

# 2020-2026年中国生活美容 行业发展态势与战略咨询报告

## 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

《2020-2026年中国生活美容行业发展态势与战略咨询报告》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/202005/166110.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

美容分为生活美容和医疗美容两大类：医疗美容是指运用手术、药物、医疗器械以及其他具有创伤性或者侵入性的医学技术方法对人的容貌和人体各部位形态进行的修复与再塑。比如常见的割双眼皮、隆胸等。生活美容是指常规性美容护理，包括使用化妆品、SPA、按摩保健等。大美容市场分类

2017年我国美容产业市场规模约7580亿元，其中生活美容规模约6660亿元，医疗美容市场规模约920亿元。2011-2017年中国美容市场规模及细分规模情况资料来源：中企顾问网整理

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

#### 第一章 生活美容行业相关概述

##### 1.1 服务的内涵与特征

###### 1.1.1 服务的内涵

###### 1.1.2 服务的特征

##### 1.2 生活美容行业相关概述

###### 1.2.1 生活美容行业的定义

###### 1.2.2 生活美容行业的分类

###### 1.2.3 生活美容行业的产业链结构

###### 1.2.4 生活美容行业在国民经济中的地位

##### 1.3 生活美容行业统计标准介绍

###### 1.3.1 行业统计部门和统计口径

###### 1.3.2 行业主要统计方法介绍

###### 1.3.3 行业涵盖数据种类介绍

#### 第二章 中国生活美容行业发展环境

##### 2.1 中国生活美容行业政策法律环境分析

###### 2.1.1 行业管理体制分析

###### 2.1.2 行业主要法律法规

- 2.1.3 政策环境对行业的影响
- 2.2 中国生活美容行业经济环境分析
  - 2.2.1 宏观经济形势分析
  - 2.2.2 宏观经济环境对行业的影响分析
- 2.3 中国生活美容行业社会环境分析
  - 2.3.1 行业社会环境分析
  - 2.3.2 社会发展对行业的影响分析
- 2.4 中国生活美容行业消费环境分析
  - 2.4.1 行业消费驱动分析
  - 2.4.2 行业消费需求特点
  - 2.4.3 行业消费群体分析
  - 2.4.4 消费环境对行业的影响分析

### 第三章 中国生活美容行业发展概述

- 3.1 中国生活美容行业发展状况分析
  - 3.1.1 中国生活美容行业发展阶段
  - 3.1.2 中国生活美容行业发展总体概况
  - 3.1.3 中国生活美容行业发展特点分析
  - 3.1.4 中国生活美容行业商业模式分析
- 3.2 2014-2017年生活美容行业发展现状

- 3.2.1 2014-2017年中国生活美容行业市场规模

2017年我国生活美容行业市场规模约6660亿元，同比2016年的6305亿元增长了5.63%，近几年我国生活美容行业市场规模情况如下图所示：

2014-2017年中国生活美容行业市场规模资料来源：中企顾问网整理

- 3.2.2 2014-2017年中国生活美容行业发展分析
  - 3.2.3 2014-2017年中国生活美容企业发展分析
- 3.3 2014-2017年中国生活美容行业市场供需分析
  - 3.3.1 中国生活美容行业供给分析
  - 3.3.2 中国生活美容行业需求分析2011-2017年中国生活美容行业细分需求情况资料来源：中企顾问网整理

### 3.3.3 中国生活美容行业供需平衡

## 第四章 中国生活美容行业发展前景分析

### 4.1 2020-2026年中国生活美容市场发展前景

#### 4.1.1 2020-2026年生活美容市场发展潜力

#### 4.1.2 2020-2026年生活美容市场发展前景展望

#### 4.1.3 2020-2026年生活美容细分行业发展前景分析

### 4.2 2020-2026年中国生活美容市场发展趋势预测

#### 4.2.1 2020-2026年生活美容行业发展趋势

#### 4.2.2 2020-2026年生活美容市场规模预测

#### 4.2.3 2020-2026年生活美容行业应用趋势预测

#### 4.2.4 2020-2026年细分市场发展趋势预测

### 4.3 2020-2026年生活美容行业投资风险分析

#### 4.3.1 行业政策风险

#### 4.3.2 宏观经济风险

#### 4.3.3 市场竞争风险

#### 4.3.4 关联产业风险

#### 4.3.5 其他投资风险

### 4.4 2020-2026年中国生活美容行业面临的困境及对策

#### 4.4.1 中国生活美容行业面临的困境及对策

#### 4.4.2 中国生活美容企业发展困境及策略分析

#### 4.4.3 国内生活美容企业的出路分析

## 第五章 中国生活美容行业服务领域分析

### 5.1 生活美容行业服务领域概况

#### 5.1.1 行业主要服务领域

#### 5.1.2 行业服务结构分析

#### 5.1.3 服务发展趋势分析

#### 5.1.4 服务策略建议

### 5.2 服务领域——化妆品

#### 5.2.1 市场发展现状概述

#### 5.2.2 行业市场应用规模

### 5.2.3 行业市场需求分析

## 5.3 服务领域——美容服务

### 5.3.1 市场发展现状概述

### 5.3.2 行业市场应用规模

### 5.3.3 行业市场需求分析

## 5.4 服务领域——美容仪器

### 5.4.1 市场发展现状概述

### 5.4.2 行业市场应用规模

### 5.4.3 行业市场需求分析

## 第六章 中国生活美容行业市场竞争格局分析

### 6.1 生活美容行业竞争格局分析

#### 6.1.1 生活美容行业区域分布格局

#### 6.1.2 生活美容行业企业规模格局

#### 6.1.3 生活美容行业企业性质格局

### 6.2 生活美容行业竞争状况分析

#### 6.2.1 生活美容行业上游议价能力

#### 6.2.2 生活美容行业下游议价能力

#### 6.2.3 生活美容行业新进入者威胁

#### 6.2.4 生活美容行业替代产品威胁

#### 6.2.5 生活美容行业内部竞争分析

### 6.3 生活美容行业投资兼并重组整合分析

#### 6.3.1 投资兼并重组现状

#### 6.3.2 投资兼并重组案例

#### 6.3.3 投资兼并重组趋势

## 第七章 中国生活美容行业企业经营分析

### 7.1 修身堂控股有限公司经营分析

#### 7.1.1 企业发展基本情况

#### 7.1.2 企业主要服务分析

#### 7.1.3 企业竞争优势分析

#### 7.1.4 企业经营状况分析

- 7.1.5 企业最新发展动态
- 7.1.6 企业发展战略分析
- 7.2 必瘦站美容科技有限公司经营分析
  - 7.2.1 企业发展基本情况
  - 7.2.2 企业主要服务分析
  - 7.2.3 企业竞争优势分析
  - 7.2.4 企业经营状况分析
  - 7.2.5 企业最新发展动态
  - 7.2.6 企业发展战略分析
- 7.3 奥思集团有限公司经营分析
  - 7.3.1 企业发展基本情况
  - 7.3.2 企业主要服务分析
  - 7.3.3 企业竞争优势分析
  - 7.3.4 企业经营状况分析
  - 7.3.5 企业最新发展动态
  - 7.3.6 企业发展战略分析
- 7.4 上海思妍丽实业股份有限公司经营分析
  - 7.4.1 企业发展基本情况
  - 7.4.2 企业主要服务分析
  - 7.4.3 企业竞争优势分析
  - 7.4.4 企业经营状况分析
  - 7.4.5 企业最新发展动态
  - 7.4.6 企业发展战略分析
- 7.5 上海美丽田园美容发展有限公司经营分析
  - 7.5.1 企业发展基本情况
  - 7.5.2 企业主要服务分析
  - 7.5.3 企业竞争优势分析
  - 7.5.4 企业经营状况分析
  - 7.5.5 企业最新发展动态
  - 7.5.6 企业发展战略分析

## 第八章 互联网对生活美容行业的影响分析

- 8.1 互联网对生活美容行业的影响
  - 8.1.1 智能服务设备发展情况分析
  - 8.1.2 服务智能设备经营模式分析
  - 8.1.3 智能设备对生活美容行业的影响分析
- 8.2 互联网+服务发展模式分析
  - 8.2.1 互联网+服务商业模式解析
  - 8.2.2 互联网+服务案例分析
- 8.3 互联网背景下生活美容行业发展趋势分析

## 第九章 生活美容企业市场营销策略探讨

- 9.1 服务营销的特点
  - 9.1.1 服务产品的无形性
  - 9.1.2 服务的不可分离性
  - 9.1.3 服务产品的可变性
  - 9.1.4 服务产品的易失性
- 9.2 生活美容企业的营销策略
  - 9.2.1 内部营销与交互作用营销
  - 9.2.2 差别化管理
  - 9.2.3 服务质量管理
  - 9.2.4 平衡供求的策略
- 9.3 生活美容企业提高服务质量的营销策略
  - 9.3.1 服务质量的主要影响因素模型
  - 9.3.2 服务质量影响因素关系分析
  - 9.3.3 生活美容企业提高服务质量的营销策略分析
- 9.4 生活美容企业的品牌营销
  - 9.4.1 生活美容企业品牌营销中存在的问题
  - 9.4.2 生活美容企业品牌营销策略分析

## 第十章 研究结论及建议

- 10.1 研究结论
- 10.2 建议
  - 10.2.1 行业发展策略建议



10.2.2 行业投资方向建议

10.2.3 行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202005/166110.html>