



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

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。