2020-2026年中国美容行业研究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

《2020-2026年中国美容行业研究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/R12/R1201/202008/28-362396.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

美容一词可以从两个角度来理解。首选是“容”这个字，其次是“美”。“容”包括脸、仪态、和修饰三层意思。 “美”则具有形容词和动词的两层含义。形容词表明的是美容的结果和目的是美丽的好看的；动词则表明的是美容的过程，即美化和改变的意思。 因此简单的讲美容是一种改变原有的不良行为和疾病（面部），使之成为文明的、高素质的、具有可以被人接受的外观形象有活动和过程，或为达到此目的而使用的产品和方法。

中国产业研究报告网发布的《2020-2026年中国美容行业研究与投资前景分析报告》共十五章。首先介绍了美容行业市场发展环境、美容整体运行态势等，接着分析了美容行业市场运行的现状，然后介绍了美容市场竞争格局。随后，报告对美容做了重点企业经营状况分析，最后分析了美容行业发展趋势与投资预测。您若想对美容产业有个系统的了解或者想投资美容行业，本报告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。

报告目录：

第.一章　2016-2019年国际美容市场分析
1.1　国际美容市场的发展
1.1.1　不同地区的发展特点
1.1.2　市场规模状况
1.1.3　行业布局分析
1.1.4　行业销售格局
1.1.5　高科技的应用状况
1.2　美国
1.2.1　美国美容业的发展概况
1.2.2　美国整形美容市场的发展
1.2.3　美国医疗美容市场状况
1.3　日本
1.3.1　日本美容产业的发展简史
1.3.2　日本规范美容市场的经营

1.3.3　日本男士美容市场的发展
1.3.4　日本美容家电市场态势
1.3.5　日本美容新潮流
1.4　韩国
1.4.1　韩国美容市场的发展
1.4.2　韩国整形医院概况
1.4.3　韩国整形美容市场的发展
1.4.4　韩国已成为亚洲整形美容的中心
1.4.5　韩国牙贴面技术引领牙齿美容潮流
1.4.6　韩国美容负面影响不可小觑
1.5　英国
1.5.1　英国流行手部整形美容术
1.5.2　英国男士美容市场分析
1.5.3　英国整形美容市场的发展
1.6　其他国家
1.6.1　新加坡美容市场分析
1.6.2　俄罗斯美容市场发展状况
1.6.3　印度美容市场发展态势
1.6.4　巴西整形美容业

第二章　2016-2019年中国美容行业分析
2.1　2016-2019年中国美容行业发展环境分析
2.1.1　经济全球化促进我国美容业快速发展
2.1.2　国内美容行业发展外部环境分析
2.1.3　中国美容行业管理体系状况
2.1.4　中国美容行业发展被社会忽视
2.1.5　中国美容经济孕育并发展壮大
2.1.6　中国美容产业面临新的发展环境
2.2　中国美容行业发展总体分析
2.2.1　行业发展态势
2.2.2　行业发展特征
2.2.3　行业规模状况

2.2.4　行业效益分析
2.2.5　行业利润现状
2.2.6　行业终端运作模式
2.3　2016-2019年中国美容行业分析
2.3.1　中国美容行业大事盘点
2.3.2　美容业试水O2O商业模式
2.3.3　美容行业发展焦点
2.4　2016-2019年部分地区美容行业的发展
2.4.1　深圳市
2.4.2　西安市
2.4.3　云南省
2.4.4　南通市
2.4.5　济南市
2.4.6　长沙市
2.5　2016-2019年中医美容行业分析
2.5.1　发展优势
2.5.2　发展特点
2.5.3　国际市场状况
2.5.4　发展战略解析
2.5.5　发展前景分析
2.5.6　行业发展趋势
2.6　美容行业存在的问题
2.6.1　我国美容行业发展存在的问题
2.6.2　国内美容市场发展面临的挑战
2.6.3　制约我国美容业快速发展的瓶颈
2.6.4　中国美容行业缺乏高层次人才
2.7　美容行业发展建议及对策
2.7.1　我国美容行业发展的建议
2.7.2　促进中国美容业健康发展的对策
2.7.3　美容业发展需要建设品牌文化
2.7.4　发展美容经济的四个关键点
2.7.5　加强美容业税收征管的几点建议

第三章　2016-2019年中国美容市场分析
3.1　中国美容市场现状
3.1.1　我国美容市场理念分析
3.1.2　中国美容市场发展的新特征
3.1.3　中国美容电子商务市场的发展
3.1.4　美容市场竞争加剧国内品牌缺失高端
3.1.5　浅析美容市场中的法治化管理
3.2　中国美容消费市场分析
3.2.1　中国美容市场消费规模
3.2.2　中国美容消费群体及方式
3.2.3　中国美容消费群体的市场要求
3.2.4　我国美容消费市场发展动向
3.2.5　国内美容顾客的消费心理
3.3　2016-2019年美容市场消费群体发展状况
3.3.1　女性美容的消费群体分析
3.3.2　老年美容消费市场走俏
3.3.3　90后成为美容市场消费主力军
3.4　美容市场存在的问题与对策
3.4.1　国内美容市场发展存在的问题
3.4.2　美容消费存在六大问题
3.4.3　我国美容市场需规范和扶持
3.4.4　中国美容市场发展的对策分析

第四章　2016-2019年整形美容行业发展分析
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　整形美容行业的特性分析
4.1.3　医学美容与生活美容的界定
4.1.4　中国现代医学美容的起源与发展
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　整形美容产品项目形式
4.3　国际整形美容行业的发展
4.3.1　市场发展特点
4.3.2　市场发展规模
4.3.3　市场消费结构分析
4.4　中国整形美容业发展综合分析
4.4.1　产业区域布局
4.4.2　行业现状概述
4.4.3　对外交流状况
4.4.4　推广模式分析
4.4.5　未来发展趋向解析
4.5　2016-2019年中国整形美容行业分析
4.5.1　整形美容行业发展规模
4.5.2　整形美容行业发展特征
4.5.3　整形美容掀起投资热潮
4.6　整形美容市场消费者分析
4.6.1　消费群体类型
4.6.2　消费者特征分析
4.6.3　消费者行为变化分析
4.7　整形美容市场存在的问题
4.7.1　阻碍整形美容业发展的瓶颈
4.7.2　中国整形美容品牌存在的弊病
4.7.3　制约中国整形美容业健康发展的因素
4.7.4　我国整形美容行业需要进行规范
4.8　整形美容行业发展的对策分析
4.8.1　我国整形美容行业发展的建议
4.8.2　中国整形美容行业的品牌培养对策
4.8.3　中国整形美容业的发展规划
4.8.4　探寻我国整形美容行业的发展模式
4.8.5　促进我国整形美容业发展的策略分析

第五章　2016-2019年男士美容市场分析
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　男士美容市场发展概况
5.1.3　男士美容市场消费特点
5.1.4　男士美容SPA市场分析
5.1.5　男士美容市场的发展
5.1.6　男士美容消费者分析
5.2　2016-2019年男士整形市场分析
5.2.1　市场增长情况
5.2.2　整形人群
5.2.3　热门整形项目
5.2.4　整形心理
5.3　男士美容化妆品市场发展分析
5.3.1　销售规模
5.3.2　竞争格局
5.3.3　集中度分析
5.3.4　消费行为
5.3.5　男士美容化妆品前景看好
5.3.6　男士美容市场发展空间广阔
5.4　男士美容市场存在的问题与对策
5.4.1　男士专业美容市场的软肋
5.4.2　男士美容市场存在的风险因素
5.4.3　男士美容经营策略探析

第六章　2016-2019年减肥、美发、美甲相关产品市场分析
6.1　2016-2019年减肥美体市场分析
6.1.1　国际减肥市场发展现状
6.1.2　我国减肥市场发展现状
6.1.3　中国减肥产品市场的发展特点
6.1.4　国内减肥市场消费者分析
6.1.5　北上两地减肥消费市场状况

6.1.6　行业新进入者
6.1.7　行业政策动态
6.2　2016-2019年美发用品市场分析
6.2.1　中国美发市场发展现状
6.2.2　中国美发市场格局状况
6.2.3　中国洗发水市场品牌阵营分析
6.2.4　中国洗发水市场销售现状分析
6.2.5　本土品牌发力防脱洗发市场
6.2.6　外资品牌在国内洗发水市场的发展
6.2.7　我国美发家电发展态势良好
6.2.8　国内美发市场存在的四大问题
6.3　2016-2019年美甲市场现状分析
6.3.1　我国美甲市场发展现状分析
6.3.2　国内美甲市场竞争态势
6.3.3　国内高端美甲市场分析
6.3.4　中国美甲市场面临价格问题
6.3.5　美甲行业发展趋势分析

第七章　2016-2019年美容所属行业产品进出口数据分析
7.1　2016-2019年中国唇用化妆品进出口数据分析
7.1.1　2016-2019年中国唇用化妆品进出口总量数据分析
7.1.2　2016-2019年主要贸易国唇用化妆品进出口情况分析
7.1.3　2016-2019年主要省市唇用化妆品进出口情况分析
7.2　2016-2019年中国眼用化妆品进出口数据分析
7.2.1　2016-2019年中国眼用化妆品进出口总量数据分析
7.2.2　2016-2019年主要贸易国眼用化妆品进出口情况分析
7.2.3　2016-2019年主要省市眼用化妆品进出口情况分析
7.3　2016-2019年中国指（趾）甲化妆品进出口数据分析
7.3.1　2016-2019年中国指（趾）甲化妆品进出口总量数据分析
7.3.2　2016-2019年主要贸易国指（趾）甲化妆品进出口情况分析
7.3.3　2016-2019年主要省市指（趾）甲化妆品进出口情况分析
7.4　2016-2019年中国香粉（不论是否压紧）进出口数据分析

7.4.1　2016-2019年中国香粉（不论是否压紧）进出口总量数据分析
7.4.2　2016-2019年主要贸易国香粉（不论是否压紧）进出口情况分析
7.4.3　2016-2019年主要省市香粉（不论是否压紧）进出口情况分析
7.5　2016-2019年中国护发品进出口数据分析
7.5.1　2016-2019年中国洗发剂（香波）进出口总量数据分析
7.5.2　2016-2019年主要贸易国洗发剂（香波）进出口情况分析
7.5.3　2016-2019年主要省市洗发剂（香波）进出口情况分析

第八章　2016-2019年中国美容院经营分析
8.1　2016-2019年中国美容院经营总体概况
8.1.1　政策分析
8.1.2　管理分析
8.1.3　经营状况
8.1.4　经营模式
8.1.5　品牌经营分析
8.1.6　销售状况
8.2　中国美容院发展中问题
8.2.1　美容院在经营中面临的困难
8.2.2　美容院家族式管理存在的弊端
8.2.3　美容院经营需注意的六个方面
8.2.4　浅析美容院营销的五大问题
8.2.5　美容院管理经营中的其他问题
8.3　美容院经营管理策略
8.3.1　美容院经营项目的选择原则
8.3.2　成功经营美容院的基本要素
8.3.3　促销提升美容院竞争力
8.3.4　美容院促销员的重要性剖析
8.3.5　美容院经营的黄金法则
8.3.6　借鉴医院服务经营美容院
8.3.7　我国中小美容院的营销对策分析
8.3.8　美容院高效拓客模式解析

第九章　2016-2019年美容业营销分析
9.1　美容行业营销模式解析
9.1.1　中国美容行业营销模式剖析
9.1.2　浅析减肥市场的主要营销模式
9.1.3　浅析美发零售市场经营模式变革
9.1.4　美容产业其他营销模式简析
9.2　2016-2019年中国整形美容业的营销分析
9.2.1　中国整形美容行业的网络推广模式
9.2.2　整形美容行业的会议营销分析
9.2.3　我国整形美容机构经营模式
9.3　2016-2019年美容市场专业线市场分析
9.3.1　美容专业线市场发展概况
9.3.2　专业线美容企业的“渠道扁平化”浅析
9.3.3　专业线美容市场发展环境面临的问题
9.3.4　美容专业线市场遭遇的困惑
9.3.5　美容专业线市场发展策略分析
9.3.6　美容专业线品牌经营的定位策略
9.4　美容院服务营销分析
9.4.1　美容院服务营销现状
9.4.2　美容院服务营销存在的问题
9.4.3　提升美容院服务营销工作的对策
9.4.4　美容院微信营销策略分析
9.5　中国美容业营销面临的问题
9.5.1　中国美容院营销存在的主要问题
9.5.2　美容院营销定位上面临的问题
9.5.3　国内美容行业营销策划的困惑
9.6　美容业营销策略与方法分析
9.6.1　中小型美容企业营销的聚焦化战略
9.6.2　美容业连锁经营主要营销策略
9.6.3　浅析美容行业的加减法营销
9.6.4　服务营销是美容院不断发展的关键

第十章　2016-2019年连锁经营与美容业的发展分析
10.1　连锁经营的相关介绍
10.1.1　连锁经营发展的条件
10.1.2　实行连锁经营的条件
10.1.3　连锁经营的经营形态
10.1.4　国内连锁经营发展态势
10.2　2016-2019年美容行业连锁经营总体分析
10.2.1　美容业连锁经营发展益处
10.2.2　美容业连锁经营的必然性
10.2.3　美容业连锁经营发展现状
10.2.4　乡镇美容连锁的发展需求
10.2.5　美容业连锁经营困境剖析
10.2.6　美容业连锁店经营出现的问题
10.3　中国美容业连锁经营发展的策略
10.3.1　重新构建真正的美容业连锁经营
10.3.2　管理是美容加盟连锁体系的制胜法宝
10.3.3　国内美容业连锁新模式的剖析
10.3.4　连锁美容院会员制发展的最佳方案
10.3.5　美容连锁企业品牌形象定位的策略
10.3.6　国内美容企业连锁经营策略抉择分析

第十一章　2016-2019年美容业培训市场分析
11.1　2016-2019年美容业人才现状与职业培训
11.1.1　人才培养状况
11.1.2　人才供给缺口
11.1.3　人才需求特征
11.1.4　人才供需矛盾
11.2　2016-2019年美容教育发展分析
11.2.1　美容教育基本本质探讨
11.2.2　美容教育事业发展综述
11.2.3　美容教育事业发展现状
11.2.4　美容职业教育标准出炉

11.2.5　美容教育行业问题分析
11.2.6　美容教育产业发展思路
11.3　2016-2019年美容在线教育发展分析
11.3.1　网络远程教育基本特点
11.3.2　美容教育呼唤网络化
11.3.3　美容行业在线教育实践
11.3.4　美容在线教育案例分析
11.3.5　美容在线教育发展思考
11.4　中国美容培训市场发展的问题及对策
11.4.1　美容培训市场遭遇窘境
11.4.2　美容市场呼唤专业技师
11.4.3　美容职业培训其他问题
11.4.4　美容招商培训的问题与对策
11.4.5　美容美发企业人才维稳路径

第十二章　2016-2019年直销与美容业的发展
12.1　2016-2019年中国直销业发展分析
12.1.1　直销的定义
12.1.2　直销与传销的区别
12.1.3　直销业市场规模分析
12.1.4　直销产品分销渠道
12.1.5　直销模式的优势分析
12.1.6　中国直销业的发展前景分析
12.2　中国直销法及对美容业的影响分析
12.2.1　中国直销立法的进程
12.2.2　直销法核心条例解析
12.2.3　直销法对美容院的影响
12.2.4　转型商业特许模式
12.2.5　直销法为美容业带来新变化
12.3　直销模式与美容业的发展
12.3.1　美容业重点直销企业
12.3.2　高额利润催生美容直销热

12.3.3　美容业导入的直销模式
12.3.4　直销模式在后美容消费时代前途可期
12.3.5　直销成美容保健品市场主要手段

第十三章　2016-2019年美容行业政策环境分析
13.1　美容行业标准规范缺失
13.1.1　美容行业标准缺失
13.1.2　美容产业再教育需要标准
13.1.3　医学美容期待行业标准
13.1.4　美容美发业政策法规亟需完善
13.1.5　医疗美容行业技术准入标准待完善
13.2　行业相关政策动态
13.2.1　其他国家最新政策
13.2.2　行业标准条例
13.2.3　行业监管政策
13.2.4　化妆品成品管理
13.3　美容行业地方性相关政策
13.3.1　江苏省
13.3.2　辽宁省
13.3.3　吉林省
13.3.4　广东省
13.4　其他相关政策法规
13.4.1　美容美发业管理暂行办法
13.4.2　美发美容业开业的专业条件和技术要求
13.4.3　医疗美容服务管理办法
13.4.4　初级美容师国家职业标准
13.4.5　高级美容技师国家职业标准
13.4.6　政府对美甲经营店铺及从业人员的基本要求
13.4.7　美容医疗机构、医疗美容科（室）基本标准（2012年版）

第十四章　2016-2019年美容行业投融资分析
14.1　美容行业融资方式分析

14.1.1　传统资金来源
14.1.2　自筹资金
14.1.3　员工持股
14.1.4　顾客红股
14.1.5　预售筹资
14.2　美容行业投资现状与投资机会
14.2.1　医学美容行业投资现状
14.2.2　美容美发行业投资机会
14.2.3　美容市场投资热点分析
14.2.4　美容O2O投资商机分析
14.2.5　减肥连锁产业投资前景
14.2.6　抗衰老美容市场投资前景
14.3　男士美容市场投资分析
14.3.1　市场投资机会分析
14.3.2　市场投资风险及规避策略
14.3.3　市场投资经营理念
14.3.4　投资经营管理方法
14.4　美容行业投资风险与投资策略
14.4.1　美容行业投资需防暗槛
14.4.2　美容化妆品店投资风险
14.4.3　美容行业投资策略分析
14.4.4　中小投资者的投资策略
14.4.5　投资减肥美体店的建议

第十五章　咨询对美容业发展前景与趋势预测分析
15.1　国际美容市场发展趋势
15.1.1　国际美容行业发展方向
15.1.2　国际美容市场趋势预测
15.1.3　国际美容市场发展走势
15.1.4　生物医学美容业大有可为
15.1.5　美容医械市场规模预测
15.2　中国美容业发展趋势及预测

15.2.1　行业发展前景展望
15.2.2　市场增长潜力分析
15.2.3　未来发展模式剖析
15.2.4　未来发展趋势分析
15.3　咨询对2020-2026年中国美容行业预测分析
15.3.1　影响中国美容行业发展的因素分析
15.3.2　咨询对2020-2026年中国美容产业工业总产值预测
15.3.3　咨询对2020-2026年中国美容行业营业收入预测
15.4　中国整形美容发展前景与趋势
15.4.1　市场发展潜力分析
15.4.2　行业发展机遇分析
15.4.3　行业发展趋势预测
15.4.4　未来行业发展重点

部分图表目录

图表：国际主要美容品企业在亚洲的增速
图表：2019年度美容行业100强直销企业排名榜
图表：2019年美国微创美容前七位
图表：2019年美国美容外科手术前七位
图表：美国医疗美容仪器行业市场规模情况
图表：全球主要国家和地区人均整形手术量排名
图表：2016-2019年外国赴韩整形人数增长情况
图表：2016-2019年全国美发美容行业经营情况总表
图表：我国美发美容行业效益情况
图表：我国美发美容行业活动单位年平均营业额情况
图表：美容消费支出占全年收入统计
图表：我国美容主要消费群体年龄分布
图表：我国美容主要消费群体的职业分布
图表：我国美容消费群体的主要消费方式
图表：医学美容与生活美容对比分析
图表：2019年全球整形美容消费概况
图表：2019年全球整形美容手术类别占比

图表：2019年全球整形美容非手术类占比
图表：2019年全球整形美容性别比例
图表：2019年各国整形外科医师数量排行
图表：2008-2019年中国医疗美容机构收入统计
图表：2019年消费者对整形手术结果的不同认知
图表：2019年影响消费者选择整形手术的因素
图表：2019年消费者选择整形美容的地域和机构倾向
图表：2019年影响消费者选择整形机构的因素权重
图表：男士护肤品销售额增速
图表：男士护肤品市场集中度
图表：2019年男性护肤品消费者基本属性
图表：2019年男性护肤品消费者关注的媒体广告信息
图表：2019年男性护肤品消费者印象较好的媒体
图表：2019年男性护肤品消费者对新媒体的偏好情况
图表：2019年国内外男性护肤品消费者对生活形态语句的认同度指数
图表：不同年龄段使用美容品男性的比率
更多图表见正文……

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R12/R1201/202008/28-362396.html