、解析整容美容行业面临的风险 54
- 第四节 2012年中国整形美容行业发展的措施与建议 54
- 一、中国整形美容业的发展规划 54
- 二、发展国内整形美容行业的措施 55
- 三、发展整形美容行业的其他建议 57
- 四、医学美容产业需自修门户促进发展 58

第五章 2012年中国美发市场深度剖析 60

- 第一节 2012年中国美容美发行业综述 60
- 一、美发业发展潮流 60
- 二、美容美发产业增值分析 63

第二节 2012年中国美容美发运行综述 64

一、美容美发业基本数据分析 64

二、美容美发服务业经营分析 64

三、行业存在的问题分析 67

第三节 2012年中国美容美发服务业的连锁经营概况 68

一、美容美发业连锁经营的类型和区别 68

二、美容美发服务业采用特许连锁经营模式的现状 70

三、适应美容美发服务业现状的最佳方式 71

四、直营连锁在美容美发服务业发展中存在的问题 72

五、做好美容美发服务业直营连锁的关键因素 73

第四节 2012年中国美发关联产业发展分析 74

一、美容美发产业链发展情况 74

二、美容美发用品发展前景 75

三、美发产品终端连锁发展趋势 75

第六章 2012年中国美容化妆品市场销售形态势分析 80

第一节 2012年中国美容化妆品综述 80

一、国内化妆品市场结构分析 80

二、化妆品网购市场 80

三、天然化妆品市场销售形势分析 82

四、化妆品制造业指标监测 83

第二节 2012年中国化妆品市场消费分析 84

一、化妆品市场消费者的构成 84

二、化妆品市场消费的特点 84

三、化妆品市场居民消费的构成 85

四、美容化妆品市场的消费状况调查 87

五、女性购买化妆品的心理因素研究 94

第七章 2012年中国美容美发业区域市场运行分析 97

第一节 长三角区域市场情况分析 97

一、上海 97

二、南京 98

三、绍兴 100

四、宁波 101

第二节珠三角区域市场情况分析 102

一、广州 102

二、珠海 103

三、深圳 105

第三节环渤海区域市场情况分析 106

一、北京 106

二、天津 108

第四节其他省市发展情况分析 109

一、武汉 109

二、重庆 111

三、成都 112

四、西安 113

五、乌鲁木齐 114

六、佳木斯 115

第八章 2012年全国美容美发业竞争新格局透析 117

第一节 2012年全国美容美发业竞争总况 117

一、美容美发业竞争几近白热化 117

二、美容美发业竞争升级 117

第二节 2012年全国美容美发业集中度分析 118

一、市场集中度分析 118

二、区域集中度分析 118

第三节 2013-2020年全国美容美发业竞争策略分析 118

第九章 2012年全国美容美发领先企业竞争力分析 120

第一节深圳市首脑美容美发艺术有限公司 120

一、公司概况 120

二、企业运行动态分析 121

第二节北京艺人美场集团公司 121

一、公司概况 121

二、公司产业链分析 122

第三节创意名美发美容连锁机构 122

一、机构概况 122

二、机构文化 123

第四节八佰伴美发美容连锁机构 123

一、机构概况 123

二、机构发型趋势 123

第五节上海永琪美容美发连锁经营机构 124

一、机构概况 124

二、机构动态 124

第六节椰岛YESIDO美发美容机构 125

一、机构概况 125

二、机构动态 125

第十章 2012年中国美容美发业营销及策略分析 126

第一节美容美发店促销分析 126

一、促销的设计 126

二、促销的筹备 128

三、促销的教育 128

四、促销的实施 129

五、促销的监督 130

六、促销的评估 130

七、促销技巧检讨 130

第二节美容美发店的营销战略 130

一、战略定位 130

二、战略模型 131

三、战略目标 131

四、针对广告主的营销推广策略 132

五、针对美容美发厅的营销推广策略 134

六、运营模型 134

七、运作方式 137

第三节"美容美发厅传媒系统"的多元盈利模型 139

- 一、广告销售盈利模型 139
- 二、影视广告制作盈利模型 139
- 三、产品开发销售盈利模型 140
- 四、产品代理直销盈利模型 141
- 五、网站运营盈利模型 142
- 六、公关活动盈利模型 143
- 七、电信增值盈利模型 144
- 八、媒体整合赢利模式 144
- 九、俱乐部赢利模型 145
- 第四节美发连锁业的经营策略 145
- 一、短期策略 145
- 二、中期策略 146
- 三、长期策略 147

第十一章 2013-2020年中国美容美发行业发展预测分析 148

第一节 2013-2020年中国美容市场发展趋势分析 148

- 一、中国美容市场增长预测 148
- 二、美容化妆品技术革新趋势预测 149
- 三、美容市场发展趋势 152

第二节 2013-2020年中国美容业发展趋势分析 153

- 一、中国美容业收入预测 153
- 二、2013-2020年美容业发展趋势 153
- 三、2013-2020年中国美容消费热点流行趋势 155

第三节 2013-2020年中国美容美发业发展前景分析 156

- 一、2013-2020年美容美发市场细分预测 156
- 二、2013-2020年进一步规范美容美发市场 156
- 三、2013-2020年美容美发业对高级人才需求预测 156
- 四、2013-2020年美容美发教育前景展望 157

第四节 2013-2020年中国美容美发业展望 158

- 一、美发流行新趋势 158
- 二、2013-2020年美容美发行业未发展趋势 158

第十二章 2013-2020年中国美容美发行业投资方向 161

第一节 美容美发行业的法律风险与防范 161

一、美容美发行业法律风险的具体体现 161

二、美容美发店收益情况 161

三、化解风险的措施 163

第二节 2013-2020年中国美容美发行业的商机分析 164

一、自主开厂 164

二、代理商 164

三、培训机构 165

四、专业教育 165

五、咨询服务 165

六、连锁发廊/美容院 165

七、零售店 165

八、OEM专业生产 166

九、包装设计 166

十、技术研发 166

十一、包材供应商 166

十二、原料供应商 167

十三、国外企业注册代理 167

十四、知识产权 167

十五、报刊媒体 167

十六、质量认证市场 167

第三节 2013-2020年中国美容美发业投资方向 168

一、美容美发市场投资情况 168

二、美容美发投资机会 168

三、投资美容美发连锁加盟情况 169

四、另类美容院的投资发展情况 170

五、投资特色盈利美容院的方向 172

六、投资美容院的经营新模式 175

七、中国美发产业机遇与挑战共存 177

八、养发馆是正在兴起的新商机 179

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/237550.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提供专业投资咨询报告、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。