

# 2022-2028年中国美容市场 深度评估与投资战略报告

## 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

《2022-2028年中国美容市场深度评估与投资战略报告》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/202205/293948.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

容一词可以从两个角度来理解。首选是“容”这个字，其次是“美”。“容”包括脸、仪态、和修饰三层意思。“美”则具有形容词和动词的两层含义。形容词表明的是美容的结果和目的是美丽的好看的；动词则表明的是美容的过程，即美化和改变的意思。

因此简单的讲美容是一种改变原有的不良行为和疾病（面部），使之成为文明的、高素质的、具有可以被人接受的外观形象有活动和过程，或为达到此目的而使用的产品和方法。

中企顾问网发布的《2022-2028年中国美容市场深度评估与投资战略报告》共十五章。首先介绍了美容行业市场发展环境、美容整体运行态势等，接着分析了美容行业市场运行的现状，然后介绍了美容市场竞争格局。随后，报告对美容做了重点企业经营状况分析，最后分析了美容行业发展趋势与投资预测。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。

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 2016-2020年国际美容市场分析

#### 1.1 国际美容市场的发展

##### 1.1.1 不同地区的发展特点

##### 1.1.2 市场规模状况

##### 1.1.3 行业布局分析

##### 1.1.4 行业销售格局

##### 1.1.5 高科技的应用状况

#### 1.2 美国

##### 1.2.1 美国美容业的发展概况

##### 1.2.2 美国整形美容市场的发展

##### 1.2.3 美国医疗美容市场状况

#### 1.3 日本

##### 1.3.1 日本美容产业的发展简史

- 1.3.2 日本规范美容市场的经营
- 1.3.3 日本男士美容市场的发展
- 1.3.4 日本美容家电市场态势
- 1.3.5 日本美容新潮流
- 1.4 韩国
  - 1.4.1 韩国美容市场的发展
  - 1.4.2 韩国整形医院概况
  - 1.4.3 韩国整形美容市场的发展
  - 1.4.4 韩国已成为亚洲整形美容的中心
  - 1.4.5 韩国牙贴面技术引领牙齿美容潮流
  - 1.4.6 韩国美容负面影响不可小觑
- 1.5 英国
  - 1.5.1 英国流行手部整形美容术
  - 1.5.2 英国男士美容市场分析
  - 1.5.3 英国整形美容市场的发展
- 1.6 其他国家
  - 1.6.1 新加坡美容市场分析
  - 1.6.2 俄罗斯美容市场发展状况
  - 1.6.3 印度美容市场发展态势
  - 1.6.4 巴西整形美容业

## 第二章 2016-2020年中国美容行业分析

- 2.1 2016-2020年中国美容行业发展环境分析
  - 2.1.1 经济全球化促进我国美容业快速发展
  - 2.1.2 国内美容行业发展外部环境分析
  - 2.1.3 中国美容行业管理体系状况
  - 2.1.4 中国美容行业发展被社会忽视
  - 2.1.5 中国美容经济孕育并发展壮大
  - 2.1.6 中国美容产业面临新的发展环境
- 2.2 中国美容行业发展总体分析
  - 2.2.1 行业发展态势
  - 2.2.2 行业发展特征

- 2.2.3 行业规模状况
- 2.2.4 行业效益分析
- 2.2.5 行业利润现状
- 2.2.6 行业终端运作模式
- 2.3 2016-2020年中国美容行业分析
  - 2.3.1 中国美容行业大事盘点
  - 2.3.2 美容业试水O2O商业模式
  - 2.3.3 美容行业发展焦点
- 2.4 2016-2020年部分地区美容行业的发展
  - 2.4.1 深圳市
  - 2.4.2 西安市
  - 2.4.3 云南省
  - 2.4.4 南通市
  - 2.4.5 济南市
  - 2.4.6 长沙市
- 2.5 2016-2020年中医美容行业分析
  - 2.5.1 发展优势
  - 2.5.2 发展特点
  - 2.5.3 国际市场状况
  - 2.5.4 发展战略解析
  - 2.5.5 发展前景分析
  - 2.5.6 行业发展趋势
- 2.6 美容行业存在的问题
  - 2.6.1 我国美容行业发展存在的问题
  - 2.6.2 国内美容市场发展面临的挑战
  - 2.6.3 制约我国美容业快速发展的瓶颈
  - 2.6.4 中国美容行业缺乏高层次人才
- 2.7 美容行业发展建议及对策
  - 2.7.1 我国美容行业发展的建议
  - 2.7.2 促进中国美容业健康发展的对策
  - 2.7.3 美容业发展需要建设品牌文化
  - 2.7.4 发展美容经济的四个关键点

## 2.7.5 加强美容业税收征管的几点建议

## 第三章 2016-2020年中国美容市场分析

### 3.1 中国美容市场现状

#### 3.1.1 我国美容市场理念分析

#### 3.1.2 中国美容市场发展的新特征

#### 3.1.3 中国美容电子商务市场的发展

#### 3.1.4 美容市场竞争加剧国内品牌缺失高端

#### 3.1.5 浅析美容市场中的法治化管理

### 3.2 中国美容消费市场分析

#### 3.2.1 中国美容市场消费规模

#### 3.2.2 中国美容消费群体及方式

#### 3.2.3 中国美容消费群体的市场要求

#### 3.2.4 我国美容消费市场发展动向

#### 3.2.5 国内美容顾客的消费心理

### 3.3 2016-2020年美容市场消费群体发展状况

#### 3.3.1 女性美容的消费群体分析

#### 3.3.2 老年美容消费市场走俏

#### 3.3.3 90后成为美容市场消费主力军

### 3.4 美容市场存在的问题与对策

#### 3.4.1 国内美容市场发展存在的问题

#### 3.4.2 美容消费存在六大问题

#### 3.4.3 我国美容市场需规范和扶持

#### 3.4.4 中国美容市场发展的对策分析

## 第四章 2016-2020年整形美容行业发展分析

### 4.1 整形美容相关概念及发展史

#### 4.1.1 整形美容的概念及范围

#### 4.1.2 整形美容行业的特性分析

#### 4.1.3 医学美容与生活美容的界定

#### 4.1.4 中国现代医学美容的起源与发展

### 4.2 整形美容产品分析

- 4.2.1 整形美容产品的概念
- 4.2.2 整形美容产品的实质
- 4.2.3 整形美容产品项目形式
- 4.3 国际整形美容行业的发展
  - 4.3.1 市场发展特点
  - 4.3.2 市场发展规模
  - 4.3.3 市场消费结构分析
- 4.4 中国整形美容业发展综合分析
  - 4.4.1 产业区域布局
  - 4.4.2 行业现状概述
  - 4.4.3 对外交流状况
  - 4.4.4 推广模式分析
  - 4.4.5 未来发展趋向解析
- 4.5 2016-2020年中国整形美容行业分析
  - 4.5.1 整形美容行业发展规模
  - 4.5.2 整形美容行业发展特征
  - 4.5.3 整形美容掀起投资热潮
- 4.6 整形美容市场消费者分析
  - 4.6.1 消费群体类型
  - 4.6.2 消费者特征分析
  - 4.6.3 消费者行为变化分析
- 4.7 整形美容市场存在的问题
  - 4.7.1 阻碍整形美容业发展的瓶颈
  - 4.7.2 中国整形美容品牌存在的弊病
  - 4.7.3 制约中国整形美容业健康发展的因素
  - 4.7.4 我国整形美容行业需要进行规范
- 4.8 整形美容行业发展的对策分析
  - 4.8.1 我国整形美容行业发展的建议
  - 4.8.2 中国整形美容行业的品牌培养对策
  - 4.8.3 中国整形美容业的发展规划
  - 4.8.4 探寻我国整形美容行业的发展模式
  - 4.8.5 促进我国整形美容业发展的策略分析

## 第五章 2016-2020年男士美容市场分析

### 5.1 男士美容市场方兴未艾

#### 5.1.1 男性美容的基本项目

#### 5.1.2 男士美容市场发展概况

#### 5.1.3 男士美容市场消费特点

#### 5.1.4 男士美容SPA市场分析

#### 5.1.5 男士美容市场的发展

#### 5.1.6 男士美容消费者分析

### 5.2 2016-2020年男士整形市场分析

#### 5.2.1 市场增长情况

#### 5.2.2 整形人群

#### 5.2.3 热门整形项目

#### 5.2.4 整形心理

### 5.3 男士美容化妆品市场发展分析

#### 5.3.1 销售规模

#### 5.3.2 竞争格局

#### 5.3.3 集中度分析

#### 5.3.4 消费行为

#### 5.3.5 男士美容化妆品前景看好

#### 5.3.6 男士美容市场发展空间广阔

### 5.4 男士美容市场存在的问题与对策

#### 5.4.1 男士专业美容市场的软肋

#### 5.4.2 男士美容市场存在的风险因素

#### 5.4.3 男士美容经营策略探析

## 第六章 2016-2020年减肥、美发、美甲相关产品市场分析

### 6.1 2016-2020年减肥美体市场分析

#### 6.1.1 国际减肥市场发展现状

#### 6.1.2 我国减肥市场发展现状

#### 6.1.3 中国减肥产品市场的发展特点

#### 6.1.4 国内减肥市场消费者分析



- 6.1.5 北上两地减肥消费市场状况
- 6.1.6 行业新进入者
- 6.1.7 行业政策动态
- 6.2 2016-2020年美发用品市场分析
  - 6.2.1 中国美发市场发展现状
  - 6.2.2 中国美发市场格局状况
  - 6.2.3 中国洗发水市场品牌阵营分析
  - 6.2.4 中国洗发水市场销售现状分析
  - 6.2.5 本土品牌发力防脱洗发市场
  - 6.2.6 外资品牌在国内洗发水市场的发展
  - 6.2.7 我国美发家电发展态势良好
  - 6.2.8 国内美发市场存在的四大问题
- 6.3 2016-2020年美甲市场现状分析
  - 6.3.1 我国美甲市场发展现状分析
  - 6.3.2 国内美甲市场竞争态势
  - 6.3.3 国内高端美甲市场分析
  - 6.3.4 中国美甲市场面临价格问题
  - 6.3.5 美甲行业发展趋势分析

## 第七章 2016-2020年美容所属行业产品进出口数据分析

- 7.1 2016-2020年中国唇用化妆品进出口数据分析
  - 7.1.1 2016-2020年中国唇用化妆品进出口总量数据分析
  - 7.1.2 2016-2020年主要贸易国唇用化妆品进出口情况分析
  - 7.1.3 2016-2020年主要省市唇用化妆品进出口情况分析
- 7.2 2016-2020年中国眼用化妆品进出口数据分析
  - 7.2.1 2016-2020年中国眼用化妆品进出口总量数据分析
  - 7.2.2 2016-2020年主要贸易国眼用化妆品进出口情况分析
  - 7.2.3 2016-2020年主要省市眼用化妆品进出口情况分析
- 7.3 2016-2020年中国指（趾）甲化妆品进出口数据分析
  - 7.3.1 2016-2020年中国指（趾）甲化妆品进出口总量数据分析
  - 7.3.2 2016-2020年主要贸易国指（趾）甲化妆品进出口情况分析
  - 7.3.3 2016-2020年主要省市指（趾）甲化妆品进出口情况分析

- 7.4 2016-2020年中国香粉（不论是否压紧）进出口数据分析
  - 7.4.1 2016-2020年中国香粉（不论是否压紧）进出口总量数据分析
  - 7.4.2 2016-2020年主要贸易国香粉（不论是否压紧）进出口情况分析
  - 7.4.3 2016-2020年主要省市香粉（不论是否压紧）进出口情况分析
- 7.5 2016-2020年中国护发品所属行业进出口数据分析
  - 7.5.1 2016-2020年中国洗发剂（香波）进出口总量数据分析
  - 7.5.2 2016-2020年主要贸易国洗发剂（香波）进出口情况分析
  - 7.5.3 2016-2020年主要省市洗发剂（香波）进出口情况分析

## 第八章 2016-2020年中国美容院经营分析

- 8.1 2016-2020年中国美容院经营总体概况
  - 8.1.1 政策分析
  - 8.1.2 管理分析
  - 8.1.3 经营状况
  - 8.1.4 经营模式
  - 8.1.5 品牌经营分析
  - 8.1.6 销售状况
- 8.2 中国美容院发展中问题
  - 8.2.1 美容院在经营中面临的困难
  - 8.2.2 美容院家族式管理存在的弊端
  - 8.2.3 美容院经营需注意的六个方面
  - 8.2.4 浅析美容院营销的五大问题
  - 8.2.5 美容院管理经营中的其他问题
- 8.3 美容院经营管理策略
  - 8.3.1 美容院经营项目的选择原则
  - 8.3.2 成功经营美容院的基本要素
  - 8.3.3 促销提升美容院竞争力
  - 8.3.4 美容院促销员的重要性剖析
  - 8.3.5 美容院经营的黄金法则
  - 8.3.6 借鉴医院服务经营美容院
  - 8.3.7 我国中小美容院的营销对策分析
  - 8.3.8 美容院高效拓客模式解析

## 第九章 2016-2020年美容业营销分析

### 9.1 美容行业营销模式解析

#### 9.1.1 中国美容行业营销模式剖析

#### 9.1.2 浅析减肥市场的主要营销模式

#### 9.1.3 浅析美发零售市场经营模式变革

#### 9.1.4 美容产业其他营销模式简析

### 9.2 2016-2020年中国整形美容业的营销分析

#### 9.2.1 中国整形美容行业的网络推广模式

#### 9.2.2 整形美容行业的会议营销分析

#### 9.2.3 我国整形美容机构经营模式

### 9.3 2016-2020年美容市场专业线市场分析

#### 9.3.1 美容专业线市场发展概况

#### 9.3.2 专业线美容企业的“渠道扁平化”浅析

#### 9.3.3 专业线美容市场发展环境面临的问题

#### 9.3.4 美容专业线市场遭遇的困惑

#### 9.3.5 美容专业线市场发展策略分析

#### 9.3.6 美容专业线品牌经营的定位策略

### 9.4 美容院服务营销分析

#### 9.4.1 美容院服务营销现状

#### 9.4.2 美容院服务营销存在的问题

#### 9.4.3 提升美容院服务营销工作的对策

#### 9.4.4 美容院微信营销策略分析

### 9.5 中国美容业营销面临的问题

#### 9.5.1 中国美容院营销存在的主要问题

#### 9.5.2 美容院营销定位上面临的问题

#### 9.5.3 国内美容行业营销策划的困惑

### 9.6 美容业营销策略与方法分析

#### 9.6.1 中小型美容企业营销的聚焦化战略

#### 9.6.2 美容业连锁经营主要营销策略

#### 9.6.3 浅析美容行业的加减法营销

#### 9.6.4 服务营销是美容院不断发展的关键

## 第十章 2016-2020年连锁经营与美容业的发展分析

### 10.1 连锁经营的相关介绍

#### 10.1.1 连锁经营发展的条件

#### 10.1.2 实行连锁经营的条件

#### 10.1.3 连锁经营的经营形态

#### 10.1.4 国内连锁经营发展态势

### 10.2 2016-2020年美容行业连锁经营总体分析

#### 10.2.1 美容业连锁经营发展益处

#### 10.2.2 美容业连锁经营的必然性

#### 10.2.3 美容业连锁经营发展现状

#### 10.2.4 乡镇美容连锁的发展需求

#### 10.2.5 美容业连锁经营困境剖析

#### 10.2.6 美容业连锁店经营出现的问题

### 10.3 中国美容业连锁经营发展的策略

#### 10.3.1 重新构建真正的美容业连锁经营

#### 10.3.2 管理是美容加盟连锁体系的制胜法宝

#### 10.3.3 国内美容业连锁新模式的剖析

#### 10.3.4 连锁美容院会员制发展的最佳方案

#### 10.3.5 美容连锁企业品牌形象定位的策略

#### 10.3.6 国内美容企业连锁经营策略抉择分析

## 第十一章 2016-2020年美容业培训市场分析

### 11.1 2016-2020年美容业人才现状与职业培训

#### 11.1.1 人才培养状况

#### 11.1.2 人才供给缺口

#### 11.1.3 人才需求特征

#### 11.1.4 人才供需矛盾

### 11.2 2016-2020年美容教育发展分析

#### 11.2.1 美容教育基本本质探讨

#### 11.2.2 美容教育事业发展综述

#### 11.2.3 美容教育事业发展现状

- 11.2.4 美容职业教育标准出炉
- 11.2.5 美容教育行业问题分析
- 11.2.6 美容教育产业发展思路
- 11.3 2016-2020年美容在线教育发展分析
  - 11.3.1 网络远程教育基本特点
  - 11.3.2 美容教育呼唤网络化
  - 11.3.3 美容行业在线教育实践
  - 11.3.4 美容在线教育案例分析
  - 11.3.5 美容在线教育发展思考
- 11.4 中国美容培训市场发展的的问题及对策
  - 11.4.1 美容培训市场遭遇窘境
  - 11.4.2 美容市场呼唤专业技师
  - 11.4.3 美容职业培训其他问题
  - 11.4.4 美容招商培训的问题与对策
  - 11.4.5 美容美发企业人才维稳路径

## 第十二章 2016-2020年直销与美容业的发展

- 12.1 2016-2020年中国直销业发展分析
  - 12.1.1 直销的定义
  - 12.1.2 直销与传销的区别
  - 12.1.3 直销业市场规模分析
  - 12.1.4 直销产品分销渠道
  - 12.1.5 直销模式的优势分析
  - 12.1.6 中国直销业的发展前景分析
- 12.2 中国直销法及对美容业的影响分析
  - 12.2.1 中国直销立法的进程
  - 12.2.2 直销法核心条例解析
  - 12.2.3 直销法对美容院的影响
  - 12.2.4 转型商业特许模式
  - 12.2.5 直销法为美容业带来新变化
- 12.3 直销模式与美容业的发展
  - 12.3.1 美容业重点直销企业

- 12.3.2 高额利润催生美容直销热
- 12.3.3 美容业导入的直销模式
- 12.3.4 直销模式在后美容消费时代前途可期
- 12.3.5 直销成美容保健品市场主要手段

## 第十三章 2016-2020年美容行业政策环境分析

- 13.1 美容行业标准规范缺失
  - 13.1.1 美容行业标准缺失
  - 13.1.2 美容产业再教育需要标准
  - 13.1.3 医学美容期待行业标准
  - 13.1.4 美容美发业政策法规亟需完善
  - 13.1.5 医疗美容行业技术准入标准待完善
- 13.2 行业相关政策动态
  - 13.2.1 其他国家最新政策
  - 13.2.2 行业标准条例
  - 13.2.3 行业监管政策
  - 13.2.4 化妆品成品管理
- 13.3 美容行业地方性相关政策
  - 13.3.1 江苏省
  - 13.3.2 辽宁省
  - 13.3.3 吉林省
  - 13.3.4 广东省
- 13.4 其他相关政策法规
  - 13.4.1 美容美发业管理暂行办法
  - 13.4.2 美发美容业开业的专业条件和技术要求
  - 13.4.3 医疗美容服务管理办法
  - 13.4.4 初级美容师国家职业标准
  - 13.4.5 高级美容技师国家职业标准
  - 13.4.6 政府对美甲经营店铺及从业人员的基本要求
  - 13.4.7 美容医疗机构、医疗美容科（室）基本标准（2012年版）

## 第十四章 2016-2020年美容行业投融资分析

- 14.1 美容行业融资方式分析
  - 14.1.1 传统资金来源
  - 14.1.2 自筹资金
  - 14.1.3 员工持股
  - 14.1.4 顾客红股
  - 14.1.5 预售筹资
- 14.2 美容行业投资现状与投资机会
  - 14.2.1 医学美容行业投资现状
  - 14.2.2 美容美发行业投资机会
  - 14.2.3 美容市场投资热点分析
  - 14.2.4 美容O2O投资商机分析
  - 14.2.5 减肥连锁产业投资前景
  - 14.2.6 抗衰老美容市场投资前景
- 14.3 男士美容市场投资分析
  - 14.3.1 市场投资机会分析
  - 14.3.2 市场投资风险及规避策略
  - 14.3.3 市场投资经营理念
  - 14.3.4 投资经营管理方法
- 14.4 美容行业投资风险与投资策略
  - 14.4.1 美容行业投资需防暗槛
  - 14.4.2 美容化妆品店投资风险
  - 14.4.3 美容行业投资策略分析
  - 14.4.4 中小投资者的投资策略
  - 14.4.5 投资减肥美体店的建议

## 第十五章 对美容业发展前景与趋势预测分析()

- 15.1 国际美容市场发展趋势
  - 15.1.1 国际美容行业发展方向
  - 15.1.2 国际美容市场趋势预测
  - 15.1.3 国际美容市场发展走势
  - 15.1.4 生物医学美容业大有可为
  - 15.1.5 美容医械市场规模预测

- 15.2 中国美容业发展趋势及预测
  - 15.2.1 行业发展前景展望
  - 15.2.2 市场增长潜力分析
  - 15.2.3 未来发展模式剖析
  - 15.2.4 未来发展趋势分析
- 15.3 对2022-2028年中国美容行业预测分析
  - 15.3.1 影响中国美容行业发展的因素分析
  - 15.3.2 对2022-2028年中国美容产业工业总产值预测
  - 15.3.3 对2022-2028年中国美容行业营业收入预测
- 15.4 中国整形美容发展前景与趋势
  - 15.4.1 市场发展潜力分析
  - 15.4.2 行业发展机遇分析
  - 15.4.3 行业发展趋势预测
  - 15.4.4 未来行业发展重点()

部分图表目录：

- 图表：国际主要美容品企业在亚洲的增速
- 图表：2020年度美容行业100强直销企业排名榜
- 图表：2020年美国微创美容前七位
- 图表：2020年美国美容外科手术前七位
- 图表：美国医疗美容仪器行业市场规模情况
- 图表：全球主要国家和地区人均整形手术量排名
- 图表：2016-2020年外国赴韩整形人数增长情况
- 图表：2016-2020年全国美发美容行业经营情况总表
- 图表：我国美发美容行业效益情况
- 图表：我国美发美容行业活动单位年平均营业额情况
- 图表：美容消费支出占全年收入统计
- 图表：我国美容主要消费群体年龄分布
- 图表：我国美容主要消费群体的职业分布
- 图表：我国美容消费群体的主要消费方式
- 图表：医学美容与生活美容对比分析
- 图表：2020年全球整形美容消费概况



图表：2020年全球整形美容手术类别占比  
图表：2020年全球整形美容非手术类占比  
图表：2020年全球整形美容性别比例  
图表：2020年各国整形外科医师数量排行  
图表：2016-2020年中国医疗美容机构收入统计  
图表：2020年消费者对整形手术结果的不同认知  
图表：2020年影响消费者选择整形手术的因素  
图表：2020年消费者选择整形美容的地域和机构倾向  
图表：2020年影响消费者选择整形机构的因素权重  
图表：男士护肤品销售额增速  
图表：男士护肤品市场集中度  
图表：2020年男性护肤品消费者基本属性  
图表：2020年男性护肤品消费者关注的媒体广告信息  
图表：2020年男性护肤品消费者印象较好的媒体  
图表：2020年男性护肤品消费者对新媒体的偏好情况  
图表：2020年国内外男性护肤品消费者对生活形态语句的认同度指数  
图表：不同年龄段使用美容品男性的比率  
更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202205/293948.html>