

2021-2027年中国美容仪市场研究与投资前景预测报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2021-2027年中国美容仪市场研究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.chinairr.org/report/R06/R0606/202106/11-412852.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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

美容仪是一种根据人体生理机能进行调节改善身体和面部的机器，它按照功能来说有美白、嫩肤、祛斑、祛皱、脱毛、减肥等多种，按照名称来说有超声波导入、光子嫩肤、高周波电疗、RF 电波拉皮、电子祛斑点痣、E 光永久脱毛嫩肤、贾法尼营养导入导出等。

年轻消费者抗衰意识增强，年轻用户的美容仪器需求持续释放。随着抗衰老意识的逐步渗透，年轻用户的护肤意识逐步增强，2018年抗皱类产品中16-25岁的年轻用户占比已达14.8%，安瓶类产品中16-25岁的年轻用户数同比增长779%，远超其他年龄段。与此同时，年轻用户护肤意识的增强也传导至兼具美妆属性的美容小家电领域，用户呈现持续年轻化的态势，2018年天猫家用美容仪器中25岁以下的年轻用户占比近三成，35岁以下用户占比近八成。相比于日本及欧美等市场，我国美容仪器的核心消费群体年龄相对年轻10-15岁左右（日本、欧美基本以30-40岁用户为主）。2018年抗皱类产品中16-25用户占比达14.8% 数据来源：公开资料整理

中国产业研究报告网发布的《2021-2027年中国美容仪市场研究与投资前景预测报告》共十五章。首先介绍了中国美容仪行业市场发展环境、美容仪整体运行态势等，接着分析了中国美容仪行业市场运行的现状，然后介绍了美容仪市场竞争格局。随后，报告对美容仪做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国美容仪行业发展趋势与投资预测。您若想对美容仪产业有个系统的了解或者想投资中国美容仪行业，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 美容仪产品分类

第二节 产品发展社会背景

第三节 产品原理

第四节 产业链概述

一、产业链模型介绍

二、美容仪产业链模型分析

第二章 美容仪市场分析

第一节 国际美容仪市场发展总体概况

一、国际现状分析

二、主要国家和地区情况

三、国际发展趋势分析

四、2019年国际美容仪发展概况

第二节 我国美容仪市场的发展状况

一、我国美容仪市场发展基本情况

二、美容仪市场的总体现状

行业格局以海外品牌为主导。2019年双十一美容仪器类销售额前十品牌分别为雅萌、dr.arrivo、Tripollar、Ulike、notime、NUFACE、慕金、FOREO、silk'n和飞利浦，其中雅萌已连续四年蝉联双十一美容仪器品类第一。2019年双十一美容仪器TOP10榜单中，国产品牌缺位，前十品牌全部来自于海外，其中日系占据两席位，且位居行业前列，以色列品牌同样占据两席位，其余品牌则来自于韩国、法国、英国等。2019双十一天猫美容仪器类销售额前十榜单

单	序号	品牌	序号	品牌
	1	雅萌（日本）	6	
6	NUFACE（美国）	2	dr.arrivo（日本）	
7	慕金（英国）	3	Tripollar（以色列）	
8	FOREO（瑞典）	4		
	Ulike（韩国）	9	Silk'n（以色列）	
5	notime（法国）	10	飞利浦（荷兰）	

数据来源：公开资料整理

三、美容仪行业发展中存在的问题

四、2019年我国美容仪行业发展回顾

第三章 美容仪行业所处生命周期

第一节 生命周期

第二节 美容仪行业技术变革与产品革新

一.技术变革可能会改变行业竞争格局

二.产品革新能力是竞争力的重要组成部分

第三节 差异化 / 同质化分析

一.目前市场竞争对产品差异化提出更高要求

二.产品个性化是行业远离战火的武器

三.美容仪产品的个性化空间很大

第四节 进入 / 退出难度分析

一.美容仪产品市场进入壁垒

二.可以选择不同方式进入

第四章 中国美容仪销售状况分析

第一节 美容仪国内营销模式分析

第二节 美容仪国内分销商形态分析

第三节 美容仪国内销售渠道分析

第四节 美容仪行业国际化营销模式分析

第五节 美容仪重点销售区域分析

第六节 2015-2019年市场供需现状分析

第七节 2021-2027年行业发展前景预测

第八节 2021-2027年行业投资质战略预测

第五章 美容仪的生产分析

第一节 行业生产规模及增长速度

第二节 产业地区分布情况

第三节 优势企业产品价格策略

第四节 行业生产所面临的几个问题

第五节 未来几年行业产量变化趋势

第六节 美容仪营销策略分析

第七节 美容仪行业广告与促销方式分析

一、主要的广告媒体

二、主要的广告媒体的优/缺点分析

三、主要的广告媒体费用分析

第六章 美容仪市场渠道分析

第一节 渠道对行业至关重要

第二节 市场渠道格局

第三节 销售渠道形式

第四节 销售渠道要素对比

第五节 对竞争对手渠道策略的研究

第七章 美容仪行业品牌分析

第一节 品牌数量分析

第二节 品牌推广策略分析

第三节 品牌首要认知渠道分析

第四节 消费者对美容仪品牌认知度宏观调查

第五节 消费者对美容仪品牌偏好调查

第八章 美容仪用户分析

第一节 用户认知程度

第二节 用户关注的因素

- 一、用户对美容仪产品不同功能各有需求
- 二、用户普遍关注美容仪产品质量
- 三、价格与用户心理预期已比较接近
- 四、产品设计与用户使用习惯尚有一定距离

第九章 中国美容仪产品价格分析

第一节 中国美容仪历年平均价格回顾

第二节 中国美容仪当前市场价格

- 一、产品市场价格驱动因素分析
- 二、产品未来价格预测

第三节 中国美容仪价格影响因素分析

- 一、我国总体经济环境走势分析
- 二、国家宏观调控政策分析
- 三、美容仪市场国家宏观发展规划调控影响

第十章 所属行业运行状况分析

第一节 行业情况背景

- 一、参与调查企业及其分布情况
- 二、典型企业介绍

第二节 总体效益运行状况

- 一、总体销售效益
- 二、2015-2019年美容仪所属行业总体盈利能力
- 三、2015-2019年美容仪所属行业总体税收能力
- 四、2015-2019年美容仪所属行业市场总体产值能力

第三节 不同地区行业效益状况对比

- 一、不同地区销售效益状况对比
- 二、不同地区行业盈利能力状况对比
- 三、不同地区行业税收能力状况对比
- 四、不同地区行业产值状况对比

第四节 类型运行效益对比

- 一、行业不同类型销售效益状况对比
- 二、不同类型盈利能力状况对比
- 三、不同类型税收能力状况对比
- 四、不同类型产值状况对比

第五节 规模运行效益对比

- 一、行业不同规模销售效益状况对比
- 二、不同规模盈利能力状况对比
- 三、不同规模税收能力状况对比
- 四、不同规模产值状况对比

第十一章 美容仪国内重点生产厂家分析

第一节 美容仪重点公司介绍

第一节 欧莱雅(中国)有限公司 (Clarisonic科莱丽)

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第二节 爱姆缇姬(上海)商贸有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第三节 ForeoLuna

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第四节 YA-MAN雅萌

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第五节 荷兰皇家飞利浦公司

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第六节 日立（中国）有限公司

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第七节 上海奋博电子商务有限公司（TriPollar）

一、企业基本概况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

四、企业盈利能力分析

五、企业运营能力分析

第八节 联合利华(中国)投资有限公司 (Iluminage)

- 一、企业基本概况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第九节 Nuface

- 一、企业基本概况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第十节 松下电器（中国）有限公司

- 一、企业基本概况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业偿债能力分析
- 四、企业盈利能力分析
- 五、企业运营能力分析

第十二章 2021-2027年美容仪行业发展趋势及投资风险分析

第一节 当前美容仪存在的问题

第二节 美容仪未来发展预测分析

- 一、中国美容仪发展方向分析
- 二、2021-2027年中国美容仪行业发展规模
- 三、2021-2027年中国美容仪行业投资发展趋势预测

第三节 2021-2027年中国美容仪行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、原材料压力风险分析
- 三、技术风险分析
- 四、政策和体制风险
- 五、外资进入退出风险

第十三章 行业项目投资建议

第一节 美容仪技术应用注意事项

第二节 项目投资注意事项

第三节 美容仪生产开发注意事项

第四节 美容仪销售注意事项

第十四章 2021-2027年中国美容仪行业发展预测分析

第一节 2021-2027年国内美容仪产业宏观预测

一、2021-2027年我国美容仪行业宏观预测

1、2015-2019年中国固定资产投资预测

2、2015-2019年中国国际贸易预测

二、2021-2027年美容仪工业发展展望

三、2021-2027年美容仪业发展状况预测分析

第二节 2021-2027年中国美容仪市场趋势分析

一、2015-2019年美容仪市场趋势总结

二、2021-2027年美容仪企业资本结构发展趋势分析

1、美容仪企业国内资本市场的运作建议

2、美容仪企业海外资本市场的运作建议

三、2021-2027年美容仪市场发展空间

四、2021-2027年美容仪市场战略

1、战略综合规划

2、技术开发战略

3、区域战略规划

4、产业战略规划

5、营销品牌战略

6、竞争战略规划

第十五章 美容仪行业投资风险预警

第一节 影响美容仪行业发展的主要因素

一、2019年影响美容仪行业运行的有利因素

二、2019年影响美容仪行业运行的稳定因素

三、2019年影响美容仪行业运行的不利因素

四、2019年我国美容仪行业发展面临的挑战

五、2019年我国美容仪行业发展面临的机遇

第二节美容仪行业投资风险预警

一、2021-2027年美容仪行业市场风险及控制策略

二、2021-2027年美容仪行业政策风险及控制策略

三、2021-2027年美容仪行业经营风险及控制策略

四、2021-2027年美容仪同业竞争风险及控制策略

五、2021-2027年美容仪行业其他风险及控制策略

部分图表目录：

图表 我国美容仪行业所处生命周期示意图

图表 行业生命周期、战略及其特征

图表 2015-2019年中国美容仪行业市场规模变化

图表 2015-2019年中国美容仪行业销售收入变化

图表 2015-2019年中国美容仪行业销售投资收益率变化

图表 中国主要营销模式结构图

图表 2015-2019年中国美容仪行业潜在需求量变化

图表 2019年中国各种经销模式市场份额对比图

图表 2015-2019年中国美容仪行业市场容量变化

图表 2015-2019年中国美容仪供给量变化

图表 2015-2019年中国美容仪供需平衡分析

图表 2015-2019年中国美容仪市场供需分析

图表 2015-2019年中国美容仪所属行业产销分析

图表 2015-2019年中国美容仪行业利润率变化

图表 2015-2019年中国美容仪行业资产利润率变化

图表 2015-2019年中国美容仪行业总资产负债变化

图表 2015-2019年中国美容仪行业偿债能力分析

图表 2015-2019年中国美容仪行业营运能力分析

图表 2015-2019年中国美容仪出口量占产量的份额

图表 2015-2019年中国美容仪进口量占需求量的份额

图表 2015-2019年中国美容仪进口量变化

图表 2015-2019年中国美容仪行业产值规模变化

图表 2015-2019年中国美容仪行业产能变化

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R06/R0606/202106/11-412852.html>