

2023-2029年中国美容行业 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

《2023-2029年中国美容行业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/202309/401454.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年中国美容行业分析与投资潜力分析报告》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，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：第一部分 美容行业运行态势 26

第一章 国际美容产业运行态势分析 26

第一节 国际美容市场综述 26

一、世界美容行业发展概况 26 近年来随着中国化妆品产业、整形美容产业的发展，中国美容市场规模总体保持增长，至2018年中国美容市场规模达到5264.9亿美元。

二、世界各地不同特色的SPA 26

三、中国美容院发展状况分析 28

四、中东四国美容市场发展概况 28

五、中国美容企业百强集团分析 29

六、日本美容产业发展特点分析 32

七、世界香料香精市场发展分析 33

第二节 国际整形美容市场透析 36

一、世界整形美容市场发展现状 36

二、韩国整形美容市场发展概况 38

三、美国整形美容行业发展综述 40

四、英国整形美容市场现状分析 41

五、日本整形美容市场现状分析 41

六、中国台湾整形美容业发展分析 42

第三节 国外化妆品市场探析 43

一、世界化妆品市场发展概况及特点 43

二、美国化妆品行业发展概况 47

三、日本化妆品行业发展概况 47

四、法国化妆品行业发展概况 48

五、欧盟化妆品行业发展概况 48

六、世界化妆品发展前景及趋势分析 49

第四节 国际美容市场发展趋势分析 49

一、世界美容化妆品业科技发展趋势 49

二、亚洲整形美容发展趋势 49

三、未来的热门整形美容术 50

第二章 中国美容产业发展环境分析 51

第一节 中国宏观经济发展环境分析 51

一、中国GDP分析 51

二、工业发展形势分析 51

三、城乡居民收入分析 52

四、社会消费品零售总额 53

五、全社会固定资产投资分析 54

六、进出口总额及增长率分析 55

第二节 中国美容院行业政策环境分析 56

一、中国美容产业相关标准 56

二、《整形美容服务管理办法》 57

三、《医疗美容项目分级管理目录》 57

四、美容业执照上岗的意义探析 57

五、《化妆品标识管理规定》 58

六、化妆品成分必须全部标识 58

七、中国进口化妆品实施新法规 59

第三节 中国美容院行业社会环境分析 59

一、人口环境 59

二、城镇化率 60

三、老龄化 60

四、美容观念升级 61

第三章 中国美容产业运行新形势透析 62

第一节 中国美容行业发展概况 62

一、美容业发展现状分析 62 近年来我国美容行业由于整形美容市场规模的大幅增长，使得整个产业市场规模保持较高速，2018年市场规模增至6000亿元以上。

图表 24：我国美容行业市场规模增长统计 资料来源：备注：美容行业包括整形美容与美容美发，该市场规模为整形/整形美容+美容美发市场规模总计

二、美容行业的特征分析 62

三、美容行业产业链分析 63

四、美容业新经济增长点 64

五、美容行业的发展优势 64

第二节 中国美容业深度剖析 66

一、药企加快挺进美容业 66

二、高科技与保健结合 66

三、整体环境不断规范 67

四、中国药妆市场走向分析 67

第三节

中国部分地区美容行业发展现状 69 一、深圳美容业发展情况分析 69 二、广西整形美容业市场现状 69 三、上海美容业发展情况分析 70 四、武汉医疗美容市场大整顿 70 第四节 中国美容行业存在的问题分析 71 一、美容行业发展中的问题透析 71 二、美容行业品牌发展中的问题 71 三、中国美容产业发展瓶颈分析 71 四、现代美容行业经营上的问题 72 五、中国美容业发展潜在的问题 73 第五节 美容行业发展建议及对策分析 74 一、促进美容行业发展的四项建议 74 二、促进美容行业发展的具体措施 75 三、美容业发展需要建设品牌文化 76 四、美容业投资注意的问题 77 第二部分 美容行业深度分析 82 第四章 中国美容美发市场深度剖析 82 第一节 中国美容美发行业综述 82 一、美容美发行业发展规模 82 二、美容美发行业发展结构 83 三、美容美发行业经营效益 84 第二节 中国美容美发连锁经营概况 85 一、美容美发连锁经营的必要性 85 二、美容美发连锁经营的优势 85 三、美容美发连锁基础业态构成 85 第三节 中国美容美发连锁经营现状 86 一、中国美容连锁机构数量规模 86 二、中国美容连锁机构收入规模 87 三、中国美容连锁机构经营效益 87 四、中国美容连锁机构优劣势分析 88 第五节 中国美容美发服务业消费者分析 88 一、美容美发消费人群 88 二、美容美发消费频率 90 三、美容美发消费支出 90 四、美容美发消费半径 91 五、美容美发消费方式 92 六、美容美发消费满意度 93 第五章 中国美容化妆品市场运行格局分析 95 第一节 中国美容化妆品综述 95 一、国内化妆品市场销售分析 95 二、国内化妆品品类结构分析 97 三、国内化妆品高端、大众市场分析 99 四、国内化妆品市场新品分析 101 第二节 中国化妆品市场消费分析 102 一、化妆品市场消费者的构成 102 二、化妆品市场消费渠道分析 103 三、化妆品市场居民消费特点 105 四、中国药妆护肤品市场蓄势待发 106 五、中国化妆品市场未来增长动力 106 第三节 美容化妆品市场消费网络调查 108 一、城市职场女性化妆品消费调查 108 二、男性化妆品使用情况调查报告 109 三、大学生化妆品消费调查 110 四、儿童化妆品市场调研 111 第四节 中国美容化妆品业发展趋势及策略 113 一、中国化妆品行业的发展趋势 113 二、中国化妆品市场营销趋势分析 114 三、化妆品行业连锁经营发展趋势 115 四、美容化妆品市场细分策略 116 五、美容化妆品企业的多品牌现象策略 118 第六章 中国美容主要产品市场进出口贸易数据分析 120 第一节 中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析 120 一、中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析 120 二、中国化妆品、美容品及护肤品进出口均价分析 120 三、中国化妆品、美容品及护肤品进出口流向分析 120 第二节 中国精油；香膏；提取油树脂进出口分析 121 一、中国精油；香膏；提取油树脂进出口分析 121 二、中国精油；香膏；提取油树脂进出口均价分析 121 三、中国精油；香膏；提取油树脂进出口流向分析 121 第三节 中国香水及花露水进出口分析 122 一、中国香水及花露水进出口分析 122 二、中国香水及花露水进出口均价分析 122 三、中国香水及花露水进出口流向分析 122 第四节 中国护发品进出口分析 123 一、中国护发品进出口分析 123 二、中国护发品进出口均价分析 123 三、中国护发品进

出口流向分析 123 第七章 中国整形美容市场运行态势分析 125 第一节 中国整形美容市场透
析 125 一、中国整形美容行业发展历程 125 二、人口老龄化催化整形美容服务快速发展 125
三、观念改变，造美逐渐为人接受 126 四、“她经济”崛起，促进颜值消费 126
2018年中国女性人口总量达到6.8亿，尤其是20-30岁这部分年轻女性近几年增长迅猛。这部分
女性消费群体拥有更多的收入和更多的就业机会，她们实现了经济独立与自主，崇尚“
工作是为了更好地享受生活”。据更美 APP 发布整形美容白皮书指出，中国整形用户依
然以女性为主，占比约 83%，其中超过一半都是白领。 第二节 中国整形美容产品分析 126 一
、整形美容产品的概念 126 二、整形美容产品的实质 127 三、整形美容产品的项目形式 128
第三节 中国整形美容的消费者分析 129 一、消费者构成分析 129 二、消费者需求分析 130 三
、消费者心理分析 131 四、消费者行为分析 132 第四节 整形美容市场现状分析 132 一、国内
整形美容市场人口增长 132 二、国内整形美容市场人口结构 133 三、国内整形美容市场规模
增长 134 四、国内整形美容市场需求结构 135 第五节 整形美容市场竞争状况及发展建议 136
一、整形美容市场竞争现状分析 136 二、美容整形行业资源竞争情况 136 三、品牌整形美容
机构引领行业风骚 137 第六节 中国医疗整形美容医院发展分析 137 一、医疗整形美容医院需
求状况 137 二、民营医疗整形医院市场地位 138 三、医疗整形美容技术现状分析 138 四、医
疗整形美容准入门槛高 140 第七节 整形市场发展趋势分析 140 一、假体隆胸仍是主流 140 二
、自体脂肪隆胸成趋势 140 三、个性化整形成为主流 141 第八节 中国整形美容行业存在的问
题 141 一、问题综述分析 141 二、国内仍存在较多非法机构 141 三、国内药品市场比较混乱
141 四、消费者权益被侵占 142 五、事后维权仍存在困难 142 第九节 中国整形美容行业产业
链发展 142 一、整形美容行业产业链 142 二、产业链上游 143 三、产业链中游 145 四、产业
链下游 150 六、主要环节的增值空间 154 第十节 中国整形美容消费分期发展分析 155 一、政
策导向+市场需求双重利好，整容消费分期行业稳定增长 155 二、整形美容机构与消费分期双
向互补，为行业可持续发展提供动力 156 第八章 全国美容美发业竞争新格局透析 158 第一
节 全国美容美发业竞争总况 158 一、美容美发业竞争几近白热化 158 二、美容美发业竞争升
级 158 第二节 全国美容美发业集中度分析 158 一、市场集中度分析 158 二、区域集中度分析
159 第三节 全国美容美发业竞争策略分析 160 第九章 中国减肥、美发、美甲市场运行态势
分析 161 第一节 中国减肥美体市场分析 161 一、儿童超重和肥胖呈快速上升的趋势 161 二、
中国近1/5的体重超标肥胖者是中国人 161 三、中国减肥市场消费现状 161 四、我国减肥药市
场呈现四大变化发展趋势 162 六、产后美体修形是美容市场热点 163 七、美体瘦身行业趋势
分析 163 第二节 中国美发用品市场分析 164 一、中国生发剂市场前景分析 164 二、中国洗发
水市场发展情况 164 三、美发用品店商机无限 165 四、美容美发市场发展趋势 165 第三节 中
国美甲市场分析 166 一、中国美甲业进入发展期 166 二、中国美甲行业发展现状 166 三、美

甲业发展存在的问题 166 四、美甲行业发展趋势分析 167 第十章 中国男士美容市场动态分析 169 第一节 男士美容市场分析 169 一、男士美容市场发展现状 169 二、男士美容市场空间分析 169 三、男士美容市场存在的问题 170 四、男士美容新热点分析 171 第二节 男士整形美容市场分析 171 一、男性整形美容的兴起 171 二、男士整形的消费情况 171 三、男士整形的发展趋势 171 第三节 男士美容化妆品市场分析 172 一、男性美容化妆品市场发展分析 172 二、男士美容市场呈专柜专区发展 172 第十章 中国美容业培训市场分析 173 第一节 美容业人才现状与职业培训 173 一、中国美容业人才现状 173 二、中国美容院人才瓶颈 173 三、中国美容市场人才需求分析 174 四、美容管理师培训认证工程已开始实施 174 第二节 美容教育发展现状及建议 175 一、中国美容教育发展现状 175 二、中国当代美容教育的新使命 175 三、建议将美容教育并入国民学历教育体系 177 第三节 美容学历教育的发展分析 177 一、美容职业教育走上“洋路子” 177 二、中国美容职业教育向学历教育转变 178 三、中国美容业MBA学历教育发展分析 178 第四节 中国美容教育发展趋势分析 178 一、中国美容教育产业投资趋于多元化发展 178 二、中国美容职业教育将受到更加重视 179 三、中国美容学历教育将快速发展 179 四、中国专业美容教育师资需求进一步增加 179 第三部分 美容行业发展战略 181 第十一章 中国美容业市场营销战略分析 181 第一节 中国美容业营销现状分析 181 一、美容业营销呼唤全面升级 181 二、美容业营销大思路 182 第二节 中国美容市场专业线市场分析 183 一、专业线美容企业的渠道扁平化分析 183 二、中国专业线美容市场现状分析 185 三、专业线美容企业品牌建设分析 185 第三节 中国美容企业淡季营销的策略 186 一、劈分市场，有的放矢 186 二、聚焦大户，政策倾斜 186 三、终端补货，培训先行 187 四、活动推广，刺激消费 188 五、推陈出新，吸引订货 189 六、销售竞赛，推动走量 190 第四节 中国美容行业前店后院营销策略 190 一、“前店后院”的分类 190 二、“前店后院”产生原因 191 三、“前店后院”发展优势 192 四、“前店后院”发展瓶颈 194 五、“前店后院”营销策略 194 第十二章 中国直销与美容业的发展动态分析 196 第一节 直销 196 一、直销的定义 196 二、直销的行业特点 196 三、直销与传销的区别 197 四、美容业与直销业的异同 198 第二节 直销法的影响 201 一、直销模式如何与美容业嫁接 201 二、直销冲击中国美容业 202 三、直销立法催生中国美容业营销新天地 203 四、美容业直销之惑 204 五、面临直销热美容业的选择 205 第三节 直销与美容业的发展 205 一、高额利润催生美容直销热 205 二、直销将成为美容保健品市场主要手段 206 第十三章 中国连锁经营与美容业的发展分析 207 第一节 中国美容院连锁经营现状分析 207 一、美容连锁加盟的市场现状分析 207 二、美容企业连锁经营成必然趋势 208 三、美容院加盟连锁引领创业风暴 208 第二节 中国美容院连锁经营促进策略 209 一、美容院连锁经营的营销策略 209 二、美容院连锁经营的未来方向 210 三、化妆品业连锁经营发展趋势 211 四、美容连锁企业品牌建设分析 212

第三节 中国美容院的连锁经营发展趋势 213 一、中国美容企业连锁经营成必然趋势 213 二、美容业连锁经营九大营销策略 214 三、美容院特许加盟连锁经营赢利模式 216 第十四章 中国美容院经营策略分析 218 第一节 中国美容院经营现状分析 218 一、我国美容院的类型 218 二、美容院经营的关键 219 三、美容院星级评定将在全国实施 220 四、美容院的经营现状与未来 221 五、中国美容院有七大类型经营方式良好 221 第二节 中国美容院成功经营策略分析 222 一、美容院营业额的构成 222 二、美容院顾客管理要点 222 三、美容院营销计划制定 223 四、美容院促销活动策划 224 五、经营品牌和模式分析 225 第三节 中国美容院经营管理策略分析 226 一、促销对美容院经营的作用 226 二、美容院经营黄金法则分析 227 三、美容院招揽顾客战略分析 230 四、美容院的核心竞争力分析 231 五、星级美容院的新经营构想 232 第四节 中国美容院发展趋势分析 235 一、美容院未来经营趋势分析 235 二、未来美容院经营管理模式探讨 235 三、未来美容院主流模式分析 236 四、美容院电脑信息化管理势在必行 237 五、美容院投资高科技仪器成为经营趋势 238 第四部分 美容行业投资策略 239 第十五章 中国美容院服务营销策略分析 239 第一节 美容院服务营销系统构建 239 一、美容院服务营销系统的构建要素分析 239 二、美容院服务营销系统的构成 242 三、美容院服务营销系统核心评估--服务产品质量评估 244 第二节 中国美容院营销现状分析 247 一、营销意识淡薄，营销观念落后 247 二、市场调研欠深入、不科学 248 三、市场定位存在许多误区 249 四、营销策略存在许多不足 250 五、促销人员--美容师素质低下 251 第三节 中国美容院市场营销环境分析 252 一、美容院服务营销的优势与机会分析 252 二、美容院服务营销的劣势与威胁分析 252 第四节 美容院服务营销策略分析 253 一、美容院服务有形化营销策略 253 二、美容院服务技巧化营销策略 255 三、美容院服务关系化营销策略 256 四、美容院服务规范化营销策略 258 第十六章 中国美容业发展趋势预测分析 260 第一节 中国美容业市场发展趋势分析 260 一、美容美发市场趋专业化细分 260 二、美容行业细分市场发展趋势 260 三、美容业规范化发展促进整合 261 第二节 中国美容业市场发展前景分析 262 第三节 中国美容业热门项目预测分析 262 一、形象色彩设计成热潮 262 二、美容保健用品的风靡 262 三、香熏世界将大放异彩 263 四、美塑中胚层美容疗法 263 五、中医美容法势不可挡 263 第四节 中国美容业发展前景预测 264 一、美容连锁品牌快速扩张 264 二、男士美容市场继续扩大 264 三、美容美发产业细分加剧 265 四、未来美容院发展趋势预测 265 第十七章 中国美容业投资战略研究 266 第一节 中国美容业发展趋势分析 266 一、中国美容业市场规模预测 266 二、中国美容美发业市场规模预测 267 三、中国整形美容业市场规模预测 267 第二节 中国美容美发业发展前景分析 268 一、美容美发发展趋势 268 二、美容需求必然带动美容连锁行业发展 268 三、美容美发业人才需求趋势 268 四、美容美发教育前景展望 270 第三节 中国美容美发业展望 270 一、美容美发经营模式日趋多元化 270 二、美容美发行业未发展趋势 271 第四节 男士美容市场商机分析

271 一、男士美容市场投资背景 271 二、男性美容市场发展潜力 271 三、男士美容市场投资风险 272 四、男性化妆品市场的开发 273 第五节 美容业投资风险分析 273 一、政策风险 273 二、技术风险 274 三、经营风险 274 四、其他风险 274 第六节 美容业投资建议分析 275 一、男士美容院投资策略分析 275 二、中国美容业投资经营策略 275 三、中国美容院投资趋向分析 276 附件一、《美容医疗机构、医疗美容科（室）基本标准》 277 附件二、《医疗美容服务管理办法》 292 附件三、《医疗美容项目分级管理目录》 296 附件四、《化妆品标识管理规定》 306

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202309/401454.html>