



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国美容美发市场 需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2016-2022年中国美容美发市场需求及投资前景分析报告》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/277268.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

随着经济的飞速发展和人民生活水平的不断提高，依托庞大的人口基数，中国已经成为了全球最大的化妆品市场之一。据Euromonitor的统计数据显示，2011年我国化妆品销售额超过1,000 亿元，2013年我国化妆品行业市场规模达到1395亿元。2014年达到了1604亿元，近几年我国化妆品行业市场规模情况如下图所示：2001-2014年中国化妆品市场规模走势图 注：统计口径包括护肤、防晒、彩妆、香水、男士剃须护理及婴幼儿护理等。 资料来源：Euromonitor

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。

报告目录：

第一部分 美容美发行业现状综述 1

第一章 2014-2015年国际美容市场运行动态分析 1

第一节 2014-2015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

根据Ieffingwell发布的最新统计数据：2014年全球香精香料市场规模达到248.9亿美元，当中前十二大企业销售收入为205.2亿美元，约占同期全球市场总量的82.4%，全球香精香料产业呈现出极高的市场集中性。2008-2014年全球香精香料市场规模走势图 资料来源：Ieffingwell

2014年Givaudan集团收入总额为48.19亿美元，占同期全球市场需求总量的19.4%；Firmenich收入为33.75亿美元，占比为13.6%；IFF收入为30.89亿美元，占比为12.4%；Symrise收入为28.18亿美元，占比为11.3% 2010-2014年全球香精香料行业主要企业营收统计表（百万美元）

企业	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	占比
Givaudan	4074.6	4433.4	4541.8	4715.9	4818.5	19.4%
Firmenich	2673.7	2,985.0	3083.3	3186.4	3375.2	13.6%
IFF	2622.9	2,788.0	2821.4	2952.9	3088.5	12.4%
Symrise	2086.5	2205.5	2230.6	2431.6	2818.0	11.3%
Takasago	1310.9	1425.4	1491.1	1345.0	1241.5	5.0%
WildFlavors	——	905.3	1077.4	1189.0	1241.3	5.0%
ManeSA	637.3	738.3	820.8	960.7	1022.1	4.1%
Frutarom	451.1	518.4				

618	673.7	819.5	3.3%	SensientFlavors	582.6	619.7	715.2	736.1	724.7	2.9%	RobertetSA	
480.8	483.7	508.6	517.4	518.4	2.1%	T.Hasegawa	515.5	545.8	556.3	462.9	425.5	1.7%
HuabaoIntl.	355.7	392.9	407.7	408.4	426.8	1.7%	其他	6208.1	3713.5	4027.8	4327.6	4370.0
17.6%	合计	22,000	21,800	22,900	23,907.6	24,890	100%	资料来源：Ieffingwell				

面对现如今原料价格的不稳定和持续不断的公司兼并，这些公司只能不断在新兴市场里寻找机会，细分市场，针对不同的消费需求给出不同的产品。

三、全球美容业发展概况 4

近年来随着全球化妆品产业、整形美容产业的快速发展，全球美容市场规模从2008年的3740亿欧元增长至2014年的4440亿欧元。 2008-2014年全球美容产业市场规模 资料来源：艾凯咨询网整理

全球部分美容院品牌简介

品牌名称	创始地	产品、服务
美丽田园	德国	面部护理—E-SR 嫩肤、面部护理—洁肤祛痘、面部护理—镇静修复、面部护理—保湿营养、面部护理—亮采塑形、局部保养—眼部保养、面部护理—活化营养、面部护理—排毒营养
思妍丽	法国巴黎	品牌：携手韩国尖端实验室CAREGEN 研发DR Bio、香薰DECLÉOR（德珂傲）、法国著名护肤品牌Esthederm（雅诗敦）、思妍丽专业美容旗下的专业护肤品牌Special Life-源草本。护理：净透亮护理、皮肤年轻化护理、身体曲线雕塑、养生护理。
娇韵诗美妍中心	法国	高效美颜疗程、经典美体护理、身体深层净化护理、经典按摩疗程、天然体膜护理、局部护理、男士护理
丽妍雅集	瑞士	服务：丽妍雅集护理、Mined’Or 专业护理、傲凝姬亚专业护理、星象能量SPA、身体SPA、香薰护理、专业仪器、局部美体、身体去角质眼唇部护理；产品：天然修复系列、闪亮凝白美肌系列、活细胞修复系列、柔润护肤系列、钻石美颜系列、调理生肌系列
克丽缇娜	台湾	主要产品：克丽缇娜PS、克丽缇娜 E.P.O、萃丽化妆水、护理、香榭精油、香榭嫩白、兰采丽新颜祛痘、防晒、梵诗清活型、生化更新护肤、香榭玫瑰焕彩精华、香榭美体、美雕美姿、睛采赋活
日本Socie施舒雅SPA	日本	包括Socie 施舒雅美容世界、Socie Beauty Avenue、Guerlain 娇兰SPA、马克马詹&施舒雅没法，Esthederm 雅施婷、ThalgoB.L.C 岱蔻
日本蜜丝芭莉	日本	提供奢华纤体及美容理疗服务的日本高端品牌，MissParis 为女性瘦身美容中心，Dandy House 为日本最早诞生的男性美容沙龙
ORLANE 幽兰美妍中心	法国	养生、休闲、社交、商务为一体
贝佳斯Borghese Day Spa	意大利	明星产品：矿物营养美肤泥浆面膜FangoActiveMud、矿物营养火山泥面膜、强效矿物眼部滋养剂AdvancedSpaLiftforEyes、矿物营养强效护眼剂BotanicoEyeCompresses
英格蜜儿	法国	Caviar Complex（鲟鱼鱼子精华）及其他荟萃海洋及植物的珍贵资源研制护肤产品
La Finn 悦SPA	法国	蓝芮芬娜与法国LRB 银玫瑰共同合作的医疗级美容连锁机构，全球首创"纯生理治里疗外"医美概念
新加坡纽悦伊人护肤中心	纽约	资料来源：公开资料

整理

美国杂志《HEALTH&BEAUTY》近期公布了全球十大美容院供应商Top10，法国娇韵诗以在日化线和专业线骄人的销售业绩获得第一名。以下是以在美容院专业线品牌产品销售额多少排列的各品牌商：

美容院专业线品牌产品销售额TOP10	排名	供应商	收入	地区
第一名	娇韵诗 (Clarins)	8亿3千2百万欧元	法国	
第二名	SUSANNA	6亿8千万欧元	美国	
第三名	妃姿美德 (FACE MADE)	6亿6千万欧元	法国	
第四名	拜耳 (bayer)	6亿3千万欧元	德国	
第五名	POLOR GROUPS	5亿1千万欧元	韩国	
第六名	Christina	3亿9千万欧元	美国	
第七名	一品婷 (SET OFF)	3亿欧元	中国	
第八名	しせいどう	2亿9千万欧元	日本	
第九名	克丽缇娜 (Chlitina)	2亿6千万欧元	中国台湾	
第十名	LUMENE	2亿欧元	芬兰	

资料来源：《HEALTH&BEAUTY》中东四国美容市场发展概况

国家	埃及	伊朗	叙利亚	约旦
2013年人口:万人	8205.64	7744.72	2284.56	646
2013年GDP：亿美元	2719.73	3689.04	—	336.78
产业规模：亿美元	9.5亿美元	25.5亿美元	6.8亿美元	1.5亿美元

简况 在中东新兴市场中，埃及是最具发展潜力的。然而，目前的奢侈品市场多集中在开罗，占选择性销售品牌的85%。埃及的美容零售市场蓄势待发。埃及的相关条例条款限制一旦有所突破，埃及市场定将拥有广阔前景 自政府在上世纪末降低消费税后,美容用品通过各种途径（合法或非法）进口至伊朗。这是一个巨大的市场，但不幸仍受制于政策壁垒。这意味着大多数的西方品牌仍被限制进口，商家需从伊朗"商贸局"获得一个需求许可：其中品牌注册费6000美元，每本商品目录1000美元。 由于缺少零售环节,在叙利亚很少能买到国际品牌。根据一观察数据，该市场与15年前的阿联酋十分相像。基于分销商店面和市场形式的零售业还欠发达，品牌的种类也非常有限。而由于它的规模较小及政策欠稳定，接受访问的执行者中很少有人会考虑进入该市场 随着人们将投资从伊拉克转移到它的近邻，约旦的房地产市场发展迅猛。这对该国的可支配收入产生了影响，并且增长迅速。 资料来源：世界银行、艾凯咨询网整理

全球美容企业百强集团分析

排名	企业	总部所在地
1	Procter&Gamble	Cincinnati,OH
2	Unilever	London,UK
3	L'Oréal	ClichyCedex,France
4	LVMH	Paris,France
5	Kimberly-Clark	Irving,TX
6	Colgate-Palmolive	NewYork,NY
7	Johnson&Johnson	NewBrunswick,NJ
8	ReckittBenckiser	Berkshire,UK
9	NestleHealthCareNutrition	FlorhamPark,NJ
10	Avon	NewYork,NY
11	Amway	Ada,MI
12	Kao	Tokyo,Japan
13	Henkel	Düsseldorf,Germany
14	LimitedBrands	Columbus,OH
15	EsteeLauder	NewYork,NY
16	SCJohnson	Racine,WI
17	Shiseido	Tokyo,Japan
18	Beiersdorf	Hamburg,Germany
19	SealedAir	ElmwoodPark,NJ
20	GlaxoSmithKline	London,UK
21	Ecolab	St.Paul,MN
22	Allergan	Irvine,CA
23	Coty	NewYork,NY
24	Clorox	Oakland,CA
25		

MeadJohnsonNutrition Glenview,IL. 26 SanofiAventis Paris,France 27 Novartis
 Parsippany,NJ 28 Lion Tokyo,Japan 29 SpectrumBrands Madison,WI 30 Natura
 SaoPaulo,Brazil 31 Pfizer NewYork,NY 32 Vorwerk Wuppertal,Germany 33
 Bausch&Lomb Rochester,NY 34 MaryKay Addison,TX 35 Church&Dwight
 Prenceton,NJ 36 ScottsMiracle-Gro Marysville,OH 37 Tupperware Orlando,FL 38
 AmorePacific Seoul,SouthKorea 39 BoltonGroup Amsterdam,Netherlands 40 LG
 Seoul,SouthKorea 41 Merck WhitehouseStation,NJ 42 SunProducts Wilton,Ct. 43
 AmericanInternationalIndustries LosAngeles,CA 44 Kosé Tokyo,Japan 45 Oriflame
 Fribourg,Switzerland 46 PolaOrbis Tokyo,Japan 47 Chanel Paris,France 48
 CentralGarden&PetCompany WalnutCreek,CA 49 Puig Barcelona,Spain 50 YvesRocher
 Brittany,France 51 Clarins Neuilly-sur-Sein,France 52 Belcorp Lima,Peru 53 Revlon
 NewYork,NY 54 Sunstar Etoy,Switzerland 55 PZCussons Manchester,UK 56 PierreFabre
 Rhône-Alpes,France 57 Perrigo Allegan,MI 58 ElizabethArden NewYork,NY 59
 HelenofTroy ElPaso,TX 60 McBride London,UK 61 L’Occitane Paris,France 62
 Guthy-Renker PalmDesert,CA 63 NuSkin Provo,UT 64 Blyth Greenwich,CT 65 Fanc
 Yokohama,Japan 66 YankeeCandle Deerfield,MA 67 Lornamead Surrey,UK 68 Sisley
 Paris,France 69 YanballInternational Lima,Peru 70 Zep Atlanta,GA 71 USANA
 SaltLakeCity,UT 72 Mandom Osaka,Japan 73 InterParfums NewYork,NY 74 Scentsy
 Meridian,ID 75 NewEra Beijing,China 76 Shaklee Pleasanton,CA 77 ColomerGroup
 Barcelona,Spain 78 MarkwinsInternational CityofIndustry,CA 79 Thirty-OneGifts
 Columbus,OH 80 JohnPaulMitchellSystems BeverlyHills,CA 81 MarketAmerica
 Greensboro,NC 82 MenardCosmetics Nagoya,Japan 83 Energizer St.Louis,MO 84
 DXNHoldingsBerhad Kedah,Malaysia 85 PrestigeBrands Irvington,NY 86 WD-40
 SanDiego,CA 87 PerfumaniaHoldings Bellport,NY 88 Combe WhitePlains,NY 89
 HighRidgeBrands Stanford,CT 90 SeventhGeneration Burlington,VT 91 SpartanChemical
 Maumee,OH 92 TurtleWax Chicago,IL 93 ACMG JerseyCity,NJ 94 Herbalife
 LosAngeles,CA 95 GojoIndustries Akron,OH 96 Dermalogica Carson,CA 97 Blistex
 OakBrook,IL 98 ObagiMedicalProducts LongBeach,CA 99 StateIndustrial
 MayfieldHeights,OH 100 Method SanFrancisco,CA 资料来源：WWD

第二节 2014-2015年国际整形美容市场透析 12

一、国际整形美容技术水平 12

二、整形美容市场规模及需求分析 13

三、整体美容重点国家运行分析	22
1、韩国	22
2、日本	23
第三节 2014-2015年国外化妆品市场运行分析	25
一、全球有机化妆品销售分析	25
二、化妆品店动态分析	27
三、泰国男性化妆品市场增长	29
四、全球化妆品行业概况	29
第四节 2016-2022年国际美容市场新趋势探析	36
一、国际美容化妆品业科技发展趋势	36
二、亚洲整形美容发展趋势	38
三、全球减肥市场预测	39
第二章 2014-2015年中国美容整体运行态势分析	42
第一节 2014-2015年中国美容行业概况	42
一、美容行业发展基本特征	42
二、美容产业链	44
三、美容机构主要业态	45
第二节 2014-2015年中国美容行业综述	48
一、美容机构发展分析	48
二、美容业新经济增长点分析	48
三、中国药妆市场走向分析	49
四、金融危机对美容业的影响	52
第三节 2014-2015年中国美容行业热点问题探讨	53
一、中国美容业发展潜在的问题	53
二、美容行业专业线品牌发展问题	53
三、美容业发展要建设品牌文化	55
四、促进美容行业发展的建议	58
第三章 2014-2015年中国美容产业运行环境解析	60
第一节 2014-2015年中国宏观经济环境分析	60
一、国民经济运行情况GDP（季度更新）	60

二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）	62
三、全国居民收入情况（季度更新）	67
四、恩格尔系数（年度更新）	69
五、工业发展形势（季度更新）	70
六、固定资产投资情况（季度更新）	77
七、财政收支状况（年度更新）	85
八、中国汇率调整（人民币升值）	89
九、存基准利率调整情况	97
十、存款准备金率调整情况	98
十一、社会消费品零售总额	98
十二、对外贸易&进出口	101
第二节 2014-2015年中国美容产业政策环境分析	105
一、标准规范在行业中的缺失	105
1、医学美容期待行业标准	105
2、医疗整形美容业承待规范	106
3、医学美容行业痛并美丽着	106
二、标准出台规范行业	108
1、医疗美容服务有法可依	108
2、西安出台新规加强对医学美容服务监管	109
3、广西规范医学美容主诊医师资格认定	110
4、安全整形美容标准带来的影响	110
三、相关政策法规	112
1、医疗美容服务管理办法	112
2、中华人民共和国执业医师法	115
3、中华人民共和国护士管理办法	123
4、医疗机构执业许可证申请程序	126
5、医疗机构管理条例	127
6、医疗机构管理条例实施细则	130
第二部分 美容行业细分市场分析	146
第四章 2014-2015年中国整形美容产业整体运行态势分析	146
第一节 2014-2015年中国整形美容行业总体概述	146

一、浅析中国整形美容业的兴起	146
二、国内整形美容行业的发展规模	155
三、解析医疗美容产业的可持续发展	155
第二节 2014-2015年中国整形美容市场动态分析	156
一、解析国内整容市场的利润来源	156
二、国内老少整形市场日渐活跃	157
三、中国整形美容消费群体分析	160
1、消费者构成分析	160
2、消费群体数量分析	160
3、消费者需求分析	161
4、整形美容消费心理分析	162
第三节 2014-2015年中国整形美容行业面临的挑战	164
一、阻碍整形美容业发展的瓶颈	164
二、国内整形美容行业亟需整顿	168
三、整形美容机构中的六大骗局分析	169
四、解析整容美容行业面临的风险	172
第四节 2014-2015年中国整形美容行业发展的措施与建议	172
一、中国整形美容业的发展规划	172
二、发展国内整形美容行业的措施	173
三、发展整形美容行业的其他建议	175
四、医学美容产业需自修门户促进发展	176
第五章 2014-2015年中国美发市场深度剖析	178
第一节 2014-2015年中国美容美发行业综述	178
一、美发业发展潮流	178
二、美容美发产业增值分析	181
第二节 2014-2015年中国美容美发运行综述	182
一、美容美发业基本数据分析	182
二、美容美发服务业经营分析	182
三、行业存在的问题分析	184
第三节 2014-2015年中国美容美发服务业的连锁经营概况	186
一、美容美发业连锁经营的类型和区别	186

二、美容美发服务业采用特许连锁经营模式的现状	187
三、适应美容美发服务业现状的最佳方式	189
四、直营连锁在美容美发服务业发展中存在的问题	190
五、做好美容美发服务业直营连锁的关键因素	191
第四节 2014-2015年中国美发关联产业发展分析	192
一、美容美发产业链发展情况	192
二、美容美发用品发展前景	192
三、美发产品终端连锁发展趋势	193
第六章 2014-2015年中国美容化妆品市场销售形态势分析	197
第一节 2014-2015年中国美容化妆品综述	197
一、国内化妆品市场结构分析	197
二、化妆品网购市场	201
三、天然化妆品市场销售形势分析	203
四、化妆品制造业指标监测	204
第二节 2014-2015年中国化妆品市场消费分析	204
一、化妆品市场消费者的构成	204
二、化妆品市场消费的特点	205
三、化妆品市场居民消费的构成	206
四、美容化妆品市场的消费状况调查	207
五、女性购买化妆品的心理因素研究	218
第七章 2014-2015年中国美容美发业区域市场运行分析	220
第一节 长三角区域市场情况分析	220
一、上海	220
二、南京	221
三、绍兴	223
四、宁波	224
第二节 珠三角区域市场情况分析	225
一、广州	225
二、珠海	227
三、深圳	228

第三节 环渤海区域市场情况分析	231
一、北京	231
二、天津	234
第四节 其他省市发展情况分析	235
一、武汉	235
二、重庆	237
三、成都	240
四、西安	241
五、乌鲁木齐	243
六、佳木斯	244
第三部分 美容美发领先企业分析	246
第八章 2014-2015年全国美容美发业竞争新格局透析	246
第一节 2014-2015年全国美容美发业竞争总况	246
一、美容美发业竞争几近白热化	246
二、美容美发业竞争升级	246
第二节 2014-2015年全国美容美发业集中度分析	247
一、市场集中度分析	247
二、区域集中度分析	247
第三节 2014-2015年全国美容美发业竞争策略分析	248
第九章 2014-2015年全国美容美发领先企业竞争力分析	250
第一节 深圳市首脑美容美发艺术有限公司	250
一、公司概况	250
二、企业运行动态分析	251
第二节 北京艺人美场集团公司	251
一、公司概况	251
二、公司产业链分析	252
第三节 创意名美发美容连锁机构	252
一、机构概况	252
二、机构文化	253
第四节 八佰伴美发美容连锁机构	253

一、机构概况	253
二、机构发型趋势	254
第五节 上海永琪美容美发连锁经营机构	254
一、机构概况	254
二、机构动态	256
第六节 椰岛YESIDO美发美容机构	256
一、机构概况	256
二、机构动态	257
第四部分 美容美发业行业策略及趋势分析	258
第十章 2014-2015年中国美容美发业营销及策略分析	258
第一节 美容美发店促销分析	258
一、促销的设计	258
二、促销的筹备	260
三、促销的教育	260
四、促销的实施	261
五、促销的监督	262
六、促销的评估	262
七、促销技巧检讨	262
第二节 美容美发店的营销战略	263
一、战略定位	263
二、战略模型	263
三、战略目标	263
四、针对广告主的营销推广策略	264
五、针对美容美发厅的营销推广策略	266
六、运营模型	267
七、运作方式	268
第三节 "美容美发厅传媒系统"的多元盈利模型	270
一、广告销售盈利模型	270
二、影视广告制作盈利模型	270
三、产品开发销售盈利模型	271
四、产品代理直销盈利模型	271

五、网站运营盈利模型	272
六、公关活动盈利模型	273
七、电信增值盈利模型	273
八、媒体整合赢利模式	274
九、俱乐部赢利模型	274
第四节 美发连锁业的经营策略	274
一、短期策略	274
二、中期策略	275
三、长期策略	276
第十一章 2016-2022年中国美容美发行业发展预测分析	278
第一节 2016-2022年中国美容市场发展趋势分析	278
一、中国美容市场增长预测	278
二、美容化妆品技术革新趋势预测	279
三、美容市场发展趋势	282
第二节 2016-2022年中国美容业发展趋势分析	283
一、中国美容业收入预测	283
二、2016-2022年美容业发展趋势	283
三、2016-2022年中国美容消费热点流行趋势	285
第三节 2016-2022年中国美容美发业发展前景分析	286
一、2016-2022年美容美发市场细分预测	286
二、2016-2022年进一步规范美容美发市场	286
三、2016-2022年美容美发业对高级人才需求预测	286
四、2016-2022年美容美发教育前景展望	287
第四节 2016-2022年中国美容美发业展望	288
一、美发流行新趋势	288
二、2016-2022年美容美发行业未发展趋势	289
第十二章 2016-2022年中国美容美发行业投资方向	292
第一节 美容美发行业的法律风险与防范	292
一、美容美发行业法律风险的具体体现	292
二、美容美发店收益情况	292

三、化解风险的措施	294
第二节 2016-2022年中国美容美发行业的商机分析	295
一、自主开厂	295
二、代理商	295
三、培训机构	296
四、专业教育	296
五、咨询服务	296
六、连锁发廊/美容院	296
七、零售店	296
八、OEM专业生产	297
九、包装设计	297
十、技术研发	297
十一、包材供应商	297
十二、原料供应商	298
十三、国外企业注册代理	298
十四、知识产权	298
十五、报刊媒体	298
十六、质量认证市场	298
第三节 2016-2022年中国美容美发业投资方向	299
一、美容美发市场投资情况	299
二、美容美发投资机会	299
三、投资美容美发连锁加盟情况	301
四、另类美容院的投资发展情况	302
五、投资特色盈利美容院的方向	303
六、投资美容院的经营新模式	306
七、中国美发产业机遇与挑战共存	308
八、养发馆是正在兴起的新商机	310

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2016-2022年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2016-2022年中国GDP增速预测

图表：美容美发行业产业链

图表：2011-2015年我国美容美发行业企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国美容美发行业亏损企业数量增长趋势图

图表：2011-2015年我国美容美发行业从业人数增长趋势图

图表：2011-2015年我国美容美发行业资产规模增长趋势图

图表：2011-2015年我国美容美发行业产成品增长趋势图

图表：2011-2015年我国美容美发行业工业销售产值增长趋势图

图表：2011-2015年我国美容美发行业销售成本增长趋势图

图表：2011-2015年我国美容美发行业费用使用统计图

图表：2011-2015年我国美容美发行业主要盈利指标统计图

图表：2011-2015年我国美容美发行业主要盈利指标增长趋势图

图表：企业1

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业2

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业3

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业4

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业5

图表：企业主要经济指标走势图

图表：企业经营收入走势图

图表：企业盈利指标走势图

图表：企业负债情况图

图表：企业负债指标走势图

图表：企业运营能力指标走势图

图表：企业成长能力指标走势图

图表：企业6

图表：企业主要经济指标走势图
图表：企业经营收入走势图
图表：企业盈利指标走势图
图表：企业负债情况图
图表：企业负债指标走势图
图表：企业运营能力指标走势图
图表：企业成长能力指标走势图
图表：其他企业……
图表：主要经济指标走势图
图表：2011-2015年美容美发行业市场供给
图表：2011-2015年美容美发行业市场需求
图表：2011-2015年美容美发行业市场规模
图表：美容美发所属行业生命周期判断
图表：美容美发所属行业区域市场分布情况
图表：2016-2022年中国美容美发行业市场规模预测
图表：2016-2022年中国美容美发行业供给预测
图表：2016-2022年中国美容美发行业需求预测
图表：2016-2022年中国美容美发行业价格指数预测
图表：……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/277268.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。