

2016-2022年中国医疗美容 行业深度调研与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国医疗美容行业深度调研与投资前景预测报告》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.abaogao.com/b/yiliaoqxie/K77161D65V.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

随着人民生活水平的不断提高和广大人民群众对医疗保健需求的不断增加，医疗整形美容行业也得到了不断发展，每年有几十万人接受各类医疗整形美容手术。我国传统文化开始释放社会崇美意识，由于互联网的技术支撑和影视条件普及，特别是近几年韩剧热播和韩国明星走红，也由于我国商界开始支撑造美市场，整形美容业正迅速形成热潮。我国整形美容业一方面已呈现出一派欣欣向荣的朝阳产业局面，另一方面也面临着严峻的挑战。医疗体制改革的争论，特别是舆论对民营医疗机构的公信力的置疑，对整形医疗美容机构（绝大部分是民营企业）造成极大的冲击，更为雪上加霜的是主管部门开始强调医疗规范性和加大医疗广告管制，极大的考验着整形美容机构的生存能力。规模过大、资金实力不强、规范性差、服务能力有限的机构面临前所未有的经营困难，行业内的兼并收购不断增多。

整形美容行业和其它非治疗性医疗服务一样，对求美心理的需求把握和治疗是关键。求美者不可能因为某一浅表器官外形的改变会引起容貌的巨变，50%左右的医疗纠纷都是因为心理问题所至，所以整个整形美容业务的全流程都应当贯穿心理服务的内容，包括心理问诊、现场心理诊断、术式心理矫正、心理护理和心理安慰回访才是整形行业的服务关键所在。其它与美容有关的健康运动咨询、营养饮食咨询、终身美容服务等深层次服务在整形美容服务中的份量也开始增加。行业内新兴的集体组团出国整容服务、整形医生中介业务、广告策划业务外包服务等也开始崭露头角。

各类医疗美容需求继续保持增长。由于中国求美者受媒体导向和专业医疗美容经营者的营销“炒作”的影响。越来越多的消费者认为，专业医疗美容机构的医疗服务，适合中国人的消费心理，美容形象设计可靠，使专业医疗美容机构的消费人群及需求量持续上升，市场前景乐观。

2012年以来，我国从事医疗整形美容的专业技术人员和相关人员超过20余万人，以开展医疗整形美容诊疗业务为主的医疗机构如医疗整形美容医院、诊所和科室超过5.1万余所（个）。中国的整形手术数量占据了全球整形手术总数的12.7%，成为全球第三整容大国。2014年，中国医疗美容行业产值已达到5200亿元，整形人次已超过743万。随着顾客求美消费的逐渐理智，目前医疗美容市场这种技术主导的服务模式将无法适应人们日益增长的个性化需求，唯有细分顾客人群，从人本出发为其定制完善的服务才能赢得市场。经过20多年的发展。我国医疗美容产业进入了“大升级”时期，专科的医疗美容机构已不能满足消费者全方位美丽的要求，技术先进、项目丰富、人才突出的集成化、大规模的医疗美容机构将成为大势所趋。

根据中国整形美容协会和中国统计局披露数据显示，目前中国大约有1万多家医疗美容机

构。2015年泛医美产业（包括行业上中下游及相关产业）总量超过5500亿人民币，2011-15年均增速接近20%。协会预计2019年行业规模将达到10000亿，有望超过巴西，成为世界第二大医疗美容市场。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国医疗美容行业深度调研与投资前景预测报告》共九章。首先介绍了医疗美容相关概念及发展环境，接着分析了中国医疗美容规模及消费需求，然后对中国医疗美容市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国医疗美容面临的机遇及发展前景。您若想对中国医疗美容有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

第一部分 医疗美容行业发展现状

第一章 2015年中国医疗美容行业宏观环境分析

第一节 医疗美容行业定义分析

一、行业定义

二、行业产品分类

第二节 2015年医疗美容行业宏观环境分析

一、政策环境

二、经济环境

三、技术环境

四、社会环境

第二章 2011-2015年中国医疗美容行业经济指标分析

第一节 2011-2015年医疗美容行业发展概述

一、2012年医疗美容行业发展概述

二、2013年医疗美容行业发展概述

三、2014年医疗美容行业发展概述

四、2015年医疗美容行业发展概述

第二节 2011-2015年医疗美容行业经济运行状况

一、医疗美容行业企业数量分析

二、医疗美容行业资产规模分析

三、医疗美容行业销售收入分析

四、医疗美容行业利润总额分析

第三节 2011-2015年医疗美容行业成本费用分析

一、医疗美容行业营销成本分析

二、医疗美容行业销售费用分析

三、医疗美容行业管理费用分析

四、医疗美容行业财务费用分析

第四节 2011-2015年医疗美容行业运营效益分析

一、医疗美容行业盈利能力分析

二、医疗美容行业运营能力分析

三、医疗美容行业偿债能力分析

四、医疗美容行业成长能力分析

第二部分 医疗美容行业竞争分析

第三章 2015年中国医疗美容行业市场与竞争分析

第一节 医疗美容行业上下游市场分析

一、医疗美容行业产业链简介

二、上游供给市场分析

三、下游需求市场分析

第二节 2015年医疗美容行业市场供需分析

一、医疗美容行业供应总量

二、医疗美容行业市场总量

第三节 医疗美容行业五力竞争分析

一、上游议价能力分析

二、下游议价能力分析

三、替代品威胁分析

四、新进入者威胁分析

五、行业竞争现状分析

第四节 医疗美容行业市场集中度分析

一、行业市场集中度分析

二、行业主要竞争者分析

第三部分 医疗美容行业全景分析

第四章 中国医疗美容行业传统商业模式分析

第一节 医疗美容行业原料采购模式

第二节 医疗美容行业经营模式

第三节 医疗美容行业盈利模式

第四节 OEM、ODM、OBM模式分析

第五章 中国医疗美容行业商业模式构建与实施策略

第一节 医疗美容行业商业模式要素与特征

一、商业模式的构成要素

二、商业模式的模式要素

三、成功商业模式的特征

第二节 医疗美容行业企业商业模式构建步骤

一、挖掘客户价值需求

二、产业价值链再定位

三、寻找利益相关者

四、构建盈利模式

第三节 医疗美容行业商业模式的实施策略

一、企业价值链管理的目标

二、企业价值链管理系统建设

三、企业文化建设

第六章 中国医疗美容行业商业模式创新转型分析

第一节 互联网思维对行业的影响

一、互联网思维三大特征

二、基于互联网思维的行业发展

第二节 互联网时代七大商业模式

一、平台模式

二、免费模式

三、软硬一体化模式

四、O2O模式

五、品牌模式

六、双模模式

七、速度模式

第三节 互联网背景下医疗美容行业商业模式选择

一、医疗美容行业与互联网思维的结合

二、互联网背景下医疗美容行业商业模式选择

第七章 2015年医疗美容行业企业经营情况分析

第一节 武警总医院医学美容整形中心

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业发展战略规划

第二节 中国医学科学院整形外科医院

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业销售渠道网络

五、企业发展战略规划

第三节 北京叶子整形美容医院

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略规划

第四节 北京伊美尔幸福美容专科医院

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略规划

第五节 广州美莱医疗美容门诊部有限公司

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

第六节 四川华美紫馨医学美容医院

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略规划

第七节 长沙华美诺德医学美容医院

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略规划

第八节 北京欧华医疗美容诊所

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

五、企业发展战略规划

第九节 昆明丽都仁爱整形美容医院

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

第十节 广州曙光医学美容医院

一、企业发展基本情况

二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析

四、企业竞争优势分析

第四部分 医疗美容行业发展前景

第八章 2016-2022年中国医疗美容行业发展前景预测分析

第一节 2016-2022年医疗美容行业发展前景及趋势预测分析

第二节 2016-2022年医疗美容行业发展前景预测

一、2016-2022年医疗美容行业市场规模预测

二、2016-2022年医疗美容行业盈利前景预测

第三节 中国主要医疗美容项目市场分析

一、胸部整形市场分析

二、眼眉整形市场分析

三、鼻部整形市场分析

四、口唇整形市场分析

五、面部整形市场分析

六、除皱美容市场分析

七、吸脂瘦身市场分析

第四节 美容行业消费市场

一、北京美容消费市场分析

二、上海美容消费市场分析

三、广州美容消费市场分析

四、成都美容消费市场分析

五、深圳美容消费市场分析

第九章 2016-2022年中国医疗美容行业投融资战略规划分析 (ZY ZM)

第一节 医疗美容行业关键成功要素分析

一、医疗美容行业关键成功要素

二、医疗美容行业品牌的战略思考

第二节 医疗美容行业投资壁垒分析

一、医疗美容行业进入壁垒

二、医疗美容行业退出壁垒

第三节 医疗美容行业投资风险与规避

一、宏观经济风险与规避

二、行业政策风险与规避

三、原料市场风险与规避

四、市场竞争风险与规避

五、技术风险分析与规避

六、下游需求风险与规避

第四节 医疗美容行业融资渠道与策略

一、医疗美容行业融资渠道分析

二、医疗美容行业融资策略分析

图表目录：

图表：中国美业标准

图表：2012-2015年国内生产总值及增长速度

图表：2013-2015年全国规模以上工业增加值及增长速度

图表：2015年主要工业产品产量及其增长速度

图表：2012-2015年社会固定资产投资

图表：2015年分行业固定资产投资（不含农户）及其增长速度

图表：2015年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表：2012-2015年中国对外贸易进出口总额

图表：2015年货物进出口总额及其增长速度

图表：2015年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表：2015年按收入来源分全国居民人均可支配收入占比

图表：2015年居民消费价格比2013年涨跌幅度

图表：2012-2015年社会消费品零售总额

图表：市场行为对整形服务渠道结构的影响

图表：按年龄分类的消费者规模及特征

图表：我国美容消费人群学历分布

图表：我国美容消费人群职业分布

图表：整形美容机构营销渠道

图表：整形美容机构三种可行渠道结构说明图

图表：2011-2015年中国医疗美容行业资产规模

图表：2011-2015年中国医疗美容行业产值分析

图表：2011-2015年中国医疗美容行业利润总额分析

图表：2012-2015医疗美容行业销售费用占比

图表：2012-2015医疗美容行业管理费用占比

图表：2012-2015医疗美容行业财务费用占比

图表：2012-2015年医疗美容行业销售利润率

图表：2012-2015年医疗美容行业成本费用利润率

图表：2012-2015年医疗美容行业应收帐款周转率

图表：2012-2015年医疗美容行业总资产周转率

图表：2012-2015年医疗美容行业流动资产周转率

图表：2012-2015年医疗美容行业资产负债率

图表：2012-2015年医疗美容行业销售利润率

图表：2011-2015年中国医疗美容医院数量

图表：胸部整形价格

图表：眼部整形价格

图表：眼部整形价格

图表：2016-2022年医疗美容行业产值预测

图表：2016-2022年医疗美容行业利润总额预测

图表：我国隆胸手术例数

图表：眼部美学需求层次

图表：各地区眼部整形市场价格——眼部提升

图表：口部整形市场价格

图表：面部整形市场价格

图表：吸脂瘦身市场价格

图表：深圳整形美容行业竞争格局分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/yiliaoqixie/K77161D65V.html>