



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2008年中国美容市场研究分析报告

## 一、调研说明

《2008年中国美容市场研究分析报告》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/49417.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

国际美容院发展面面观，国外奇妙美容新花样；全球各地不同特色的SPA，日本美容业刮起“药妆”料理旋风，浅析巴黎美容走势，美国美容市场和国际整形美容市场概述，澳洲减肥人数增多整容行业兴旺，美国男士整容之势渐起，日本女性整容的缘由，整容风吹过好莱坞以及国际美容市场发展趋势，全球美容化妆品业的科技新动向，崇尚自然环保的中草药美容，未来世界最热门整形美容术。

我国美容行业基本状况分析；2007年美容行业发展特点分析；美容行业推动美容经济走向人本经济；我国美容行业步入知本经济时代；我国美容行业每年新增就业约100万人；……还分析了WTO为我国美容业带来的影响，美容美发业潜规则制约行业发展，影响美容产业快速发展的四大瓶颈；辽宁，烟台，深圳市美容行业发展现状及其美容产业亟待解决的六大问题及对策……

2008年2月美容市场火热，我国美容美发市场概况，美容市场竞争加剧国内品牌缺位高端，我国美容市场亟需规范，我国专业线美容市场解析和南京市，商丘，北京，广州，上海美容市场发展现状以及美容市场发展要点分析：美容市场需求与培养目标定位剖析，探析美容市场1 的招商模式，浅析美容市场中的法治化管理。

整形美容的概念及范围，医学美容与生活美容的界定与规范管理，中国现代医学美容的起源与发展，外科整形美容悠久发展历程；同时还分析了整形美容产品的实质，整形美容产品的项目形式，整形美容市场现状，市场竞争状况及发展建议：整形美容市场竞争状况分析，整容市场需要理性竞争，整形美容市场存在的问题及建议，医疗美容市场存在的问题，学生整容后易导致心理偏差，整形美容检查形同虚设。

相关政策法规：美容美发业管理暂行办法，美发美容业开业的专业条件和技术要求，医疗美容服务管理办法，初级美容师国家职业标准，高级美容技师国家职业标准，政府对美甲经营店铺及从业人员的基本要求。

【 目录 】

## 第一章 国际美容市场概况

### 1.1 国际美容市场现状

#### 1.1.1 国际美容院发展面面观

#### 1.1.2 国外奇妙美容新花样

#### 1.1.3 全球各地不同特色的SPA

#### 1.1.4 日本美容业刮起“药妆”料理旋风

#### 1.1.5 浅析巴黎美容走势

#### 1.1.6 美国美容市场

### 1.2 国际整形美容市场概述

#### 1.2.1 澳洲减肥人数增多整容行业兴旺

#### 1.2.2 美国男士整容之势渐起

#### 1.2.3 日本女性整容的缘由

#### 1.2.4 整容风吹过好莱坞

### 1.3 国际美容市场发展趋势

#### 1.3.1 全球美容化妆品业的科技新动向

#### 1.3.2 崇尚自然环保的中草药美容

#### 1.3.3 未来世界最热门整形美容术

## 第二章 中国美容行业分析

### 2.1 中国美容行业发展现状

#### 2.1.1 我国美容行业基本状况分析

#### 2.1.2 2007年美容行业发展特点分析

#### 2.1.3 美容行业推动美容经济走向人本经济

#### 2.1.4 我国美容行业步入知本经济时代

#### 2.1.5 我国美容行业每年新增就业约100万人

### 2.2 美容产业热点分析

#### 2.2.1 中国美容业成为第五大消费热点

#### 2.2.2 个人化妆彩色咨询逐渐走俏我国市场

#### 2.2.3 果酸美容渐成美容保健业的热门话题

#### 2.2.4 美容也开创中医时代

### 2.3 美容行业影响因素分析

#### 2.3.1 WTO为我国美容业带来的影响

- 2.3.2美容美发业潜规则制约行业发展
- 2.3.3影响美容产业快速发展的四大瓶颈
- 2.4主要地区美容行业发展现状
  - 2.4.1辽宁美容业全力打造行业品牌
  - 2.4.2深圳市美容产业魅力初现
- 2.5美容行业存在的问题
  - 2.5.1诚信低下阻碍美容业的发展
  - 2.5.2美容产业亟待解决的六大问题
  - 2.5.3专业线美容群龙无首
  - 2.5.4我国美容业征管面临的问题及建议
  - 2.5.5美容业就业者猛增职业培训有待跟进
- 2.6美容行业发展建议及对策
  - 2.6.1美容行业利润高投资需要三个暗槛
  - 2.6.2美容业发展同时也要建设品牌文化
  - 2.6.3中小化妆品企业发展策略
  - 2.6.4发展美容经济的四个关键点

### 第三章 中国美容市场分析

- 3.1我国美容市场现状分析
  - 3.1.12008年2月美容市场火热
  - 3.1.2我国美容美发市场概况
  - 3.1.3美容市场竞争加剧国内品牌缺位高端
  - 3.1.4我国美容市场亟需规范
  - 3.1.5我国专业线美容市场解析
- 3.2主要地区美容市场发展现状
  - 3.2.1南京市美容市场争夺白热化
  - 3.2.2北京大力整治美容市场
  - 3.2.3广州美容美发业市场现状
  - 3.2.4上海美容市场发展潜力大
- 3.3美容市场发展要点分析
  - 3.3.1美容市场需求与培养目标定位剖析
  - 3.3.2探析美容市场1 的招商模式

### 3.3.3 浅析美容市场中的法治化管理

## 第四章 中国整形美容市场分析

### 4.1 整形美容相关概念及发展史

#### 4.1.1 整形美容的概念及范围

#### 4.1.2 医学美容与生活美容的界定与规范管理

#### 4.1.3 中国现代医学美容的起源与发展

#### 4.1.4 外科整形美容悠久发展历程

### 4.2 整形美容产品分析

#### 4.2.1 整形美容产品的概念

#### 4.2.2 整形美容产品的实质

#### 4.2.3 整形美容产品的项目形式

### 4.3 整形美容市场现状

#### 4.3.1 整形美容业市场剖析

#### 4.3.2 整形美容风席卷中国

#### 4.3.3 “人造美女”掀起整形美容热潮

#### 4.3.4 透视大中学生暑期整形美容热

### 4.4 市场竞争状况及发展建议

#### 4.4.1 整形美容市场竞争状况分析

#### 4.4.2 整容市场需要理性竞争

#### 4.4.3 整容产业走向个人品牌时代

#### 4.4.4 执行力是整容机构成败的关键因素

### 4.5 整形美容市场存在的问题及建议

#### 4.5.1 医疗美容市场存在的问题

#### 4.5.2 学生整容后易导致心理偏差

#### 4.5.3 加快规范医学美容市场

#### 4.5.4 浅析医学美容市场的规范化管理

## 第五章 男士美容市场分析

### 5.1 男士美容市场方兴未艾

#### 5.1.1 男性美容的基本项目

#### 5.1.2 男士美容市场蕴含巨额商机

5.1.3男性美容悄然兴起带动美容产业新发展

5.1.4“美”男经济促进美容产业发展

5.2男士整形美容日渐增多

5.2.1男士整形美容风生水起

5.2.2男士整容数量迅猛增长

5.2.3男士整形美容渐成时尚

5.2.4男士整形增幅高于女性

5.3把握男士美容市场商机

5.3.1男士美容市场现状

5.3.2男士美容是大势所趋

5.3.3男性美容的软肋及解决办法

5.3.4男性美容经营管理方法透视

5.4男士美容化妆品市场趋势

5.4.1男士化妆品商机巨大

5.4.2男士化妆品的开发

5.4.3男士美容化妆品前景看好

5.4.4男性美容拓出化妆品市场新空间

## 第六章 减肥、美发、美甲相关产品市场分析

6.1减肥美体相关产品分析

6.1.1美容市场关注“产后美体”

6.1.2浅析国内减肥产品的市场特点

6.1.3减肥药市场所呈现的发展趋势

6.1.4减肥产品市场发展前景展望

6.2美发用品市场

6.2.1我国生发剂市场日渐升温前景看好

6.2.2中国美发美容协会对美发美容用具要求

6.2.3洗发用品业发展新趋势分析

6.3美甲市场现状分析

6.3.1中国美甲市场发展空间

6.3.2中国美甲行业将进入高速发展的阶段

6.3.3美甲行业前景

6.3.4美甲业应注意卫生问题

6.3.5美甲是前景广阔的手工艺术

## 第七章 中国美容院经营分析

7.1中国美容院经营现状分析

7.1.1管理现状

7.1.2销售现状

7.1.3经营现状

7.1.4政策现状

7.1.5品牌经营现状

7.2美容院经营管理存在的问题

7.2.1美容院在经营中面临的困难

7.2.2美容院家族式管理存在的弊端

7.2.3员工管理不当影响美容院稳定发展

7.3美容院经营管理策略

7.3.1美容院选址策略分析

7.3.2浅析美容院经营项目的选择

7.3.3成功经营美容院的基本要素

7.3.4促销提升美容院竞争力

7.3.5美容院经营的黄金法则

7.3.6借鉴医院服务经营美容院

## 第八章 美容业营销分析

8.1美容业营销现状分析

8.1.1我国美容行业营销呼唤全面升级

8.1.2美容产业营销模式面面观

8.1.3美容业的营销战略分析

8.1.4美容美发业营销方式在困境中思变

8.2美容市场专业线市场分析

8.2.1专业线美容市场现状

8.2.2透析美容业专业线的差异化营销

8.2.3美容护肤品专业线渠道分析



8.2.4新时代美容专业线的品牌经营战略

8.3美容业营销策略与方法分析

8.3.1美容院促销方法及手段

8.3.2美容院应强化心理经营

8.3.3美容院的价格定位策略

8.3.4美容院服务定价方法与技巧

8.3.5中小型美容企业的三大营销战略

第九章 连锁经营与美容业的发展

9.1美容连锁经营分析

9.1.1综述美容化妆品业的连锁经营

9.1.2连锁美容院凸显魅力

9.1.3加盟连锁是新手投资经营美容院的快捷方式

9.2大力发展我国美容业的连锁经营

9.2.1重新构建真正的美容业连锁经营

9.2.2构建我国美容业资源联盟连锁平台

9.2.3连锁美容院会员制发展的最佳方案

9.2.5美容连锁企业品牌形象定位的策略

9.2.6美容企业开拓连锁营运的路径

第十章 美容业培训市场分析

10.1美容业人才现状与职业培训

10.1.1我国美容化妆品业人才现状分析

10.1.2美容业是女性就业新途径

10.1.3走在美容营销最前线的美容顾问

10.1.4我国美容市场呼唤技师

10.1.5我国启动美容管理师培训

10.1.6减少美容美发企业人才流失的路径

10.2美容教育发展现状及建议

10.2.1我国美容教育本质的探讨

10.2.2美容医学教育事业发展现状及目标

10.2.3浅析当代美容教育的新使命

- 10.2.4 开拓我国的高等美容教育
- 10.2.5 建议将美容教育并入国民学历教育体系
- 10.3 美容学历教育的发展
  - 10.3.1 上海市诞生第一个专业“美容师学院”
  - 10.3.2 美容美发专业步入大学校园
  - 10.3.3 美容学历教育出现3种人适合读MBA
  - 10.3.4 美容培训也可拿英国学位

## 第十一章 直销与美容业的发展

- 11.1 直销概念
  - 11.1.1 直销的定义
  - 11.1.2 直销与传销的区别
- 11.2 直销法的影响
  - 11.2.1 直销立法十大悬疑透析
  - 11.2.2 直销立法能给美容业空前的机会
  - 11.2.3 直销模式冲击传统美容业
  - 11.2.3 直销立法催生我国美容业营销新天地
- 11.3 直销与美容业的发展
  - 11.3.1 高额利润催生美容直销热
  - 11.3.2 美容业试水直销模式摆脱竞争困局
  - 11.3.3 直销模式在后美容消费时代前途可期
  - 11.3.4 直销渐成美容保健品市场的主要手段

## 第十二章 美容业产业政策环境分析

- 12.1 美容行业标准规范的缺失
  - 12.1.1 美容行业标准缺失导致市场混乱
  - 12.1.2 美容产业再教育需要标准
  - 12.1.3 医学美容期待行业标准
  - 12.1.4 医学美容行业痛并美丽着
- 12.2 标准出台规范行业
  - 12.2.1 浅析美容行业重发执照的意义
  - 12.2.2 美容美发标准出台--最高档次为四星

- 12.2.3男士美容服务有了新标准
- 12.2.4生物医学美容业标准出台
- 12.2.5我国整形外科有执业标准可循
- 12.3相关政策法规
- 12.3.1美容美发业管理暂行办法
- 12.3.2美发美容业开业的专业条件和技术要求
- 12.3.3医疗美容服务管理办法
- 12.3.4初级美容师国家职业标准
- 12.3.5高级美容技师国家职业标准
- 12.3.6政府对美甲经营店铺及从业人员的基本要求

### 第十三章 美容业发展前景与趋势预测

- 13.12008年美容行业发展预测
- 13.3.1浅析2008年美容业发展趋势
- 13.3.22008减肥市场的发展预测
- 13.3.32008年美容成份发展新趋势
- 13.2行业发展新热点
- 13.2.1私人形象顾问成为美容行业新兴职业
- 13.2.2中医美容成为美容业未来的强势主流
- 13.2.3基因技术美容产业迎娶的新嫁娘
- 13.2.4美容消费新热点
- 13.3美容市场发展前景展望
- 13.3.1中国美容市场发展潜力大
- 13.3.2未来5年中国美容业产值翻番
- 13.3.32010我国美容业收入将超3000亿元
- 13.4美容业发展趋势
- 13.4.1美容院投资高科技仪器成为经营趋势
- 13.4.2美容化妆品将推出四种新技术
- 13.4.3从消费市场看中国美容业的发展动向
- 13.4.4未来化妆美容趋势分析
- 13.4.5二十一世纪中国美容院经营大趋势
- 13.5未来整形美容发展趋势

13.5.1未来整形更注重健康效果

13.5.2整容呈现低龄化发展趋势

13.5.3整容追求非手术化

13.5.4医院美容逐渐成趋势

## 附表

表4.1美容机构命名

表12.1初级美容师国家职业标准理论知识要求

表12.2初级美容师国家职业标准技能操作要求

表12.3高级美容师国家职业标准工作要求

表12.4高级美容师国家职业标准理论知识要求

表12.1初级美容师国家职业标准技能操作要求

## 附图

图3.1 2008年2月美容美发行业最受关注十大产品排名

图3.2 2008年2月与1月美容美发市场最受关注产品走势对比图

图3.3 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

图3.4 2008年2月份美容美发市场全国采购商区域分布图

图8.1专业美容线连锁模式经营结构图

图8.2差异化营销体系结构图

图8.3营销管理体系

图8.4加盟保证体系

图8.5培训管理体系

图8.6直销网络体系

图13.1美容院经营金三角

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/49417.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。