

中国美容美发行业 发展报告 2017

商务部服务贸易和商贸服务业司

2017 年 8 月

目录

前言	3
一、典型企业统计分析	4
(一) 行业规模分析	4
(二) 行业结构分析	4
(三) 行业效益分析	5
(四) 行业现代化程度	5
(五) 行业贡献度分析	6
二、行业发展基本情况分析	7
(一) 贯彻落实国家重大政策的情况	7
1. 供给侧改革推动行业产业升级	7
2. 营改增对行业利好明显	7
(二) 各地推动行业发展的情况分析	8
1. 以技能为重点，各地协会推动行业技术进步	8
2. 各地发展水平差异较大，三四线城市市场开始启动	8
3. 树立商誉，营造良好商业环境	8
三、存在的问题及原因	9
(一) 存在的问题	9
1. 人工成本持续走高	9
2. 缺乏服务意识及规范化管理	9
3. 严重缺乏管理岗位人才	9
(二) 原因分析	10
1. 人口红利不再持续	10
2. 过渡仰仗营销尝到恶果	10

3.管理岗位重视程度低	10
四、行业趋势预测.....	11
（一）从业者需求转变，从追求物质财富转为追求精神财富	11
（二）综合性门店、社区型门店将迎来增长.....	11
（三）多元化跨界品类经营成为新的发力点.....	12
五、促进行业发展的主要对策及政策建议	12
（一）促进行业发展的主要对策	12
1.坚持消费引领，挖掘市场潜力	12
2.坚持创新供给，推动新型消费	13
3.坚持质量为本，提升品质水平	13
4.坚持校企合作，激活育人“大棋局”	13
（二）政策建议	14
1.健全行业法律法规、推进标准实施	14
2.加强信用体系建设，促进行业规范发展	14
3.优化融资环境，拓宽金融服务	15
4.鼓励企业参与职业教育，健全人才培养机制	15
5.发挥社团组织作用，促进行业健康发展	15

前 言

本报告主要依据 2016 年商务部商贸服务典型企业统计数据进行了测算，鉴于典型企业统计方法的局限性，考虑到行业非法人经营单位、从业人员的流动性和不宜统计等因素，相关统计数据可能存在偏差。本报告由中国美发美容协会起草，力求准确反映 2016 年美容美发行业发展现状、存在问题，并结合行业发展趋势，提出相关政策建议。

一、典型企业统计分析

(一) 行业规模分析

根据商务部 2016 年美容美发典型调查企业数据统计测算,截至 2016 年底,全国美容美发行业活动单位数共计 330684 个,同比增长 2.0%;营业面积共计 1905131 平方米,同比增长 1.5%;从业人员总数为 140.9 万人,同比增长 2.8%;营业额 31293434 万元,同比增长 2.7%。见表一:

表 1 美容美发行业规模统计表

	活动单位数 (个)	营业面积 (平方米)	从业人员 (万人)	营业额 (万元)
2015 年	324200	1876976	137.1	30469353
2016 年	330684	1905131	140.9	31293434
增长率	2.0%	1.5%	2.8%	2.7%

(二) 行业结构分析

截至2016年底,在全国33.1万家美容美发行业活动单位中,专业美容企业(含美甲、美体)数量为14.9万家,专业美发企业数量为18.2万家;在140.9万从业人员中,专业美容企业(含美甲、美体)从业人数为76.7万人,专业美发企业从业人数为64.2万人;在活动单位共计3129.3亿元营业收入中,专业美容企业(含美甲、美体)营业收入为1755.4亿元,专业美发企业营业收入为1373.9亿元。见表二:

表 2 全国美容美发行业结构数据表

	活动单位数量 (万个)	从业人员 (万人)	营业额 (亿元)
美容美发业	33.1	140.9	3129.3
专业美容(含美甲、美体)	14.9	76.7	1755.4
专业美发	18.2	64.2	1373.9

（三）行业效益分析

近年来，美容美发行业逐步向便利化、精细化、品质化方向发展，转型升级过程加速，2016 年全国美容美发行业资产总计 2002.1 亿元，同比增长 3.7%。由于行业整体发展、转型、升级速度加快，加之经营成本大幅增加，负债合计 371.7 亿元，同比增长 4.1%。主营业务收入 1109.1 亿元，同比增长 3.0%，其中主营业务收入占总营业额 82.1%，其他业务收入占总营业额 17.9%；2016 年全国美容美发行业实现利润总额 197.3 亿元，同比增长 1.0%，见表三：

表 3 全国美容美发行业效益数据表

	资产总计 (亿元)	负债 (亿元)	主营业务收入 (亿元)	利润总额 (亿元)
2015 年	1930.7	357.1	1076.8	195.3
2016 年	2002.1	371.7	1109.1	197.3
增长率	3.7%	4.1%	3.0%	1.0%

数据来源：根据商务部商贸服务典型企业统计数据测算

近年来，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。

（四）行业现代化程度

随着竞争越发激烈，去同质化经营成为诸多企业的发展战略。消费者更加青睐个性化、时尚化的专属产品和服务，消费者对企业品牌

的认知度不断提升。优势企业加大了品牌管理力度，行业连锁化、品牌化趋势日益凸显。2016 年，全国美容美发行业连锁企业数为 35657 家，同比 2015 年 35027 家增长 1.8%；连锁企业门店数 172000 个，同比 2015 年 170428 个增长 1.3%，连锁企业营业额 318.1 亿元人民币，同比 2015 年 315.3 亿元增长 0.9%。见表四：

表 4 全国美容美发行业现代化程度数据表

	连锁企业数 (家)	连锁企业门店数 (个)	连锁企业营业额 (亿元)
2015 年	35027	170428	315.3
2016 年	35657	172000	318.1
增长率	1.8%	1.3%	0.9%

(五) 行业贡献度分析

随着国家税费改革效应逐步显现，行业总纳税额随之减少。2016 年，全国美容美发行业总纳税额 62.3 亿元人民币，比 2015 年的 63 亿元减少 1.1%。同时伴随着行业整体运营成本以及用工薪酬的不断上浮，2016 年全国美容美发行业工资总额 1209.3 亿元人民币，比 2015 年 1175.3 亿元增长 2.9%。2016 年全国美容美发行业新增从业人员 3.8 万人，行业的快速发展对于拉动就业、扩大内需、促进国家经济发展的贡献显著。见表五：

表 5 全国美容美发行业贡献度数据表

	总纳税额 (亿元)	工资总额 (亿元)
2015 年	63	1175.3
2016 年	62.3	1209.3
增长率	-1.1%	2.9%

二、行业发展基本情况分析

随着我国经济的稳步发展，人民生活水平不断提升，美容美发服务已成为我国居民消费的热点。同时，经过多年的发展，行业正不断趋于成熟和规范，市场规模和行业产值持续提升，从业人员也不断增多，加之美甲、美睫、文绣等新兴业态的快速发展，行业正逐步向产业化、集团化和国际化方向发展。进入 2016 年，美容美发行业着重打造品牌，倡导高品质、重文化内涵的个性化消费理念。在国家减税降费、“营改增”以及“大众创业、万众创新”等各项政策的扶持下，美容美发行业新业态、新模式不断涌现，质量和效益全面提升，为经济发展新常态下扩大消费需求、拉动经济增长、转变发展方式、促进社会和谐提供有力支撑和持续动力。

（一）贯彻落实国家重大政策的情况

1. 供给侧改革推动行业产业升级

2015 年底，中央经济工作会议首次提出供给侧改革，2016 年进入落实执行阶段，供给侧改革效应正在逐步显现，行业从业者根据消费升级进行服务供给的改革，将经营核心从营销回归到服务，通过个性化、专业化的服务重拾消费者的信息，重塑品牌观和价值观，通过提升服务品质、提高客单价来实现真正的盈利。

2. 营改增对行业利好明显

“营改增”政策对企业营业增值额部分征收税金，整体上有利于降低企业税负和成本。针对美容美发行业，由于行业有企业小而散的特点，作为小规模纳税人整体税负下降了 40%，行业整体利好明显。

（二）各地推动行业发展的情况分析

1.以技能为重点，各地推动行业技术进步

2016 年，以国家重视技能人才培养的政策为契机，全国各地陆续掀起了以技能提升为核心目的的活动高潮。在北京、上海、重庆、四川等多个地区行业组织纷纷开展了不同形式的行业技能培训、专业赛事等活动。通过互动交流、创新技能的方式提升了企业及行业从业者的竞争力，达到了推动行业技术进步和产业升级的目的。

2.各地发展水平差异较大，三四线城市发展增速较快

我国各地区美容美发行业发展水平差异较大，呈现出东部沿海地区格局开放、增速较快，而西部地区发展相对薄弱的格局。其中，东部沿海发达地区由于人口较多、经济发展水平较高及人均消费能力较高等原因，在行业发展水平和细分程度上已经与日本、韩国、欧美等发达国家达到一致。但在东北、西部等经济欠发达的地区，受到经济环境的限制，行业发展水平明显低于东部沿海发达地区。在 2016 年，受到国家宏观政策的影响和推动，部分在东部沿海地区发展的企业和从业者在低成本和市场发展潜力的吸引下，逐渐转向东北、西部等经济欠发达地区及三、四线城市投资、从业。

3.树立商誉，营造良好商业环境

近年来，随着诚信经营的理念深入人心，美容美发企业越来越重视企业自身“商誉”的建设和信用维护。2016 年，上海市、重庆市美发美容行业协会通过引用国家标准陆续对本地企业进行了鉴定、评星、定档，以此推动了行业企业的诚信经营并帮助消费者确定美容美

发服务企业的服务水准。

三、存在的问题及原因

（一）存在的问题

1.人工成本持续走高

在近年来物价水平逐渐增高、适龄劳动力供给逐步减少的大背景下，美容美发行业作为重点依靠人力的服务行业在人工成本控制、人员招聘问题上逐渐暴露出了问题。据中国美发美容协会会员企业统计数据显示，美发师与美容师平均薪资达到 5000 元和 5370 元。其中，北上广深等一线城市实际值略高于平均值；二三线城市实际值略低于平均值。人工成本的走高对企业经营造成了直接的负担。

2.缺乏服务意识及规范化管理

随着近年来消费者消费水平和对消费体验要求的不断提高，消费者越来越重视店家的服务。但目前，不少美容美发企业局限于企业规模，往往忽视企业规范化的建设和管理。部分企业仅在提供“劳务”，而非提供“服务”的更高阶段。在企业经营层面，缺乏整体规划、管理与质量控制，服务中出现让从业者随意发挥的情况，很难保证消费者有较高的满意度。此外在门店经营方面，店内事务大多缺乏规范管理，各类事务均由店长或经理亲历亲为，管理随意性较大。长此以往，企业经营易陷入僵局，严重制约企业发展。

3.严重缺乏管理岗位人才

由于美容美发行业的从业者、经营者相对其他行业学历普遍偏低，加上国内大学及科研机构也缺乏对美容美发业经营管理的研究及

对应学科,造成了现有行业内管理岗位人才严重缺乏。行业管理岗位,如店长、门店经理等职务更多依赖于业内技术人员的提拔、升迁。但受专业特性所限,作为技能型行业,一线技术人员更偏好、看重技术型岗位,不愿意调岗为管理职务,由此造成企业内在管理岗位上的用人荒,并直接造成企业门店的整体管理水平较低。

(二) 原因分析

1. 人口红利不再持续

改革开放以来,美发美容行业在大环境的促进下,取得了前所未有的巨大发展。作为技能服务型行业,人口红利对于美发美容行业的发展在其中起到了重要作用。但是,随着我国人口红利时代的不再持续,美发美容行业的招工难问题逐步显现。随之而来的便是用工成本节节攀升。

2. 过渡仰仗营销尝到恶果

在美发美容行业高速发展期间,产品、门店的增长经历了爆发期。由此造成产品、门店的过剩,企业在同质化的竞争中只有依赖营销作为业绩增长的核心手段。“套餐”、“办卡”、“豪华装修”等不同类型的营销活动层出不穷,部分企业从中的确尝到了甜头,由此造成营销之风越演越烈。在高速发展期结束后,过渡仰仗营销造成企业“败絮其中”,终有一天会全部崩塌。美发美容企业发展不能仰仗营销,企业的服务质量、产品质量才是维持持续发展的核心动力。

3. 管理岗位重视程度低

在劳动力供给减少的大背景下,美容美发企业今后一段时期内都

将面临用工难的问题。但很多企业依旧采取“重技能，轻管理”的陈旧模式，在用工难时一味提升技能岗人员工资，忽视管理岗员工待遇的调整。同时，企业所有者缺乏挖掘内部人才潜力的意识，在企业薪酬制度、职务晋升等方面缺乏对于管理岗位的倾斜和支持，造成恶性循环。

四、行业趋势预测

（一）从业者需求转变，从追求物质财富转为追求精神财富

近年来，随着 90 后从业者逐步进入美容美发行业，行业整体学历水平得到大幅提升，从业者也从单纯追求薪资开始向更深层次的需求转变。未来 1 至 2 年内，90 后的从业者将成为行业从业者的主力军，作为依靠技能服务的“手艺”行业，美容美发企业的发展离不开人才，如何多样化的满足 90 后从业者的职业需求，从而做到人才储备、避免人才流失将成为企业经营者的工作重点。事实上，学习空间和晋升培训，已经成为目前行业从业者求职的主要参考方向。部分企业已及时调整招聘策略，从只谈加薪到开展定期专业进修，从聘用员工到合伙人制度，以打造员工个人品牌为方向，满足员工从物质财富到精神财富的需求。

（二）综合性门店、社区型门店将迎来增长

在市场竞争加剧，经营成本压力日趋加大的大环境下，越来越多的成熟企业通过兼并、合作的形式来拓展自身服务内容及经营面积，从单一品类业务转向综合性服务企业。如原有的美甲沙龙开展美容、美睫服务，进一步延伸对现有顾客的价值挖掘。同时，随着我国城市

化进程的不断推进以及 90 后、00 后逐渐成为市场消费者的主体，90 后、00 后消费者所推崇的平价、快速、便捷的消费理念将造成 50-100 平米左右的社区型优质门店的发展。这两种不同形式、不同规模的企业门店未来将迎来快速增长。

（三）多元化跨界品类经营成为新的发力点

近年来，在市场增长速度趋于稳定，国家经济形势呈现“新常态”的大环境下，为了增加营业收入，进一步拓展客户价值，美容美发行业在传统经营品类及范围内，2016 年逐步涌现了部分开展多元化、跨界经营的尝试者。从理论上讲，多元化跨界经营、品类延伸是对现有企业品牌资源的深度开发和利用，被视为企业做大规模获取最大利润的战略之一。以上海、深圳等城市企业为例，传统美容美发服务企业通过研发自有品牌产品、开展专业化妆和客户个人整体服饰搭配服务等不同形式拓展了企业门店的营业额，增强了企业的核心竞争力。

五、促进行业发展的主要对策及政策建议

（一）促进行业发展的主要对策

1. 坚持消费引领，挖掘市场潜力

努力适应消费升级的新形势和新要求，重新定义“新常态”下美容美发行业的消费需求。结合社区门店和细分专业门店的快速发展趋势，根据社区、写字楼等区域消费市场的居民收入水平、人口结构等实情，做好供给规模、服务业态、价格水平和商业模式的定位，挖掘潜在潜力，增添市场活力。

2. 坚持创新供给，推动新型消费

抓住美容美发行业和相关服务业跨界融合的发展机遇，运用互联网、大数据、云计算等推动业态创新、管理创新和服务创新。开发适合高中低不同收入群体的多样化、个性化潜在服务需求，覆盖从出生到终老各个阶段的美容美发特色服务，满足消费新需求，适应消费结构升级新需要。同时进一步拓展网络消费领域，加快线上线下融合，培养线上预约、线下消费的服务模式，培育美容美发文化产品等新型服务消费，提升企业自身造血能力。

3.坚持质量为本，提升品质水平

进一步健全美容美发行业质量管理体系、质量监督体系和质量标准体系，汲取传统师徒制的文化精髓，弘扬“工匠精神”，打造“中国服务”品牌。逐渐摒弃“推销预付卡”、“推销产品”等以营销为导向的经营理念 and “重营销、轻技能”的人才培养观，鼓励企业将技术能力和服务质量作为立业之本，强化质量责任意识。同时企业应加强员工爱岗敬业的职业精神培训，完善服务质量治理体系和顾客满意度测评体系。

4.坚持校企合作，激活育人“大棋局”

为了应对行业“用工荒”、“缺乏专业型人才”等难题，美容美发企业应从源头抓起，主动参与到职业教育人才培养的全过程中，推动专业设置与产业需求、课程内容与职业标准、教学过程与生产过程、毕业证书与职业资格证书、职业教育与终身学习等“五个对接”。对于规模以上企业要有机构或人员组织实施职工教育培训、对接职业院校，设立学生实习和教师实践岗位。企业通过参与职业院校育人过程，

逐渐过渡到举办或参与举办职业院校的阶段，激活高素质技能型人才培养的“大棋局”，从源头解决人才供需平衡。

（二）政策建议

1.健全行业法律法规、推进标准实施

健全法律法规，建立高效的执行与监管机制是行业健康发展的基础保障。现有涉及美容美发行业的规章制度在执行与监管过程中都缺乏有效的协调机制。同时，虽然现有行业标准已趋于体系化，但已出台标准的宣贯落实工作相对落后，没有起到应有的标准规范作用。因此在重视标准体系建设和新标准制定的同时，主管部门更应建立已出台标准的宣贯实施规章制度，通过采购服务等方式，真正将标准化作为美容美发行业管理的有效手段，营造规范、有序的市场环境。

2.加强信用体系建设，促进行业规范发展

应加强行业信用体系建设，积极推行信用等级管理，建立行业信用评价体系和相关制度，促进行业规范发展。美容美发行业信用体系建设重点应聚焦在企业信用信息共享方面，将有关信用信息纳入国家企业信用信息公示系统，建立完善全国统一的行业信用信息共享交换平台。对于失信的企业，制定严格的惩戒制度，逐步形成以诚信为核心的美容美发业监管制度。同时，具备行政执法权的相关部门应严厉打击乱收费、乱办卡、价格欺诈、产品以劣充好等行为，并引入第三方检测认证等机制，有效保护消费者合法权益。

3.优化融资环境，拓宽金融服务

为应对高成本带来的经营压力，相关部门应进一步优化行业融资

环境，支持符合条件的美容美发企业上市融资和发行债券，鼓励金融机构拓宽对美容美发企业贷款的抵质押品种类和范围。鼓励商业银行在商业自愿、依法合规、风险可控的前提下，开展信用保险保单质押、股权质押、保理等多种方式的金融服务。同时，应发展相关领域的融资担保机构，将消费信用体系与金融信用体系挂钩，增强有实力、讲信誉企业的融资能力。

4.鼓励企业参与职业教育，健全人才培养机制

为鼓励企业参与美容美发职业教育，健全人才培养机制，加强优质人才培育，相关部门应根据企业接受职业教育实习生的数字和质量给予合理的税收优惠。对符合办学要求的企业，各地可通过政府购买服务等方式给予支持。同时，应通过有针对性的优惠政策使企业责权对等，获得货真价实的激励，提升企业价值。

5.发挥社团组织作用，促进行业健康发展

健全行业社团组织功能，充分发挥行业组织在联系政府、服务企业、促进行业自律等方面的功能，将有效的促进美容美发行业持续健康发展。为进一步推动政府的职能转变，行业社团组织可充分利用熟悉行业、贴近企业的自身特点，在行业法律法规研究、统计分析、标准制定、信用等级体系建设、水平类服务评价等方面发挥作用。同时，作为对外交流的窗口，社团组织还可发挥跨境交流合作的桥梁作用，服务“一带一路”的整体战略布局，推进美容美发职业教育、技能创新等领域的国际交流与合作。