

2013-2018年中国美容美发 市场监测与投资前景分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2013-2018年中国美容美发市场监测与投资前景分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1304/201308/01-139977.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

我国美容行业从20世纪八十年代中期起步发展至今已经二十多个年头，这一时期以来，美容行业经历了从初级阶段的摸索性成长到中级阶段的思考性发展。市场规模从小到大，从业人员由少到多，生产企业和专业美容化妆品品牌已经一大批地涌现。中国美容产业实际上已经形成包括美容、美发、化妆品、美容器械、教育培训、专业媒体、专业会展和市场营销等八大领域的综合服务流通产业。

到2012年，全国约有230万家各类美容美发机构，3500余家化妆品生产企业，其中2200家在广东省，800余家美容美发机构培训机构，形成了约2700亿元人民币的美容美发服务产值和近1000亿元人民币的化妆品产值。行业年均发展速度平均成20%以上的增长态势，而上游企业的销售每年以50%以上的增长率迅猛发展。

目前中国美容美发化妆品需求量已超过日韩，居亚洲第一，而在世界仅次于美国、法国，排名第三位。由于中国人口多，需求量大，按照人均需求，中国的美容美发化妆品业还具有15-18倍的发展空间，未来市场非常乐观。中国美容业正在成为继房地产、汽车、电子通讯、旅游之后的第五大消费热点，具有良好的行业发展前景和发展空间，巨大的商机已经凸现。据不完全统计，我国目前美容美发从业人员已经从改革开放之初的12万发展到1600多万，企业已经有160多万家，专门的美容机构就已逾百万，从业人员达600多万。经过这30多年的发展，美容美发行业积累了很多经验，企业的软硬件方面都有了很大提高，正在朝着规范化、市场化、国际化的格局迈进。与此同时，行业发展并不成熟，诸多不足与缺陷也一并显现。从业人员业务水平参差不齐，服务意识和品牌意识淡薄，内部管理混乱，缺乏统一的收费标准和监管制度，行业间恶性竞争激烈，相互诋毁、攻击，肆意制造虚假广告，缺乏长远的发展规划，这些都成为我国美容行业健康可持续发展的阻碍因素。

在美容业发达的国家，美容机构大多以连锁经营为主，其比例达到45%-50%，但目前，在我国数万家美容院中，连锁店只占7%。从经营项目方面看，传统医学美容机构单一的服务已越来越无法满足市场需求，医学美容与生活美容综合经营，并通过连锁加盟的形式抢占市场、塑造品牌，这也将成为我国美容产业未来发展的趋势。

随着国内居民对美容行业需求的日益扩大，行业的市场竞争也日趋激烈，美容行业标准化、专业化将是必然的趋势，同时，客户的需求也将趋于个性化和多样化，美容美发消费将趋向以自我形象设计为中心，包括保健、美体、发型、美容护肤全方位的服务，并追求高品质、细致到位的服务及休闲娱乐的消费环境，这将给我国美容行业带来挑战。

在未来几年，以下美容服务将成为需求热点：传统美容、中医养生美容、时尚美容、休闲美容、保健美容、SPA水疗、香熏美体、专业美甲、专业男士护理等服务项目。

中国产业研究报告网发布的《2013-2018年中国美容美发市场监测与投资前景分析报告》共十二章。首先介绍了中国化肥行业的概念，接着分析了中国化肥产业发展环境，然后对中国化肥产业运行情况进行了重点分析，最后分析了中国化肥产业面临的机遇及发展前景，提出了发展动化肥产业面临的风险及建议，内容翔实，数据准确，观点深刻。您若想对化肥产业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

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。

目 录

第一章2012年国际美容市场运行动态分析 1

第一节2012年国际美容市场现状综述 1

一、世界各地不同特色的SPA 1

二、世界香料香精市场分析 3

三、金融危机对全球美容业的影响 14

第二节 2012年国际整形美容市场透析 15

一、国际整形美容技术水平 15

二、整形美容市场规模及需求分析 16

三、整形美容重点国家运行分析 18

第三节 2012年国外化妆品市场运行分析 19

一、全球有机化妆品销售分析 19

二、化妆品店动态分析 20

三、泰国男性化妆品市场增长 22

四、全球化妆品需求分析 23

第四节 2013-2018年国际美容市场新趋势探析 27

一、国际美容化妆品业科技发展趋势 27

二、亚洲整形美容发展趋势 29

三、全球减肥市场预测 30

第二章 2012年中国美容整体运行态势分析 1

第一节 2012年中国美容行业概况 1

一、美容行业发展基本特征 1

二、美容产业链 3

三、美容机构主要业态 3

第二节 2012年中国美容行业综述 6

一、美容机构发展分析 6

二、美容业新经济增长点分析 7

三、中国药妆市场走向分析 9

四、金融危机对美容业的影响 11

第三节 2012年中国美容行业热点问题探讨 12

一、中国美容业发展潜在的问题 12

二、美容行业专业线品牌发展问题 13

三、美容业发展要建设品牌文化 14

四、促进美容行业发展的建议 17

第三章 2012年中国美容产业运行环境解析 19

第一节 国内宏观经济环境分析 19

一、GDP历史变动轨迹分析 19

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 26

三、2013年中国经济发展预测分析 29

第二节 2012年中国美容产业政策环境分析 30

一、标准规范在行业中的缺失 30

二、标准出台规范行业 31

三、相关政策法规 32

第四章 2012年中国整形美容产业整体运行态势分析 37

第一节 2012年中国整形美容行业总体概述 37

一、浅析中国整形美容业的兴起 37

二、国内整形美容行业的发展规模 38

三、解析医疗美容产业的可持续发展 38

第二节 2012年中国整形美容市场动态分析 39

一、解析国内整容市场的利润来源 39

二、国内老少整形市场日渐活跃 40

三、中国整形美容消费群体分析 43

第三节 2012年中国整形美容行业面临的挑战 46

一、阻碍整形美容业发展的瓶颈 46

二、国内整形美容行业亟需整顿 50

| | |
|---------------------------|----|
| 三、整形美容机构中的六大骗局分析 | 51 |
| 四、解析整容美容行业面临的风险 | 54 |
| 第四节 2012年中国整形美容行业发展的措施与建议 | 54 |
| 一、中国整形美容业的发展规划 | 54 |
| 二、发展国内整形美容行业的措施 | 55 |
| 三、发展整形美容行业的其他建议 | 57 |
| 四、医学美容产业需自修门户促进发展 | 58 |
| 第五章 2012年中国美发市场深度剖析 | 60 |
| 第一节 2012年中国美容美发行业综述 | 60 |
| 一、美发业发展潮流 | 60 |
| 二、美容美发产业增值分析 | 63 |
| 第二节 2012年中国美容美发运行综述 | 64 |
| 一、美容美发业基本数据分析 | 64 |
| 二、美容美发服务业经营分析 | 64 |
| 三、行业存在的问题分析 | 67 |
| 第三节 2012年中国美容美发服务业的连锁经营概况 | 68 |
| 一、美容美发业连锁经营的类型和区别 | 68 |
| 二、美容美发服务业采用特许连锁经营模式的现状 | 70 |
| 三、适应美容美发服务业现状的最佳方式 | 71 |
| 四、直营连锁在美容美发服务业发展中存在的问题 | 72 |
| 五、做好美容美发服务业直营连锁的关键因素 | 73 |
| 第四节 2012年中国美发关联产业发展分析 | 74 |
| 一、美容美发产业链发展情况 | 74 |
| 二、美容美发用品发展前景 | 75 |
| 三、美发产品终端连锁发展趋势 | 75 |
| 第六章 2012年中国美容化妆品市场销售形态势分析 | 80 |
| 第一节 2012年中国美容化妆品综述 | 80 |
| 一、国内化妆品市场结构分析 | 80 |
| 二、化妆品网购市场 | 80 |
| 三、天然化妆品市场销售形势分析 | 82 |
| 四、化妆品制造业指标监测 | 83 |
| 第二节 2012年中国化妆品市场消费分析 | 84 |

| | |
|--------------------------|-----|
| 一、化妆品市场消费者的构成 | 84 |
| 二、化妆品市场消费的特点 | 84 |
| 三、化妆品市场居民消费的构成 | 85 |
| 四、美容化妆品市场的消费状况调查 | 87 |
| 五、女性购买化妆品的心理因素研究 | 94 |
| 第七章 2012年中国美容美发业区域市场运行分析 | 97 |
| 第一节 长三角区域市场情况分析 | 97 |
| 一、上海 | 97 |
| 二、南京 | 98 |
| 三、绍兴 | 100 |
| 四、宁波 | 101 |
| 第二节 珠三角区域市场情况分析 | 102 |
| 一、广州 | 102 |
| 二、珠海 | 103 |
| 三、深圳 | 105 |
| 第三节 环渤海区域市场情况分析 | 106 |
| 一、北京 | 106 |
| 二、天津 | 108 |
| 第四节 其他省市发展情况分析 | 109 |
| 一、武汉 | 109 |
| 二、重庆 | 111 |
| 三、成都 | 112 |
| 四、西安 | 113 |
| 五、乌鲁木齐 | 114 |
| 六、佳木斯 | 115 |
| 第八章 2012年全国美容美发业竞争新格局透析 | 117 |
| 第一节 2012年全国美容美发业竞争总况 | 117 |
| 一、美容美发业竞争几近白热化 | 117 |
| 二、美容美发业竞争升级 | 117 |
| 第二节 2012年全国美容美发业集中度分析 | 118 |
| 一、市场集中度分析 | 118 |
| 二、区域集中度分析 | 118 |

第三节 2013-2018年全国美容美发业竞争策略分析 118

第九章 2012年全国美容美发领先企业竞争力分析 120

第一节 深圳市首脑美容美发艺术有限公司 120

一、公司概况 120

二、企业运行动态分析 121

第二节 北京艺人美场集团公司 121

一、公司概况 121

二、公司产业链分析 122

第三节 创意名美发美容连锁机构 122

一、机构概况 122

二、机构文化 123

第四节 八佰伴美发美容连锁机构 123

一、机构概况 123

二、机构发型趋势 123

第五节 上海永琪美容美发连锁经营机构 124

一、机构概况 124

二、机构动态 124

第六节 椰岛YESIDO美发美容机构 125

一、机构概况 125

二、机构动态 125

第十章 2012年中国美容美发业营销及策略分析 126

第一节 美容美发店促销分析 126

一、促销的设计 126

二、促销的筹备 128

三、促销的教育 128

四、促销的实施 129

五、促销的监督 130

六、促销的评估 130

七、促销技巧检讨 130

第二节 美容美发店的营销战略 130

一、战略定位 130

二、战略模型 131

| | |
|-------------------------------|-----|
| 三、战略目标 | 131 |
| 四、针对广告主的营销推广策略 | 132 |
| 五、针对美容美发厅的营销推广策略 | 134 |
| 六、运营模型 | 134 |
| 七、运作方式 | 137 |
| 第三节 “美容美发厅传媒系统”的多元盈利模型 | 139 |
| 一、广告销售盈利模型 | 139 |
| 二、影视广告制作盈利模型 | 139 |
| 三、产品开发销售盈利模型 | 140 |
| 四、产品代理直销盈利模型 | 141 |
| 五、网站运营盈利模型 | 142 |
| 六、公关活动盈利模型 | 143 |
| 七、电信增值盈利模型 | 144 |
| 八、媒体整合赢利模式 | 144 |
| 九、俱乐部赢利模型 | 145 |
| 第四节 美发连锁业的经营策略 | 145 |
| 一、短期策略 | 145 |
| 二、中期策略 | 146 |
| 三、长期策略 | 147 |
| 第十一章 2013-2018年中国美容美发行业发展预测分析 | 148 |
| 第一节 2013-2018年中国美容市场发展趋势分析 | 148 |
| 一、中国美容市场增长预测 | 148 |
| 二、美容化妆品技术革新趋势预测 | 149 |
| 三、美容市场发展趋势 | 152 |
| 第二节 2013-2018年中国美容业发展趋势分析 | 153 |
| 一、中国美容业收入预测 | 153 |
| 二、2013-2018年美容业发展趋势 | 153 |
| 三、2013-2018年中国美容消费热点流行趋势 | 155 |
| 第三节 2013-2018年中国美容美发业发展前景分析 | 156 |
| 一、2013-2018年美容美发市场细分预测 | 156 |
| 二、2013-2018年进一步规范美容美发市场 | 156 |
| 三、2013-2018年美容美发业对高级人才需求预测 | 156 |

| | |
|-----------------------------|-----|
| 四、2013-2018年美容美发教育前景展望 | 157 |
| 第四节 2013-2018年中国美容美发业展望 | 158 |
| 一、美发流行新趋势 | 158 |
| 二、2013-2018年美容美发行业未发展趋势 | 158 |
| 第十二章 2013-2018年中国美容美发行业投资方向 | 161 |
| 第一节 美容美发行业的法律风险与防范 | 161 |
| 一、美容美发行业法律风险的具体体现 | 161 |
| 二、美容美发店收益情况 | 161 |
| 三、化解风险的措施 | 163 |
| 第二节 2013-2018年中国美容美发行业的商机分析 | 164 |
| 一、自主开厂 | 164 |
| 二、代理商 | 164 |
| 三、培训机构 | 165 |
| 四、专业教育 | 165 |
| 五、咨询服务 | 165 |
| 六、连锁发廊/美容院 | 165 |
| 七、零售店 | 165 |
| 八、OEM专业生产 | 166 |
| 九、包装设计 | 166 |
| 十、技术研发 | 166 |
| 十一、包材供应商 | 166 |
| 十二、原料供应商 | 167 |
| 十三、国外企业注册代理 | 167 |
| 十四、知识产权 | 167 |
| 十五、报刊媒体 | 167 |
| 十六、质量认证市场 | 167 |
| 第三节 2013-2018年中国美容美发业投资方向 | 168 |
| 一、美容美发市场投资情况 | 168 |
| 二、美容美发投资机会 | 168 |
| 三、投资美容美发连锁加盟情况 | 169 |
| 四、另类美容院的投資发展情况 | 170 |
| 五、投资特色盈利美容院的方向 | 172 |

六、投资美容院的经营新模式 175

七、中国美发产业机遇与挑战共存 177

八、养发馆是正在兴起的新商机 179

通过《2013-2018年中国美容美发市场监测与投资前景分析报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业的发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R13/R1304/201308/01-139977.html>