

2014-2019年中国美容院市 场深度调研与投资前景研究报告

报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

www.bosidata.com

报告报价

《2014-2019年中国美容院市场深度调研与投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitaxiuxian1407/T12853SAE0.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-07-14

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

说明、目录、图表目录

报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国美容院市场深度调研与投资前景研究报告》共十一章。首先介绍了美容院行业的概念以及全球美容产业发展现状，接着分析了中国美容院行业发展环境，然后对中国美容院行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国美容院行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国美容院行业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。

根据商务部美发美容业典型企业统计数据推算,截至2012年底,全国美发美容行业活动单位总数为271400家,其中专业美容企业(含美甲、美体)数量为116941个,专业美发企业数量为154459个;从业人员总数为1190900人。其中,专业美容企业(含美甲、美体)从业人数为544900人,专业美发企业从业人数为646000人;活动单位营业收入总数为31124200元。其中,专业美容企业(含美甲、美体)营业收入为16588737.36元,专业美发企业营业收入为14535462.64元。

随着人们生活水平的提高,对外在美及内在健康的要求亦不断提高。在日常生活和工作中美容健康问题越来越受到人们的关注。美和健康的理念成为不可忽视的内容。美容院市场规模是巨大的,前景是可观的,增长性也是可持续的。

报告目录:

第一章 美容院的相关概述

第一节 美容院相关概述

- 一、美容院的定义
- 二、中国美容院的类型
- 三、美容院的发展历程
- 四、美容院的服务项目
- 五、美容院专业性服务

第二节 美容院的相关注意事项及原则

- 一、美容院的管理原则
- 二、美容院的销售原则
- 三、美容院的卫生消毒

第二章 全球美容行业发展概况

第一节 2013年全球美容市场发展概况

- 一、全球美容行业发展概况
- 二、全球各地不同特色的SPA
- 三、全球美容院发展状况分析
- 四、中东四国美容市场发展概况
- 五、全球美容企业百强集团分析
- 六、美国医学美容发展趋势分析
- 七、日本美容产业发展特点分析
- 八、全球香料香精市场预测分析

第二节 2013年全球整形美容市场概述

- 一、2013年全球整形美容市场发展现状
- 二、2013年韩国整形美容市场发展概况
- 三、2013年美国整形美容行业发展综述
- 四、2013年英国整形美容市场现状分析
- 五、2013年德国整形美容市场概况分析
- 六、2013年日本整形美容市场现状分析
- 七、2013年巴西整形美容市场发展概况
- 八、2013年中国台湾整形美容业发展势头良好

第三节 2013年国外化妆品市场发展状况

- 一、全球化妆品市场发展概况及特点
- 二、美国化妆品行业发展概况
- 三、日本化妆品行业发展概况
- 四、法国化妆品行业发展概况
- 五、欧盟化妆品行业发展概况
- 六、全球化妆品发展前景及趋势分析

第四节 全球美容市场发展趋势

- 一、全球美容化妆品业科技发展趋势
- 二、全球整形美容发展趋势分析
- 三、亚洲整形美容发展趋势
- 四、未来最热门的整形美容术

第三章 2013年中国美容院行业发展环境分析

第一节 2013年国内宏观经济环境分析（按月度更新）

- 一、国民经济增长
- 二、中国居民消费价格指数
- 三、工业生产运行情况
- 四、中国房地产业情况
- 五、中国制造业采购经理指数

第二节 2013年中国美容院行业政策环境分析

- 一、《美容医疗机构、医疗美容科(室)基本标准》
- 二、《医疗美容服务管理办法》
- 三、《医疗美容项目分级管理目录》
- 四、美容业执照上岗的意义探析
- 五、《化妆品标识管理规定》
- 六、2013年化妆品成分必须全部标识
- 七、2013年中国进口化妆品实施新法规

第三节 2013年中国美容院行业社会环境分析

- 一、城镇化进程加快促进美容行业发展
- 二、2013年中国医疗整形美容医院发展
- 三、美容观念升级

第四章 2013年中国美容行业发展现状

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 2013年中国美容行业发展状况

- 一、中国美容行业发展现状分析
- 二、美容消费者和美容院发展状况
- 三、中国美容行业的人才状况
- 四、美容业新经济增长点分析
- 五、美容行业的发展优势

第三节 2013年中国美容市场发展现状分析

一、时尚美容消费受追捧

二、整形美容业消费热点分析

三、美容机构走向规范化和专业化

四、美容市场细分明朗增值明显

五、美容市场消费潜力分析

第四节 2013年中国主要地区美容市场发展现状

一、深圳美容业发展情况分析

二、广西整形美容业市场现状

三、上海美容业发展情况分析

四、武汉医疗美容市场大整顿

五、广州美容业发展情况分析

第五节 2013年中国美容行业发展面临的问题

一、中国美容行业发展中的问题透析

二、中国美容行业缺少专业线品牌

三、中国美容产业发展瓶颈分析

四、现代美容行业经营上的问题

五、中国美容业发展潜在的问题

第五章 2013年中国美容院经营分析

第一节 2013年中国美容院发展概况

一、中国美容院经营的关键

二、中国美容院经营的注意事项

三、中国美容院的经营现状

四、美容院需注重品质经营

五、美容院热点项目分析

第二节 2013年中国美容院的经营策略

一、美容院营业额的构成

二、美容院顾客管理的要点

三、美容院销售计划与促销办法的制定

四、美容院促销活动的策划与组织

五、品牌和模式决定美容院经营成败

第三节 2013年中国美容院的经营与定位分析

- 一、美容院的市场定位
- 二、谨防经营管理中的谬误
- 三、美容院的软硬件设施配备
- 四、广告媒介的投放宣传
- 五、管理者和员工自身素质的提高
- 第四节 2013年中国美容院经营管理策略

- 一、促销为美容院添利
- 二、美容院经营的黄金法则
- 三、美容院招揽顾客的战略
- 四、美容院的核心竞争力分析
- 五、美容院如何选择产品品牌
- 六、建立星级美容院的新经营构想
- 七、成功经营美容院的要点分析

第五节 中国美容院经营发展趋势分析

- 一、美容院的经营新模式出现
- 二、美容院未来经营趋势
- 三、未来美容院的主流模式分析
- 四、美容院仪器高科技化趋势

第六章 2013年中国美容院消费分析

第一节 2013年中国美容消费者分析

- 一、消费者的年龄构成特点
- 二、消费者的年龄构成特点
- 三、消费者对手术时间地点的选择

第二节 2013年中国美容消费需求及行为分析

- 一、消费者的需求特点分析
- 二、消费者最关注的问题分析
- 三、消费者整形原因分析
- 四、消费者的消费行为特点

第三节 2013年分区域美容消费潜力分析

- 一、华北区美容消费潜力分析
- 二、华南区美容消费潜力分析

三、华东区美容消费潜力分析

四、华中区美容消费潜力分析

五、西南区美容消费潜力分析

六、西北区美容消费潜力分析

七、东北区美容消费潜力分析

第四节 中国美容市场消费群体分析

一、青少年美容消费分析

二、老年人美容市场分析

三、美容机构的消费热点分析

第七章 2013年中国美容院市场发展概况

第一节 2013年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 2013年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

第三节 2013年中国美容院人才发展现状

一、中国美容院人才需求旺盛

二、美容院专业人才为何难求

三、美容院人才流失率居高不下

第四节 2013年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、兰州美容院向纵深方向发展

三、广州美容院连锁品牌集中化趋势

第八章 2013年中国美容院营销分析

第一节 2013年中国美容院营销现状分析

一、中国美容院流行营销模式分析

二、中国美容业进入整合营销时代

三、中国美容业营销思路分析

四、营销创新是美容院发展必由之路

第二节 2013年中国美容院专业线市场分析

一、专业线美容企业的渠道扁平化

二、专业线美容市场现状分析

三、专业线美容企业品牌建设分析

第三节 美容院淡季营销的策略

一、劈分市场有的放矢

二、聚焦大户政策倾斜

三、终端补货培训先行

四、活动推广刺激消费

五、推陈出新吸引订货

六、销售竞赛推动走量

第四节 美容院“前店后院”模式分析

一、“前店后院”的分类

二、“前店后院”产生原因

三、“前店后院”发展优势

四、“前店后院”发展瓶颈

五、“前店后院”营销策略

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 美容院顾客五大类型销售建议

一、所需型

- 二、可有可无型
- 三、讲面子型
- 四、渐进性
- 五、免费型

第九章 美容院连锁经营发展分析

第一节 2013年中国美容院连锁经营分析

- 一、中国美容连锁加盟市场现状分析
- 二、美容院直营连锁的运营现状分析
- 三、美容院加盟连锁引领创业风暴

第二节 中国美容院连锁经营促进策略

- 一、美容院连锁经营营销策略
- 二、美容院连锁经营的未来方向
- 三、化妆品行业连锁经营的十大设想
- 四、美容连锁企业的品牌文化与品牌管理

第三节 中国美容院的连锁经营发展趋势

- 一、中国美容企业连锁经营成必然趋势
- 二、中国美容企业加盟连锁机构的优势
- 三、中国美容企业加盟连锁机构的瓶颈
- 四、中国美容连锁经营走向快速发展

第十章 2013年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、2012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 262

二、竞争优势 263

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

第十一章 博思数据投资分析

第一节 2014-2019年中国美容院发展热点分析

一、形象色彩设计成热潮

二、美容保健用品的风靡

三、香熏全球将大放异彩

四、美塑中胚层美容疗法

五、中医美容法势不可挡

第二节 2014-2019年中国美容院发展趋势与前景预测

一、美容连锁品牌快速扩张

二、男士美容市场继续扩大

三、美容美发产业细分加剧

四、美容院发展趋势预测

五、男士美容发展潜力巨大

第三节 2014-2019年中国美容院相关产品市场规模预测

一、2014-2019年美发产品市场规模预测

二、2014-2019年彩妆产品市场规模预测

三、2014-2019年美甲产品市场规模预测

图表目录

图表1 全球化妆品销售额区域分布

图表2 全球主要地区香精香料市场年均增速预测

图表3 2014年全球主要地区香精香料市场状况预测

图表4 2014年全球香精香料市场区域分布状况预测

图表5 2012年全球主要国家和地区整形手术数量排名

图表6 2012年全球主要国家整形医生数量统计

图表7 2012年全球整形外科病例分类统计

图表8 2012年韩国整形外科医生数量统计

图表9 2012年韩国整形外科病例分类统计

图表10 2012年美国整形外科医生数量统计

图表11 2012年美国整形外科病例分类统计

图表12 2012年英国整形外科医生数量统计

图表13 2012年英国整形外科病例分类统计

图表14 2012年德国整形外科医生数量统计

图表15 2012年德国整形外科病例分类统计

图表16 2012年日本整形外科医生数量统计

图表17 2012年日本整形外科病例分类统计

图表18 2012年巴西整形外科医生数量统计

图表19 2012年巴西整形外科病例分类统计

图表20 2012年台湾整形外科医生数量统计

图表21 2012年台湾整形外科病例分类统计

图表22 全球名牌化妆品一览

图表23 全球名牌化妆品国家分布

图表24 美国化妆品销售渠道

图表25 日本各类化妆品销售额占比

图表26 预计未来全球各地区化妆品销售占比

图表27 2009-2013年中国人均国内生产总值变化趋势图

图表28 2009-2013年中国国内生产总值及增长速度趋势图

图表29 1998-2013年中国规模以上工业企业经济指标统计

图表30 2009-2013年中国全部工业增加值及增长速度趋势图

图表31 2013年各月度中国规模以上工业增加值增长趋势图

图表32 2009-2013年中国全社会固定资产投资增长趋势图

图表33 2013年中国城镇固定资产投资规模及增长速度统计

图表34 2013年各月度固定资产投资（不含农户）增长趋势图

图表35 2009-2013年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图

图表36 2013年社会消费品零售总额环比增长趋势图

图表37 2009-2013年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图

图表38 2009-2013年农村居民纯收入及增长情况统计

图表39 2009-2013年中国进出口总额增长趋势图

图表40 美容外科一级项目

图表41 美容外科二级项目

图表42 美容外科三级项目

图表43 美容外科四级项目

图表44 美容外科项目的分级管理

图表45 美容牙科项目（暂不分级）

图表46 美容皮肤科有创治疗项目

图表47 美容中医科项目（暂不分级）

图表48 2000-2013年中国人口城乡分布状况

图表49 2005-2013年中国医疗整形医院数量增长趋势图

图表50 2005-2013年中国民营医疗整形医院数量增长趋势图

图表51 中国美容机构主要业态构成

图表52 中国美容业发展概况

图表53 美容消费者性别分布

图表54 美容消费者年龄分布

图表55 美容消费者关注的问题

图表56 现代美容中心发展历程

图表57 2010-2012财年现代美容中心服务中心数目

图表58 2010-2012财年现代美容中心加权平均总建筑楼面面积

图表59 2010-2012财年现代美容中心经营状况

图表60 2010-2012财年现代美容中心分产品经营状况

图表61 2013年唯美度大事记

图表62 奈瑞尔塑身美颜连锁有限公司发展历程

图表63 2013年京都薇薇公司大事记

略……

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。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitaxiuxian1407/T12853SAE0.html>