

2011-2015年中国美容行业 运营状况分析与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2011-2015年中国美容行业运营状况分析与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitaxiuxian1109/Y575043OG9.html>

【报告价格】纸介版6500元 电子版6800元 纸介+电子7000元

【出版日期】2011-09-21

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

博思数据研究中心 <http://www.bosidata.com>

报告说明:

博思数据研究中心发布的《2011-2015年中国美容行业运营状况分析与投资前景研究报告》共十七章。首先介绍了美容行业相关概述、中国美容产业运行环境等，接着分析了中国美容行业的现状，然后介绍了中国美容行业竞争格局。随后，报告对中国美容行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国美容产业发展前景与投资预测。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。

中国美容业属于朝阳产业，具有良好地发展前景及巨大潜力。快速发展中的美容市场，目前还处于无序经营状态。放眼望去，国外各大品牌纷纷抢登中国，在日化线，几乎是国外品牌一统天下，而中国本土品牌还一直停留在炒概念、搞营销的层面，并没有在研发和品质上面下功夫，如此以往，将来中国这个全球最大的市场将拱手让给国外品牌。因此，无论从战略角度，还是市场角度或是消费者角度，都急需行业规范和解决。

第一章 2010-2011年国际美容产业运行态势分析

第一节 2010-2011年国际美容市场综述

- 一、世界各地不同特色的SPA
- 二、世界香料香精市场分析
- 三、世界美容院经营状况分析
- 四、金融危机对全球美容业的影响

第二节 2010-2011年国际整形美容市场透析

- 一、韩国整形美容市场分析
- 二、美国男性整容市场分析
- 三、日本女性整容的理由
- 四、好莱坞整容成热潮

第三节 2010-2011年国外化妆品市场探析

- 一、2010年全球品牌化妆品销售情况
- 二、韩国化妆品店发展透析
- 三、泰国男性化妆品市场增长形势
- 四、高科技在美容化妆品产业的应用情况

第四节 2010-2013年国际美容市场发展趋势分析

一、国际美容化妆品业科技发展趋势

二、亚洲整形美容发展趋势

三、未来最热门的整形美容术

四、美国美容业需求预测分析

五、全球减肥市场预测分析

第二章 2010-2011年中国美容产业政策环境解读

第一节 2010-2011年中国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

三、中国出台美容美发行业新卫生规范

四、《化妆品标识管理规定》施行

五、2010年化妆品成分必须全部标识

第二节 2010-2011年中国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 2010-2011年中国美容相关政策法规

一、美容美发业管理暂行办法

二、医疗美容服务管理办法

三、初级美容师国家职业标准

四、高级美容师国家职业标准

第三章 2010-2011年中国美容产业运行新形势透析

第一节 2010-2011年中国美容行业发展概况

一、中国美容发展衍进与兴起

二、中国美容业亮点分析

三、中国美容行业主要业态

四、美容机构主要分布

第二节 2010-2011年中国美容业深度剖析

一、中国美容行业步入知本经济时代

二、中国美容行业热点事件聚焦

三、美容业新经济增长点分析

四、中国药妆市场走向分析

第三节 金融危机对美容业的影响

一、金融危机对美容业的影响

二、金融危机对药妆行业的影响

第四节 2010-2011年中国美容行业存在的问题分析

一、美容行业存在的问题

二、中国美容市场洗牌之前的危机

三、美容业的资源泛滥与浪费

四、美容业陷入诚信危机

五、美容行业专业线市场存在的问题

第五节 2010-2011年美容行业发展建议及对策分析

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

第四章 2010-2011年中国美容市场运行动态分析

第一节 2010-2011年中国美容市场发展情况分析

一、观念变得快美容机构变得更快

二、我国市场细分明朗美容产业增值明显

三、我国美容行业人才市场分析

四、国内美容市场快速增长国际品牌纷至沓来

第二节 2010-2011年中国美容市场热点分析

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 2010-2011年中国城市美容经济竞争力分析

一、华北区美容经济竞争力分析

二、华南区美容经济竞争力分析

三、华东区美容经济竞争力分析

四、华中区美容经济竞争力分析

五、西南区美容经济竞争力分析

六、西北区美容经济竞争力分析

七、东北区美容经济竞争力分析

第四节 2010-2011年中国美容市场消费群体分析

一、青少年美容消费分析

二、美容院消费者心理分析

三、老年人美容市场分析

第五章 2010-2011年中国美容化妆品市场运行格局分析

第一节 2010-2011年中国化妆品销售市场分析

一、转型下的中国化妆品产业

二、化妆品各种渠道的生态描述

三、化妆品行业渠道现象分析

第二节 2010-2011年中国美容化妆品市场现状分析

一、我国化妆品行业的可持续发展

二、金融危机带给化妆品业的机遇

三、金融危机下化妆品的发展趋势

四、化妆品及容器需求预测分析

第三节 2010-2011年美容化妆品市场消费状况调查

第四节 2010-2011年中国美容化妆品业发展趋势及策略

一、我国化妆品行业的发展趋势

二、化妆品行业品牌发展趋势

三、化妆品行业连锁经营发展趋势

四、美容化妆品市场细分策略

五、美容化妆品企业的多品牌现象策略

第六章 2006-2009年中国美容主要产品市场进出口贸易数据分析

第一节 2006-2009年中国美容品或化妆品及护肤品进出口数据监测分析（3304）

一、2006-2009年中国美容品或化妆品及护肤品进口数据分析

二、2006-2009年中国美容品或化妆品及护肤品出口数据分析

三、2006-2009年中国美容品或化妆品及护肤品进出口平均单价分析

四、2006-2009年中国美容品或化妆品及护肤品进出口国家及地区分析

第二节 2006-2009年中国精油；香膏；提取油树脂进出口数据监测分析(3301)

一、2006-2009年中国精油；香膏；提取油树脂进口数据分析

二、2006-2009年中国精油；香膏；提取油树脂出口数据分析

三、2006-2009年中国精油；香膏；提取油树脂进出口平均单价分析

四、2006-2009年中国精油；香膏；提取油树脂进出口国家及地区分析

第三节 2006-2009年中国香水及花露水进出口数据监测分析(3303)

一、2006-2009年中国香水及花露水进口数据分析

二、2006-2009年中国香水及花露水出口数据分析

三、2006-2009年中国香水及花露水进出口平均单价分析

四、2006-2009年中国香水及花露水进出口国家及地区分析

第四节 2006-2009年中国护发品进出口数据监测分析（3305）

一、2006-2009年中国护发品进口数据分析

二、2006-2009年中国护发品出口数据分析

三、2006-2009年中国护发品进出口平均单价分析

四、2006-2009年中国护发品进出口国家及地区分析

第七章 2010-2011年中国整形美容市场运行态势分析

第一节 2010-2011年中国整形美容市场透析

一、中国整形美容业的兴起

二、整形美容产业正式步入高级阶段

三、整形美容队伍的发展变化

四、我国整形美容行业的网络推广模式

第二节 2010-2011年中国整形美容产品分析

一、整形美容产品市场规模

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 2010-2011年中国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 2010-2011年整形美容市场现状分析

一、我国整形美容业市场规模

二、整形美容亮点分析

三、中老年人整容的心理取向

四、整容趋向老龄、低龄化

第五节 2010-2011年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 2011-2015年整形市场发展趋势分析

- 一、假体隆胸仍是主流
- 二、自体脂肪隆胸成趋势
- 三、非手术和微创整形术受欢迎
- 四、“脸部大改造”更安全
- 五、求美者越来越理性

第七节 2011-2015年中国整形美容发展趋势分析

- 一、整容市场流行新趋势
- 二、国内整形美容销售额预测
- 三、未来整容手术的替代趋势

第八章 2010-2011年中国减肥、美发、美甲市场运行态势分析

第一节 2010-2011年中国减肥美体市场分析

- 一、减肥行业发展阶段
- 二、减肥市场消费量状况
- 三、减肥药品市场调查分析
- 四、全球近1/5的体重超标肥胖者是中国人
- 五、我国减肥药市场发展趋势
- 六、美体瘦身行业趋势分析
- 七、2010年全球减肥市场将达90亿美元

第二节 2010-2011年中国美发用品市场分析

- 一、我国美发市场空白形式日显
- 二、美发市场策略
- 三、中国洗发水市场现状
- 四、美容美发行业整顿任重道远
- 五、我国生发剂市场日益升温前景看好
- 六、中国美发美容协会对美发美容用具要求
- 七、我国洗发水市场的发展及趋势
- 八、美发用品店商机无限

第三节 2010-2011年中国美甲市场现状分析

- 一、美甲业进入发展期
- 二、美甲已经从时尚渐变为一种生活形态
- 三、美甲行业发展存在的问题
- 四、男士崇尚美甲
- 五、美甲行业的前景分析

第九章 2010-2011年中国男士美容市场动态分析

第一节 2010-2011年男士美容市场分析

- 一、男士最喜欢的SPA调查分析
- 二、男士美容护肤卖点分析
- 三、男士美容护肤市场现状分析
- 四、男士美容新热点分析

第二节 2010-2011年男士整形美容市场分析

- 一、男性整形美容的兴起分析
- 二、男士整形消费分析
- 三、未来男士整形主流分析

第三节 2010-2011年男士美容化妆品市场分析

- 一、男性最爱的美容项目市场前景
- 二、男士美容市场呈专柜专区发展
- 三、2010年男士化妆品市场份额预测
- 四、2010年男士美容市场预测

第十章 2010-2011年中国美容业培训市场分析

第一节 2010-2011年美容业人才现状与职业培训

- 一、美容业管理人才渐从香港到大陆发展
- 二、美容业急需高端人才
- 三、美容市场呼唤美甲技师

第二节 2010-2011年美容教育发展现状及建议

- 一、中国美容教育本质分析
- 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、提高美容师的综合素质

第三节 2010-2011年美容学历教育的发展分析

- 一、美容职业教育走上“洋路子”
- 二、美容学历教育出现3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 2011-2015年中国美容教育发展趋势分析

- 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

第十一章 2010-2011年中国美容业市场营销战略分析

第一节 2010-2011年中国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 2010-2011年中国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”分析
- 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 2010-2011年中国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 2010-2011年中国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

第十二章 2010-2011年中国直销与美容业的发展动态分析

第一节 直销

- 一、直销的发展
- 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

第十三章 2010-2011年中国连锁经营与美容业的发展分析

第一节 2010-2011年中国美容连锁经营分析

- 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 2010-2011年中国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、美容院特许加盟连锁经营赢利模式

第十四章 2010-2011年中国美容院经营策略分析

第一节 2010-2011年中国美容院经营现状分析

- 一、2010年美容院最新热门项目调查
- 二、2010年十大领航美容院分析
- 三、2010年美容院人气促销排行榜

四、2010年美容院新型经营理念分析

五、2010年美容院成功经营方式分析

六、美容院发展主趋势分析

第二节 2010-2011年中国美容院成功经营策略分析

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 2010-2011年中国美容院经营管理策略分析

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 2011-2015年中国美容院发展趋势分析

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分析

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 2010-2011年中国美容院服务营销策略分析

第一节 2010-2011年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 2010-2011年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——美容师素质低下

第三节 2010-2011年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 2010-2011年美容院服务营销策略分析

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

第十六章 2011-2015年中国美容业发展趋势预测分析

第一节 2011-2015年美容美发业市场发展前景

一、美容美发市场细分加剧

二、进一步规范美容美发市场

三、美容美发行业对高级人才需求

四、美容美发教育前景看好

第二节 2011-2015年中国最热门的美容项目预测分析

一、香熏世界将大放异彩

二、美塑疗法

三、形象、色彩设计成热潮

四、产后修复术是热点

五、美容保健用品的风靡

六、净颜祛斑大升级

七、中医美容势不可挡

八、面部修饰持续走俏

九、概念美容

十、男士关注小美容项目

第三节 2011-2015年美容业细分产品发展趋势

一、护肤美白发展趋势

二、美容彩妆市场展望

三、香水业展望

四、彩妆销售额预测

第四节 2011-2015年中国美容业发展趋势

一、中国美容市场增长预测

二、我国美容业收入预测

三、未来几年中国美容消费热点流行趋势

第十七章 2011-2015年中国美容业投资战略研究

第一节 美容院在金融危机形势下投资分析

一、金融危机形势下美容院的发展态势

二、金融危机形势下美容院的投资方向

第二节 2011-2015年男士美容市场商机分析

一、男士美容市场投资与风险分析

二、男性化妆品市场的开发

三、男性美容投资趋势

第三节 2011-2015年美容业投资热点析

一、生产厂家的优势

二、品牌优势

三、销售支持优势

第四节 专家投资指导

图表目录：

图表：中外化妆品品牌对比

图表：2006-2009年中国美容品或化妆品及护肤品进口数量分析

图表：2006-2009年中国美容品或化妆品及护肤品进口金额分析

图表：2006-2009年中国美容品或化妆品及护肤品出口数量分析

图表：2006-2009年中国美容品或化妆品及护肤品出口金额分析

图表：2006-2009年中国美容品或化妆品及护肤品进出口平均单价分析

图表：2006-2009年中国美容品或化妆品及护肤品进口国家及地区分析

图表：2006-2009年中国美容品或化妆品及护肤品出口国家及地区分析

图表：2006-2009年中国精油；香膏；提取油树脂进口数量分析

图表：2006-2009年中国精油；香膏；提取油树脂进口金额分析

图表：2006-2009年中国精油；香膏；提取油树脂出口数量分析

图表：2006-2009年中国精油；香膏；提取油树脂出口金额分析

图表：2006-2009年中国精油；香膏；提取油树脂进出口平均单价分析

图表：2006-2009年中国精油；香膏；提取油树脂进口国家及地区分析

图表：2006-2009年中国精油；香膏；提取油树脂出口国家及地区分析

图表：2006-2009年中国香水及花露水进口数量分析

图表：2006-2009年中国香水及花露水进口金额分析

图表：2006-2009年中国香水及花露水出口数量分析

图表：2006-2009年中国香水及花露水出口金额分析

图表：2006-2009年中国香水及花露水进出口平均单价分析

图表：2006-2009年中国香水及花露水进口国家及地区分析

图表：2006-2009年中国香水及花露水出口国家及地区分析

图表：2006-2009年中国护发品进口数量分析

图表：2006-2009年中国护发品进口金额分析

图表：2006-2009年中国护发品出口数量分析

图表：2006-2009年中国护发品出口金额分析

图表：2006-2009年中国护发品进出口平均单价分析

图表：2006-2009年中国护发品进口国家及地区分析

图表：2006-2009年中国护发品出口国家及地区分析

图表：用人单位招聘需求排行

图表：各类人才择业需求排行

图表：连锁经营企业的SI规划战略目标

图表：2009年十大领航美容院

图表：美容院服务产品区别于有形产品的特征

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitaxiuxian1109/Y575043OG9.html>