



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](http://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。