

2009年中国美容美发行业市场分 析及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2009年中国美容美发行业市场分析及投资前景预测报告》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.cction.com/report/200902/11403.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

第一章 2008年中国美容行业市场运行环境分析

一、2008年中国经济发展环境分析

- (一) 2008年中国宏观经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

二、2008年中国美容行业政策环境分析

- (一) 《美发美容业国家级评委管理办法》
- (二) 《美发美容业开业的专业条件和技术要求》
- (三) 《美容美发业管理暂行办法》

三、2008年中国美容行业社会环境分析

- (一) 居民消费
- (二) 消费观念

第二章 美容的相关概述

一、美容浅谈

二、美容美学的本质

三、美容化妆品市场上主要有两大类产品

- (一) 化工类产品
- (二) 生物类产品

四、美容市场目标消费人群

- (一) 快毕业的大学生
- (二) 全职太太
- (三) 白领、金领

第三章 2008年国际美容行业市场发展概况

一、2008年国际美容市场现状分析

- (一) 全球各地美容院发展状况分析
- (二) 全球各地不同特色的SPA
- (三) 全球男性美容市场的增长迅速
- (四) 澳洲减肥人数增多整容行业兴旺

二、美国

(一) 2008年美国男子美容消费呈上升态势

(二) 浅析美国孕育新兴整形行业

(三) 整容风潮席卷美国市场

(四) 美国男士整容之势渐起

三、日本

(一) 日本美容产业的发展简史

(二) 2008年“药妆”美容风靡日本市场

(三) 简析日本女性整容的缘由

四、韩国

(一) 2008年韩国美容整形行业总体分析

(二) 浅析韩国美容负面影响不可小觑

(三) 2008年韩国医疗致力一切海外市场

第四章 2008年中国美容行业发展现状综述

一、2008年中国美容行业发展概况

(一) 中国美容行业发展历程

(二) 2008年中国美容产业链分析

(三) 2008年中国美容机构动态分析

二、2008年中国美容业的4大特点分析

(一) 市场需求大

(二) 从业人员结构复杂

(三) 实验性比较强

(四) 产业结构水平比较低

三、2008年中国美容行业影响因素分析

(一) 影响美容产业快速发展的瓶颈分析

(二) 我国美容行业步入知本经济时代

四、2008年中国美容行业存在的问题

(一) 中国美容市场洗牌之前的危机

(二) 美容业的资源泛滥与浪费

(三) 美容业陷入诚信危机

(四) 美容行业专业线品牌领袖匮乏

四、2008年中国美容行业发展建议及对策

- (一) 美容业发展要建设品牌文化
- (二) 美容业投资需谨慎
- (三) 促进美容行业发展的建议

第五章 2008年中国美容行业细分市场运营态势探究

一、2008年中国整形美容市场分析

- (一) 整形美容市场发展现状
- (二) 整形美容产品分析
- (三) 整形美容的消费者分析
- (四) 整形美容市场发展存在的问题分析
 - (一) 整形美容市场竞争状况分析
 - (二) 整容市场呼唤理性竞争
- (五) 2008-2010年整形美容发展趋势

二、2008年是中国减肥、美发、美甲市场分析

- (一) 减肥美体市场分析
- (二) 美发市场分析
- (三) 美甲市场现状分析

三、2008年中国男士美容市场分析

- (一) 男士美容市场分析
- (二) 男士整形消费生力军
- (三) 把握男士美容市场商机

第六章 2008年中国美容业营销分析

一、美容业营销现状分析

- (一) 美容业流行营销模式分析
- (二) 美容业营销方式在困境中思变
- (三) 2008年“中国元素”将主导化妆品营销格局

二、美容市场专业线市场分析

- (一) 专业线美容企业的“渠道扁平化”探讨
- (二) 专业线美容市场分析
- (三) 专业线美容企业品牌建设分析

三、中国美容产业发展突破之道

- (一) 连锁经营品牌化生存
- (二) 代理商提供增值服务培育核心竞争力
- (三) 美容院优化产品组合策略

四、美容企业淡季营销的策略

- (一) 劈分市场与有的放矢
- (二) 聚焦大户与政策倾斜
- (三) 终端补货与培训先行
- (四) 活动推广与刺激消费
- (五) 推陈出新与吸引订货
- (六) 销售竞赛与推动走量

五、“美容美发厅传媒系统”的多元盈利模型

- (一) 广告销售盈利模型
- (二) 影视广告制作盈利模型
- (三) 产品开发销售盈利模型
- (四) 产品代理直销盈利模型
- (五) 网站运营盈利模型
- (六) 公关活动盈利模型
- (七) 电信增值盈利模型
- (八) 媒体整合赢利模式
- (九) 俱乐部赢利模型

第七章 2008年中国连锁经营与美容业的发展走势分析

一、美容连锁经营分析

- (一) 中国美容连锁加盟市场分析
- (二) 中国美容业加盟连锁发展的现状
- (三) 美容连锁企业的品牌文化与品牌管理

二、发展我国美容业的连锁经营的策略

- (一) 美容业连锁经营九大营销策略
- (二) 美容美发企业连锁经营成功四要素
- (三) 美容连锁企业品牌形象定位的策略
- (四) 美容院特许加盟连锁经营赢利模式

三、我国美容业的连锁经营发展趋势

- (一) 美容企业连锁经营成必然趋势
- (二) 美容业连锁经营的未来方向
- (三) 化妆品行业连锁经营的十大设想

第八章 2008年中国美容业培训市场探究

一、2008年中国美容业人才现状分析

- (一) 2008年中国美容人才供需状况
- (二) 美容美发业人才及热点专业分析
- (三) 美容业急需高端人才
- (四) 美容师发展现状分析

二、2008年中国美容教育发展现状分析

- (一) 中国美容教育本质的分析
- (二) 培育美容文化促进美容教育
- (三) 我国当代美容教育的新使命
- (四) 开拓我国的高等美容教育

三、中国美容学历教育的发展分析

- (一) 美容从业人才学历教育体制初步建成
- (二) 美容教学迈向学历教育
- (三) 我国美容行业教育应纳入学历教育体系

四、美容教育及人才发展趋势

- (一) 美容教育产业投资趋于多元化发展
- (二) 美容学历教育将快速发展
- (三) 2008美容业专业人才行情分析
- (四) 2008年美容美发人才市场预测

第九章 2009-2012年中国美容行业发展及投资前景分析

一、2009-2012年中国美容行业发展趋势

- (一) 特许经营加盟连锁将成经营主流
- (二) 具有专业化、特色化的美容机构也是趋势之一

二、2009-2012年中国美容化妆品时尚包装的未来趋势

- (一) 多层塑料复合技术
- (二) 真空包装

(三) 胶囊包装

(四) 绿色包装趋势

(五) 塑料瓶依旧占有重要地位

三、2009-2012年中国美容行业投资热点分析

(一) 形象、色彩设计成热潮

(二) 产后修复术是热点

(三) 美容保健用品的风靡

(四) 净颜祛斑大升级

(五) 面部修饰持续走俏

(六) 中医美容势不可挡

(七) 健康生活理念催生美容产业投资热

四、2009-2012年中国美容行业投资风险分析

图表目录 (部分) :

图表 : 2008年中国GDP增长情况

图表 : 2001-2008年中国工业增加值与发电量

图表 : 2005-2008年中国投资、消费、出口走势

图表 : 2001-2008年中国CPI、PPI走势

图表 : 2001-2008年中国进出口走势

图表 : 2001-2008年中国失业率走势

图表 : 2007-2008年中国货币供应量

图表 : 2008年1-9月份我国部分行业调整变化 (同比增长率%)

图表 : 2008年1-9月份我国周期性行业调整变化 (同比增长率%)

图表 : 2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长 (同比增长率%)

图表 : 近期公布的刺激经济的政策一览表

图表 : 提高出口退税率的商品清单

图表 : 略……

更多图表见报告正文

详细请访问 : <http://www.cction.com/report/200902/11403.html>