

2022-2028年中国美容市场 深度分析与投资潜力分析报告

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

《2022-2028年中国美容市场深度分析与投资潜力分析报告》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.cction.com/report/202110/241784.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

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。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国美容市场深度分析与投资潜力分析报告》共十五章。首先介绍了中国美容行业市场发展环境、美容整体运行态势等，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国美容行业，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。

报告目录：

第一部分美容行业分析

第一章国际美容行业分析

第一节国际美容市场现状

一、2019年国际美容市场分析

二、2019年美国美容市场分析

三、2019年日本美容市场分析

四、2019年英国美容市场分析

五、2019年韩国美容市场分析

第二节国际美容化妆品市场分析

一、英国化妆品市场发展状况

二、2019年俄罗斯美容化妆品市场分析

三、2019年德国美容化妆品市场分析

四、2019年法国美容化妆品市场分析

五、2019年拉丁美洲国家美容化妆品市场分析

六、2019年日本美容化妆品市场分析

七、意大利化妆品工业和市场情况调研

第三节国际整形美容市场概述

一、韩国整形美容市场分析

二、美国男性整容之风渐起

三、日本女性整容的理由

四、好莱坞整容成热潮

第四节国际美容市场发展趋势

一、国际美容业科技新动向

二、中草药美容化妆品全球受宠

三、未来最热门的整形美容术

四、2019年全球减肥市场预测

五、未来5年全球化妆品市场发展趋势

第二章中国美容所属行业分析

第一节中国美容所属行业发展概况

一、中国美容行业发展历程

二、中国美容行业发展特征

三、中国美容产业链分析

四、中国美容行业基础业态

第二节美容业企业经营现状

一、上游企业现状

二、中游企业现状

三、下游企业现状

第三节美容行业影响因素分析

一、WTO给我国美容业带来的影响

二、美容美发业潜规则制约行业发展

三、影响美容产业快速发展的四大瓶颈

四、我国美容行业步入知本经济时代

五、中国美容与整形业开始与国际接轨

第四节美容行业存在的问题

- 一、美容行业存在的问题
- 二、2019年美容美发行业曝光事件评述
- 三、中国美容市场洗牌之前的危机
- 四、美容业的资源泛滥与浪费
- 五、美容业陷入诚信危机
- 六、美容行业专业线市场存在的问题
- 第五节美容行业发展建议及对策
- 一、美容化妆品业应统一行为标准与服务规范
- 二、促进美容行业发展的四项建议
- 三、美容业发展需要建设品牌文化
- 四、美容业投资注意的问题

第二部分美容市场分析

第三章中国美容所属行业市场分析

第一节中国美容市场发展情况分析

- 一、时尚美容消费受追捧
- 二、观念变得快美容机构变得更快
- 三、我国市场细分明朗美容产业增值明显
- 四、我国美容行业人才市场分析
- 五、国内美容市场快速增长国际品牌纷至沓来

第二节美容市场热点分析

- 一、美容业成第四大消费热点
- 二、整容美容成国内第五大消费热点
- 三、美容行业的新中医时代
- 四、青少年美容是美容新市场
- 五、美容化妆业的奥运市场分析
- 六、健康生活理念催生美容产业投资热

第三节中国主要城市美容市场分析

- 一、华北区
- 二、华南区
- 三、华东区
- 四、华中区

五、西南区

六、西北区

七、东北区

第四章美容化妆品市场分析

第一节2019年中国美容化妆品市场分析

一、中国化妆品市场分析

二、2019年中国化妆品销售额超法国及全球排名

三、2019年中国日化行业发展情况分析

四、2019年中国日化行业销售市场发展情况分析

第二节2019年我国美容化妆品市场发展情况分析

第三节中国美容化妆品市场消费者调查

一、2019年城市职场女性化妆品消费调查

二、男性化妆品使用情况调查报告

三、大学生化妆品消费调查

四、2019年儿童化妆品市场调研

第四节2015-2019年中国美容化妆品所属行业进出口数据

一、2015-2019年化妆品分产品进口数据

二、2015-2019年护发品分产品进口数据

第五节中国美容化妆品业发展趋势及策略

一、美容化妆品服务质量规范亟待完善

二、我国化妆品行业的发展趋势

三、2019年彩妆市场年增幅预测

四、2019美容化妆品行业趋势及热点探究

五、2019年中国化妆品市场销售总额预测

六、美容化妆品市场细分策略

七、浅析美容化妆品企业的多品牌现象

第五章中国整形美容市场分析

第一节整形美容相关概念及发展史

一、整形美容外科的治疗范围

二、整形美容在中国发展历程

三、我国整形美容业的发展思路

第二节整形美容产品分析

一、整形美容产品的概念

二、整形美容产品的实质

三、整形美容产品的项目形式

第三节整形美容的消费者分析

一、消费者构成分析

二、消费者需求分析

三、消费者心理分析

四、消费者行为分析

第四节整形美容市场现状

一、我国整形美容业的现状分析

二、2019年学生整容搅热暑期市场

三、2019年全国首例收腰手术成功

四、中老年人整容的心理取向

五、老年人整容市场潜力大

第五节整形美容市场竞争状况及发展建议

一、整形美容市场竞争状况分析

二、整容市场呼唤理性竞争

三、我国医疗整形美容业走向个人品牌时代

第六节2019年中国整形美容大趋势预测

第六章减肥、美发、美甲市场分析

第一节2019年减肥美体市场分析

一、儿童超重和肥胖呈快速上升的趋势

二、全球近15的体重超标肥胖者是中国人

三、2019年减肥市场发展分析

四、我国减肥药市场呈现四大变化发展趋势

五、产后美体修形是美容市场热点

六、美体瘦身行业趋势分析

第二节2019年美发用品市场分析

一、我国美发市场潜力巨大

- 二、中国洗发水市场现状
- 三、我国生发剂市场日益升温前景看好
- 四、中国美发美容协会对美发美容用具要求
- 五、我国洗发水市场的发展及趋势
- 六、美发用品店商机无限
- 七、2019年中国美容美发市场十大发展趋势

第三节2019年美甲市场现状分析

- 一、美甲业进入发展期
- 二、美甲已经从时尚渐变为一种生活形态
- 三、美甲行业发展存在的问题
- 四、美甲行业未来发展的趋势

第七章男士美容市场分析

第一节男士美容市场分析

- 一、男性美容市场分析
- 二、男性美容悄然兴起
- 三、男性美容市场成形
- 四、男士美容市场蕴含亿元商机

第二节中国男士化妆品市场现状与趋势

- 一、男士化妆品市场渐成规模
- 二、男士化妆品消费前景乐观
- 三、2019年男士化妆品各品牌满意度排行
- 四、男士美容市场有巨大的发展空间
- 五、从男性最爱的美容项目分析市场前景

第三节男士整形美容市场分析

- 一、半数男生愿意美容取悦单位
- 二、男人美容减肥市场分析
- 三、男性美容渐成时尚

第四节把握男士美容市场商机

- 一、如何开发男性化妆品市场
- 二、男士美容院成市场热潮
- 三、男士美容院投资分析

四、男士美容的软肋和解决办法

第八章美容业培训市场分析

第一节美容业人才现状与职业培训

- 一、中国美容化妆品行业人才现状分析
- 二、美容美发业人才及热点专业分析
- 三、美容业管理人才渐从香港到大陆发展
- 四、美容业急需高端人才
- 五、美容市场呼唤美甲技师
- 六、美容管理师培训认证工程已开始实施

第二节美容教育发展现状及建议

- 一、中国美容教育本质的探讨
- 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
- 五、建议将美容教育并入国民学历教育体系

第三节美容学历教育的发展

- 一、美容职业教育走上“洋路子”
- 二、美容学历教育出现种人适合读MBA
- 三、上海第一个专业“美容师学院”诞生
- 四、美容美发专业走进大学校园
- 五、美容培训也能拿英国学位

第四节美容教育发展趋势

- 一、美容教育产业投资趋于多元化发展
- 二、美容职业教育将受到国家教育和劳动管理部门的更加重视
- 三、美容学历教育将快速发展
- 四、专业美容教育师资需求进一步增加

第三部分美容行业发展环境与趋势

第九章美容产业政策环境分析

第一节美容产业政策环境分析

- 一、美容业健康发展需要政府摆正态度

二、我国重拳出击美容服务等欺诈行为

第二节美容行业标准规范的缺失

一、医学美容呼唤行业标准

二、规范医学美容行业痛并美丽着

第三节政策法规

一、美容美发业管理暂行办法

二、美容业国家管理政策法规

三、医疗美容服务管理办法

四、初级美容师国家职业标准

五、高级美容师国家职业标准

第十章2022-2028年美容业发展前景与趋势预测

第一节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

第二节2022-2028年中国美容业发展趋势

一、中国美容业未来发展的“三新”轨迹

二、2022-2028年美容服务发展趋势

三、2022-2028年美容教育发展趋势

四、2022-2028年美容商贸发展趋势

五、2022-2028年美容科研发展趋势

六、2022-2028年美容业经营管理发展趋势

七、2022-2028年产业运作模式发展趋势

第三节2022-2028年美容行业发展前景

一、2022-2028年美容行业发展预测

二、2022-2028年美容行业前景分析

三、2022-2028年美容消费趋势分析

四、2022-2028年我国美容业收入预测

五、2022-2028年中国美容业产值预测

第四节2022-2028年美容产业热点分析

- 一、新兴的手部美容业
- 二、牙齿美容爱美人士的新课题
- 三、眼睫毛移植冲击美容界
- 四、氧气美容有待成为美容新时尚
- 五、脑部护理成美容新潮流
- 六、花朵美容将成新宠

第四部分美容经营策略

第十一章直销与美容业的发展

第一节直销概念

- 一、直销的定义
- 二、直销的行业特点
- 三、直销与传销的区别
- 四、美容业与直销业的异同

第二节直销法的影响

- 一、直销模式如何与美容业嫁接
- 二、直销冲击中国美容业
- 三、直销立法催生中国美容业营销新天地
- 四、美容业直销之惑
- 五、面临直销热美容业的选择

第三节直销与美容业的发展

- 一、高额利润催生美容直销热
- 二、直销将成为美容保健品市场主要手段

第十二章美容业营销分析

第一节美容业营销现状分析

- 一、美容业流行营销模式分析
- 二、中国美容业营销呼唤全面升级
- 三、美容业营销大思路

第二节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

第三节美容企业淡季营销的策略

一、劈分市场，有的放矢

二、聚焦大户，政策倾斜

三、终端补货，培训先行

四、活动推广，刺激消费

五、推陈出新，吸引订货

六、销售竞赛，推动走量

第四节美容行业前店后院营销策略

一、“前店后院”的分类

二、“前店后院”产生的原因

三、“前店后院”发展的优势

四、“前店后院”发展瓶颈

五、“前店后院”的营销策略

第十三章连锁经营与美容业的发展

第一节美容连锁经营分析

一、中国美容连锁加盟市场分析回顾展望

二、美容企业连锁经营成必然趋势

三、中国美容业加盟连锁发展之现状

四、美容连锁企业的品牌文化与品牌管理

第二节大力发展我国美容业的连锁经营

一、美容业连锁经营九大营销策略

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

四、连锁经营的发展趋势

五、美容连锁企业品牌形象定位的策略

六、美容院特许加盟连锁经营赢利模式

第十四章中国美容院经营分析

第一节中国美容院经营现状分析

- 一、我国美容院的类型
- 二、美容院经营的关键
- 三、2019年起美容院星级评定将在全国实施
- 四、美容院的经营现状与未来
- 五、中国美容院有七大类型经营方式良好
- 六、美容院新经营模式

第二节美容院成功经营策略

- 一、营业额的构成
- 二、顾客管理的要点
- 三、根据季节性的变化订立销售计划与促销办法
- 四、促销活动的策划与组织

第三节美容院经营管理策略

- 一、促销为美容院添利
- 二、美容院经营的黄金法则
- 三、美容院如何选择自己的产品品牌
- 四、美容院的核心竞争力
- 五、建立星级美容院的新经营构想

第四节美容院发展趋势

- 一、市场发展为美容院带来的经营新模式
- 二、美容院未来发展趋势
- 三、未来美容院经营管理模式探讨
- 四、未来美容院的主流模式分析
- 五、美容院电脑信息化管理势在必行
- 六、美容院投资高科技仪器成为经营趋势

第十五章美容院服务营销策略研究（）

第一节美容院服务营销系统构建

- 一、美容院服务营销系统的构建要素分析
- 二、美容院服务营销系统的构成
- 三、美容院服务营销系统核心评估——服务产品质量评估

第二节我国美容院营销现状分析

- 一、营销意识淡薄，营销观念落后

- 二、市场调研欠深入、不科学
- 三、市场定位存在许多误区
- 四、营销策略存在许多不足
- 五、促销人员——美容师素质低下

第三节我国美容院市场营销环境分析

- 一、美容院服务营销的优势与机会分析
- 二、美容院服务营销的劣势与威胁分析

第四节美容院服务营销策略

- 一、美容院服务有形化营销策略
- 二、美容院服务技巧化营销策略（）
- 三、美容院服务关系化营销策略
- 四、美容院服务规范化营销策略

图表目录：

图表：2019年度最受关注化妆品牌国家

图表：化妆品分类销售结构

图表：彩妆销售结构

图表：护肤品销售结构

图表：2022-2028年不同销售规模百货商场拥有的专柜数量

图表：2019年百货商场化妆品专柜品牌构成

图表：2019年高端品牌在不同城市的铺货率

图表：2019年中高端品牌在不同城市的铺货率

图表：2019年大众化品牌在不同城市的铺货率

图表：2019年低端品牌在不同城市的铺货率

图表：2019年高端品牌在不同定位商场的铺货率

图表：2019年中高端品牌在不同定位商场的铺货率

图表：2019年大众化品牌在不同定位商场的铺货率

图表：2019年低端品牌在不同定位商场的铺货率

图表：2022-2028年主要高端品牌在铺货数量变化

图表：2022-2028年主要中高端品牌在铺货数量变化

图表：2022-2028年主要大众化品牌在铺货数量变化

图表：2022-2028年主要低端品牌在铺货数量变化

更多图表请见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202110/241784.html>