



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国美容市场分析 预测及战略咨询报告

一、调研说明

《2015-2020年中国美容市场分析预测及战略咨询报告》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/251208.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

第一部分 美容业运行背景解析18

第一章 2013-2014年国际美容产业运行态势分析18

第一节 2013-2014年国际美容市场综述18

一、世界各地不同特色的SPA18

二、世界香料香精市场分析22

三、世界美容院经营状况分析22

四、金融危机对全球美容业的影响23

第二节 2013-2014年国际整形美容市场透析25

一、韩国整形美容市场分析25

二、美国男性整容市场分析25

三、日本女性整容的理由26

四、好莱坞整容成热潮29

第三节 2013-2014年国外化妆品市场探析30

一、2014年全球品牌化妆品销售情况30

二、韩国化妆品店发展透析30

三、泰国男性化妆品市场增长形势35

四、高科技在美容化妆品产业的应用情况35

第四节 2010-2014年国际美容市场发展趋势分析49

一、国际美容化妆品业科技发展趋势49

二、亚洲整形美容发展趋势52

三、未来最热门的整形美容术53

四、美国美容业需求预测分析56

五、全球减肥市场预测分析57

第二章 2013-2014年中国美容产业政策环境解读58

第一节 2013-2014年中国美容产业政策环境分析58

一、美容业健康发展需要政府摆正态度58

二、我国重拳出击美容服务等欺诈行为59

三、中国出台美容美发行业新卫生规范60

四、《化妆品标识管理规定》施行61

五、2014年化妆品成分必须全部标识61

第二节 2013-2014年中国美容行业标准规范的缺失62

- 一、医学美容呼唤行业标准62
- 二、规范医学美容行业痛并美丽着63

第三节 2013-2014年中国美容相关政策法规66

- 一、美容美发业管理暂行办法66
- 二、医疗美容服务管理办法68
- 三、初级美容师国家职业标准72
- 四、高级美容师国家职业标准74

第二部分 中国美容产业动态聚焦75

第三章 2013-2014年中国美容产业运行新形势透析75

第一节 2013-2014年中国美容行业发展概况75

- 一、中国美容发展衍进与兴起75
- 二、中国美容业亮点分析80
- 三、中国美容行业主要业态81
- 四、美容机构主要分布82

第二节 2013-2014年中国美容业深度剖析83

- 一、中国美容行业步入知本经济时代83
- 二、中国美容行业热点事件聚焦85
- 三、美容业新经济增长点分析87
- 四、中国药妆市场走向分析87

第三节 金融危机对美容业的影响88

- 一、金融危机对美容业的影响88
- 二、金融危机对药妆行业的影响90

第四节 2013-2014年中国美容行业存在的问题分析91

- 一、美容行业存在的问题91
- 二、中国美容市场洗牌之前的危机92
- 三、美容业的资源泛滥与浪费94
- 四、美容业陷入诚信危机95
- 五、美容行业专业线市场存在的问题98

第五节 2013-2014年美容行业发展建议及对策分析100

- 一、美容化妆品业应统一行为标准与服务规范100
- 二、促进美容行业发展的建议103

三、美容业发展需要建设品牌文化	104
四、美容业投资注意的问题	108
第四章 2013-2014年中国美容市场运行动态分析	110
第一节 2013-2014年中国美容市场发展情况分析	110
一、观念变得快美容机构变得更快	110
二、我国市场细分明朗美容产业增值明显	112
三、我国美容行业人才市场分析	113
四、国内美容市场快速增长国际品牌纷至沓来	118
第二节 2013-2014年中国美容市场热点分析	119
一、美容业成第四大消费热点	119
二、整容美容成国内第五大消费热点	119
三、美容行业的新中医时代	120
四、青少年美容是美容新市场	121
五、健康生活理念催生美容产业投资热	123
第三节 2013-2014年中国城市美容经济竞争力分析	124
一、华北区美容经济竞争力分析	124
二、华南区美容经济竞争力分析	125
三、华东区美容经济竞争力分析	125
四、华中区美容经济竞争力分析	126
五、西南区美容经济竞争力分析	127
六、西北区美容经济竞争力分析	128
七、东北区美容经济竞争力分析	129
第四节 2013-2014年中国美容市场消费群体分析	130
一、青少年美容消费分析	130
二、美容院消费者心理分析	131
三、老年人美容市场分析	135
第五章 2013-2014年中国美容化妆品市场运行格局分析	136
第一节 2013-2014年中国化妆品销售市场分析	136
一、转型下的中国化妆品产业	136
二、化妆品各种渠道的生态描述	137
三、化妆品行业渠道现象分析	141
第二节 2013-2014年中国美容化妆品市场现状分析	143

- 一、我国化妆品行业的可持续发展143
- 二、金融危机带给化妆品业的机遇146
- 三、金融危机下化妆品的发展趋势149
- 第三节 2013-2014年美容化妆品市场消费状况调查153
- 第四节 2013-2014年中国美容化妆品业发展趋势及策略161
 - 一、我国化妆品行业的发展趋势161
 - 二、化妆品行业品牌发展趋势165
 - 三、化妆品行业连锁经营发展趋势166
 - 四、美容化妆品企业的多品牌现象策略167
- 第六章2007-2014年中国美容主要产品市场进出口贸易数据分析171
 - 第一节 2007-2014年中国美容品或化妆品及护肤品进出口数据监测分析171
 - 一、中国美容品或化妆品及护肤品进口数据分析171
 - 二、中国美容品或化妆品及护肤品出口数据分析171
 - 三、中国美容品或化妆品及护肤品进出口平均单价分析172
 - 第二节 2007-2014年中国精油；香膏；提取油树脂进出口数据监测分析172
 - 第三节 2007-2014年中国香水及花露水进出口数据监测分析173
 - 第四节2007-2014年中国护发品进出口数据监测分析173
- 第七章 2013-2014年中国整形美容市场运行态势分析175
 - 第一节 2013-2014年中国整形美容市场透析175
 - 一、中国整形美容业的兴起175
 - 二、整形美容产业正式步入高级阶段176
 - 三、整形美容现状177
 - 四、我国整形美容行业的网络推广模式178
 - 第二节 2013-2014年中国整形美容产品分析179
 - 一、整形美容产品的实质179
 - 二、整形美容产品的项目形式180
 - 第三节 2013-2014年中国整形美容的消费者分析181
 - 一、消费者的区域构成特点181
 - 二、消费者的年龄、性别构成特点181
 - 三、消费者的职业构成特点182
 - 四、消费者对手术时间、地点的选择特点182
 - 五、消费者最关注的问题分析182

- 六、消费者的需求特点183
- 七、消费者整形原因分析184
- 八、消费者的消费行为特点185
- 第四节 2013-2014年整形美容市场现状分析185
 - 一、我国整形美容业市场规模185
 - 二、中老年人整容的心理取向186
 - 三、整容趋向老龄、低龄化187
- 第五节 2013-2014年整形美容市场竞争状况及发展建议188
 - 一、整形美容市场竞争状况分析188
 - 二、我国医疗整形美容业走向个人品牌时代189
- 第六节 2015-2020年整形市场发展趋势分析190
 - 一、假体隆胸仍是主流190
 - 二、自体脂肪隆胸成趋势190
 - 三、非手术和微创整形术受欢迎191
 - 四、脸部大改造更安全191
 - 五、求美者越来越理性192
- 第七节 2015-2020年中国整形美容发展趋势分析192
 - 一、整容市场流行新趋势192
 - 二、整形美容发展趋势193
- 第八章 2013-2014年中国减肥、美发、美甲市场运行态势分析195
 - 第一节 2013-2014年中国减肥美体市场分析195
 - 一、减肥行业发展阶段195
 - 二、减肥市场消费量状况196
 - 三、减肥药品市场调查分析197
 - 四、全球近1/5的体重超标肥胖者是中国人203
 - 五、我国减肥药市场发展趋势205
 - 六、美体瘦身行业趋势分析206
 - 第二节 2013-2014年中国美发用品市场分析209
 - 一、我国美发市场空白形式日显209
 - 二、美发市场策略210
 - 三、中国洗发水市场现状215
 - 四、我国生发剂市场日益升温前景看好220

五、我国洗发水市场的发展及趋势	224
第三节 2013-2014年中国美甲市场现状分析	226
一、美甲业进入发展期	226
二、美甲已经从时尚渐变为一种生活形态	228
三、美甲行业发展存在的问题	229
四、男士崇尚美甲	230
五、美甲行业的前景分析	232
第九章 2013-2014年中国男士美容市场动态分析	233
第一节 2013-2014年男士美容市场分析	233
一、男士最喜欢的SPA调查分析	233
二、男士美容护肤卖点分析	235
三、男士美容护肤市场现状分析	235
四、男士美容新热点分析	236
第二节 2013-2014年男士整形美容市场分析	237
一、男性整形美容的兴起分析	237
二、男士整形消费分析	238
三、未来男士整形主流分析	239
第三节 2013-2014年男士美容化妆品市场分析	241
一、男性最爱的美容项目市场前景	241
二、男士美容市场呈专柜专区发展	243
第十章 2013-2014年中国美容业培训市场分析	244
第一节 2013-2014年美容业人才现状与职业培训	244
一、美容业管理人才渐从香港到大陆发展	244
二、美容业急需高端人才	244
三、美容市场呼唤技师	245
第二节 2013-2014年美容教育发展现状及建议	245
一、中国美容教育本质分析	245
二、培育美容文化促进美容教育	247
三、我国当代美容教育的新使命	247
四、提高美容师的综合素质	249
第三节 2013-2014年美容学历教育的发展分析	253
一、美容职业教育走上洋路子	253

二、上海第一个专业美容师学院诞生	254
三、美容美发专业走进大学校园	255
四、美容培训也能拿英国学位	255
第四节 2015-2020年中国美容教育发展趋势分析	256
一、美容教育产业投资趋于多元化发展	256
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	257
三、美容学历教育将快速发展	257
四、专业美容教育师资需求进一步增加	257
第四部分 中国美容业营销策略点评	259
第十一章 2013-2014年中国美容业市场营销战略分析	259
第一节 2013-2014年中国美容业营销现状分析	259
一、美容业流行营销模式分析	259
二、中国美容业营销呼唤全面升级	260
三、美容业营销大思路	260
第二节 2013-2014年中国美容市场专业线市场分析	261
一、专业线美容企业的渠道扁平化分析	261
二、专业线美容市场分析	265
三、专业线美容企业品牌建设分析	265
第三节 2013-2014年中国美容企业淡季营销的策略	265
第四节 2013-2014年中国美容行业前店后院营销策略	269
第十二章 2013-2014年中国直销与美容业的发展动态分析	276
第一节 直销	276
一、直销的发展	276
二、直销的行业特点	279
三、直销与传销的区别	279
四、美容业与直销业的异同	280
第二节 直销法的影响	283
一、直销模式如何与美容业嫁接	283
二、直销冲击中国美容业	284
三、直销立法催生中国美容业营销新天地	285
四、美容业直销之感	286
五、面临直销热美容业的选择	290

第三节 直销与美容业的发展291

一、高额利润催生美容直销热291

二、直销将成为美容保健品市场主要手段292

第十三章 2013-2014年中国连锁经营与美容业的发展分析293

第一节 2013-2014年中国美容连锁经营分析293

一、中国美容连锁加盟市场分析回顾展望293

二、美容企业连锁经营成必然趋势295

三、中国美容业加盟连锁发展之现状298

四、美容连锁企业的品牌文化与品牌管理302

第二节 2013-2014年中国大力发展我国美容业的连锁经营304

一、美容业连锁经营九大营销策略304

二、美容业连锁经营的未来方向306

三、化妆品行业连锁经营的十大设想306

四、美容院特许加盟连锁经营赢利模式311

第十四章 2013-2014年中国美容院经营策略分析314

第一节 2013-2014年中国美容院经营现状分析314

一、2014年美容院最新热门项目调查314

二、2014年十大领航美容院分析322

三、2014年美容院人气促销排行榜325

四、2014年美容院新型经营理念分析328

五、美容院成功经营方式分析331

第二节 2013-2014年中国美容院成功经营策略分析334

一、营业额的构成334

二、顾客管理的要点336

三、根据季节性的变化订立销售计划与促销办法336

四、促销活动的策划与组织336

第三节 2013-2014年中国美容院经营管理策略分析339

一、抓消费者即抓顾客340

二、抓美容服务340

三、抓组织（指的是美容从业人员）341

四、抓怎样赚更多钱341

五、抓市场竞争342

第四节 2015-2020年中国美容院发展趋势分析342

一、市场发展为美容院带来的经营新模式342

二、美容院未来发展趋势344

三、未来美容院经营管理模式分析348

四、未来美容院的主流模式分析349

五、美容院电脑信息化管理势在必行353

六、美容院投资高科技仪器成为经营趋势356

第十五章 2013-2014年中国美容院服务营销策略分析358

第一节 2013-2014年美容院服务营销系统构建358

一、美容院服务营销系统的构建要素分析358

二、美容院服务营销系统的构成361

三、美容院服务营销系统核心评估--服务产品质量评估362

第二节 2013-2014年我国美容院营销现状分析365

一、营销意识淡薄，营销观念落后365

二、市场调研欠深入、不科学366

三、市场定位存在许多误区367

四、热衷于炒作概念368

五、价格混乱368

六、宣传夸大承诺369

七、广告误区重重369

第三节 2013-2014年我国美容院市场营销环境分析370

一、美容院服务营销的优势与机会分析370

二、美容院服务营销的劣势与威胁分析373

第四节 2013-2014年美容院服务营销策略分析374

第五部分 中国美容业前景与投资战略研究379

第十六章 2015-2020年中国美容业发展趋势预测分析379

第一节 2015-2020年美容美发业市场发展前景379

一、美容美发市场细分加剧379

二、进一步规范美容美发市场379

三、行业投资环境分析380

第二节 2015-2020年中国最热门的美容项目预测分析422

一、香熏世界将大放异彩422

二、美塑疗法	423
三、形象、色彩设计成热潮	424
四、产后修复术是热点	424
五、美容保健用品的风靡	425
六、净颜祛斑大升级	425
七、中医美容势不可挡	425
八、面部修饰持续走俏	425
第三节 2015-2020年美容业细分产品发展趋势	426
一、护肤美白发展趋势	426
二、美容彩妆市场展望	428
三、香水业现状	429
第四节 2015-2020年中国美容业发展趋势	430
一、中国美容市场增长预测	430
二、未来几年中国美容消费热点流行趋势	430
第十七章 2015-2020年中国美容业投资战略研究	432
第一节 美容院投资策略	432
一、美容院的规划	432
二、美容院的建设	432
三、美容院业成功之道	435
第二节 2015-2020年男士美容市场风险分析	435
一、男士美容市场投资与风险分析	435
二、男性化妆品市场的开发	436
三、男性美容投资趋势	436
第三节 2015-2020年美容院投资项目注意事项	437
图表目录：	
图表 1 2011-2014年韩国美容市场发展分析	13
图表 2 2010-2014年国际品牌化妆品市场发展分析	18
图表 3 2015-2020年美国美容业市场增速预测分析	44
图表 4 2015-2020年全球减肥市场预测分析	45
图表 5 2010-2014年华北地区美容市场现状分析	112
图表 6 2010-2014年华南地区美容市场现状分析	113
图表 7 2010-2014年华东地区美容市场现状分析	113

图表 8 2010-2014年华中地区美容市场现状分析114

图表 9 2010-2014年西南地区美容市场现状分析115

图表 10 2010-2014年西北地区美容市场现状分析116

图表 11 2010-2014年东北地区美容市场现状分析117

图表 12 对当前美容院开展的美容服务的总体评价 (%) 142

图表 13 对当前化妆品使用效果的总体评价 (%) 142

图表 14 对当前美容服务最不满意的方面 (%) 143

图表 15 当前化妆品市场存在的最主要问题144

图表 16 如何看待名人代言的美容化妆品广告 (%) 145

图表 17 纹眉、纹唇等属于生活美容还是医疗美容 (%) 145

图表 18 不同文化程度认为纹眉等属于生活美容还是医疗美容146

图表 19 选购化妆品时首先想要知道的信息147

图表 20 整顿和规范美容化妆品市场的首要问题148

图表 21 2010年-2014年9月其他美容品或化妆品及护肤品进口分析159

图表 22 2010年-2014年9月其他美容品或化妆品及护肤品出口分析159

图表 23 2010年-2014年10月中国精油出口数据分析160

图表 24 2010年-2014年10月中国精油进口数据分析160

图表 25 2014年1-9月中国出口香水及花露水规模及增长情况分析161

图表 26 中国2014年1-9月香水及花露水进出口规模对比分析161

图表 27 2010-2014年1-9月我国其他护发品出口情况分析161

图表 28 2010-2014年1-9月我国其他护发品进口情况分析162

图表 29 2010-2014年1-9月我国其他护发品进出口情况分析162

图表 30 2014年国内生产总值初步核算数据369

图表31 GDP环比增长速度370

图表32 2006-2014年我国国内生产总值及其增长速度370

图表33 2014年3季度国内生产总值初步核算数据371

图表34 GDP环比增长速度372

图表35 2014年1-11月全国居民消费价格涨跌幅度374

图表36 2013年11月-2014年11月我国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况374

图表37 2013年11月-2014年11月我国鲜菜、鲜果价格变动情况375

图表38 2014年1-11月份居民消费价格分类别同比涨跌幅376

图表39 2014年1-11月份居民消费价格分类别环比涨跌幅377

图表40 2014年11月居民消费价格主要数据378

图表41 2013年11月-2014年11月工业生产者出厂价格涨跌幅380

图表42 2013年11月-2014年11月工业生产者购进价格涨跌幅381

图表43 2013年11月-2014年11月生产资料出厂价格涨跌幅382

图表44 2013年11月-2014年11月生活资料出厂价格涨跌幅382

图表45 2014年11月份工业生产者价格主要数据383

图表 46 2006-2014年我国农村居民人均纯收入及其增长速度386

图表 47 2006-2014年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度386

图表48 1978-2014中国城乡居民恩格尔系数对比表388

图表 49 2013年11月-2014年11月规模以上工业增加值同比增长速度390

图表 50 2014年11月份规模以上工业生产主要数据391

图表 51 2013年11月-2014年11月我国发电量日均产量及同比增速393

图表 52 2013年11月-2014年11月我国钢材日均产量及同比增速394

图表 53 2013年11月-2014年11月我国水泥日均产量及同比增速394

图表 54 2013年11月-2014年11月我国原油加工量日均产量及同比增速395

图表 55 2013年11月-2014年11月我国十种有色金属日均产量及同比增速395

图表 56 2013年11月-2014年11月我国乙烯日均产量及同比增速396

图表 57 2013年11月-2014年11月我国汽车日均产量及同比增速396

图表 58 2013年11月-2014年11月我国轿车日均产量及同比增速397

图表 59 2013年11月-2014年11月我国固定资产投资（不含农户）同比增速399

图表 60 2014年1-11月分地区投资相邻两月累计同比增速399

图表 61 2013年11月-2014年11月我国固定资产投资到位资金同比增速400

图表 62 2014年1-11月份固定资产投资（不含农户）主要数据401

图表 63 2006-2014年我国货物进出口总额增长分析405

图表 64 2015-2020年中国美容业市场规模预测分析418

图表 65 美容服务技术应用注意事项分析425

图表 66 美容服务项目投资注意事项图427

图表 67 美容服务行业生产开发注意事项429

图表 68 美容服务销售注意事项430

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/251208.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。