

# 2023-2029年中国个人形象 包装及服务行业前景展望与市场全景评估报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2023-2029年中国个人形象包装及设计服务行业前景展望与市场全景评估报告》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/202308/388697.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

中企顾问网发布的《2023-2029年中国个人形象包装及设计服务行业前景展望与市场全景评估报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局市场服务行业的重要决策参考依据。 报告目录： 第一章个人形象包装及设计行业相关概述1 第一节个人形象包装及设计基础阐述1 一、个人形象设计1 二、色彩顾问工作室1 三、个人整体形象咨询业1 四、CMB2 五、个人公关原则分析3 六、个人形象顾问5 第二节个人形象设计要素分析7 一、体型要素7 二、发型要素8 三、化妆要素8 四、服装纺织款式要素8 五、饰品及配件要素9 六、个性要素9 七、心理要素9 八、文化修养要素9 第三节个人礼仪9 一、个人礼仪内涵9 二、仪表10 三、举止10 四、言谈11 第二章2011-2012年中国个人形象包装及设计服务行业市场发展环境解析11 第一节2011-2012年中国宏观经济环境分析11 一、中国GDP分析11 二、消费价格指数分析12 三、城乡居民收入分析13 四、社会消费品零售总额14 五、全社会固定资产投资分析15 六、进出口总额及增长率分析16 第二节2011-2012年中国个人形象包装及设计服务市场政策环境分析17 一、形象设计规划控制管理规定17 二、关于加快服务业发展和改革的意见17 三、相关产业法律法规及影响18 第三节2011-2012年中国个人形象包装及设计服务市场社会环境分析19 一、现代人的审美观19 二、居民的消费观念19 第三章2011-2012年中国个人形象包装行业运行态势分析21 第一节2011-2012年中国个人形象包装行业运行总况21 一、个人形象设计行业特点分析21 二、个人形象设计室发展分析21 三、个人形象设计行业问题分析21 四、厦门个人形象设计行业发展状况22 五、个人形象设计与美容行业竞争状况22 第二节2011-2012年我国色彩咨询业运行综述22 一、色彩咨询室开办条件22 二、色彩咨询业淡季经营分析23 三、我国色彩咨询业发展机遇27 四、色彩咨询业发展问题分析27 五、温州色彩咨询业竞争状况28 第三节2011-2012年我国个人形象包装剖析28 一、国际流行妆法28 二、个人装扮风格29 三、个人色彩形象设计分析29 四、基本体型穿衣礼仪30 第四章2011-2012年中国个人形象设计人才新格局透析30 第一节2011-2012年中国个人形象设计人才现状分析30 一、个人形象设计师现状30 二、“形象设计”学士现状31 二、高职高专“人物形象设计”专业就业情况分析31 第二节2011-2012年中国色彩咨询师现状分析34 一、色彩咨询渐成时尚34 二、形象设计职业分析34 三、色彩咨询师现状分析34 四、色彩咨询师收入分析34 五、色彩顾问自身形象分析35 第三节2011-2012年中国形象设计陪购行业分析35 一、色彩咨询师陪购收费分析35 二、色彩咨询师陪购情况分析35 三、沈阳形象设计陪购师现状36 第五章2011-2012年中国服装行业运行动态分析37 第一节2011-2012年中国服装业运行总况37 一、

中国服装行业发展的四大特点37 二、中国服装行业发展日趋成熟37 三、中国纺织服装业正面临拐点38 四、中国服装产业主要经济指标运行分析39 第二节2011-2012年中国服装行业品牌分析44 一、中国服装产业品牌建设分析44 二、服装商业品牌成行业亮点45 三、中国服装品牌兴起“外援”热46 四、振兴规划提升服装产业自主品牌建设47 五、剖析服装业品牌联盟突围战略47 六、品牌资源经营将成为服装产业的第五种业态49 第三节2011-2012年中国女装行业发展分析51 一、中国女装行业快速稳定发展51 二、中国女装市场品牌发展状况52 三、2011-2012年中国女装市场销售状况分析53 三、中国女装行业面临发展机遇前景广阔54 四、中高档中年女装消费市场分析55 第四节2011-2012年中国男装行业发展概况56 一、经济低迷下国内男装消费趋向发生转变56 二、经济逆势中闽派男装积极寻求突破57 三、2011-2012年中国部分地区男装市场分析58 第五节2011-2012年中国服装行业的新型营销方式分析61 一、时尚服装品牌日渐青睐植入式营销模式61 二、服装品牌纷纷瞄上“手机营销”64 三、服装行业引进互联网人际营销模式65 四、网络试衣间为服装产业提供营销新模式66 第六节2013-2017年中国服装业前景预测分析68 第六章2011-2012年中国美容业运行透析69 第一节2011-2012年中国美容行业综述69 一、美容机构发展分析69 二、美容业新经济增长点分析70 三、中国药妆市场走向分析71 四、金融危机对美容业的影响72 五、美容业发展要建设品牌文化72 第二节2011-2012年中国美容消费市场分析75 一、中国美容消费市场状况分析75 二、中国美容消费群体的市场要求75 三、国内美容顾客的消费心理76 四、女性美容的消费群体分析78 第三节2011-2012年中国美容业细分领域运行动态分析79 一、整形美容79 二、减肥81 三、美发84 四、美甲85 第四节2011-2012年中国美容院发展概况85 一、我国美容院的类型85 二、美容院经营的关键87 三、中国美容院经营方式分析89 四、美容院新经营模式分析91 第五节2013-2017年中国美容业前景预测分析92 第七章2011-2012年中国化妆品业运行分析95 第一节2011-2012年中国化妆品业运行综述95 一、中国化妆品行业的发展沿革95 二、国内化妆品市场结构分析96 三、2011-2012年中国化妆品市场渠道呈现新特征96 四、2011-2012年化妆品网购市场102 第二节2011-2012年中国化妆品市场消费分析104 一、化妆品市场消费者的构成104 二、化妆品市场消费的特点105 三、化妆品市场居民消费的构成106 四、美容化妆品市场的消费状况调查109 五、女性购买化妆品的心理因素研究112 第三节2011-2012年中国化妆品细分市场运行分析114 一、护肤品114 二、美白产品115 三、祛斑产品116 第四节2013-2017年中国化妆口市场前景预测分析118 第八章2011-2012年中国饰品业运行走势分析122 第一节2011-2012年中国饰品行业现状分析122 一、我国水晶产业发展迅猛已形成相当规模122 二、中国饰品业的发展仍处于初级阶段123 三、从浦江水晶扁珠加工从业者看水晶饰品产业发展124 第二节2011-2012年中国饰品行业动态分析125 一、仿真首饰与水晶取得行业话语权125 二、浦江水晶在危机中现生机126 三、天隆水晶品牌康牌荣膺中国驰名商

标128 四、中国饰品品牌不断呼唤差异化128 第三节2011-2012年中国饰品市场消费情况分析129 第四节2013-2017年中国饰品行业发展趋势分析130 一、饰品流行趋势130 二、女性配饰的时尚趋势131 第九章2011-2012年中国个人形象包装消费市场运行新形势透析132 第一节2011-2012年中国个人形象包装消费人群分析132 一、社会新鲜人132 二、服务业人士132 三、中级主管133 四、高级主管及职业经理人133 五、总经理及企业老板134 第二节2011-2012年中国个人形象包装消费市场动态分析134 一、个人形象设计市场需求状况134 三、色彩搭配消费潮流分析134 四、色彩咨询市场动向分析135 五、男士色彩与风格分析136 第三节2011-2012年中国个人色彩诊断探析136 一、浪漫春季136 三、清爽夏季137 四、金色秋季137 五、个性冬季138 第四节2011-2012年中国个人服装款式风格分析138 一、戏剧型138 三、浪漫型138 四、古典型139 五、前卫少年型139 六、前卫型139 七、优雅型140 八、自然型140 九、前卫少女型140 第十章2011-2012年中国大学生形象包装消费新格局透析141 第一节2011-2012年中国大学生形象包装消费市场分析141 一、大学生形象设计市场特点分析141 三、大学生形象设计问题分析141 四、形象设计对毕业生求职影响分析141 五、大学生求职包装分析142 六、大学毕业生求职形象包装调查143 第二节2011-2012年中国大学生形象包装市场需求分析143 一、大学生整形美容需求分析143 二、简历制作形象设计需求分析144 四、大学生形象设计支出分析144 五、大学生求职包装需求分析145 第三节2011-2012年中国大学生面试礼仪分析145 一、面试着装礼仪145 二、女生面试服装礼仪145 三、面试握手礼仪145 四、面试细节礼仪146 五、外企面试礼仪147 第十一章 2011-2012年中国管理者形象包装消费市场分析148 第一节2011-2012年中国公关人员形象设计分析148 二、公关人员个人形象分析148 二、公务员面试礼仪分析148 四、公务员面试着装礼仪149 五、公务员礼仪影响分析150 六、官员形象设计服务分析150 第二节2011-2012年中国管理者形象设计分析150 一、管理者形象设计150 二、管理者笑容形象设计152 三、管理者同下属谈话语言形象设计153 四、管理者主持会议语言形象设计156 五、管理者作报告语言形象设计156 第十二章2011-2012年中国职业女性形象包装消费市场分析157 第一节2011-2012年中国职业女性形象设计概况157 一、职业女性风格特色分类157 二、职业女性实用化妆分析158 三、职业女性形象设计分析158 四、女性个人色彩诊断158 四、女性形象设计市场分析158 第二节2011-2012年中国职业女性形象设计分析158 一、职业女性衣着装饰分析158 二、职业女性家庭礼仪159 三、品位职业女性形象设计159 四、女性形象设计159 五、女性职业礼仪分析160 第十三章2011-2012年中国个人形象包装行业重点企业运行分析160 第一节北京西蔓色彩文化发展有限公司160 一、企业概况160 二、业务范围161 三、企业动态分析162 第二节杭州文婷色彩形象设计有限公司163 一、企业概况163 二、业务范围163 三、企业动态分析164 第三节深圳市祺馨色彩顾问有限公司164 一、企业概况164 二、业务范围165 三、企业动态分析166 第四节 NCS (中国) 色彩中心&mdash;&mdash;

北京彩源色彩设计研究有限公司167 一、企业概况167 二、业务范围167 三、企业动态分析167 第五节伊欣悦色彩咨询公司169 一、企业概况169 二、业务范围169 三、企业动态分析169 第六节其他色彩咨询公司169 一、菲格迪娅公司169 二、河北天彤素质教育培训有限公司170 三、美形名仕国际色彩形象策划公司171 四、蓝盟色彩服饰文化咨询有限公司171 五、品位色彩形象设计咨询公司171 六、金孔雀色彩文化咨询有限公司172 七、女魔头形象设计公司172 第十四章2013-2017年中国个人形象包装及设计服务业投资商机与风险预警172 第一节2011-2012年中国个人形象包装服务业投资概况172 一、个人形象包装服务业投资特性172 二、个人形象包装服务业投资环境分析173 第二节 2013-2017年中国个人形象包装行业投资机会分析174 一、个人形象包装行业区域投资潜力分析174 二、与产业链相关的投资机会分析175 第三节2013-2017年中国个人形象包装行业投资风险预警175 一、宏观调控政策风险175 二、市场竞争风险175 三、市场运营机制风险175 第四节 投资建议175 第十五章 2013-2017年中国个人形象包装市场趋势及策略176 第一节2013-2017年中国个人形象包装市场趋势176 一、色彩顾问咨询业前景176 二、个人形象设计行业发展前景178 三、色彩咨询公司发展前景分析180 四、我国色彩咨询市场趋势181 第二节2013-2017年中国个人形象包装行业发展战略181 一、连锁经营战略181 二、中小企业经营策略182 三、品牌策略分析183 略&bull;&bull;&bull;&bull;;完整报告请咨询客服

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202308/388697.html>