

2015-2020年中国美容院市场分析预测及投资战略 研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2015-2020年中国美容院市场分析预测及投资战略研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/164345.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

第一章 美容院的相关概述 11

第一节 美容院相关概述 11

一、美容院的定义 11

二、中国美容院的类型 11

三、美容院的发展历程 13

四、美容院的服务项目 14

五、美容院专业性服务 14

第二节 美容院的相关注意事项及原则 15

一、美容院的管理原则 15

二、美容院的销售原则 16

三、美容院的卫生消毒 16

第二章 世界美容行业发展概况 18

第一节 2014年世界美容市场发展概况 18

一、世界美容行业发展概况 18

二、世界各地不同特色的SPA 19

三、全球美容院发展状况分析 23

四、中东四国美容市场发展概况 24

五、全球美容企业百强集团分析 26

六、美国医学美容发展趋势分析 29

七、日本美容产业发展特点分析 30

八、世界香料香精市场预测分析 32

第二节 2014年世界整形美容市场概述 34

一、2014年世界整形美容市场发展现状 34

二、2014年韩国整形美容市场发展概况 38

三、2014年美国整形美容行业发展综述 41

四、2014年英国整形美容市场现状分析 42

五、2014年德国整形美容市场概况分析 44

六、2014年日本整形美容市场现状分析 45

七、2014年巴西整形美容市场发展概况 48

八、2014年中国台湾整形美容业发展势头良好 49

第三节 2014年国外化妆品市场发展状况 52

一、世界化妆品市场发展概况及特点 52

二、美国化妆品行业发展概况 55

三、日本化妆品行业发展概况	57
四、法国化妆品行业发展概况	59
五、欧盟化妆品行业发展概况	60
六、世界化妆品发展前景及趋势分析	61
第四节 世界美容市场发展趋势	64
一、世界美容化妆品业科技发展趋势	64
二、世界整形美容发展趋势分析	66
三、亚洲整形美容发展趋势	67
四、未来最热门的整形美容术	69
第三章 2014年中国美容院行业发展环境分析	71
第一节 2014年中国宏观经济发展环境分析	71
一、2014年中国GDP增长情况分析	71
二、2014年中国工业经济发展形势分析	72
三、2014年中国全社会固定资产投资分析	74
四、2014年中国社会消费品零售总额分析	76
五、2014年中国城乡居民收入与消费分析	78
六、2014年中国对外贸易发展形势分析	80
第二节 2014年中国美容院行业政策环境分析	81
一、《美容医疗机构、医疗美容科(室)基本标准》	81
二、《医疗美容服务管理办法》	85
三、《医疗美容项目分级管理目录》	86
四、美容业执照上岗的意义探析	89
五、《化妆品标识管理规定》	91
六、2014年化妆品成分必须全部标识	94
七、2014年中国进口化妆品实施新法规	94
第三节 2014年中国美容院行业社会环境分析	95
一、城镇化进程加快促进美容行业发展	95
二、2014年中国医疗整形美容医院发展	96
三、美容观念升级	97
第四章 2014年中国美容行业发展现状	98
第一节 中国美容行业发展概况	98
一、中国美容行业“五化”特征	98
二、中国美容行业“五性”特征	99
三、中国美容业总体市场特征	100
四、中国美容机构主要业态	101

第二节 2014年中国美容行业发展状况 102

- 一、中国美容行业发展现状分析 102
- 二、美容消费者和美容院发展状况 103
- 三、中国美容行业的人才状况 104
- 四、美容业新经济增长点分析 104
- 五、美容行业的发展优势 105

第三节 2014年中国美容市场发展现状分析 106

- 一、时尚美容消费受追捧 106
- 二、整形美容业消费热点分析 107
- 三、美容机构走向规范化和专业化 108
- 四、美容市场细分明朗增值明显 109
- 五、美容市场消费潜力分析 110

第四节 2014年中国主要地区美容市场发展现状 111

- 一、深圳美容业发展情况分析 111
- 二、广西整形美容业市场现状 113
- 三、上海美容业发展情况分析 115
- 四、武汉医疗美容市场大整顿 115
- 五、广州美容业发展情况分析 116

第五节 2014年中国美容行业发展面临的问题 117

- 一、中国美容行业发展中的问题透析 117
- 二、中国美容行业缺少专业线品牌 118
- 三、中国美容产业发展瓶颈分析 119
- 四、现代美容行业经营上的问题 121
- 五、中国美容业发展潜在的问题 123

第五章 2014年中国美容院市场发展概况 125

第一节 2014年中国美容院基本发展现状 125

- 一、美容院的特点 125
- 二、美容院的主流类型 126
- 三、美容院的人员状况 129
- 四、美容院的技术内涵 129

第二节 2014年中国美容院现状调查结果 130

- 一、中国美容院管理现状 130
- 二、中国美容院销售现状 131
- 三、中国美容院经营现状 133
- 四、中国美容院政策认知现状 136

第三节 2014年中国美容院人才发展现状 138

- 一、中国美容院人才需求旺盛 138
- 二、美容院专业人才为何难求 138
- 三、美容院人才流失率居高不下 139

第四节 2014年中国主要省市美容院发展现状分析 140

- 一、深圳美容院发展现状分析 140
- 二、兰州美容院向纵深方向发展 140
- 三、广州美容院连锁品牌集中化趋势 141

第六章 2014年中国美容院经营分析 144

第一节 2014年中国美容院发展概况 144

- 一、中国美容院经营的关键 144
- 二、中国美容院经营的注意事项 146
- 三、中国美容院的经营现状 149
- 四、美容院需注重品质经营 150
- 五、美容院热点项目分析 151

第二节 2014年中国美容院的经营策略 154

- 一、美容院营业额的构成 154
- 二、美容院顾客管理的要点 155
- 三、美容院销售计划与促销办法的制定 155
- 四、美容院促销活动的策划与组织 156
- 五、品牌和模式决定美容院经营成败 158

第三节 2014年中国美容院的经营与定位分析 160

- 一、美容院的市场定位 160
- 二、谨防经营管理中的谬误 160
- 三、美容院的软硬件设施配备 161
- 四、广告媒介的投放宣传 161
- 五、管理者和员工自身素质的提高 162

第四节 2014年中国美容院经营管理策略 162

- 一、促销为美容院添利 162
- 二、美容院经营的黄金法则 164
- 三、美容院招揽顾客的战略 165
- 四、美容院的核心竞争力分析 166
- 五、美容院如何选择产品品牌 168
- 六、建立星级美容院的新经营构想 169
- 七、成功经营美容院的要点分析 171

第五节 中国美容院经营发展趋势分析 172

- 一、美容院的经营新模式出现 172
- 二、美容院未来经营趋势 175
- 三、未来美容院的主流模式分析 176
- 四、美容院仪器高科技化趋势 179

第七章 2014年中国美容院消费分析 182

第一节 2014年中国美容消费者分析 182

- 一、消费者的年龄构成特点 182
- 二、消费者的年龄构成特点 182
- 三、消费者对手术时间地点的选择 183

第二节 2014年中国美容消费需求及行为分析 183

- 一、消费者的需求特点分析 183
- 二、消费者最关注的问题分析 184
- 三、消费者整形原因分析 185
- 四、消费者的消费行为特点 185

第三节 2014年分区域美容消费潜力分析 186

- 一、华北区美容消费潜力分析 186
- 二、华南区美容消费潜力分析 187
- 三、华东区美容消费潜力分析 188
- 四、华中区美容消费潜力分析 188
- 五、西南区美容消费潜力分析 189
- 六、西北区美容消费潜力分析 190
- 七、东北区美容消费潜力分析 191

第四节 中国美容市场消费群体分析 191

- 一、青少年美容消费分析 191
- 二、老年人美容市场分析 192
- 三、美容机构的消费热点分析 193

第八章 2014年中国美容院营销分析 195

第一节 2014年中国美容院营销现状分析 195

- 一、中国美容院流行营销模式分析 195
- 二、中国美容业进入整合营销时代 198
- 三、中国美容业营销思路分析 200
- 四、营销创新是美容院发展必由之路 201

第二节 2014年中国美容院专业线市场分析 205

- 一、专业线美容企业的渠道扁平化 205

- 二、专业线美容市场现状分析 208
- 三、专业线美容企业品牌建设分析 209
- 第三节 美容院淡季营销的策略 213
 - 一、劈分市场有的放矢 213
 - 二、聚焦大户政策倾斜 213
 - 三、终端补货培训先行 214
 - 四、活动推广刺激消费 214
 - 五、推陈出新吸引订货 215
 - 六、销售竞赛推动走量 215
- 第四节 美容院“前店后院”模式分析 216
 - 一、“前店后院”的分类 216
 - 二、“前店后院”产生原因 216
 - 三、“前店后院”发展优势 218
 - 四、“前店后院”发展瓶颈 220
 - 五、“前店后院”营销策略 220
- 第五节 “美容美发厅传媒系统”多元盈利模型 221
 - 一、广告销售盈利模型 221
 - 二、影视广告制作盈利模型 221
 - 三、产品开发销售盈利模型 222
 - 四、产品代理直销盈利模型 223
 - 五、网站运营盈利模型 224
 - 六、公关活动盈利模型 225
 - 七、电信增值盈利模型 226
 - 八、媒体整合赢利模式 226
 - 九、俱乐部赢利模型 227
- 第六节 美容院顾客五大类型销售建议 227
 - 一、所需型 227
 - 二、可有可无型 227
 - 三、讲面子型 228
 - 四、渐进性 228
 - 五、免费型 229
- 第九章 美容院连锁经营发展分析 230
 - 第一节 2014年中国美容院连锁经营分析 230
 - 一、中国美容连锁加盟市场现状分析 230
 - 二、美容院直营连锁的运营现状分析 232

三、美容院加盟连锁引领创业风暴	233
第二节 中国美容院连锁经营促进策略	234
一、美容院连锁经营营销策略	234
二、美容院连锁经营的未来方向	236
三、化妆品行业连锁经营的十大设想	237
四、美容连锁企业的品牌文化与品牌管理	241
第三节 中国美容院的连锁经营发展趋势	243
一、中国美容企业连锁经营成必然趋势	243
二、中国美容企业加盟连锁机构的优势	244
三、中国美容企业加盟连锁机构的瓶颈	245
四、中国美容连锁经营走向快速发展	245
第十章 2014年中国重点美容院品牌及企业分析	248
第一节 现代美容	248
一、企业简介	248
二、2012财年公司经营状况	251
第二节 唯美度	252
一、企业简介	252
二、经营状况	253
第三节 路易香浓	254
一、企业简介	254
二、竞争优势	255
第四节 紫晶兰朵	256
一、企业简介	256
二、竞争优势	257
第五节 罗兰佩蒂	258
一、企业简介	258
二、竞争优势	259
第六节 雪肌妮丝	259
一、企业简介	259
二、竞争优势	260
第七节 欧洁蔓	261
一、企业简介	261
二、竞争优势	262
第八节 奈瑞儿	262
一、企业简介	262

二、竞争优势 263

第九节 京都薇薇 264

一、企业简介 264

二、竞争优势 266

第十节 百莲凯 267

一、企业简介 267

二、竞争优势 267

第十一章 2015-2020年中国美容院行业前景预测与投资分析 269

第一节 2015-2020年中国美容院发展热点分析 269

一、形象色彩设计成热潮 269

二、美容保健用品的风靡 269

三、香熏世界将大放异彩 269

四、美塑中胚层美容疗法 270

五、中医美容法势不可挡 270

第二节 2015-2020年中国美容院发展趋势与前景预测 271

一、美容连锁品牌快速扩张 271

二、男士美容市场继续扩大 273

三、美容美发产业细分加剧 274

四、美容院发展趋势预测 275

五、男士美容发展潜力巨大 275

第三节 2015-2020年中国美容院相关产品市场规模预测 276

一、2015-2020年美发产品市场规模预测 276

二、2015-2020年彩妆产品市场规模预测 277

三、2015-2020年美甲产品市场规模预测 277

第十二章 2015-2020年中国美容院行业投资前景及策略分析 279

第一节 2015-2020年中国美容院行业投资环境分析 279

第二节 2015-2020年中国美容院行业投资风险分析 280

一、政策风险 280

二、服务风险 280

三、经营风险 281

四、其他风险 281

第三节 2015-2020年中国美容院投资策略分析 281

一、中国美容院总体投资策略分析 281

二、男士美容院投资策略分析 282

三、中国美容院投资经营策略 283

图表目录：

图表 1	世界化妆品销售额区域分布	18
图表 2	世界主要地区香精香料市场年均增速预测	33
图表 3	2014年世界主要地区香精香料市场状况预测	33
图表 4	2014年世界香精香料市场区域分布状况预测	34
图表 5	2013年全球主要国家和地区整形手术数量排名（top25）	35
图表 6	2013年全球主要国家整形医生数量统计（top25）	36
图表 7	2013年全球整形外科病例分类统计	37
图表 8	2013年韩国整形外科医生数量统计	38
图表 9	2013年韩国整形外科病例分类统计	39
图表 10	2013年美国整形外科医生数量统计	41
图表 11	2013年美国整形外科病例分类统计	42
图表 12	2013年英国整形外科医生数量统计	43
图表 13	2013年英国整形外科病例分类统计	43
图表 14	2013年德国整形外科医生数量统计	44
图表 15	2013年德国整形外科病例分类统计	44
图表 16	2013年日本整形外科医生数量统计	45
图表 17	2013年日本整形外科病例分类统计	46
图表 18	2013年巴西整形外科医生数量统计	48
图表 19	2013年巴西整形外科病例分类统计	49
图表 20	2013年台湾整形外科医生数量统计	50
图表 21	2013年台湾整形外科病例分类统计	50
图表 22	世界名牌化妆品一览	53
图表 23	世界名牌化妆品国家分布	54
图表 24	美国化妆品销售渠道	56
图表 25	日本各类化妆品销售额占比	58
图表 26	预计未来全球各地区化妆品销售占比	61
图表 27	2007-2014年中国人均国内生产总值变化趋势图	71
图表 28	2007-2014年中国国内生产总值及增长速度趋势图	72
图表 29	1998-2014年中国规模以上工业企业经济指标统计	73
图表 30	2007-2014年中国全部工业增加值及增长速度趋势图	73
图表 31	2014年各月度中国规模以上工业增加值增长趋势图	74
图表 32	2006-2014年中国全社会固定资产投资增长趋势图	75
图表 33	2014年中国城镇固定资产投资规模及增长速度统计	75
图表 34	2014年各月度固定资产投资（不含农户）增长趋势图	76

图表 35 2007-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 77

图表 36 2014年社会消费品零售总额环比增长趋势图 78

图表 37 2007-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 79

图表 38 2007-2014年农村居民纯收入及增长情况统计 80

图表 39 2007-2014年中国进出口总额增长趋势图 80

图表 40 美容外科一级项目 87

图表 41 美容外科二级项目 87

图表 42 美容外科三级项目 87

图表 43 美容外科四级项目 88

图表 44 美容外科项目的分级管理 88

图表 45 美容牙科项目（暂不分级） 88

图表 46 美容皮肤科有创治疗项目 89

图表 47 美容中医科项目（暂不分级） 89

图表 48 2000-2014年中国人口城乡分布状况 96

图表 49 2005-2014年中国医疗整形医院数量增长趋势图 96

图表 50 2005-2014年中国民营医疗整形医院数量增长趋势图 97

图表 51 中国美容机构主要业态构成 101

图表 52 中国美容业发展概况 103

图表 53 美容消费者性别分布 182

图表 54 美容消费者年龄分布 182

图表 55 美容消费者关注的问题 184

图表 56 现代美容中心发展历程 248

图表 57 2010-2012财年现代美容中心服务中心数目 251

图表 58 2010-2012财年现代美容中心加权平均总建筑楼面面积 251

图表 59 2010-2012财年现代美容中心经营状况 251

图表 60 2010-2012财年现代美容中心分产品经营状况 252

图表 61 2014年唯美度大事记 254

图表 62 奈瑞尔塑身美颜连锁有限公司发展历程 263

图表 63 2014年京都薇薇公司大事记 266

图表 64 2015-2020年中国美发产品市场规模预测 276

图表 65 2015-2020年中国彩妆市场规模预测 277

图表 66 2015-2020年中国美甲产品市场规模预测 278

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/164345.html>