

2020-2026年中国美容美发 行业分析与发展前景预测报告

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

《2020-2026年中国美容美发行业分析与发展前景预测报告》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/qita/L85043MEK7.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

目前，中国美业的发展已形成了美容、美发、美甲、彩妆、教育培训、专业媒体、专业展览、营销等全方位服务，形成了流通行业的八项综合服务，形成了良好的行业发展前景和发展空间。

随着经济的高速发展以及消费者对健康美容重视程度的逐步提高，我国健康美容行业呈现井喷式增长：中国美容美发化妆品的需求量已经超过日韩，居亚洲第一，世界范围内仅次于美国和法国，排名第三。整个市场容量是非常巨大的，照此发展速度，我国美业市场规模将很快超过法国、甚至是美国。预计到2023年我国美容美发行业市场规模将达1.64万亿元，占GDP比重超过1.9%。2020-2026年中国美容美发行业市场规模及占GDP比重

美容美发行业经营成本持续增加，店面租金、用工成本、水电费、物料价格等不断提高，全部费用占营业额比重同样持续上涨。由于互联网技术与传统美容美发业深度融合，互联网技术拓展了营销渠道、优化了客户体验、提高了劳动效率。因此，在美容美发业成本普遍提升的大环境中，行业整体利润依然能够保持住快速增长的势头。预计2019年我国美容美发行业营业额将超3300亿元。2015-2019年中国美容美发行业营业额走势

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国美容美发行业分析与发展前景预测报告》共十四章。首先介绍了中国美容美发行业市场发展环境、美容美发整体运行态势等，接着分析了中国美容美发行业市场运行的现状，然后介绍了美容美发市场竞争格局。随后，报告对美容美发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与投资预测。您若想对美容美发产业有个系统的了解或者想投资中国美容美发行业，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：

第一部分 美容美发行业现状综述

第一章 国际美容市场运行动态分析

第一节 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、贸易战对全球美容业的影响

第二节 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

1、韩国

2、日本

第三节 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 2020-2026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 中国美容所属行业整体运行态势分析

第一节 中国美容行业概况 美容行业需求结构

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 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、贸易战对美容业的影响

五、美容业发展要建设品牌文化

第三节 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

第三章中国美容产业运行环境解析

第一节 中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 中国美容产业政策环境分析

- 一、标准规范在行业中的缺失
 - 1、医学美容期待行业标准
 - 2、医疗整形美容业承待规范
 - 3、医学美容行业痛并美丽着
- 二、标准出台规范行业
 - 1、医疗美容服务有法可依
 - 2、西安出台新规加强对医学美容服务监管
 - 3、广西规范医学美容主诊医师资格认定
 - 4、安全整形美容标准带来的影响
- 三、相关政策法规
 - 1、医疗美容服务管理办法
 - 2、中华人民共和国执业医师法
 - 3、中华人民共和国护士管理办法
 - 4、医疗机构执业许可证申请程序
 - 5、医疗机构管理条例
 - 6、医疗机构管理条例实施细则

第二部分美容行业细分市场分析

第四章中国整形美容所属产业整体运行态势分析

第一节 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 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

- 1、消费者构成分析
- 2、消费群体数量分析
- 3、消费者需求分析
- 4、整形美容消费心理分析、

第三节 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 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 中国美发市场深度剖析

第一节 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 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 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 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 中国美容化妆品市场销售形态势分析

第一节 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 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 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

第三部分 美容美发领先企业分析

第八章 全国美容美发业竞争新格局透析

第一节 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 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 全国美容美发业竞争策略分析

第九章 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

第四部分美容美发业行业策略及趋势分析

第十章 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 2020-2026年中国美容美发行业发展预测分析

第一节 2020-2026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 2020-2026年中国美容业发展趋势分析

一、中国美容业收入预测

二、2020-2026年美容业发展趋势

三、2020-2026年中国美容消费热点流行趋势

第三节 2020-2026年中国美容美发业发展前景分析

一、2020-2026年美容美发市场细分预测

二、2020-2026年进一步规范美容美发市场

三、2020-2026年美容美发业对高级人才需求预测

四、2020-2026年美容美发教育前景展望

第四节 2020-2026年中国美容美发业展望

一、美发流行新趋势

二、2020-2026年美容美发行业未发展趋势

第十二章 2020-2026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 2020-2026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 2020-2026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

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/L85043MEK7.html>