



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009年中国美容行业市场分析及 发展趋势研究报告

一、调研说明

《2009年中国美容行业市场分析及发展趋势研究报告》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/49254.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

2008年，在美国金融风暴的袭击下，中国的美容行业发展形势并不乐观。具体表现为美容院的客流量略有减少，客单价亦有下降，而且人们的消费更理性了。但是，机遇与危险同在。一些健身美容中心趁金融危机空挡时期，抓住机遇进行人才储备，有品牌实力的，将加紧整合，扩大规模。当下，美容行业的市场需求大、从业人员结构复杂、实验性比较强和产业结构水平比较低，是当前中国美容业的4大特点。尽管经过了20多年的发展，但美容业至今没有进入成熟期，整个行业由于长期处于无序发展状态，寻找一种崭新的适合时代要求的产业运作模式迫在眉睫。

在女性美容市场竞争已经白热化的2009年，男性美容将注入不少清新的空气，男士化妆品、男士美容院、男士SPA会所、美容院男宾服务专区增长的数量将大大的增加。在未来5年内，中国男士对护理品的市场需求将以96%的增长速度递增。据统计，男士化妆品市场份额每年都达到5亿元以上，到2010年将发展到40亿元。到2010年，我国化妆品市场销售总额将达800亿元。并且许多大的品牌都正在以较快的速度进入，各大厂家的研发、生产等都在紧张进行中，和竞争激烈的女性化妆品市场相比，男性化妆品市场像一个潜力巨大的金矿。

目前，人们对形象工程的关注，加剧了美容产业的细分。在产品上,有女性产品、男性产品、婴儿产品等消费细分，在种类上，有美白类、保湿类、去皱类、消斑类、祛痘类等；美发产业虽没有美容行业细分明白透彻，档次却也参差不齐。除了美容美发、SPA水疗、香熏美体、足体保健、专业美甲店外，专业男士美容馆的开张、儿童专业理发馆的诞生，意味着美容美发市场进一步细分。消费者自我意识的日渐提升，需要消费领域提供相应的产品和服务加以满足，而足不出户就可以享受“美”的服务，现在已经可以变成现实。私人美容渐成气候，将成了2009年美容行业的热点。因此特色化、细分化已成为不可替代的发展路径之一。只有将细分进行到底，才可能发现市场存在的空白点，进而寻找新的技术或服务占领市场。

中国美容行业俨然已经成为中国经济的一大重要支柱，成为第五大消费。2009年，在机遇与挑战面前，我国美容企业该如何把握时机，迎接挑战，并根据行业发展趋势制定发展战略？美容业市场格局又将是怎样一派景象，在腾飞中的中国美容产业又会向哪一方向发展呢？

本研究咨询报告在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家发改委、国家海关总署、全国工商联美容化妆品业商会、中国香料香精化妆品工业协会、中华医学会医学美学与美容学分会、中国医师协会美容与整形医师分会、各省市美容美发协会、中国行业研究网、国内外多种相关报刊杂志的基础信息以及专业研究单位等公布、提供的大量的内容翔实、统计精确的资料和数据。报告立足于世界美容市场，分析了中国美容行业与市场现状、医学美容、减肥、美发、美甲相关产品市场、男士美容市场、美容业培训市场等几大细分市场的现状与发展趋势、美容院的经营、以及对美容业未来发展趋势等多方面进行了深度剖析，全面展示美容业市场现状，揭示美容业的市场潜在需求与潜在机会，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【 目录 】

第一部分 行业现状分析

第一章 我国美容产业宏观环境分析 1

第一节 国内宏观经济环境分析 1

一、2008年国民经济发展情况 1

二、2008年中国对外贸易发展分析 25

三、2009-2010年中国经济增长分析预测 31

第二节 美容产业政策环境分析 35

一、美容业执照上岗的意义探析 35

二、2008年9月1日起施行《化妆品标识管理规定》 40

三、2010年化妆品成分必须全部标识 40

第二章 国际美容市场发展状况 41

第一节 国际美容市场现状 41

一、世界各地不同特色的SPA 41

二、2008年世界香料香精市场分析 43

三、金融危机对全球美容业的影响 44

第二节 国际整形美容市场概述 48

一、2008-2009年英国整容市场分析	48
二、2009年美国整形美容市场趋势预测	49
三、未来整形三大趋势	50
第三节 国外化妆品市场发展状况	51
一、2008年全球有机化妆品销售分析	51
二、韩国化妆品店发展历程及趋势	52
三、2009年泰国男性化妆品市场增长预测	57
四、金融风暴下化妆品需求预测	58
第四节 国际美容市场发展趋势	59
一、国际美容化妆品业科技发展趋势	59
二、亚洲整形美容发展趋势	71
三、未来最热门的整形美容术	73
四、2009年美国美容业需求预测	76
五、2010年全球减肥市场预测	77
第三章 2008年中国美容行业发展现状	78
第一节 中国美容行业发展概况	78
一、美容行业发展基本特征	78
二、美容产业链	81
三、美容机构主要业态	82
第二节 2008年美容行业发展状况	83
一、2008年美容行业发展分析	83
二、2008年美容业新经济增长点分析	83
三、2008年中国药妆市场走向分析	84
第三节 金融危机对美容业的影响	86
一、金融危机对美容业的影响	86
二、金融危机对药妆行业的影响	90
第四节 美容行业存在的问题	91
一、中国美容业发展潜在的问题	91
二、美容行业专业线品牌发展问题	93
三、影响美容产业快速发展的瓶颈分析	94
第五节 美容行业发展建议及对策	101

一、美容业发展要建设品牌文化	101
二、美容业投资需谨慎	105
三、促进美容行业发展的建议	106
第四章 中国美容行业消费分析	108
第一节 中国城市美容经济竞争力分析	108
一、华北区美容经济竞争力分析	108
二、华南区美容经济竞争力分析	109
三、华东区美容经济竞争力分析	110
四、华中区美容经济竞争力分析	111
五、西南区美容经济竞争力分析	111
六、西北区美容经济竞争力分析	112
七、东北区美容经济竞争力分析	113
第二节 美容市场消费群体分析	114
一、青少年美容消费分析	114
二、美容院消费者心理分析	115
三、老年人美容市场分析	119
第二部分 行业细分市场分析	
第五章 2008年美容化妆品市场分析	121
第一节 2008中国化妆品销售市场分析	121
一、2008年转型下的中国化妆品产业	121
二、2008年化妆品各种渠道的生态描述	122
三、2008年化妆品行业渠道现象分析	126
第二节 2008年我国美容化妆品市场现状	128
一、我国化妆品行业的可持续发展	128
二、金融危机带给化妆品业的机遇	131
三、金融危机下化妆品的发展趋势	134
四、2009年化妆品及容器需求预测	139
第三节 2008年美容化妆品进出口分析	140
一、2008年中国化妆品出口态势	140
二、2008年化妆品出口数据分析	141

三、2008年化妆品进口数据分析	144
第四节 2008年化妆品流行趋势分析	147
一、高端产品	147
二、多重防护	148
三、奢华保养全线化	148
四、环保美容	148
五、矿物护肤	149
六、男士系列护肤品	149
七、心理暗示美容法	149
第六章 中国整形美容市场分析	150
第一节 整形美容市场发展现状	150
一、2008年整容业发展现状分析	150
二、2008年整形市场发展态势	154
三、2008年整形美容消费趋势分析	155
第二节 整形美容产品分析	156
一、整形美容产品的概念	156
二、整形美容产品的实质	157
三、整形美容产品的项目形式	158
第三节 整形美容的消费者分析	159
一、消费者构成分析	159
二、消费者需求分析	160
三、消费者心理分析	161
四、消费者行为分析	162
第四节 2009年整形市场发展趋势	162
一、假体隆胸仍是主流	163
二、自体脂肪隆胸成趋势	163
三、非手术和微创整形术受欢迎	163
四、“脸部大改造”更安全	164
五、求美者越来越理性	164
第五节 2009-2010年整形美容发展趋势	164
一、2009年整容市场流行新趋势	164

二、2010年国内整形美容销售额预测 167

三、未来整容手术的替代趋势 168

第七章 减肥、美发、美甲市场分析 171

第一节 减肥美体市场分析 171

一、减肥产品广告市场发展分析 171

二、中药减肥市场发展分析 173

三、我国减肥药市场的变化发展趋势 175

四、我国减肥美体行业的特点及发展趋势 176

五、未来美体瘦身行业趋势分析 178

第二节 2008-2009年美发市场分析 182

一、中国美容美发行业发展概况 182

二、2008年美容美发市场走势分析 187

三、美发业发展现状与未来趋势 200

四、2009年美发流行新趋势 202

第三节 美甲市场现状分析 204

一、美甲行业的发展前景 204

二、美甲行业的发展现状 205

三、美甲行业发展存在的问题 207

四、美甲市场未来的发展趋势 208

第八章 男士美容市场分析 210

第一节 2008年男士美容市场分析 210

一、2008年男士最喜欢的SPA调查分析 210

二、男士美容护肤卖点分析 212

三、男士美容护肤市场现状分析 213

四、男士美容新热点分析 217

第二节 2008年男士整形美容市场分析 219

一、男性整形美容的兴起分析 219

二、2008年男士整形消费分析 221

三、未来男士整形主流分析 222

第三节 男士美容化妆品市场分析 222

- 一、男性最爱的美容项目市场前景 222
- 二、男士美容市场呈专柜专区发展 224
- 三、2010年男士化妆品市场份额预测 225
- 四、2010年男士美容市场预测 226

第三部分 美容院经营与营销分析

第九章 中国美容院经营分析 229

第一节 中国美容院发展概况 229

- 一、我国美容院的类型 229
- 二、美容院经营的关键 230
- 三、中国美容院经营方式分析 234
- 四、美容院新经营模式分析 236

第二节 中国美容院经营现状分析 238

- 一、2008年美容院最新热门项目调查 238
- 二、2008年十大领航美容院分析 243
- 三、2008年美容院人气促销排行榜 249
- 四、2008年美容院新型经营理念分析 254
- 五、2008年美容院成功经营方式分析 257
- 六、2008年美容院发展主趋势分析 261

第三节 美容院的市场定位分析 268

- 一、美容院的市场定位 268
- 二、谨防经营管理中的谬误 269
- 三、科学、时尚、超前、人性化的软硬件设施配备 270
- 四、广告媒介的投放宣传 270
- 五、管理者和员工自身素质的提高 271

第四节 美容院经营管理策略 271

- 一、连锁美容院的营销策略 271
- 二、美容院经营的黄金法则 278
- 三、美容院招揽顾客的战略 281
- 四、美容院的核心竞争力分析 282

第五节 未来美容院发展趋势 285

- 一、未来美容院经营趋势分析 285

二、未来美容院的主流模式分析	287
第十章 美容业营销分析	291
第一节 美容市场专业线市场分析	291
一、专业线美容企业的渠道探讨	291
二、专业线美容市场分析	294
三、专业线美容企业品牌建设分析	297
第二节 中国美容产业发展突破之道	300
一、连锁经营品牌化生存	301
二、代理商提供增值服务培育核心竞争力	302
三、美容院优化产品组合策略	303
第三节 美容美发店的营销战略	305
一、战略定位	306
二、战略模型	306
三、战略目标	306
四、针对广告主的营销推广策略	309
五、针对美容美发厅的营销推广策略	310
六、运营模型	311
七、运作方式	314
第四节 美容企业淡季营销的策略	316
一、劈分市场与有的放矢	316
二、聚焦大户与政策倾斜	317
三、终端补货与培训先行	317
四、活动推广与刺激消费	318
五、推陈出新与吸引订货	319
六、销售竞赛与推动走量	319
第五节 “美容美发厅传媒系统”的多元盈利模型	320
一、广告销售盈利模型	320
二、影视广告制作盈利模型	321
三、产品开发销售盈利模型	321
四、产品代理直销盈利模型	322
五、网站运营盈利模型	323

六、公关活动盈利模型	324
七、电信增值盈利模型	325
八、媒体整合赢利模式	326
九、俱乐部赢利模型	326
第十一章 美容业连锁经营分析	327
第一节 美容连锁经营分析	327
一、中国美容行业连锁经营发展情况	327
二、经营美容连锁的基本点	329
三、美容连锁品牌文化的构建	332
四、美容连锁企业品牌形象定位的策略	333
五、美容院特许加盟连锁经营赢利模式	336
第二节 2008年美容业连锁经营营销策略分析	340
一、供应商营销	340
二、连锁店分店营销	340
三、内部营销	340
四、金融机构营销	341
五、最终顾客营销	341
六、传媒营销	341
七、政府营销	341
八、大众营销	342
九、关系营销	342
第三节 我国美容业的连锁经营发展趋势	342
一、美容企业连锁经营成必然趋势	342
二、美容业连锁经营的未来方向	348
三、化妆品行业连锁经营的趋势	350
第四部分 美容业培训市场与直销分析	
第十二章 美容业培训市场分析	357
第一节 美容业人才现状分析	357
一、美容美发行业教育的发展前景	357
二、美容美发业人才使用矛盾的原因分析	357

三、2008年美容行业人才情况	358
四、美容教育产业投资趋于多元化发展	360
第二节 美容教育发展现状分析	360
一、中国美容教育本质的分析	360
二、培育美容文化促进美容教育	362
三、我国当代美容教育的新使命	363
四、开拓我国的高等美容教育	365
第三节 美容学历教育的发展	366
一、美容从业人才学历教育体制初步建成	366
二、美容教学迈向学历教育	368
三、我国美容行业教育应纳入学历教育体系	369
第十三章 直销与美容业的发展	371
第一节 2008年我国直销特色分析	371
一、中国直销行业获牌企业概况	371
二、2008年直销步入产品营销时代	373
三、2008年中国特色直销的特点分析	376
四、2008年中国直销发展的周期拐点分析	379
第二节 2008年中国直销运营策略分析	380
一、产品和服务至上策略	381
二、文化致胜策略	382
三、品牌运作策略	383
四、直销管理的专业化和职业化策略	383
五、直销复合化经营策略	384
六、内资企业的国际化和外资企业中国化策略	384
七、规范经营策略	385
八、有边界的经营创新策略	386
第三节 直销法的影响	387
一、直销模式与美容业的嫁接	387
二、直销冲击中国美容业的发展	389
三、美容业直销之感	393
四、面临直销热美容业的选择	397

第四节 直销行业发展趋势 398

- 一、2009年直销市场规模预测 398
- 二、2009年中国直销发展的趋势 399
- 三、2009-2010年直销企业发展预测 400
- 四、2010年中国的直销企业群发展预测 401

第五部分 行业发展趋势及投资分析

第十四章 2009-2010年美容业发展趋势预测 405

第一节 2009年美容美发业市场发展前景 405

- 一、2009年美容美发市场细分加剧 405
- 二、2009年进一步规范美容美发市场 405
- 三、2009年美容美发行业对高级人才需求 406
- 四、2009年美容美发教育前景看好 407

第二节 2009年最热门的美容项目预测 407

- 一、2009年香熏世界将大放异彩 407
- 二、2009年美塑疗法 408
- 三、2009年形象、色彩设计成热潮 408
- 四、2009年产后修复术是热点 408
- 五、2009年美容保健用品的风靡 409
- 六、2009年净颜祛斑大升级 409
- 七、2009年中医美容势不可挡 409
- 八、2009年面部修饰持续走俏 409
- 九、2009年概念美容 410
- 十、2009年男士关注小美容项目 410

第三节 2008-2010年美容业细分产品发展趋势 410

- 一、2009年护肤美白发展趋势 410
- 二、2009年美容彩妆市场展望 411
- 三、2009年香水业展望 413
- 四、2010年彩妆销售额预测 418

第四节 2008-2010年中国美容业发展趋势 420

- 一、2009年中国美容市场增长预测 420
- 二、2010年我国美容业收入预测 422

三、未来几年中国美容消费热点流行趋势 422

第十五章 2009年美容业投资分析 424

第一节 美容院在金融危机形势下投资分析 424

一、金融危机形势下美容院的发展态势 424

二、金融危机形势下美容院的投资方向 425

第二节 男士美容市场商机分析 428

一、男士美容市场投资与风险分析 428

二、男性化妆品市场的开发 432

三、2009年男性美容投资趋势 433

第三节 2009年美容业投资热点预测 434

一、2009年生产厂家的优势 436

二、2009年品牌优势 436

三、2009年销售支持优势 436

附录

附录一：美容美发业管理暂行办法 438

附录二：医疗美容服务管理办法 441

附录三：医疗美容服务管理办法 443

附录四：初级美容师国家职业标准 448

附录五：高级美容师国家职业标准 455

图表目录

图表：2008年2-11月我国CPI情况 1

图表：2007-2008年我国规模以上工业增加值情况 3

图表：2007年6月-2008年8月我国轻重工业增加值情况 4

图表：2007-2008年我国工业出口交货值情况 4

图表：2006-2008年我国工业企业实现利润情况 5

图表：2006-2008年我国工业企业亏损情况 5

图表：2007-2008年我国工业生产资料价格变化情况 6

图表：2007-2008年我国工业品和原燃料价格变化情况 6

图表：2008年2月工业增加值增长速度 6

图表：2008年3月工业增加值增长速度	7
图表：2008年4月工业增加值增长速度	7
图表：2008年5月工业增加值增长速度	7
图表：2008年6月工业增加值增长速度	8
图表：2008年7月工业增加值增长速度	8
图表：2008年8月工业增加值增长速度	9
图表：2008年9月工业增加值增长速度	9
图表：2008年10月工业增加值增长速度	9
图表：2008年11月工业增加值增长速度	10
图表：2008年1月居民消费价格分类指数分析	11
图表：2008年2月居民消费价格分类指数分析	11
图表：2008年3月居民消费价格分类指数分析	12
图表：2008年4月居民消费价格分类指数分析	12
图表：2008年5月居民消费价格分类指数分析	13
图表：2008年6月居民消费价格分类指数分析	13
图表：2008年7月居民消费价格分类指数分析	14
图表：2008年8月居民消费价格分类指数分析	14
图表：2008年9月居民消费价格分类指数分析	15
图表：2008年10月居民消费价格分类指数分析	15
图表：2008年11月居民消费价格分类指数分析	16
图表：2008年1-10月我国按贸易方式进口总值	18
图表：2008年1-10月我国按贸易方式出口总值	18
图表：2008年1-10月我国进口总值	19
图表：2008年1-10月我国出口总值	19
图表：2008年7月我国进出口商品构成表	20
图表：2008年7月我国进出口总值简要情况表	20
图表：2008年7月我国前十名合作贸易伙伴	20
图表：2008年7月我国前十位出口市场	21
图表：2008年7月我国前十位进口来源地	21
图表：2008年8月我国进出口商品构成表	21
图表：2008年8月我国进出口总值简要情况表	22
图表：2008年8月我国前十名合作贸易伙伴	22

图表：2008年8月我国前十位出口市场	23
图表：2008年8月我国前十位进口来源地	23
图表：2008年9月我国进出口商品构成表	23
图表：2008年9月我国进出口总值简要情况表	24
图表：2008年9月我国前十名合作贸易伙伴	24
图表：2008年9月我国前十位出口市场	24
图表：2008年9月我国前十位进口来源地	25
图表：2008年10月我国进出口总值简要情况表	25
图表：2008年1-9月中国进出口产品构成	27
图表：2008年1-9月中国进出口贸易方式、企业性质情况	28
图表：2008年1-9月中国与主要贸易伙伴贸易情况	29
图表：2008年中国进出口增长情况及趋势预测	30
图表：2008年1月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据	141
图表：2008年2月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据	141
图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据	142
图表：2008年1季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据	142
图表：2008年4月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据	142
图表：2008年5月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据	142
图表：2008年6月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据	142
图表：2008年2季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据	143
图表：2008年7月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据	143
图表：2008年8月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据	143
图表：2008年9月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据	143
图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据	143
图表：2008年10月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据	144
图表：2008年11月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据	144
图表：2008年1-11月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品出口数据	144
图表：2008年1月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据	144
图表：2008年2月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据	144
图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据	145
图表：2008年1季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据	145
图表：2008年4月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据	145

图表：2008年5月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据	145
图表：2008年6月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据	145
图表：2008年2季度精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据	146
图表：2008年7月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据	146
图表：2008年8月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据	146
图表：2008年9月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据	146
图表：2008年3月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据	146
图表：2008年10月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据	147
图表：2008年11月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据	147
图表：2008年1-11月精油及香膏、芳香料制品、化妆盥洗品进口数据	147
图表：2006-2007年减肥药品及减肥保健品失守重点广告市场	172
图表：2006-2007年减肥药品及减肥保健品广告品牌淘汰率上升	172
图表：2007年减肥药品及减肥保健品报刊广告投入前十品牌	173
图表：美容机构民营经济成分占绝对优势	184
图表：美容行业从业者学历分布	185
图表：美容行业从业者培训状况	185
图表：美容行业主要从业者中职业资格分布	185
图表：美容主要消费群体年龄分布	186
图表：美容主要消费群体的职业分布	186
图表：美容的主要消费方式	187
图表：2008年1月美容美发行业最受关注十大产品排行	187
图表：2007年12月-2008年1月美容美发市场最受关注产品走势分析图	188
图表：2008年1月份美容美发市场十大关注产品供应与求购对比图	188
图表：2008年1月美容美发市场全国采购商区域分布图	188
图表：2008年2月份美容美发市场最受关注十大产品排行榜	189
图表：2008年1月与2月美容美发市场最受关注产品走势分析图	189
图表：2008年2月份美容美发市场十大关注产品供应与求购对比图	190
图表：2008年2月份美容美发市场全国采购商区域分布图	190
图表：2008年4月美容美发行业最受关注十大产品排行	191
图表：2008年3-4月美容美发市场最受关注产品走势分析图	191
图表：2008年4月美容美发市场十大关注产品供应与求购对比图	192
图表：2008年4月美容美发市场全国采购商区域分布图	192

图表：2008年5月美容美发行业最受关注十大产品排行	193
图表：2008年4-5月美容美发市场最受关注产品走势分析图	193
图表：2008年5月份美容美发市场十大关注产品供应与求购对比图	194
图表：2008年5月美容美发市场全国采购商区域分布图	194
图表：2008年6月美容美发行业最受关注产品排行	195
图表：2008年5-6月美容美发市场最受关注产品走势对比图	195
图表：2008年6月美容美发市场最受关注十大产品供应与求购对比图	195
图表：2008年6月美容美发市场全国采购商区域分布图	196
图表：2008年7月份美容美发行业最受关注十大产品排行	196
图表：2008年6-7月美容美发市场最受关注产品走势分析图	196
图表：2008年7月份美容美发市场十大关注产品供应与求购对比图	197
图表：2008年7月美容美发市场全国采购商区域分布图	197
图表：2008年12月美容美发行业最受关注十大产品排名	198
图表：2008年11-12月美容美发市场最受关注产品走势对比图	198
图表：2008年12月美容美发市场十大关注产品供应与求购对比图	199
图表：2008年12月美容美发市场全国采购区域分布图	199
图表：2007年女性美甲行业顾客群体分析	206
图表：2008年十大领航美容院	244
图表：2007年21家中国直销获牌企业基本资料列表	371
图表：获准的15家在官方网站发布声明但尚未获得牌照的企业	372
图表：初级美容师国家职业标准工作要求	452
图表：初级美容师国家职业标准理论知识	453
图表：初级美容师国家职业标准技能操作	454

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/49254.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。