

2015-2020年中国美容美发 市场现状分析及投资前景研究报告

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

《2015-2020年中国美容美发市场现状分析及投资前景研究报告》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/qitaxiuxian1501/P74380OYMT.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7000元 纸介+电子7200元

【出版日期】2015-01-12

【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

报告说明:

博思数据发布的《2015-2020年中国美容美发市场现状分析及投资前景研究报告》共十二章。首先介绍了国际美容市场运行动态、中国美容整体运行态势等，接着分析了中国整形美容产业整体运行态势的现状，然后介绍了中国美容化妆品市场销售形态势、中国美容美发业区域市场运行状况。随后，报告对美容美发行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国美容美发行业发展趋势及投资前景。您若想对美容美发产业有个系统的了解或者想投资美容美发行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

目前，人们对形象工程的关注，加剧了美容美发产业的细分。尤其是美容产业，在产品上，有女性产品、男性产品、婴儿产品等消费细分，在种类上，有美白类、保湿类、去皱类、消斑类、祛痘类等；美发产业虽没有美容行业细分明白透彻，档次却也参差不齐。除了美容美发、SPA水疗、香熏美体、足体保健、专业美甲店外，专业男士美容馆的开张、儿童专业理发馆的诞生，意味着美容美发市场进一步细分。消费者自我意识的日渐提升，需要消费领域提供相应的产品和服务加以满足，而足不出户就可以享受“美”的服务，现在已经可以变成现实。私人美容渐成气候，成为2010-2013年美容美发行业的热点。因此特色化、细分化已成为不可替代的发展路径之一。只有将细分进行到底，才可能发现市场存在的空白点，进而寻找新的技术或服务占领市场。在女性美容美发市场竞争已经白热化，男性美容将注入不少清新的空气，男士化妆品、男士美容院、男士SPA会所、美容院男宾服务专区增长的数量将大大的增加。在未来5年内，中国男士对美容美发市场需求将有很大的增长空间。

随着生活水平的日益提高，美容理念也越来越清晰，消费者对美的要求达到了一定高度，从业者的美容美发水平已逐渐变得不能满足消费者的需求了。虽然经过十几年的发展，但一些美容机构仍处于作坊式管理和运作阶段，不能得到很好的发展。由于培训及行业发展不健全等诸多原因，高素质的美容美发人才比较缺乏。美容美发行业职业培训机构培训出来的人员普遍缺乏较为系统的知识，因此高学历人才的加入，必定使这些机构在管理、营销等方面都上一个较大的台阶。美容美发行业缺乏高素质人才已成燃眉之急，“良将难求”是众多经营者的共同心声。在未来美容美发机构的经营过程中，以服务为主，技术为辅，以满足消费者心理为经营方针，就是技术上乘、地方清洁、环境幽雅、服务周到、态度热情。未来的美容美发机构将不会以价格战作为主要的竞争模式，而是以规模化、专业化、品牌化来进行经营，用技术经管方式、艺术作品、服务态度来进行竞争。

爱美之心人皆有之，正是消费者对美的追求，美容美发市场一火再火、一涨再涨，从理发到美发、到染发、到形象设计，从化妆到皮肤护理、到美甲美体、美发美容服务领域之宽达

到了空前的水平。中国美容美发产业俨然已经成为中国经济的一大重要支柱，成为第五大消费。

第一章 2014年国际美容市场运行动态分析

第一节 2014年国际美容市场现状综述

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

第二节 2014年国际整形美容市场透析

- 一、国际整体形美容技术水平
- 二、整体形美容市场规模及需求分析
- 三、整体美容重点国家运行分析

第三节 2014年国外化妆品市场运行分析

- 一、全球有机化妆品销售分析
- 二、化妆品店动态分析
- 三、泰国男性化妆品市场增长
- 四、金融风暴下化妆品需求预测

第四节 2015-2020年国际美容市场新趋势探析

- 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、全球减肥市场预测

第二章 2014年中国美容整体运行态势分析

第一节 2014年中国美容行业概况

- 一、美容行业发展基本特征
- 二、美容产业链
- 三、美容机构主要业态

第二节 2014年中国美容行业综述

- 一、美容机构发展分析
- 二、美容业新经济增长点分析
- 三、中国药妆市场走向分析
- 四、金融危机对美容业的影响

五、美容业发展要建设品牌文化

第三节 2014年中国美容行业热点问题探讨

- 一、中国美容业发展潜在的问题
- 二、美容行业专业线品牌发展问题
- 三、美容业发展要建设品牌文化
- 四、促进美容行业发展的建议

第三章 2014年中国美容产业运行环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2015年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2014年中国美容产业政策环境分析

- 一、标准规范在行业中的缺失
- 二、标准出台规范行业
- 三、相关政策法规

第四章 2014年中国整形美容产业整体运行态势分析

第一节 2014年中国整形美容行业总体概述

- 一、浅析中国整形美容业的兴起
- 二、国内整形美容行业的发展规模
- 三、解析医疗美容产业的可持续发展

第二节 2014年中国整形美容市场动态分析

- 一、解析国内整容市场的利润来源
- 二、国内老少整形市场日渐活跃
- 三、中国整形美容消费群体分析

第三节 2014年中国整形美容行业面临的挑战

- 一、阻碍整形美容业发展的瓶颈
- 二、国内整形美容行业亟需整顿
- 三、整形美容机构中的六大骗局分析
- 四、解析整容美容行业面临的风险

第四节 2014年中国整形美容行业发展的措施与建议

- 一、中国整形美容业的发展规划
- 二、发展国内整形美容行业的措施
- 三、发展整形美容行业的其他建议
- 四、医学美容产业需自修门户促进发展

第五章 2014年中国美发市场深度剖析

第一节 2014年中国美容美发行业综述

- 一、美发业发展潮流
- 二、美容美发产业增值分析

第二节 2014年中国美容美发运行综述

- 一、美容美发业基本数据分析
- 二、美容美发服务业经营分析
- 三、行业存在的问题分析

第三节 2014年中国美容美发服务业的连锁经营概况

- 一、美容美发业连锁经营的类型和区别
- 二、美容美发服务业采用特许连锁经营模式的现状
- 三、适应美容美发服务业现状的最佳方式
- 四、直营连锁在美容美发服务业发展中存在的问题
- 五、做好美容美发服务业直营连锁的关键因素

第四节 2014年中国美发关联产业发展分析

- 一、美容美发产业链发展情况
- 二、美容美发用品发展前景
- 三、美发产品终端连锁发展趋势

第六章 2014年中国美容化妆品市场销售形态势分析

第一节 2014年中国美容化妆品综述

- 一、国内化妆品市场结构分析
- 二、化妆品网购市场
- 三、天然化妆品市场销售形势分析
- 四、化妆品制造业指标监测

第二节 2014年中国化妆品市场消费分析

- 一、化妆品市场消费者的构成

- 二、化妆品市场消费的特点
- 三、化妆品市场居民消费的构成
- 四、美容化妆品市场的消费状况调查
- 五、女性购买化妆品的心理因素研究

第七章 2014年中国美容美发业区域市场运行分析

第一节 长三角区域市场情况分析

- 一、上海
- 二、南京
- 三、绍兴
- 四、宁波

第二节 珠三角区域市场情况分析

- 一、广州
- 二、珠海
- 三、深圳

第三节 环渤海区域市场情况分析

- 一、北京
- 二、天津

第四节 其他省市发展情况分析

- 一、武汉
- 二、重庆
- 三、成都
- 四、西安
- 五、乌鲁木齐
- 六、佳木斯

第八章 2014年全国美容美发业竞争新格局透析

第一节 2014年全国美容美发业竞争总况

- 一、美容美发业竞争几近白热化
- 二、美容美发业竞争升级

第二节 2014年全国美容美发业集中度分析

- 一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 2015-2020年全国美容美发业竞争策略分析

第九章 2014年全国美容美发领先企业竞争力分析

第一节 深圳市首脑美容美发艺术有限公司

一、公司概况

二、企业运行动态分析

第二节 北京艺人美场集团公司

一、公司概况

二、公司产业链分析

第三节 创意名美发美容连锁机构

一、机构概况

二、机构文化

第四节 八佰伴美发美容连锁机构

一、机构概况

二、机构发型趋势

第五节 上海永琪美容美发连锁经营机构

一、机构概况

二、机构动态

第六节 椰岛YESIDO美发美容机构

一、机构概况

二、机构动态

第十章 2014年中国美容美发业营销及策略分析

第一节 美容美发店促销分析

一、促销的设计

二、促销的筹备

三、促销的教育

四、促销的实施

五、促销的监督

六、促销的评估

七、促销技巧检讨

第二节 美容美发店的营销战略

- 一、战略定位
- 二、战略模型
- 三、战略目标
- 四、针对广告主的营销推广策略
- 五、针对美容美发厅的营销推广策略
- 六、运营模型
- 七、运作方式

第三节 “美容美发厅传媒系统”的多元盈利模型

- 一、广告销售盈利模型
- 二、影视广告制作盈利模型
- 三、产品开发销售盈利模型
- 四、产品代理直销盈利模型
- 五、网站运营盈利模型
- 六、公关活动盈利模型
- 七、电信增值盈利模型
- 八、媒体整合赢利模式
- 九、俱乐部赢利模型

第四节 美发连锁业的经营策略

- 一、短期策略
- 二、中期策略
- 三、长期策略

第十一章 博思数据关于中国美容美发行业发展预测分析

第一节 2015-2020年中国美容市场发展趋势分析

- 一、中国美容市场增长预测
- 二、美容化妆品技术革新趋势预测
- 三、美容市场发展趋势

第二节 2015-2020年中国美容业发展趋势分析

- 一、中国美容业收入预测
- 二、2015-2020年美容业发展趋势
- 三、2015-2020年中国美容消费热点流行趋势

第三节 2015-2020年中国美容美发业发展前景分析

- 一、2015-2020年美容美发市场细分预测
- 二、2015-2020年进一步规范美容美发市场
- 三、2015-2020年美容美发业对高级人才需求预测
- 四、2015-2020年美容美发教育前景展望

第四节 2015-2020年中国美容美发业展望

- 一、美发流行新趋势
- 二、2015-2020年美容美发行业未发展趋势

第十二章 2015-2020年中国美容美发行业投资方向

第一节 美容美发行业的法律风险与防范

- 一、美容美发行业法律风险的具体体现
- 二、美容美发店收益情况
- 三、化解风险的措施

第二节 2015-2020年中国美容美发行业的商机分析

- 一、自主开厂
- 二、代理商
- 三、培训机构
- 四、专业教育
- 五、咨询服务
- 六、连锁发廊/美容院
- 七、零售店
- 八、OEM专业生产
- 九、包装设计
- 十、技术研发
- 十一、包材供应商
- 十二、原料供应商
- 十三、国外企业注册代理
- 十四、知识产权
- 十五、报刊媒体
- 十六、质量认证市场

第三节 2015-2020年中国美容美发业投资方向

- 一、美容美发市场投资情况
- 二、美容美发投资机会
- 三、投资美容美发连锁加盟情况
- 四、另类美容院的投资发展情况
- 五、投资特色盈利美容院的方向
- 六、投资美容院的经营新模式
- 七、中国美发产业机遇与挑战共存
- 八、养发馆是正在兴起的新商机

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2014年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2014年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2015年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2015年中国GDP增速预测

略……

本报告利用博思数据研究中心长期对美容美发行业市场跟踪搜集的一手市场数据，同时依据国家统计局、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、行业协会、全国及海外专业研究机构提供的大量权威资料，采用与国际同步的科学分析模型，全面而准确地为您从行业的整体高度来架构分析体系。让您全面、准确地把握整个美容美发行业的市场走向和发展趋势。

报告对中国美容美发行业的内外部环境、行业发展现状、产业链发展状况、市场供需、竞

争格局、标杆企业、发展趋势、机会风险、发展策略与投资建议等进行了分析，并重点分析了我国美容美发行业将面临的机遇与挑战。报告将帮助美容美发企业、学术科研单位、投资企业准确了解美容美发行业最新发展动向，及早发现美容美发行业市场的空白点，机会点，增长点和盈利点……准确把握美容美发行业未被满足的市场需求和趋势，有效规避美容美发行业投资风险，更有效率地巩固或者拓展相应的战略性目标市场，牢牢把握行业竞争的主动权。形成企业良好的可持续发展优势。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitaxiuxian1501/P74380OYMT.html>