

2007-2008年中国美容市场 研究发展分析报告

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

《2007-2008年中国美容市场研究发展分析报告》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/200805/222.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、国际美容市场概况

第一节、国际美容市场现状

- 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、世界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

第二节、美国

- 一、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

第三节、日本

- 一、日本美容产业的发展简史
- 二、“药妆”美容风靡日本市场
- 三、简析日本女性整容的缘由

第四节、韩国

- 一、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、2006年经济低迷导致整容业陷入困境

第五节、2005-2006年其他国家美容行业分析

- 一、2005年法国巴黎美容市场概况
- 二、2005年香港健身纤体市场概况
- 三、2005年英国整顿整形美容市场
- 四、2006年英国妇女美容开销庞大

第二章、中国美容行业分析

第一节、中国美容行业发展环境分析

- 一、美容行业发展外部环境综述
- 二、消除歧视营造和谐发展环境
- 三、中国美容产业面临新的发展环境

第二节、中国美容行业发展总体分析

- 一、中国美容业发展的历史进程
- 二、中国美容行业基本特征
- 三、国内美容行业的发展概况
- 四、美容业推动美容经济走向人本经济
- 五、中国美容行业步入知本经济时代

第三节、2003-2006年美容行业分析

- 一、2003年美容业规范总体评述
- 二、2004年美容行业热点分析
- 三、2005年美容行业发展特点分析
- 四、2006年美容行业热点事件回顾

第四节、主要地区美容行业发展现状

- 一、烟台市美容行业扫描
- 二、深圳市美容产业魅力初现
- 三、郑州美容产业发展总体状况
- 四、重庆中医美容业确立标准规范
- 五、浅析沈阳美容产业发展空间大
- 六、乐山美容美发产业的总体概况

第五节、中医美容行业分析

- 一、中医在美容业的发展
- 二、中医美容的若干特点
- 三、中医美容发展环境良好
- 四、中医美容发展空间广阔

第六节、美容行业存在的问题

- 一、潜规则制约美容美发业的发展
- 二、影响美容产业快速发展的瓶颈
- 三、浅析国内专业线美容群龙无首
- 四、中国美容行业征管的问题诸多

第七节、美容行业发展建议及对策

- 一、美容业发展需要建设品牌文化
- 二、发展美容经济的四个关键点
- 三、加强美容业税收征管的几点建议

第三章、中国美容市场分析

第一节、中国美容市场现状分析

一、中国美容美发市场概况

二、美容市场竞争加剧国内品牌缺失高端

三、浅析美容市场中的法治化管理

第二节、美容市场消费群体分析

一、美容消费群体的主要特点

二、解析美容顾客的消费心理

三、女性美容的消费群体分析

第三节、主要地区美容市场发展现状

一、成都是美容市场最庞大的城市

二、四川医疗美容市场的问题与对策

三、广州美容市场亟需洗牌

四、浅析上海美容市场的潜力巨大

五、南京市美容市场争夺白热化

六、商丘美容市场扫描

七、青岛民营企业争作美容市场龙头

第四节、美容市场存在的问题与对策

一、中国美容市场亟需规范

二、浅析美容消费存在六大问题

三、国内美容市场发展的对策

第四章、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、整形美容的概念及范围

二、医学美容与生活美容的界定

三、外科整形美容悠久发展历程

四、中国现代医学美容的起源与发展

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、整形美容产品项目形式

第三节、整形美容市场现状

一、整形美容业市场剖析

二、整形美容市场竞争状况分析

三、执行力是整形美容科成败的关键因素

第四节、2004-2006年整形美容市场分析

一、2004年整形美容市场韩流升温

二、2005年整形美容走向成熟规范

三、2006年整形美容市场的变化

第五节、整形美容市场存在的问题及建议

一、医疗美容市场存在的问题

二、学生整容后易导致心理偏差

三、国内整容市场需要理性竞争

四、浅析医学美容市场的规范化管理

第五章、男士美容市场分析

第一节、男士美容市场方兴未艾

一、男性美容的基本项目

二、中国男士美容市场总体概况

三、男性美容兴起带动美容产业发展

第二节、男士整形美容日渐增多

一、男士整形美容风生水起

二、男士整容数量迅猛增长

三、男士整形增幅高于女性

第三节、男士美容市场存在的问题与对策

一、男士专业美容市场的软肋

二、男士美容市场仍存诸多尴尬

三、未来男士专业美容院的出路

第四节、男士美容化妆品市场趋势

一、男士化妆品商机巨大

二、男士化妆品的开发

三、男士美容化妆品前景看好

四、男性美容拓出化妆品市场新空间

第六章、减肥、美发、美甲相关产品市场分析

第一节、减肥美体相关产品分析

一、国内减肥市场发展综述

- 二、浅析国内减肥产品的市场特点
- 三、发展国内减肥品市场的若干建议
- 四、减肥药市场所呈现的发展趋势
- 五、减肥产品市场发展前景展望

第二节、美发用品市场

- 一、解析中国美发发展历史
- 二、国内美发市场韩国发艺走俏
- 三、国内美发市场存在的四大问题
- 四、中国生发剂市场日渐升温前景看好
- 五、国内洗发品业发展的趋势分析

第三节、美甲市场现状分析

- 一、国际市场美甲店的发展情况
- 二、中国美甲消费市场总体分析
- 三、美甲市场重新洗牌的必要性分析
- 四、国内美甲市场卫生隐患亟需关注
- 五、美甲是前景广阔的手工艺艺术

第七章、中国美容院经营分析

第一节、中国美容院经营总体概况

- 一、管理现状
- 二、销售状况
- 三、经营状况
- 四、政策分析
- 五、品牌经营分析

第二节、中国美容院发展中问题

- 一、美容院在经营中面临的困难
- 二、美容院家族式管理存在的弊端
- 三、员工管理不当影响美容院发展
- 四、浅析美容院营销的五大问题
- 五、美容院管理经营中的其他问题

第三节、美容院经营管理策略

- 一、美容院选址策略分析
- 二、浅析美容院经营项目的选择

三、成功经营美容院的基本要素

四、促销提升美容院竞争力

五、美容院促销员的重要性剖析

六、美容院经营的黄金法则

七、借鉴医院服务经营美容院

第八章、美容业营销分析

第一节、美容行业营销现状与营销模式

一、2005年国内专业美容营销转型

二、2006美容市场营销模式回顾

三、中国美容行业营销模式分析

四、浅析减肥市场的主要营销模式

五、浅析美发零售市场经营模式变革

六、美容产业其他营销模式简析

第二节、美容市场专业线市场分析

一、专业线美容市场迎来整合时代

二、中国专业线美容市场的问题

三、浅析专业线美容企业的“渠道扁平化”

四、美容专业线市场发展策略分析

五、美容专业线品牌经营的定位策略

第三节、中国美容业营销面临的问题

一、中国美容行业营销呼唤全面升级

二、国内美容行业营销策划的困惑

三、美容美发业营销方式在困境中思变

第四节、美容业营销策略与方法分析

一、中小型美容企业的三大营销战略

二、美容业连锁经营主要营销策略

三、浅析美容行业的加减法营销

四、探析美容市场1+X的招商模式

第九章、连锁经营与美容业的发展

第一节、连锁经营的相关介绍

一、连锁经营发展的条件

二、实行连锁经营的条件

三、连锁经营的经营形态

四、国内连锁经营发展态势分析

第二节、美容行业连锁经营总体分析

一、综述美容化妆品业的连锁经营

二、浅析美容业连锁经营的诸多益处

三、浅析美容业连锁经营已成必然趋势

四、国内美容业连锁经营的困境剖析

五、美容连锁店经营出现的若干问题

第三节、中国美容业连锁经营发展的策略

一、重新构建真正的美容业连锁经营

二、构建中国美容业资源联盟连锁平台

三、管理是美容加盟连锁体系的制胜法宝

四、国内美容业连锁新模式的剖析

五、连锁美容院会员制发展的最佳方案

六、美容连锁企业品牌形象定位的策略

七、美容企业开拓连锁营运的路径

八、国内美容企业连锁经营策略抉择分析

第十章、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、美容化妆品业人才状况分析

二、美容业是女性就业新途径

三、走在美容营销最前线的美容顾问

四、中国启动美容管理师培训

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、美容医学教育事业发展现状及目标

三、浅析当代美容教育的新使命

四、开拓中国的高等美容教育

五、美容教育须并入国民学历教育体系

六、美容教育是孕育希望的黄金产业

第三节、美容学历教育的发展

一、上海市诞生第一个专业“美容师学院”

二、美容美发专业步入大学校园

三、美容学历教育出现3种人适合读MBA

第四节、中国美容培训市场发展中的问题

一、国内美容培训市场遭遇窘境

二、中国美容市场呼唤技师

三、美容业职业培训存在的其他问题

四、美容招商培训市场的问题与对策

五、减少美容美发企业人才流失的路径

第十一章、直销与美容业的发展

第一节、直销的相关介绍

一、直销的定义

二、直销与传销的区别

三、直销产品分销渠道的剖析

四、中国直销业的发展历程

五、中国直销市场现状分析

六、中国多层次直销的发展前景

第二节、中国直销法分析

一、中国直销立法的进程

二、中国直销法核心条例剖析

三、转型商业特许模式对直销法的规避

第三节、直销模式与美容业的发展

一、浅析高额利润催生美容直销热

二、美容业试水直销模式摆脱竞争困局

三、直销模式在后美容消费时代前途可期

四、直销渐成美容保健品市场的主要手段

第十二章、美容行业政策环境分析

第一节、美容行业标准规范的缺失

一、美容行业标准缺失导致市场混乱

二、美容产业再教育需要标准

三、医学美容期待行业标准

四、医学美容行业痛并美丽着

第二节、标准出台规范行业

一、浅析美容行业重发执照的意义

二、浅析美容美发标准的出台

三、男士美容服务有了新标准

四、安全整形美容标准带来的影响

第三节、其他相关政策法规

一、美容美发业管理暂行办法

二、美发美容业开业的专业条件和技术要求

三、医疗美容服务管理办法

四、初级美容师国家职业标准

五、高级美容技师国家职业标准

六、政府对美甲经营店铺及从业人员的基本要求

第十三章、美容行业投资分析

第一节、美容行业投资现状与投资机会

一、美容美发行业投资现状分析

二、浅析激光美容市场成为投资热点

三、数码美甲投资方案及效益分析

四、国内减肥连锁产业投资前景好

第二节、男士美容市场投资分析

一、男士美容市场蕴含巨额商机

二、浅析男士美容市场暗藏风险

三、男士美容院的经营理念

四、男性美容经营管理方法透视

第三节、美容行业投资风险与投资策略

一、美容行业利润高投资需防暗槛

二、中小投资者进军美容业的策略

第十四章、美容业发展前景与趋势预测

第一节、国际美容市场发展趋势

一、全球美容化妆品业的科技动向

二、崇尚自然环保的中草药美容

三、未来世界最热门整形美容术

四、未来整形更注重健康效果

五、2010年全球减肥市场将大幅提升

第二节、中国美容业发展趋势

一、中国美容行业发展前景分析

二、从消费市场看美容业的发展动向

三、未来化妆美容的流行趋势分析

四、2010中国美容业收入将有突破

第三节、中国整形美容发展前景与趋势

一、中国医学美容市场前景乐观

二、整容呈现低龄化发展趋势

三、浅析整容追求非手术化

四、医院美容逐渐成发展趋势

图表目录：

图表1 2007-2011年世界整形美容皮肤填充剂市场发展趋势

图表2 2003-2006年全美透明质酸填充注射剂美容整形人数变化

图表3 医学美容与生活美容对比分析

图表4 全球男性化妆品消费额

图表5 不同年龄段使用美容品男性的比率

图表6 男性脱发比率抽样调查结果

图表7 美容店老板学习倾向

图表8 美容院经费开支情况

图表9 初级美容师工作要求

图表10 初级美容师理论知识标准

图表11 初级美容师技能操作要求

图表12 高级美容技师工作要求

图表13 高级美容技师理论知识要求

图表14 高级美容技师技能操作要求

详细请访问：<http://www.cction.com/report/200805/222.html>