

2024-2030年中国美容行业 发展趋势与未来发展趋势报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2024-2030年中国美容行业发展趋势与未来发展趋势报告》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/202310/412755.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

国内美容化妆品行业几乎与改革开放同步诞生和发展，伴随着思想解放和经济市场化的社会进程一路过来，社会大环境对第三产业给予了无限广阔发展的机会，美容化妆品行业也是其中催生出来的经济新生地带。

全国美容产业发展平均时间为20余年，从单一的店面服务，已发展成为以美容、美发、医疗美容、美体、美甲、纹制、形象设计、色彩店面服务，以及专业职业教育、相关专业仪器、用品、用具、研发、生产、销售为主体的综合性产业，并在每个领域中诞生了龙头品牌和龙头企业。

国家统计局数据显示，2021年中国限额以上单位化妆品类商品零售额达4026亿元，同比增长18.4%。随着消费结构的升级，我国化妆品市场进一步扩容。2021年以来，中国密集出台政策法规，对儿童化妆品、化妆品功效、化妆品标签、化妆品原料及安全等作出明确规定，并针对不合规行为给出具体整改方案，化妆品行业的监管力度加大，行业发展逐渐规范化。2022年中国限额以上单位化妆品类商品零售额达3936亿元，同比下降4.5%，这是近10年来化妆品零售总额首次出现负增长。疫情对很多商品的应用场景和频率有很大的影响。但这只是个暂时现象，中国的经济还是持续向好的，还会迎来发展趋势。

医疗美容行业方面，中国医美市场增速高于全球，市场增长空间较为广阔。2017-2021年，中国医美市场规模由993亿元增长到1891亿元。2017-2021年的四年复合增速达到17.47%，远超全球增速。

2021年11月2日，市场监管总局发布《医疗美容广告执法指南》，旨在为地方各级市场监管部门加强医疗美容广告监管工作提供指引，切实规范和加强医疗美容广告监管，有效维护医疗美容广告市场秩序，保护消费者合法权益。2022年1月21日，国务院办公厅发布的《“十四五”城乡社区服务体系建设规划》提出，推动物流配送、快递、再生资源回收网点设施辐射符合条件的村（社区），鼓励发展社区物业、维修、家政、餐饮、零售、美容美发等生活性服务业，支持相关企业在村（社区）设置服务网点，满足居民多样化需求。

随着我国经济的稳步发展，人民生活水平不断提升，美容行业成为我国居民消费的热点。未来几年，美容行业在国家减税降费、“营改增”以及“大众创业、万众创新”、“互联网+”等各项政策的扶持下，行业质量和效益全面提升，将成为经济发展新常态下扩大消费需求、拉动经济增长的重要动力。

庞大的女性人口是美容服务的重要基础，此外，男性人口对美容护肤的需求上涨，成为美容行业规模增长的重要驱动因素。第七次全国人口普查数据显示，我国男性人口总数为72334万人，女性人口总数为68844万人，中国庞大的人口基数为美容行业的发展提供了广阔的发展空

间。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国美容行业发展趋势与未来发展趋势报告》共十六章。首先介绍了美容行业的基本概念，接着分析了中外美容市场的总体运行情况，然后分别介绍了医疗美容市场、生活美容下的化妆品、护肤品、美容保健品、美发、美甲等细分市场的发展。随后，报告对美容业做了进出口数据分析，并解析了美容业教育培训、美容院经营、连锁经营等市场情况。紧跟着，报告介绍了美容业市场营销状况。最后对分析了美容市场的投资潜力并科学地预测了我国美容业发展前景与未来趋势。

本研究报告数据主要来自于国家统计局、海关总署、商务部、财政部、中企顾问网、中企顾问网市场调查中心、中国美发美容协会以及国内外重点刊物等渠道，数据权威、详实、丰富，同时通过专业的分析预测模型，对行业核心发展指标进行科学地预测。您或贵单位若想对美容产业有个系统深入的了解、或者想投资美容行业，本报告将是您不可或缺的重要参考工具。

报告目录：

第一章 美容行业相关概述

1.1 美容基本概念及分类

1.1.1 行业定义

1.1.2 分类介绍

1.1.3 行业区别

1.2 医疗美容概念及分类

1.2.1 行业定义

1.2.2 分类介绍

1.2.3 美容外科

1.2.4 皮肤美容

1.2.5 产业链介绍

1.3 生活美容概念简述

1.3.1 行业定义

1.3.2 重要性分析

第二章 2021-2023年国际美容市场分析

2.1 国际美容市场发展情况

2.1.1 医疗美容市场规模

- 2.1.2 医美细分市场结构
- 2.1.3 美妆个护运行情况
- 2.1.4 美容仪器发展分析
- 2.2 美国美容市场分析
 - 2.2.1 美容行业运行情况
 - 2.2.2 整形美容市场状况
 - 2.2.3 美容仪器发展状况
 - 2.2.4 医美行业监管启示
- 2.3 韩国美容市场分析
 - 2.3.1 医疗美容发展历程
 - 2.3.2 医疗美容发展现状
 - 2.3.3 医疗美容优势分析
 - 2.3.4 整形美容市场规模
 - 2.3.5 化妆品进出口分析
 - 2.3.6 美容消费市场趋势
- 2.4 日本美容市场分析
 - 2.4.1 医疗美容发展历程
 - 2.4.2 医疗美容细分项目
 - 2.4.3 化妆品市场规模
 - 2.4.4 化妆品贸易状况
 - 2.4.5 日本美容新潮流
- 2.5 英国美容市场分析
 - 2.5.1 美容消费市场分析
 - 2.5.2 美容美发市场发展
 - 2.5.3 医疗美容市场规模
 - 2.5.4 美容市场发展趋势
- 2.6 其他国家美容市场分析
 - 2.6.1 欧洲
 - 2.6.2 俄罗斯

第三章 2021-2023年中国美容市场发展环境分析

3.1 政策环境

- 3.1.1 政策推动产业升级
- 3.1.2 营改增利好行业发展
- 3.1.3 各地推动行业技术进步
- 3.1.4 “互联网+”引导产业发展
- 3.1.5 化妆品监督管理条例
- 3.2 经济环境
 - 3.2.1 宏观经济概况
 - 3.2.2 对外经济分析
 - 3.2.3 固定资产投资
 - 3.2.4 工业经济运行
 - 3.2.5 宏观经济展望
- 3.3 社会环境
 - 3.3.1 社会消费规模
 - 3.3.2 居民收入水平
 - 3.3.3 居民消费结构
 - 3.3.4 人口规模构成
 - 3.3.5 服务业运行状况

第四章 2021-2023年中国美容行业分析

- 4.1 2021-2023年中国美容行业发展状况分析
 - 4.1.1 行业发展特征
 - 4.1.2 行业从业情况
 - 4.1.3 行业收入规模
 - 4.1.4 行业发展热点
- 4.2 区域美容行业发展情况分析
 - 4.2.1 区域发展态势
 - 4.2.2 区域商业环境
 - 4.2.3 主要城市发展经验
- 4.3 中国美容产业园区发展分析
 - 4.3.1 济南医美产业聚集区
 - 4.3.2 杏林医学美容产业园
 - 4.3.3 成都医美小镇

- 4.3.4 上海东方美容谷
- 4.4 中国美容行业存在的问题
 - 4.4.1 劳动成本走高
 - 4.4.2 服务意识不足
 - 4.4.3 管理人才缺乏
 - 4.4.4 问题产生原因
- 4.5 美容行业发展对策及建议
 - 4.5.1 加强人才培养
 - 4.5.2 扶持企业发展
 - 4.5.3 挖掘消费潜力
 - 4.5.4 提升服务品质
 - 4.5.5 行业政策建议

第五章 2021-2023年医疗美容行业发展分析

- 5.1 中国医疗美容行业整体态势
 - 5.1.1 医疗美容行业政策
 - 5.1.2 医疗美容行业背景
 - 5.1.3 医疗美容行业规模
 - 5.1.4 用户诉求发展分析
 - 5.1.5 医疗美容区域分布
 - 5.1.6 医美用户消费水平
 - 5.1.7 医疗美容发展风险
- 5.2 中国医疗美容细分市场状况分析
 - 5.2.1 轻医美市场
 - 5.2.2 细分市场占比
- 5.3 中国医疗美容行业产业链分析
 - 5.3.1 医疗美容产业链分析
 - 5.3.2 医疗美容产业上游
 - 5.3.3 医疗美容产业中游
 - 5.3.4 医疗美容产业下游
- 5.4 中国医疗美容典型企业发展分析
 - 5.4.1 朗姿股份

- 5.4.2 华韩整形
- 5.4.3 美丽田园
- 5.4.4 华东医药

第六章 2021-2023年化妆品行业发展分析

6.1 2021-2023年国际化妆品行业发展综合分析

- 6.1.1 市场发展规模
- 6.1.2 区域发展情况
- 6.1.3 产品结构分析

6.2 2021-2023年中国化妆品市场发展分析

- 6.2.1 产业链分析
- 6.2.2 市场规模分析
- 6.2.3 产量规模走势
- 6.2.4 零售市场分析
- 6.2.5 细分品类市场
- 6.2.6 人均消费水平
- 6.2.7 企业竞争格局
- 6.2.8 品牌市场格局
- 6.2.9 渠道发展分析

6.3 2021-2023年中国化妆品用户消费行为分析

- 6.3.1 常用护肤品品类的调查
- 6.3.2 化妆品月均支出调查
- 6.3.3 化妆品价格范围调查
- 6.3.4 儿童化妆产品的态度
- 6.3.5 常用彩妆品类的选择
- 6.3.6 对新款化妆品的态度
- 6.3.7 对“国潮美妆”的态度
- 6.3.8 对国产品牌创新的态度
- 6.3.9 疫情对消费的影响调查
- 6.3.10 对化妆品发展的期待调查

6.4 2021-2023年中国彩妆行业发展综述

- 6.4.1 市场发展规模

- 6.4.2 消费品类结构
- 6.4.3 国产替代情况
- 6.4.4 市场竞争格局
- 6.4.5 消费年龄结构
- 6.4.6 消费区域分布
- 6.4.7 彩妆发展趋势
- 6.5 中国化妆品行业发展存在的问题分析
 - 6.5.1 面临国际化挑战
 - 6.5.2 产品质量安全问题
 - 6.5.3 网售市场发展问题

第七章 2021-2023年护肤品市场分析

- 7.1 护肤品产业链分析
 - 7.1.1 护肤品产业链分析
 - 7.1.2 护肤品行业上游
 - 7.1.3 护肤品行业中游
 - 7.1.4 护肤品行业下游
- 7.2 护肤品行业发展现状
 - 7.2.1 全球市场分析
 - 7.2.2 市场发展规模
 - 7.2.3 细分市场结构
 - 7.2.4 品牌发展格局
 - 7.2.5 零售渠道分布
- 7.3 男性护肤品市场发展潜力分析
 - 7.3.1 细分市场类别
 - 7.3.2 市场消费特点
 - 7.3.3 行业销售情况
 - 7.3.4 品牌发展格局
 - 7.3.5 细分产品分析
 - 7.3.6 年龄偏好分析
 - 7.3.7 行业融资动态
 - 7.3.8 企业布局情况

7.3.9 行业发展前景

第八章 2021-2023年美容保健品市场分析

8.1 女性保健品市场分析

8.1.1 女性健康意识发展

8.1.2 女性消费群体特征

8.1.3 产品服用类型分布

8.1.4 女性保健新锐品牌

8.2 美容护理类保健品发展分析

8.2.1 市场发展状况

8.2.2 发展障碍因素

8.2.3 市场发展战略

8.3 阿胶市场发展状况

8.3.1 市场规模状况

8.3.2 行业产量规模

8.3.3 区域分布状况

8.3.4 厂商竞争格局

8.3.5 行业发展趋势

8.4 其他美容护理类保健品分析

8.4.1 胶原蛋白

8.4.2 燕窝

第九章 2021-2023年减肥、美发、美甲、美容仪市场分析

9.1 中国减肥美体市场分析

9.1.1 减肥产业发展背景

9.1.2 健康瘦身市场发展

9.1.3 减肥药物市场规模

9.1.4 减肥市场竞争格局

9.1.5 行业发展趋势分析

9.2 中国美发市场分析

9.2.1 美发产品市场特征

9.2.2 美容美发市场规模

9.2.3 护发产品市场规模

9.2.4 细分产品市场份额

9.2.5 洗发护发品牌格局

9.2.6 美发人群画像分析

9.2.7 美发行业发展路径

9.3 中国美甲市场分析

9.3.1 美甲行业基本概念

9.3.2 美甲市场发展规模

9.3.3 美甲企业注册数量

9.3.4 美甲了解渠道分布

9.3.5 美甲消费行为分析

9.3.6 美甲行业发展前景

9.4 中国美容仪市场分析

9.4.1 美容仪行业发展历程

9.4.2 美容仪市场销售规模

9.4.3 美容仪销售渠道分布

9.4.4 美容仪消费人群画像

9.4.5 美容仪产品购买动因

9.4.6 美容仪行业发展趋势

第十章 2021-2023年中国美容产品进出口数据分析

10.1 2021-2023年中国美容品进出口数据分析

10.1.1 进出口总量数据分析

10.1.2 主要贸易国进出口情况分析

10.1.3 主要省市进出口情况分析

10.2 2021-2023年中国护发品进出口数据分析

10.2.1 进出口总量数据分析

10.2.2 主要贸易国进出口情况分析

10.2.3 主要省市进出口情况分析

10.3 2021-2023年中国眼用化妆品进出口数据分析

10.3.1 进出口总量数据分析

10.3.2 主要贸易国进出口情况分析

- 10.3.3 主要省市进出口情况分析
- 10.4 2021-2023年中国唇用化妆品进出口数据分析
 - 10.4.1 进出口总量数据分析
 - 10.4.2 主要贸易国进出口情况分析
 - 10.4.3 主要省市进出口情况分析
- 10.5 2021-2023年中国香粉，不论是否压紧进出口数据分析
 - 10.5.1 进出口总量数据分析
 - 10.5.2 主要贸易国进出口情况分析
 - 10.5.3 主要省市进出口情况分析
- 10.6 2021-2023年中国其他美容品或化妆品及护肤品进出口数据分析
 - 10.6.1 进出口总量数据分析
 - 10.6.2 主要贸易国进出口情况分析
 - 10.6.3 主要省市进出口情况分析

第十一章 2021-2023年美容业培训市场分析

- 11.1 中国职业教育培训市场分析
 - 11.1.1 职业教育政策环境
 - 11.1.2 职业教育市场规模
 - 11.1.3 职业教育经费投入
 - 11.1.4 职业教育发展动因
 - 11.1.5 职业教育发展方向
- 11.2 美容教育行业发展综述
 - 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 职业能力要求团体标准
 - 11.2.4 美容医学教育发展目标
 - 11.2.5 美容培训行业发展趋势
- 11.3 中国美容连锁机构技师在岗培训发展分析
 - 11.3.1 美容连锁机构发展现状
 - 11.3.2 在岗培训现存问题分析
 - 11.3.3 优化在岗培训建议对策
- 11.4 中国美容教育培训存在的问题及对策

- 11.4.1 主要发展问题
- 11.4.2 构建职业体系
- 11.4.3 保证充足投入
- 11.4.4 企业发展对策
- 11.4.5 学校发展建议
- 11.4.6 师生发展建议

第十二章 2021-2023年中国美容院经营分析

12.1 2021-2023年中国美容院经营总体概况

- 12.1.1 主要类型分析
- 12.1.2 美容机构数量
- 12.1.3 经营模式分析
- 12.1.4 行业发展趋势

12.2 中国美容院发展问题分析

- 12.2.1 美容院发展存在的问题
- 12.2.2 美容院经营面临的困难
- 12.2.3 美容院化妆品问题分析
- 12.2.4 美容院服务礼仪不足
- 12.2.5 美容院客户群管理问题

12.3 美容院经营管理策略

- 12.3.1 美容院经营问题对策
- 12.3.2 经营美容院基本要素
- 12.3.3 美容院客户细节服务
- 12.3.4 美容院经营黄金法则
- 12.3.5 美容院拓客模式解析
- 12.3.6 美容院化妆品经营建议
- 12.3.7 美容院经营项目的选择
- 12.3.8 促销提升美容院竞争力
- 12.3.9 借鉴医院服务经营策略

第十三章 2021-2023年连锁经营与美容业发展分析

13.1 连锁经营的相关介绍

- 13.1.1 连锁经营发展的条件
- 13.1.2 实行连锁经营的条件
- 13.1.3 连锁经营的经营形态
- 13.2 2021-2023年美容行业连锁经营总体分析
 - 13.2.1 美容连锁店管理模式
 - 13.2.2 机构连锁经营分析
 - 13.2.3 行业竞争力分析
 - 13.2.4 连锁经营模式对比
 - 13.2.5 连锁机构商业模式
 - 13.2.6 连锁品牌发展趋势
 - 13.2.7 美容业连锁发展优势
 - 13.2.8 美容连锁经营必然性
 - 13.2.9 直营连锁存在问题
 - 13.2.10 美容连锁经营困境
- 13.3 中国美容业连锁经营发展的策略
 - 13.3.1 构建美容连锁经营模式
 - 13.3.2 特许连锁经营步骤分析
 - 13.3.3 美容加盟连锁管理建议
 - 13.3.4 美容业连锁发展新模式
 - 13.3.5 连锁美容院会员制建议
 - 13.3.6 企业品牌形象定位策略
 - 13.3.7 美容连锁经营策略分析

第十四章 2021-2023年美容业营销分析

- 14.1 美容行业营销模式及存在问题解析
 - 14.1.1 中国美容行业营销模式剖析
 - 14.1.2 美容产业其他营销模式简析
 - 14.1.3 美容院营销存在的主要问题
 - 14.1.4 美容院营销定位面临的问题
- 14.2 美容业营销策略与方法分析
 - 14.2.1 美容业营销新模式
 - 14.2.2 美容直销发展策略

- 14.2.3 美容企业营销战略
- 14.2.4 服务营销发展策略
- 14.2.5 美容连锁营销策略
- 14.3 中国整形美容市场营销概述
 - 14.3.1 营销渠道介绍
 - 14.3.2 营销模式问题
 - 14.3.3 企业营销策略
 - 14.3.4 网络推广模式
 - 14.3.5 行业营销策略
 - 14.3.6 市场推广手段
 - 14.3.7 企业营销策略
- 14.4 中国整形美容O2O营销模式分析
 - 14.4.1 O2O商业模式
 - 14.4.2 O2O营销模式
 - 14.4.3 O2O平台分类
 - 14.4.4 平台服务模式
 - 14.4.5 O2O目标用户
 - 14.4.6 市场竞争格局
 - 14.4.7 营销发展优势
 - 14.4.8 O2O营销趋势
- 14.5 中国美容院营销模式分析
 - 14.5.1 营销新概念
 - 14.5.2 微信营销方式
 - 14.5.3 互联网营销分析
 - 14.5.4 营销存在问题
 - 14.5.5 行业营销策略
- 14.6 中国美容市场专业线市场分析
 - 14.6.1 日化线与专业线产品现状
 - 14.6.2 美容院及专业线产品现状
 - 14.6.3 美容专业线市场面临困惑
 - 14.6.4 美容专业线市场营销模式
 - 14.6.5 美容专业线未来营销趋势

14.6.6 专业线品牌经营定位策略

第十五章 美容行业投资分析

15.1 美妆个护行业行业投融资情况分析

15.1.1 行业融资规模

15.1.2 融资轮次分析

15.1.3 融资地域分布

15.1.4 融资事件分布

15.1.5 单笔融资金额

15.1.6 活跃投资机构

15.1.7 企业上市融资

15.2 男士美容市场投资潜力

15.2.1 男性美容基本项目介绍

15.2.2 男士美容行业发展因素

15.2.3 男士美容消费上升趋势

15.2.4 男性护肤市场规模预测

15.2.5 男士植发市场潜力分析

15.2.6 “男颜经济”前景展望

15.3 医疗美容行业投融资情况分析

15.3.1 投融资规模状况

15.3.2 投融资阶段分析

15.3.3 投融资区域分布

15.3.4 主要投融资事件

15.3.5 投资主体分布

15.3.6 兼并重组事件

15.4 美容行业投资机会及投资策略分析

15.4.1 行业投资机会

15.4.2 行业投资风险

15.4.3 美容行业投资策略

15.4.4 中小投资者投资策略

第十六章 2024-2030年对美容业发展前景与趋势预测分析

- 16.1 中国美容业发展前景与趋势
 - 16.1.1 发展机遇及挑战
 - 16.1.2 发展前景预测
 - 16.1.3 行业发展趋势
 - 16.1.4 行业发展需求
 - 16.1.5 行业发展潜力
- 16.2 中国医疗美容发展前景展望
 - 16.2.1 医美行业发展前景
 - 16.2.2 活性材料发展潜力
 - 16.2.3 光电项目发展前景
 - 16.2.4 医美市场消费趋势
 - 16.2.5 数字化管理升级趋势
 - 16.2.6 医美行业的监管趋势
- 16.3 中国化妆品市场发展前景与趋势
 - 16.3.1 直播电商机遇
 - 16.3.2 Z世代消费机遇
 - 16.3.3 技术发展展望
 - 16.3.4 原料市场展望
 - 16.3.5 行业严监管趋势
 - 16.3.6 国产化替代空间
- 16.4 对2024-2030年中国美容行业预测分析
 - 16.4.1 2024-2030年中国美容行业影响因素分析
 - 16.4.2 2024-2030年中国生活美容市场规模预测
 - 16.4.3 2024-2030年中国医疗美容市场规模预测

图表目录

- 图表 美容行业的分类介绍
- 图表 医疗美容各科室项目
- 图表 医疗美容分类
- 图表 医疗美容产业链介绍
- 图表 2016-2022年全球医疗美容市场规模
- 图表 2020全球医疗美容服务细分市场占比情况

图表 2016-2020年全球激光美容仪器行业市场规模

图表 2020年全球激光美容仪器市场区域分布情况

图表 韩国整形美容优势分析

图表 JSAS与JSAPS的区别

图表 日本医美发展史

图表 2016-2021年日本化妆品产销量

图表 2017-2021年日本化妆品细分产品销售收入

图表 2013-2020年日本化妆品进出口金额

图表 2017-2021年中国生产总值及其增长速度

图表 2017-2021年中国三次产业增加值占国内生产总值比重

图表 2022年四季度和全年GDP初步核算数据

图表 2017-2022年GDP同比增长速度

图表 2017-2022年GDP环比增长速度

图表 2017-2021年中国货物进出口总额

图表 2021年货物进出口总额及其增长速度

图表 2021年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表 2021年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表 2021年对主要国家和地区货物进出口金额、增长速度及其比重

图表 2021年外商直接投资（不含银行、证券、保险领域）及其增长速度

图表 2021年对外非金融类直接投资额及其增长速度

图表 2021年三次产业投资占固定资产投资比重（不含农户）

图表 2021年分行业固定资产投资（不含农户）增长速度

图表 2021年固定资产投资新增主要生产与运营能力

图表 2021年房地产开发和销售主要指标及其增长速度

图表 2021-2022年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表 2022年固定资产投资（不含农户）主要数据

图表 2017-2021年全部工业增加值及其增长速度

图表 2021年主要工业产品产量及其增长速度

图表 2021-2022年规模以上工业增加值同比增长速度

图表 2022年规模以上工业生产主要数据

图表 2017-2021年社会消费品零售总额及其增长速度

图表 2021-2022年社会消费品零售总额同比增速

图表 2021-2022年按消费类型分零售额同比增速

图表 2022年社会消费品零售总额主要数据

图表 2021年居民人均可支配收入平均数与中位数

图表 2022年全国及分城乡居民人均可支配收入与增速

图表 2021年居民人均消费支出及构成

图表 2022年居民人均消费支出及构成

图表 2017-2021年全国服务业增加值及其增长速度

图表 2019-2022年中国生活美容服务行业规模

图表 截至2022年中国医疗美容行业发展相关政策汇总（一）

图表 截至2022年中国医疗美容行业发展相关政策汇总（二）

图表 截至2022年中国医疗美容行业发展相关政策汇总（三）

图表 截至2022年中国医疗美容行业发展相关政策汇总（四）

图表 2014-2020年中国医疗美容专科医院&综合医院医疗美容科门急诊人次及增速

图表 2021年大众对医美的接受程度及求美者审美趋势

图表 中国医疗美容行业技术发展情况

图表 2017-2021年中国医美市场规模及同比增速

图表 2022年中国医美用户审美观念

图表 2022年中国医美用户购买情况

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202310/412755.html>