

2011-2015年中国个人形象 包装及设计服务业行业运营态势与投资战略咨询报告

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

《2011-2015年中国个人形象包装及设计服务业行业运营态势与投资战略咨询报告》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/201105/68217.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

个人整体形象咨询业是一个蓬勃发展的新兴行业，是西方发达国家在拥有了先进的色彩与形象理念和成熟的色彩应用技术的基础上发展起来的行业，风靡于欧美日韩等28个国家，进入中国仅有数年。不同的职业和肤色适合不同的色彩，大多数人对此无系统知识，因此，专业色彩咨询室具有广阔市场。色彩顾问主要职责就在于帮女人找到最适合自己的色彩。色彩咨询业在我国尚属新兴行业，在中国有着巨大的市场发展空间。开办一个色彩咨询室，已成了时尚又有钱景的新职业。由于是咨询行业，只要服务做到位，有了口碑，自然就会有稳定的客源。这行的利润点就是贵精不贵多。一个有限的固定群体，就足以支撑小店的正常发展色彩咨询是个新鲜的行业，而在欧美风靡数十年不衰。如今钱袋鼓起来的人们更愿意为美丽买单，这一行业未来发展前景广阔。

中国产业信息网发布的《2011-2015年中国个人形象包装及设计服务业行业运营态势与投资战略咨询报告》共十五章。首先介绍了个人形象包装及设计行业相关概述、中国个人形象包装及设计服务行业市场发展环境等，接着分析了中国个人形象包装行业运行的现状，然后介绍了中国服装行业运行动态、中国美容业运行等。随后，报告对中国个人形象包装行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国个人形象包装及设计服务业发展趋势与投资预测。您若想对个人形象包装及设计服务业有个系统的了解或者想投资个人形象包装及设计服务业，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。

第一章 个人形象包装及设计行业相关概述

第一节 个人形象包装及设计基础阐述

一、个人形象设计

二、色彩顾问工作室

三、个人整体形象咨询业

四、CMB

五、个人公关原则分析

六、个人形象顾问

第二节 个人形象设计要素分析

一、体型要素

- 二、发型要素
- 三、化妆要素
- 四、服装纺织款式要素
- 五、饰品及配件要素
- 六、个性要素
- 七、心理要素
- 八、文化修养要素

第三节 个人礼仪

- 一、个人礼仪内涵
- 二、仪表
- 三、举止
- 四、言谈

第二章 2010-2011年中国个人形象包装及设计服务行业市场发展环境分析

第一节 2010年中国宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2011年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2010-2011年中国个人形象包装及设计服务市场政策环境分析

- 一、形象设计规划控制管理规定
- 二、关于加快服务业发展和改革的意见
- 三、相关产业法律法规及影响

第三节 2010-2011年中国个人形象包装及设计服务市场社会环境分析

第三章 2010-2011年中国个人形象包装行业运行态势分析

第一节 2010-2011年中国个人形象包装行业运行总况

- 一、个人形象设计行业特点分析
- 二、个人形象设计室发展分析
- 三、个人形象设计行业问题分析
- 四、厦门个人形象设计行业发展状况
- 五、个人形象设计与美容行业竞争状况

第二节 2010-2011年我国色彩咨询业运行综述

- 一、色彩咨询室开办条件
- 二、色彩咨询业淡季经营分析

三、我国色彩咨询业发展机遇

四、色彩咨询业发展问题分析

五、温州色彩咨询业竞争状况

第三节 2010-2011年我国个人形象包装剖析

一、国际流行妆法

二、个人装扮风格

三、个人色彩形象设计分析

四、基本体型穿衣礼仪

第四章 2010-2011年中国个人形象设计人才新格局透析

第一节 2010-2011年中国个人形象设计人才现状分析

一、个人形象设计师现状

二、“形象设计”学士现状

三、高职高专“人物形象设计”专业就业情况分析

第二节 2010-2011年中国色彩咨询师现状分析

一、色彩咨询渐成时尚

二、形象设计职业分析

三、色彩咨询师现状分析

四、色彩咨询师收入分析

五、色彩顾问自身形象分析

第三节 2010-2011年中国形象设计陪购行业分析

一、色彩咨询师陪购收费分析

二、色彩咨询师陪购情况分析

三、沈阳形象设计陪购师现状

第五章 2010-2011年中国服装行业运行动态分析

第一节 2010-2011年中国服装业运行总况

一、中国服装行业发展的四大特点

二、中国服装行业发展日趋成熟

三、中国纺织服装业正面临拐点

四、中国服装产业主要经济指标运行分析

第二节 2010-2011年中国服装行业品牌分析

一、中国服装产业品牌建设分析

二、服装商业品牌成行业亮点

三、中国服装品牌兴起“外援”热

四、振兴规划提升服装产业自主品牌建设

五、剖析服装业品牌联盟突围战略

六、品牌资源经营将成为服装产业的第五种业态

第三节 2010-2011年中国女装行业发展分析

一、中国女装行业快速稳定发展

二、中国女装市场品牌发展状况

三、中国女装市场销售状况分析

四、中国女装行业面临发展机遇前景广阔

五、中高档中年女装消费市场分析

第四节 2010-2011年中国男装行业发展概况

一、经济低迷下国内男装消费趋向发生转变

二、经济逆势中闽派男装积极寻求突破

三、中国部分地区男装市场分析

1、岩城男装市场消费特征透析

2、外来品牌主导湖北男装市场

3、泉州男装产业独具优势

4、惠州男装产业的发展概况及近期规划

第五节 2010-2011年中国服装行业的新型营销方式分析

一、时尚服装品牌日渐青睐植入式营销模式

二、服装品牌纷纷瞄上“手机营销”

三、服装行业引进互联网人际营销模式

四、网络试衣间为服装产业提供营销新模式

第六节 2011-2015年中国服装业前景预测分析

第六章 2010-2011年中国美容业运行透析

第一节 2010-2011年中国美容行业综述

一、美容机构发展分析

二、美容业新经济增长点分析

三、中国药妆市场走向分析

四、金融危机对美容业的影响

五、美容业发展要建设品牌文化

第二节 2010-2011年中国美容消费市场分析

一、中国美容消费市场状况分析

二、中国美容消费群体的市场要求

三、国内美容顾客的消费心理

四、女性美容的消费群体分析

第三节 2010-2011年中国美容业细分领域运行动态分析

一、整形美容

二、减肥

三、美发

四、美甲

第四节 2010-2011年中国美容院发展概况

一、我国美容院的类型

二、美容院经营的关键

三、中国美容院经营方式分析

四、美容院新经营模式分析

第五节 2011-2015年中国美容业前景预测分析

第七章 2010-2011年中国化妆品业运行分析

第一节 2010-2011年中国化妆品业运行综述

一、中国化妆品行业的发展沿革

二、国内化妆品市场结构分析

三、2010-2011年中国化妆品市场渠道呈现新特征

四、2010-2011年化妆品网购市场

第二节 2010-2011年中国化妆品市场消费分析

一、化妆品市场消费者的构成

二、化妆品市场消费的特点

三、化妆品市场居民消费的构成

四、美容化妆品市场的消费状况调查

五、女性购买化妆品的心理因素研究

第三节 2010-2011年中国化妆品细分市场运行分析

一、护肤品

二、美白产品

三、祛斑产品

第四节 2011-2015年中国化妆品市场前景预测分析

第八章 2010-2011年中国饰品业运行走势分析

第一节 2010-2011年中国饰品行业现状分析

- 一、我国水晶产业发展迅猛已形成相当规模
- 二、中国饰品业的发展仍处于初级阶段
- 三、从浦江水晶扁珠加工从业者看水晶饰品产业发展

第二节 2010-2011年中国饰品行业动态分析

- 一、仿真首饰与水晶取得行业话语权
- 二、浦江水晶在危机中现生机
- 三、天隆水晶品牌康牌荣膺中国驰名商标
- 四、中国饰品品牌不断呼唤差异化

第三节 2010-2011年中国饰品市场消费情况分析

第四节 2011-2015年中国饰品行业发展趋势分析

- 一、水晶饰品流行趋势
- 二、女性配饰的时尚趋势

第九章 2010-2011年中国个人形象包装消费市场运行形势分析

第一节 2010-2011年中国个人形象包装消费人群分析

- 一、服务业人士
- 二、中级主管
- 三、高级主管及职业经理人
- 四、总经理及企业老板

第二节 2010-2011年中国个人形象包装消费市场动态分析

- 一、个人形象设计市场需求状况
- 二、色彩搭配消费潮流分析
- 三、色彩咨询市场动向分析
- 四、男士色彩与风格分析

第三节 2010-2011年中国个人色彩诊断探析

- 一、浪漫春季
- 二、清爽夏季
- 三、金色秋季
- 四、个性冬季

第四节 2010-2011年中国个人服装款式风格分析

- 一、戏剧型

- 二、浪漫型
- 三、古典型
- 四、前卫少年型
- 五、前卫型
- 六、优雅型
- 七、自然型
- 八、前卫少女型

第十章 2010-2011年中国大学生形象包装消费格局分析

第一节 2010-2011年中国大学生形象包装消费市场分析

- 一、大学生形象设计市场特点分析
- 二、大学生形象设计问题分析
- 三、形象设计对毕业生求职影响分析
- 四、大学生求职包装分析
- 五、大学毕业生求职形象包装调查

第二节 2010-2011年中国大学生形象包装市场需求分析

- 一、大学生整形美容需求分析
- 二、简历制作形象设计需求分析
- 三、大学生形象设计支出分析
- 四、大学生求职包装需求分析

第三节 2010-2011年中国大学生面试礼仪分析

- 一、面试着装礼仪
- 二、女生面试服装礼仪
- 三、面试握手礼仪
- 四、面试细节 礼仪
- 五、外企面试礼仪

第十一章 2010-2011年中国管理者形象包装消费市场分析

第一节 2010-2011年中国公关人员形象设计分析

- 一、公关人员个人形象分析
- 二、公务员面试礼仪分析
- 三、公务员面试着装礼仪
- 四、公务员礼仪影响分析
- 五、官员形象设计服务分析

第二节 2010-2011年中国管理者形象设计分析

- 一、管理者形象设计
- 二、管理者笑容形象设计
- 三、管理者同下属谈话语言形象设计
- 四、管理者日常生活说话形象设计
- 五、管理者主持会议语言形象设计
- 六、管理者作报告语言形象设计

第十二章 2010-2011年中国职业女性形象包装消费市场分析

第一节 2010-2011年中国职业女性形象设计概况

- 一、职业女性风格特色分类
- 二、职业女性实用化妆分析
- 三、职业女性形象设计分析
- 四、女性个人色彩诊断
- 五、女性形象设计市场分析

第二节 2010-2011年中国职业女性形象设计分析

- 一、职业女性衣着装饰分析
- 二、职业女性家庭礼仪
- 三、品位职业女性形象设计
- 四、职业女性形象设计
- 五、女性职业礼仪分析

第十三章 2010-2011年中国个人形象包装行业重要企业运行分析

第一节 北京西蔓色彩文化发展有限公司

- 一、企业概况
- 二、业务范围
- 三、企业动态分析

第二节 杭州文婷色彩形象设计有限公司

- 一、企业概况
- 二、业务范围
- 三、企业动态分析

第三节 杭州飞天色彩咨询公司

- 一、企业概况
- 二、业务范围

三、企业动态分析

第四节 NCS（中国）色彩中心

一、企业概况

二、业务范围

三、企业动态分析

第五节 伊欣悦色彩咨询公司

一、企业概况

二、业务范围

三、企业动态分析

第六节 其他色彩咨询公司

一、菲格迪娅公司

二、三叶草工作室

三、河北天彤素质教育培训有限公司

四、美形名仕国际色彩形象策划公司

五、蓝盟色彩服饰文化咨询有限公司

六、品位色彩形象设计咨询公司

七、金孔雀色彩文化咨询有限公司

八、女魔头形象设计公司

第十四章 2011-2015年中国个人形象包装市场趋势及策略分析

第一节 2011-2015年中国个人形象包装市场趋势

一、色彩顾问咨询业应用前景

二、个人形象设计行业发展前景

三、色彩咨询公司发展前景分析

四、我国色彩咨询市场趋势

第二节 2011-2015年中国个人形象包装行业发展战略

一、连锁经营战略

二、中小企业经营策略

三、品牌策略分析

第十五章 2011-2015年中国个人形象包装及设计服务业投资商机与风险分析

第一节 2010-2011年中国个人形象包装服务业投资概况

一、个人形象包装服务业投资特性

二、个人形象包装服务业投资环境分析

第二节 2011-2015年中国个人形象包装行业投资机会分析

第三节 2011-2015年中国个人形象包装行业投资风险分析

第四节 专家投资建议

图表目录：（部分）

图表：2005-2010年国内生产总值

图表：2005-2010年居民消费价格涨跌幅度

图表：2010年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2010年国家外汇储备

图表：2005-2010年财政收入

图表：2005-2010年全社会固定资产投资

图表：2010年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2010年固定资产投资新增主要生产能力

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201105/68217.html>