



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009年中国整形美容市场分析及 发展前景预测报告

## 一、调研说明

《2009年中国整形美容市场分析及发展前景预测报告》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/29462.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](mailto: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

### 报告目录

#### 第一章 整形美容概述

##### 一、整形美容相关概念及发展史

- (一) 整形美容的概念及范围
- (二) 整形美容行业的特性
- (三) 医学美容与生活美容的界定

##### 二、整形美容产品

- (一) 整形美容产品的概念
- (二) 整形美容产品的实质
- (三) 整形美容产品项目形式

##### 三、整形美容材料

- (一) 解读整形美容手术材料
- (二) 注射用整形美容外科材料综述
- (三) 整形美容外科伤口闭合材料
- (四) 鼻子整形的主要材料简介
- (五) 常用隆乳材料种类及其特点
- (六) 生物材料在整形美容中的应用
- (七) 浅析干细胞技术将替代人工整形材料

##### 四、整形美容手术

- (一) 整形美容手术概念和特点
- (二) 整形手术的主要分类
- (三) 整形美容手术时机及选择
- (四) 头面部整形美容术的范畴
- (五) 整形美容手术模拟系统临床应用
- (六) 整形美容手术存在的风险
- (七) 浅析整形美容手术需精雕细琢

#### 第二章 2008年中国整形美容市场运行环境

##### 一、2008年中国经济发展环境

- (一) 2008年前三季度经济运行情况

(二) 全球金融危机对中国产业格局影响

(三) 中国应对金融危机的措施

二、2008年中国整形美容市场运行政治环境

(一) 标准规范在行业中的缺失

(二) 标准出台规范行业

(三) 相关政策法规

三、2008年中国整形美容市场运行社会环境

(一) 社会崇美意识的释放

(二) 人们审美观念的提升

(三) 人们生活水平的提高

四、2008年中国整形美容市场运行技术环境

(一) 互联网技术发展

(二) 整容技术的发展

第三章 2008年全球整形美容市场概述

一、2008年全球美容市场现状

(一) 全球各地美容院发展状况

(二) 全球各地不同特色的SPA简介

(三) 全球男性美容市场的增长迅速

(四) 美国男子美容消费呈上升态势

(五) 日本美容产业的发展的历程

二、2008年全球整形美容市场现状

(一) 全球美容整形外科发展简史

(二) 全球整形美容业的主要成果

(三) 全球主要国家整容价格对比

(四) 全球尖端医学美容科技概况

三、2008年韩国整形美容市场发展概况

(一) 韩国整容技术

(二) 韩国整容市场概况

(三) 韩国整容风暴席卷亚洲

(四) 韩国中年男人热衷整容

(五) 韩国整形美容的负面影响

四、2008年美国整形美容市场发展形势

- (一) 浅析美国孕育新兴整形行业
- (二) 2008年美国整形美容业概况
- (三) 美国老年人整形美容日渐增多

#### 五、2008年英国整形美容业现状

- (一) 英国整形美容行业的发展概况
- (二) 英国男性外科整形市场增长迅速
- (三) 浅析英国掀起老年人整形的热潮
- (四) 浅析手部整形美容术流行英国
- (五) 英国整形美容市场的问题诸多

#### 六、2008年德国整形美容行业概况

- (一) 德国的整型美容手术日渐增多
- (二) 解析德国整形美容的新观念
- (三) 浅析德国限制整型美容广告

#### 七、2008年其他国家整形美容行业形势

- (一) 简析日本女性整容的缘由
- (二) 墨西哥整容者数量位居全球第二
- (三) 西班牙整形人数领先欧盟

### 第四章 2008年中国美容行业发展概述

#### 一、2008年中国美容行业发展总体

- (一) 中国美容业发展的历史进程
- (二) 国内美容行业的发展概况
- (三) 中国美容行业的基本特征
- (四) 美容业推动美容经济走向人本经济
- (五) 中国美容行业步入知本经济时代

#### 二、2008年中国美容市场现状

- (一) 中国美容美发市场发展概况
- (二) 浅析美容市场中的法治化管理
- (三) 美容市场竞争加剧国内品牌缺失高端

#### 三、2008年中国美容行业发展存在的问题

- (一) 潜规则制约美容美发业的发展
- (二) 影响美容产业快速发展的瓶颈

- (三) 浅析国内专业线美容群龙无首
- (四) 中国美容行业征管的问题诸多
- (五) 各地美容业秩序亟待规范

#### 四、2008年中国美容行业发展建议及对策

- (一) 美容业发展需要建设品牌文化
- (二) 发展美容经济的四个关键点
- (三) 加强美容业税收征管的几点建议

### 第五章 2008年中国整形美容行业发展概况

#### 一、中国整形美容行业总体概述

- (一) 浅析中国整形美容业的兴起
- (二) 国内整形美容行业的发展规模
- (三) 整形美容企业发展状况
- (四) 解析医疗美容产业的可持续发展

#### 二、2008年中国整形美容的发展现状

- (一) 中国整形美容业现状处于成长期
- (二) 中国整形美容市场潜力巨大
- (三) 我国美容业属于完全竞争的成长型产业，具有高成长性和高利润
- (四) 中国整形美容市场分布不平衡，集中在城镇，农村几乎是空白
- (五) 中国整形美容打破了传统观念和人群
- (六) 消费者对整形美容的要求不断提高

#### 三、2008年中国整形美容行业发展中的问题

- (一) 阻碍整形美容业发展的瓶颈
- (二) 国内整形美容行业亟需整顿
- (三) 整形美容机构中的六大骗局
- (四) 解析整容美容行业面临的风险

#### 四、2008年中国整形美容行业发展的措施与建议

- (一) 中国整形美容业的发展规划
- (二) 发展国内整形美容行业的措施
- (三) 发展整形美容行业的其他建议
- (四) 医学美容产业需自修门户促进发展

## 第六章 2008年中国整形美容市场发展形势

### 一、2008年中国整形美容市场现状

- (一) 国内整形美容业市场现状
- (二) 解析国内整容市场的利润来源
- (三) 国内老少整形市场日渐活跃

### 二、2008年中国整形美容市场竞争状况及发展建议

- (一) 整形美容市场竞争状况
- (二) 国内整容市场需要理性竞争
- (三) 整容产业走向个人品牌竞争时代

### 三、2008年中国整形美容市场存在的问题及建议

- (一) 医疗美容市场存在的若干问题
- (二) 学生整容后容易导致心理偏差
- (三) 中国应加快整顿医学美容市场
- (四) 浅析医学美容市场的规范化管理
- (五) 整形美容企业营销手段与策略

### 四、2008年中国整形美容市场存在的推广弊端

- (一) 整形美容消费偏高
- (二) 整形美容机构知名度高，可信赖度不高
- (三) 促销手段单一，市场开拓能力较弱
- (四) 缺乏对消费者资源的深入调查

### 五、2008年中国整形美容网络推广模式优势

- (一) 突破传统模式，建立网络形象
- (二) 互动人性化服务
- (三) 时间短、成本低、定位准确
- (四) 覆盖面广，资讯全面、透明化

## 第七章 2008年中国整形美容市场消费调查

### 一、2008年中国整形美容消费群体调查

- (一) 消费者构成
- (二) 消费群体数量
- (三) 消费者需求
- (四) 消费者行为

## 二、2008年中国整形美容消费心理

- (一) 整形美容与社会心理因素
- (二) 女性整形美容的十种不良心态
- (三) 中老年求美者的心理特征

## 三、2008年影响中国整形美容消费者因素

- (一) 价格因素
- (二) 传统观念
- (三) 美誉度
- (四) 其他因素

## 第八章 2008年中国主要城市整形美容市场发展概况

### 一、北京

- (一) 2008年北京整形市场的主流
- (二) 北京医疗美容市场存在三大陷阱
- (三) 北京成立整形美容业协会加强监管

### 二、上海

- (一) 简析上海整形美容市场的低龄化
- (二) 首家中韩合资整形美容医院落户上海
- (三) 美女医托在医疗美容业现身

### 三、重庆

- (一) "新光"掀动重庆整形美容市场
- (二) 重庆男性也赶整形美容潮
- (三) 重庆学生整形美容上升

### 四、南京

- (一) 南京出现海外华人回国整容热
- (二) 整形美容老人获得支持率较高
- (三) 学生整容激活南京整形市场
- (四) 南京整形美容市场发展潜力大

### 五、厦门

- (一) 厦门成立福建规模最大的整容中心
- (二) 厦门需引入专业型整形美容人才
- (三) 厦门医学美容有了管家



(四) 厦门美容整形市场潜藏商机

## 六、广州

(一) 广州整形技术引领整形美容产业

(二) 广州整形业进入产业化时代

(三) 广州整容市场价格无标准

## 七、佛山

(一) 佛山整形美容逐渐升温

(二) 传统观念阻碍市场发展

(三) 整容市场需要专业人士操刀

(四) 佛山整形美容日渐全球化

## 八、其它地区整形美容市场

(一) 天津整形美容市场规模

(二) 深圳整形美容市场潜力巨大

(三) 济南医学整形美容市场

(四) 哈尔滨整形美容市场升温

(五) 兰州整形美容行业扫描

(六) 杭州整容市场中老年人趋多

## 第九章 2008年中国男士整形美容市场发展局势

### 一、关于男性整形美容

(一) 男性美容的基本项目

(二) 男士整形的流行项目

(三) 男性整形美容群体剖析

(四) 男性整容与女性整容的差异

### 二、男士整形美容日渐增多

(一) 男士整形美容风生水起

(二) 男士整容数量迅猛增长

(三) 男士整形增幅高于女性

### 三、男性整形美容心态

(一) 男性整形美容心理的透视

(二) 男性整形美容的主要原因

(三) 激发男性整容的其他因素

#### (四) 男性整形为职场成功加砝码

### 第十章 2008年中国整形美容技术发展

#### 一、2008年中国的整形美容技术

- (一) 整形技术全解读
- (二) 美容医疗应用技术解析
- (三) 中国颅面整形技术超群
- (四) 皮肤扩张术在整形美容外科的应用
- (五) 解析内窥镜技术在美容外科的应用
- (六) 美容医疗技术规范介绍

#### 二、2008年中国激光美容技术发展

- (一) 激光整形美容的分类与特点
- (二) 激光美容技术发展的历程
- (三) 医疗美容中的激光治疗项目
- (四) 激光技术在毛发美容中的运用
- (五) 激光医学在整形外科领域中的作用
- (六) 激光技术在整形美容外科治疗的应用

#### 三、2008年中韩整形技术对比

- (一) 韩国整形技术概览
- (二) 韩国整形美容优势所在
- (三) 中韩整形技术各有千秋

#### 四、2008年中国整形美容新技术发展

- (一) 口腔整形美容新技术
- (二) 电波拉皮除皱整形新技术简介
- (三) 医疗美容整形三秒胶技术
- (四) 生物医学美容技术以及应用
- (五) 医疗美容发展依靠生物基因工程技术

### 第十一章 2008年中国医疗美容机构发展状况

#### 一、2008年中国医疗美容机构的分类及设立

- (一) 中国美容医疗机构的分类
- (二) 医疗整形机构的建立和发展

- (三) 美容医疗机构设置申请流程
- (四) 中国美容医疗机构的基本标准
- (五) 医疗美容机构不得开展断骨增高术的规定

## 二、2008年中国民营医疗美容机构的发展

- (一) 民营医疗美容机构忽视培训
- (二) 民营医疗美容机构规范经营需改进
- (三) 政策鼓励建立民营医疗美容机构

## 三、2008年中国整形外科发展概述

- (一) 整形外科学的概念
- (二) 美容整形外科治疗范围
- (三) 整形外科发展的历程
- (四) 医学整形外科的发展趋势及走向

## 四、2008年中国医疗美容设备

- (一) 医院从事医学美容资质设备有量化规定
- (二) 减肥类医疗器械发展现状与前景
- (三) 全球先进医学美容设备缘何不卖中国
- (四) 医疗美容用器械市场需加强管制
- (五) 整形医疗设备的发展前景看好

## 第十二章 2009-2012年中国整形美容的市场发展前景

### 一、2009-2012年全球整形美容市场发展趋势

- (一) 全球整形美容市场的趋势
- (二) 未来整形更注重健康效果
- (三) 未来全球最热门整形美容术

### 二、2009-2012年中国医学美容发展前景

- (一) 中国医学美容市场前景广阔
- (二) 21世纪医学美容发展前景
- (三) 医学美容将领跑美容领域
- (四) 未来医学美容发展机遇巨大

### 三、2009-2012年中国整形美容行业发展趋势

- (一) 整形需求在若干年内会有较大幅度增长
- (二) 美容业将进行业内归并，分出3-5个层次，分别对应不同经济档次的消费群体

- (三) 对整形美容师执业要求迅速提高
- (四) 新的伤口愈合剂将代替传统的伤口缝合方法
- (五) 因减肥造成皮肤皱沓而需整形的人数将大量增加
- (六) 更多的男性将会定期接受美容皮肤保养
- (七) 简易的家庭生活美容护理技术培训和套装美容产品将会有较大的市场需求

#### 四、2009-2012年中国整形美容业发展规划

- (一) 明确某一地区整形美容业的结构布局，合理设置经营网点
- (二) 培养专门人才
- (三) 与全球接轨

#### 五、2009-2012年中国美容行业发展重点

- (一) 生活美容业
- (二) 生活美容技术培训
- (三) 开发综合美容技术
- (四) 大力研制开发无污染的天然美容制品
- (五) 提升整形技术

#### 六、2009-2012年中国整形美容行业营销手段

- (一) 与企业目标相适应
- (二) 吸引更多的顾客
- (三) 培养忠诚顾客

#### 七、2009-2012年中国整形美容行业发展措施

- (一) 保成价格优势
- (二) 培养专业医师
- (三) 配套保险服务
- (四) 开辟男性市场
- (五) 寻找优质原材料
- (六) 采用连锁经营模式
- (七) 制定行业标准
- (八) 利用互联网进行推介
- (九) 以技术和产品优势充实核心竞争力

图表目录（部分）：

图表：2006-2008年三季度中国GDP增长情况

图表：2008年前三季度中国三大产业结构

图表：2003-2008年中国工业增加值增长率

图表：2005-2008年中国固定资产投资及消费品零售增长情况

图表：2007年9月-2008年9月中国CPI、PPI走势

图表：2008年1-9月中国外贸增长情况

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化（同比增长率%）

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长（同比增长率%）

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/29462.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。