

# 2020-2026年中国美容院行业分析与前景趋势报告

## 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年中国美容院行业分析与前景趋势报告》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/202008/180087.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

据不完全统计，目前我国的美容机构已逾百万，从业人员达600多万。面对巨大的市场和激烈的竞争，美容院的经营者们必须时刻为自己“充电”，把握未来发展趋势，以暴利和投机赚钱的浅薄经营时代已经结束。面对一个巨大的女性消费市场，各行业的投资者准备进入或已经进入的现实，让各地的小型美容院已经进入“自杀式经营”，拼命用免费、打折和送礼来吸引顾客的消费。但是，养活美容业的高端消费者对此不屑一顾，使已经赔了本的美容院陷入更加盲目的低价争夺战。美容院的五大发展趋势

1

### 优胜劣汰进一步加强

经过数十年的野蛮生长，美容行业的增速有所减缓，这其中有大经济环境变化的因素，有法律法规完善的因素，更有美容市场不断趋于理性的因素。如果一个行业的利润率明显高于其他行业，则会有大量的进入者，不断拉近行业利润率至合理水平——即基本等同于其他行业的利润率。目前来看，美容行业的利润率已趋于合理，已经不是随随便便进入就能赚钱的时代，行业里的优胜劣汰会进一步加强。定位不清晰、资本不雄厚、服务没有比较优势的店面会加速被市场淘汰。

2

### 定位更加清晰

随着市场竞争的加强，一大批没有特色、没有亮点的店面会被淘汰，而找准了自己位置、不断强化自己独特优势、发展出核心竞争力的店面会越发壮大，这将让各美容院的定位更加清晰：XX店是最高端的会所；XX店专门做国外最先进的仪器；XX店的去斑做得最好；XX店背部按摩的手法最舒服等等。

三、 3

### 经营更加理性

#### 1、价格、折扣更加合理

美容行业早已不是店家随意定价的年代，而美容院的顾客也越来越“聪明”，说得难听一点，被骗多了再怎么样也会变聪明。所以，虚高的价格、原价与会员价的天壤之别会越来越少，试图通过夸张的承诺、炫目的宣传来让顾客支付高价，难度会越来越大。

#### 2、更注重基本功

这里的基本功包括：产品的质量、服务的流程、按摩手法的舒适度、高科技仪器的实际效果等等，这些都是顾客到店获得美丽容颜、健康身体、愉悦心情的基础。而跳过这些基础去追求客情，去千方百计地与顾客成为“朋友”，从而让其心甘情愿地掏钱，只会有一

时的效果，终有一天顾客会发现掏了不少钱以外，什么都没有得到，终究会离店而去。

4

#### 更加互联网化

移动互联网的发展，已经把各行各业都拉到了互联网上，包括是几乎完全线下的美容行业。而美业也或主动或被动地卷入了这股热潮。

5

#### 顾客更理性

互联网的发展使信息的来源越来越广泛，获取也越加便利，让60、70后顾客也越来越理性：你说这个产品好，你说这个仪器是原装进口的，你说你的价格是成本价，马上在手机搜一搜，看看是真是假，再也不会像之前一样，你说好就真的好，就爽快掏钱了。至于慢慢加入美容大军的80后、90后，成长过程就一直伴随网络的发展，什么团购、O2O、APP，用得比美容院老板娘还顺溜，她们又非常注重性价比，这也必然带动顾客变得更加理性。总的来说，美容行业会变成一个“更加正常”(非暴利)的行业，美容院会变成一个更加标准化的企业，而美容顾客则会变成一个更大规模更加理性的群体。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国美容院行业分析与前景趋势报告》共五章。首先介绍了中国美容院行业市场发展环境、美容院整体运行态势等，接着分析了中国美容院行业市场运行的现状，然后介绍了美容院市场竞争格局。随后，报告对美容院做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国美容院行业发展趋势与投资预测。您若想对美容院产业有个系统的了解或者想投资中国美容院行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

### 第一章中国美容所属行业发展现状

#### 第一节 中国美容行业发展概况

一、中国美容行业“五化”特征

二、中国美容行业“五性”特征

三、中国美容业总体市场特征

四、中国美容机构主要业态

#### 第二节 中国美容所属行业发展状况

一、中国美容行业发展基本现状

二、中国美容行业各运行指数分析

### 三、我国美容行业的终端运作模式

#### 第三节 中国美容市场发展现状分析

##### 一、中国美容市场理念不断创新

##### 二、中国美容市场发展的新特征

##### 三、中国美容护肤品市场快速增长

##### 四、中国美容市场加盟连锁现象简析

##### 五、国内美容市场亟待规范化发展

#### 第四节 整形美容行业现状分析

##### 一、我国整形美容产业区域布局的特点

##### 二、中国整形美容行业现状概述

##### 三、我国整形美容企业的发展概况

##### 四、整形美容行业发展规模 2012-2018年医疗美容整形人数分析

2012-2018年医疗美容市场规模分析 [page]

##### 五、整形美容行业发展状况

##### 六、整形美容掀起投资热潮

#### 第五节 中国主要地区美容市场发展现状

##### 一、上海美容市场展现良好发展前景

##### 二、广州美容市场亟需洗牌

##### 三、深圳美容市场的竞争态势

##### 四、东莞成立首家美容用品专业市场

##### 五、四川医疗美容市场的问题与对策

##### 六、青岛民营企业争做美容市场龙头

#### 第六节 中国美容行业发展面临的问题

##### 一、我国美容行业发展存在的问题

##### 二、国内美容市场发展面临的挑战

##### 三、制约我国美容业快速发展的瓶颈

##### 四、我国美容行业发展存在的不足

##### 五、中国美容行业缺乏高层次人才

#### 第七节 化妆品进出口数据分析

##### 一、化妆品出口数据分析

##### 二、化妆品进口数据分析

##### 三、2020-2026年国内化妆品产品进出口情况预测

## 第二章中国美容院市场发展概况

### 第一节 中国美容院基本发展现状

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

### 第二节 中国美容院现状调查结果

- 一、中国美容院管理现状
- 二、中国美容院销售现状
- 三、中国美容院经营现状
- 四、中国美容院政策认知现状
- 五、中国美容院经营模式
- 六、中国美容院品牌经营

### 第三节 中国美容院人才发展现状

- 一、美容化妆品业人才状况分析
- 二、中国美容业人才培养逐步升级
- 三、中国美容行业急缺专业和管理人才
- 四、美容顾问走在美容营销的最前线

### 第四节 中国主要省市美容院发展现状分析

- 一、深圳美容院发展现状分析
- 二、上海美容院发展动态
- 三、北京家庭式美容院蓬勃发展
- 四、广州美容院发展特点分析
- 五、国内二线城市美容院快速发展

## 第三章中国美容院营销分析

### 第一节 中国美容院营销现状分析

- 一、中国美容行业营销模式剖析
- 二、中国整形美容行业的网络推广模式
- 三、整形美容行业的会议营销分析
- 四、我国整形美容机构经营模式

## 第二节 中国美容院专业线市场分析

- 一、美容专业线市场发展概况
- 二、专业线美容企业的“渠道扁平化”浅析
- 三、专业线美容市场发展环境面临的问题
- 四、美容专业线市场遭遇的困惑
- 五、美容专业线市场发展策略分析
- 六、美容专业线品牌经营的定位策略

## 第三节 美容院淡季营销的策略

## 第四节 美容院“前店后院”模式分析

## 第五节 “美容美发厅传媒系统”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

## 第六节 我国中小美容院的营销对策分析

- 一、精准的战略定位
- 二、鲜明的识别系统
- 三、合理的产品组合
- 四、高效的人员管理
- 五、有效的促销方式
- 六、理性的销售行为

## 第七节 美容院顾客五大类型销售建议

## 第四章 美容院连锁经营发展分析

### 第一节 连锁经营的相关介绍

- 一、连锁经营发展的条件
- 二、实行连锁经营的条件

### 三、连锁经营的经营形态

### 四、国内连锁经营发展态势分析

#### 第二节 美容院连锁经营总体分析

##### 一、美容院连锁经营的诸多益处

##### 二、美容院连锁经营已成必然趋势

##### 三、中国美容院的连锁经营发展

##### 四、我国美容连锁巨头发展分析

##### 五、国内美容业连锁经营的困境剖析

##### 六、美容连锁店经营出现的若干问题

#### 第三节 中国美容院连锁经营发展的策略

##### 一、重新构建真正的美容业连锁经营

##### 二、管理是美容加盟连锁体系的制胜法宝

##### 三、国内美容业连锁新模式的剖析

##### 四、连锁美容院会员制发展的最佳方案

##### 五、美容连锁企业品牌形象定位的策略

##### 六、国内美容企业连锁经营策略抉择分析

## 第五章 中国重点美容院品牌及企业分析

### 第一节 现代美容

#### 一、企业简介

#### 二、财年公司经营状况

### 第二节 唯美度

#### 一、企业简介

#### 二、经营状况

### 第三节 路易香浓

#### 一、企业简介

#### 二、竞争优势

### 第四节 紫晶兰朵

#### 一、企业简介

#### 二、竞争优势

### 第五节 罗兰佩蒂

#### 一、企业简介

## 二、竞争优势

### 第六节 雪肌妮丝

#### 一、企业简介

#### 二、竞争优势

### 第七节 欧洁蔓

#### 一、企业简介

#### 二、竞争优势

### 第八节 奈瑞儿

#### 一、企业简介

#### 二、竞争优势

### 第九节 京都薇薇

#### 一、企业简介

#### 二、竞争优势

### 第十节 百莲凯

#### 一、企业简介

#### 二、竞争优势

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/180087.html>