



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国美容院市场需 求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2016-2022年中国美容院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/278592.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

美容院是为人们提供美容护理、皮肤保健、水疗等内容的美容服务场所。一般有金蕾特美容院、女子会所、水疗馆几大类。

提供的服务主要有：皮肤护理、纯天然专业护肤、纯天然祛皱抗衰、按摩、卵巢保养、香薰耳烛等，美容院是销售专业化妆品的终端机构。

美容院从90年代兴起，经历了指导型美容院、养护型美容院、修复型美容院三个阶段，到目前为止，已经发展到了调理型美容阶段。

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

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：

第一章美容院的相关概述11

第一节美容院相关概述11

一、美容院的定义11

二、中国美容院的类型11

三、美容院的发展历程13

四、美容院的服务项目14

五、美容院专业性服务14

第二节美容院的相关注意事项及原则15

一、美容院的管理原则15

二、美容院的销售原则16

三、美容院的卫生消毒16

第二章世界美容行业发展概况18

第一节2016年世界美容市场发展概况18

一、世界美容行业发展概况18

- 二、世界各地不同特色的SPA19
- 三、全球美容院发展状况分析23
- 四、中东四国美容市场发展概况24
- 五、全球美容企业百强集团分析26
- 六、美国医学美容发展趋势分析29
- 七、日本美容产业发展特点分析30
- 八、世界香料香精市场预测分析32
- 第二节2016年世界整形美容市场概述34
 - 一、2016年世界整形美容市场发展现状34
 - 二、2016年韩国整形美容市场发展概况38
 - 三、2016年美国整形美容行业发展综述41
 - 四、2016年英国整形美容市场现状分析42
 - 五、2016年德国整形美容市场概况分析44
 - 六、2016年日本整形美容市场现状分析45
 - 七、2016年巴西整形美容市场发展概况48
 - 八、2016年中国台湾整形美容业发展势头良好49
- 第三节2016年国外化妆品市场发展状况52
 - 一、世界化妆品市场发展概况及特点52
 - 二、美国化妆品行业发展概况55
 - 三、日本化妆品行业发展概况57
 - 四、法国化妆品行业发展概况59
 - 五、欧盟化妆品行业发展概况60
 - 六、世界化妆品发展前景及趋势分析61
- 第四节世界美容市场发展趋势64
 - 一、世界美容化妆品业科技发展趋势64
 - 二、世界整形美容发展趋势分析66
 - 三、亚洲整形美容发展趋势67
 - 四、未来最热门的整形美容术69

第三章2016年中国美容院行业发展环境分析71

第一节2016年中国宏观经济发展环境分析71

- 一、2016年中国GDP增长情况分析71

- 二、2016年中国工业经济发展形势分析72
- 三、2016年中国全社会固定资产投资分析74
- 四、2016年中国社会消费品零售总额分析76
- 五、2016年中国城乡居民收入与消费分析78
- 六、2016年中国对外贸易发展形势分析80
- 第二节2016年中国美容院行业政策环境分析81
 - 一、《美容医疗机构、医疗美容科(室)基本标准》81
 - 二、《医疗美容服务管理办法》85
 - 三、《医疗美容项目分级管理目录》86
 - 四、美容业执照上岗的意义探析89
 - 五、《化妆品标识管理规定》91
 - 六、2016年化妆品成分必须全部标识94
 - 七、2016年中国进口化妆品实施新法规94
- 第三节2016年中国美容院行业社会环境分析95
 - 一、城镇化进程加快促进美容行业发展95
 - 二、2016年中国医疗整形美容医院发展96
 - 三、美容观念升级97

第四章2016年中国美容行业发展现状98

第一节中国美容行业发展概况98

- 一、中国美容行业"五化"特征98
- 二、中国美容行业"五性"特征99
- 三、中国美容业总体市场特征100
- 四、中国美容机构主要业态101

第二节2016年中国美容行业发展状况102

一、中国美容行业发展现状分析102

美容行业发展源于上世纪80年代，资历尚浅，但其发展势头不容小觑。现在，业界甚至将其称为继房地产、汽车、电子通讯、旅游之后的"第五大消费热点"。数据显示，目前我国美容机构市场容量已达到5350亿元。 2011-2014年中国美容行业市场容量（亿元）

- 二、美容消费者和美容院发展状况103
- 三、中国美容行业的人才状况104

四、美容业新经济增长点分析104

五、美容行业的发展优势105

第三节2016年中国美容市场发展现状分析106

一、时尚美容消费受追捧106

二、整形美容业消费热点分析107

三、美容机构走向规范化和专业化108

四、美容市场细分明朗增值明显109

五、美容市场消费潜力分析110

第四节2016年中国主要地区美容市场发展现状111

一、深圳美容业发展情况分析111

二、广西整形美容业市场现状113

三、上海美容业发展情况分析115

四、武汉医疗美容市场大整顿115

五、广州美容业发展情况分析116

第五节2016年中国美容行业发展面临的问题117

一、中国美容行业发展中的问题透析117

二、中国美容行业缺少专业线品牌118

三、中国美容产业发展瓶颈分析119

四、现代美容行业经营上的问题121

五、中国美容业发展潜在的问题123

第五章2016年中国美容院市场发展概况125

第一节2016年中国美容院基本发展现状125

一、美容院的特点125

二、美容院的主流类型126

三、美容院的人员状况129

四、美容院的技术内涵129

第二节2016年中国美容院现状调查结果130

一、中国美容院管理现状130

二、中国美容院销售现状131

三、中国美容院经营现状133

四、中国美容院政策认知现状136

第三节2016年中国美容院人才发展现状138

- 一、中国美容院人才需求旺盛138
- 二、美容院专业人才为何难求138
- 三、美容院人才流失率居高不下139

第四节2016年中国主要省市美容院发展现状分析140

- 一、深圳美容院发展现状分析140
- 二、兰州美容院向纵深方向发展140
- 三、广州美容院连锁品牌集中化趋势141

第六章2016年中国美容院经营分析144

第一节2016年中国美容院发展概况144

- 一、中国美容院经营的关键144
- 二、中国美容院经营的注意事项146
- 三、中国美容院的经营现状149
- 四、美容院需注重品质经营150
- 五、美容院热点项目分析151

第二节2016年中国美容院的经营策略154

- 一、美容院营业额的构成154
- 二、美容院顾客管理的要点155
- 三、美容院销售计划与促销办法的制定155
- 四、美容院促销活动的策划与组织156
- 五、品牌和模式决定美容院经营成败158

第三节2016年中国美容院的经营与定位分析160

- 一、美容院的市场定位160
- 二、谨防经营管理中的谬误160
- 三、美容院的软硬件设施配备161
- 四、广告媒介的投放宣传161
- 五、管理者和员工自身素质的提高162

第四节2016年中国美容院经营管理策略162

- 一、促销为美容院添利162
- 二、美容院经营的黄金法则164
- 三、美容院招揽顾客的战略165

- 四、美容院的核心竞争力分析166
- 五、美容院如何选择产品品牌168
- 六、建立星级美容院的新经营构想169
- 七、成功经营美容院的要点分析171
- 第五节中国美容院经营发展趋势分析172
- 一、美容院的经营新模式出现172
- 二、美容院未来经营趋势175
- 三、未来美容院的主流模式分析176
- 四、美容院仪器高科技化趋势179

第七章2016年中国美容院消费分析182

第一节2016年中国美容消费者分析182

- 一、消费者的年龄构成特点182
- 二、消费者的年龄构成特点182
- 三、消费者对手术时间地点的选择183

第二节2016年中国美容消费需求及行为分析183

- 一、消费者的需求特点分析183
- 二、消费者最关注的问题分析184
- 三、消费者整形原因分析185
- 四、消费者的消费行为特点185

第三节2016年分区域美容消费潜力分析186

- 一、华北区美容消费潜力分析186
- 二、华南区美容消费潜力分析187
- 三、华东区美容消费潜力分析188
- 四、华中区美容消费潜力分析188
- 五、西南区美容消费潜力分析189
- 六、西北区美容消费潜力分析190
- 七、东北区美容消费潜力分析191

第四节中国美容市场消费群体分析191

- 一、青少年美容消费分析191
- 二、老年人美容市场分析192
- 三、美容机构的消费热点分析193

第八章2016年中国美容院营销分析195

第一节2016年中国美容院营销现状分析195

- 一、中国美容院流行营销模式分析195
- 二、中国美容业进入整合营销时代198
- 三、中国美容业营销思路分析200
- 四、营销创新是美容院发展必由之路201

第二节2016年中国美容院专业线市场分析205

- 一、专业线美容企业的渠道扁平化205
- 二、专业线美容市场现状分析208
- 三、专业线美容企业品牌建设分析209

第三节美容院淡季营销的策略213

- 一、劈分市场有的放矢213
- 二、聚焦大户政策倾斜213
- 三、终端补货培训先行214
- 四、活动推广刺激消费214
- 五、推陈出新吸引订货215
- 六、销售竞赛推动走量215

第四节美容院"前店后院"模式分析216

- 一、"前店后院"的分类216
- 二、"前店后院"产生原因216
- 三、"前店后院"发展优势218
- 四、"前店后院"发展瓶颈220
- 五、"前店后院"营销策略220

第五节"美容美发厅传媒系统"多元盈利模型221

- 一、广告销售盈利模型221
- 二、影视广告制作盈利模型221
- 三、产品开发销售盈利模型222
- 四、产品代理直销盈利模型223
- 五、网站运营盈利模型224
- 六、公关活动盈利模型225
- 七、电信增值盈利模型226

八、媒体整合赢利模式226

九、俱乐部赢利模型227

第六节美容院顾客五大类型销售建议227

一、所需型227

二、可有可无型227

三、讲面子型228

四、渐进性228

五、免费型229

第九章美容院连锁经营发展分析230

第一节2016年中国美容院连锁经营分析230

一、中国美容连锁加盟市场现状分析230

二、美容院直营连锁的运营现状分析232

三、美容院加盟连锁引领创业风暴233

第二节中国美容院连锁经营促进策略234

一、美容院连锁经营营销策略234

二、美容院连锁经营的未来方向236

三、化妆品行业连锁经营的十大设想237

四、美容连锁企业的品牌文化与品牌管理241

第三节中国美容院的连锁经营发展趋势243

一、中国美容企业连锁经营成必然趋势243

二、中国美容企业加盟连锁机构的优势244

三、中国美容企业加盟连锁机构的瓶颈245

四、中国美容连锁经营走向快速发展245

第十章2016年中国重点美容院品牌及企业分析248

第一节现代美容248

一、企业简介248

二、2014财年公司经营状况251

第二节唯美度252

一、企业简介252

二、经营状况253

第三节路易香浓254

一、企业简介254

二、竞争优势255

第四节紫晶兰朵256

一、企业简介256

二、竞争优势257

第五节罗兰佩蒂258

一、企业简介258

二、竞争优势259

第六节雪肌妮丝259

一、企业简介259

二、竞争优势260

第七节欧洁蔓261

一、企业简介261

二、竞争优势262

第八节奈瑞儿262

一、企业简介262

二、竞争优势263

第九节京都薇薇264

一、企业简介264

二、竞争优势266

第十节百莲凯267

一、企业简介267

二、竞争优势267

第十一章2016-2022年中国美容院行业前景预测与投资分析269

第一节2016-2022年中国美容院发展热点分析269

一、形象色彩设计成热潮269

二、美容保健用品的风靡269

三、香熏世界将大放异彩269

四、美塑中胚层美容疗法270

五、中医美容法势不可挡270

第二节2016-2022年中国美容院发展趋势与前景预测271

一、美容连锁品牌快速扩张271

二、男士美容市场继续扩大273

三、美容美发产业细分加剧274

四、美容院发展趋势预测275

五、男士美容发展潜力巨大275

第三节2016-2022年中国美容院相关产品市场规模预测276

一、2016-2022年美发产品市场规模预测276

二、2016-2022年彩妆产品市场规模预测277

三、2016-2022年美甲产品市场规模预测277

第十二章2016-2022年中国美容院行业投资前景及策略分析279(AKWZY)

第一节2016-2022年中国美容院行业投资环境分析279

第二节2016-2022年中国美容院行业投资风险分析280

一、政策风险280

二、服务风险280

三、经营风险281

四、其他风险281

第三节2016-2022年中国美容院投资策略分析281

一、中国美容院总体投资策略分析281

二、男士美容院投资策略分析282

三、中国美容院投资经营策略283

图表目录：

图表1世界化妆品销售额区域分布18

图表2世界主要地区香精香料市场年均增速预测33

图表32016年世界主要地区香精香料市场状况预测33

图表42016年世界香精香料市场区域分布状况预测34

图表52016年全球主要国家和地区整形手术数量排名（top25）35

图表62016年全球主要国家整形医生数量统计（top25）36

图表72016年全球整形外科病例分类统计37

图表82016年韩国整形外科医生数量统计38

图表92016年韩国整形外科病例分类统计39

图表102016年美国整形外科医生数量统计41

图表112016年美国整形外科病例分类统计42

图表122016年英国整形外科医生数量统计43

图表132016年英国整形外科病例分类统计43

图表142016年德国整形外科医生数量统计44

图表152016年德国整形外科病例分类统计44

图表162016年日本整形外科医生数量统计45

图表172016年日本整形外科病例分类统计46

图表182016年巴西整形外科医生数量统计48

图表192016年巴西整形外科病例分类统计49

图表202016年台湾整形外科医生数量统计50

图表212016年台湾整形外科病例分类统计50

图表22世界名牌化妆品一览53

图表23世界名牌化妆品国家分布54

图表24美国化妆品销售渠道56

图表25日本各类化妆品销售额占比58

图表26预计未来全球各地区化妆品销售占比61

图表272014-2016年中国人均国内生产总值变化趋势图71

图表282014-2016年中国国内生产总值及增长速度趋势图72

图表292014-2016年中国规模以上工业企业经济指标统计73

图表302014-2016年中国全部工业增加值及增长速度趋势图73

图表312015年各月度中国规模以上工业增加值增长趋势图74

图表322014-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图75

图表332016年中国城镇固定资产投资规模及增长速度统计75

图表342015年各月度固定资产投资（不含农户）增长趋势图76

图表352014-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图77

图表362016年社会消费品零售总额环比增长趋势图78

图表372014-2016年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图79

图表382014-2016年农村居民纯收入及增长情况统计80

图表392014-2016年中国进出口总额增长趋势图80

图表40美容外科一级项目87

图表41美容外科二级项目87
图表42美容外科三级项目87
图表43美容外科四级项目88
图表44美容外科项目的分级管理88
图表45美容牙科项目（暂不分级）88
图表46美容皮肤科有创治疗项目89
图表47美容中医科项目（暂不分级）89
图表482014-2016年中国人口城乡分布状况96
图表492014-2016年中国医疗整形医院数量增长趋势图96
图表502014-2016年中国民营医疗整形医院数量增长趋势图97
图表51中国美容机构主要业态构成101
图表52中国美容业发展概况103
图表53美容消费者性别分布182
图表54美容消费者年龄分布182
图表55美容消费者关注的问题184
图表56现代美容中心发展历程248
图表572014-2016财年现代美容中心服务中心数目251
图表582014-2016财年现代美容中心加权平均总建筑楼面面积251
图表592014-2016财年现代美容中心经营状况251
图表602014-2016财年现代美容中心分产品经营状况252
图表612016年唯美度大事记254
图表62奈瑞尔塑身美颜连锁有限公司发展历程263
图表632016年京都薇薇公司大事记266
图表642016-2022年中国美发产品市场规模预测276
图表652016-2022年中国彩妆市场规模预测277
图表662016-2022年中国美甲产品市场规模预测278

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/278592.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。