

# 2022-2028年中国美容市场 评估与战略咨询报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2022-2028年中国美容市场评估与战略咨询报告》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/202205/293949.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年中国美容市场评估与战略咨询报告》共十五章。首先介绍了美容行业市场发展环境、美容整体运行态势等，接着分析了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、2020年国际美容市场分析

###### 二、2020年美国美容市场分析

###### 三、2020年日本美容市场分析

###### 四、2020年英国美容市场分析

###### 五、2020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、2020年俄罗斯美容化妆品市场分析

###### 三、2020年德国美容化妆品市场分析

###### 四、2020年法国美容化妆品市场分析

五、2020年拉丁美洲国家美容化妆品市场分析

六、2020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、2021年全球减肥市场预测

五、2022-2028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、2020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 2020年中国美容化妆品市场分析

- 一、中国化妆品市场分析
- 二、2020年中国化妆品销售额超法国及全球排名
- 三、2020年中国日化行业发展情况分析
- 四、2020年中国日化行业销售市场发展情况分析

### 第二节 2020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、2020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、2020年儿童化妆品市场调研

### 第四节 2016-2020年中国美容化妆品所属行业进出口数据

- 一、2016-2020年化妆品分产品进口数据
- 二、2016-2020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、2021年彩妆市场年增幅预测
- 四、2021年美容化妆品行业趋势及热点探究
- 五、2021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、2020年学生整容搅热暑期市场

##### 三、2020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 2021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 2020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1/5的体重超标肥胖者是中国人

##### 三、2020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 2020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、2020年中国美容美发市场十大发展趋势

### 第三节 2020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成为一种生活形态
- 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、2020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 相关政策法规

#### 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、美容院星级评定在全国实施
- 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&mdash;&mdash;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()

部分图表目录：

图表：2020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：2020年百货商场化妆品专柜品牌构成

图表：2020年高端品牌在不同城市的铺货率

图表：2020年中高端品牌在不同城市的铺货率

图表：2020年大众化品牌在不同城市的铺货率

图表：2020年低端品牌在不同城市的铺货率

图表：2020年高端品牌在不同定位商场的铺货率

图表：2020年中高端品牌在不同定位商场的铺货率

图表：2020年大众化品牌在不同定位商场的铺货率

图表：2020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&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/293949.html>