



卫生部“十一五”规划教材

全国中医药高职高专院校教材

全国高等医药教材建设研究会规划教材

供医学美容技术专业用

美容业经营与管理

主编 梁 娟

医学美容
技术专业



人民卫生出版社

第2轮 全国中医药高职高专院校教材书目

中医学专业

大学语文
中医基础理论
中医诊断学
人体解剖学
生理学
中药学
方剂学
免疫学与病原生物学
药理学
病理学
诊断学基础
中医内科学
针灸学
推拿学
中医外科学
中医妇科学
中医儿科学
中医伤科学
西医内科学
西医外科学
西医妇产科学
西医儿科学
医学心理学
传染病学

中药专业

中医学基础概要
中药方剂学
无机化学
有机化学
分析化学
中药化学技术
人体解剖生理学
药用植物学
中药药理与应用
中药鉴定技术
中药药剂学
中药炮制技术
药用植物栽培技术
药事管理与法规

针灸推拿专业

经络与腧穴
针法灸法
推拿手法
针灸治疗
推拿治疗
小儿推拿

中医骨伤专业

中医骨伤科基础
中医筋伤
中医正骨
中医骨病
创伤急救
骨科手术

护理专业

护士人文修养
护理学导论
护理药理学
健康评估
基础护理技术
内科护理
外科护理
妇产科护理
儿科护理
眼耳鼻咽喉口腔科护理
传染病护理
精神科护理
急救护理
老年护理
社区护理
中医护理

医学美容技术专业

美容解剖学基础
美容手术概论
美容皮肤科学
美容实用技术
美容中药方剂学
美容保健技术
医学美容调护
化妆品与调配技术
美容礼仪
医学美学
美容心理学
美容业经营与管理

康复治疗技术专业

康复医学导论
临床医学概要
临床康复学
中医养生康复技术
言语治疗技术
作业治疗技术
物理治疗技术
康复评定

策划编辑 孙 勇
责任编辑 马莉萍
孙 勇
封面设计 张亚楠
版式设计 陈 旻
责任校对 吴小翠

人民卫生出版社网站:

门户网: www.pmph.com 出版物查询、网上书店

卫人网: www.ipmph.com 护士、医师、药师、中医师、卫生资格考试培训



ISBN 978-7-117-12819-3



9 787117 128193 >

定 价: 20.00 元

全国中医药高职高专院校教材
供医学美容技术专业用

美容业经营与管理

主 编 梁 娟

副主编 迟淑清 杨荣斌

编 者 (以姓氏笔画为序)

李 嘉 (湖南中医药高等专科学校)

杨荣斌 (安徽中医药高等专科学校)

迟淑清 (黑龙江中医药大学佳木斯学院)

人民卫生出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

美容业经营与管理/梁娟主编. —北京:
人民卫生出版社, 2010. 6

ISBN 978-7-117-12819-3

I. ①美… II. ①梁… III. ①美容-服务业-经济管理-
高等学校: 技术学校-教材 IV. ①F719. 9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 065615 号

门户网: www.pmph.com 出版物查询、网上书店
卫人网: www.ipmph.com 护士、医师、药师、中
医
师、卫生资格考试培训

版权所有, 侵权必究!

本书本印次封底贴有防伪标。请注意识别。

美容业经营与管理

主 编: 梁 娟

出版发行: 人民卫生出版社 (中继线 010-59780011)

地 址: 北京市朝阳区潘家园南里 19 号

邮 编: 100021

E - mail: pmph@pmph.com

购书热线: 010-67605754 010-65264830

010-59787586 010-59787592

印 刷: 北京市安泰印刷厂

经 销: 新华书店

开 本: 787×1092 1/16 印张: 12

字 数: 286 千字

版 次: 2010 年 6 月第 1 版 2010 年 6 月第 1 版第 1 次印刷

标准书号: ISBN 978-7-117-12819-3/R·12820

定 价: 20.00 元

打击盗版举报电话: 010-59787491 E-mail: WQ@pmph.com

(凡属印装质量问题请与本社销售中心联系退换)

全国中医药高职高专卫生部规划教材

第二轮修订说明

全国中医药高职高专卫生部规划教材第1版,是在卫生部教材办公室的组织规划下,以安徽、湖北、山东、湖南、江西、重庆、黑龙江等7个省市的中医药高等专科学校为主体,由全国27所中医药院校400余位专家教授共同参与编写,于2005年6月正式出版发行。该套教材及时缓解了中医药高职高专教材缺乏的状况,适应了中医药高职高专教学需求,对中医药高职高专教育的发展起到了重要的促进作用。

为了进一步适应中医药高等职业教育的迅速发展,提高教学质量,加强教材建设,2007年9月正式启动了该套教材的第二轮修订工作,并成立了新一届教材指导委员会及各专业教材评审委员会,以确保教材的编写质量。

本轮修订,取消了中西医结合专业的教材;整合了中医学、中药、针灸推拿、中医骨伤、护理等五个专业的教材目录,其中护理专业教材做了较大调整,并将专业名称从中医护理学改名为护理;新增了医疗美容技术、康复治疗技术两个新专业的教材。

此次修订是以第1版教材为基础,更加注重遵循专业培养目标,把握教材定位,适应特定对象(中医药专科学生)、特定限制(三年学制)的需要,并具有明显的中医药特色;注重全套教材的整体优化,淡化各门学科的独立完整性和系统性意识,尽量与本专业其他教材之间紧密联系、互相呼应,既要避免不必要的重复,又能防止重要内容的疏漏;严格把握教材内容的深度、广度和侧重点,突出应用型、技能型教育内容;避免理论与实际脱节、教育与实践脱节、人才培养与社会需求脱节的倾向;注重将中医药领域近年成熟的新理论,以及普遍推广的新知识、新技术、新成果,根据需要吸收到教材中来,体现新的时代风貌;树立“以人为本”的理念,以学生为中心,激发他们的创造力;各门教材的内容注意到与各行业职业资格考试内容紧密衔接,并着眼于社区就业需求,以利于学生就业;从体例编排、版面设计等方面,也力求新颖,以适应新时期的需要。

全套教材共86种,分两批出版,预计2010年7月出齐。其中的38种为教育部确定的普通高等教育“十一五”国家级规划教材。

第二轮全国中医药高职高专 卫生部规划教材目录

中医学专业

大学语文	主编	孙 洁	
中医基础理论	主编	何晓晖	
中医诊断学	主编	廖福义	
人体解剖学	主编	盖一峰	
生理学	主编	郭争鸣	
中药学	主编	杨 丽	
方剂学	主编	王义祁	
免疫学与病原生物学	主编	金 路	
药理学	主编	侯 晞	武继彪
病理学	主编	赵国胜	苑光军
诊断学基础	主编	李广元	
中医内科学	主编	肖振辉	
针灸学	主编	汪安宁	
推拿学	主编	邵湘宁	
中医外科学	主编	吴恒亚	
中医妇科学	主编	傅淑清	
中医儿科学	主编	刘百祥	
中医伤科学	主编	方家选	金晓东
西医内科学	主编	郭奉银	
西医外科学	主编	贾 奎	
西医妇产科学	主编	周梅玲	
西医儿科学	主编	金荣华	
医学心理学	主编	侯再金	
传染病学	主编	陈艳成	

中 药 专 业

中医学基础概要	主编	宋传荣 何正显
中药方剂学	主编	李铁男
无机化学	主编	冯务群
有机化学	主编	卢 苏
分析化学	主编	潘国石
中药化学技术	主编	李 端
人体解剖生理学	主编	刘春波
药用植物学	主编	郑小吉
中药药理与应用	主编	徐晓玉
中药鉴定技术	主编	张钦德 胡志方
中药药剂学	主编	杨桂明
中药炮制技术	主编	刘 波
药用植物栽培技术	主编	宋丽艳
药事管理与法规	主编	周铁文

针灸推拿专业

经络与腧穴	主编	王德敬
针法灸法	主编	刘 茜
推拿手法	主编	那继文
针灸治疗	主编	刘宝林
推拿治疗	主编	周 力
小儿推拿	主编	余建华

中医骨伤专业

中医骨伤科基础	主编	李 玄
中医筋伤	主编	涂国卿
中医正骨	主编	王永渝
中医骨病	主编	谢 强
创伤急救	主编	魏宪纯
骨科手术	主编	黄振元

护 理 专 业

护士人文修养	主编	胡爱明
护理学导论	主编	李如竹
护理药理学	主编	姜国贤
健康评估	主编	刘惠莲
基础护理技术	主编	张少羽
内科护理	主编	刘 杰 吕云玲
外科护理	主编	江跃华
妇产科护理	主编	林 萍
儿科护理	主编	艾学云
眼耳鼻咽喉口腔科护理	主编	肖跃群
传染病护理	主编	王美芝
精神科护理	主编	井霖源
急救护理	主编	孙永显
老年护理	主编	唐凤平
社区护理	主编	张先庚
中医护理	主编	陈建章 顾红卫

医学美容技术专业

美容解剖学基础	主编	杨海旺
美容手术概论	主编	李全兴
美容皮肤科学	主编	陈丽娟
美容实用技术	主编	张丽宏
美容中药方剂学	主编	黄丽萍
美容保健技术	主编	陈景华
医学美容调护	主编	陈美仁
化妆品与调配技术	主编	谷建梅
美容礼仪	主编	位汶军
医学美学	主编	沙 涛
美容心理学	主编	陈 敏
美容业经营与管理	主编	梁 娟

康复治疗技术专业

康复医学导论	主编	谭 工
临床医学概要	主编	王 萍
临床康复学	主编	邓 倩
中医养生康复技术	主编	王德瑜
言语治疗技术	主编	田 莉
作业治疗技术	主编	吴淑娥
物理治疗技术	主编	林成杰
康复评定	主编	孙 权

全国中医药高职高专教材建设 指导委员会名单

顾问

刘德培 王永炎 石学敏 邓铁涛 任继学 于文明 孟 群
洪 净 文历阳 沈 彬 赵 明 徐金香 吴恒亚

主任委员

赵国胜 邵湘宁

副主任委员 (按姓氏笔画排序)

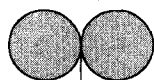
于 跃 王义祁 王之虹 方家选 苏保松 李铁男 连建伟
何晓晖 张同君 武继彪 呼素华 胡志方 郭伟星 黄振元
曹文富

委员 (按姓氏笔画排序)

王文政 王洪全 王德明 尹思源 刘福昌 江 滨 李治田
李榆梅 吴文敏 何文彬 余甘霖 宋立华 张宏伟 张俊龙
陈文松 金玉忠 金安娜 周英信 周忠民 屈玉明 凌宗元
董辉光 傅淑清 廖福义

秘书

马砣生 张 宏 徐超伍 孙 勇



前 言

本教材根据高职高专教育发展的客观实际,依据医学美容技术专业的教学计划和教学大纲编写而成,供医学美容技术专业使用,也可作为从事美容行业相关人员的参考用书。

书中以美容企业经营管理为主线,融市场营销学、企业管理学、法学、社会学等相关知识为一体,结合现代企业经营管理的客观实际,研究和探讨市场经济条件下,以消费者需求为中心的美容企业经营管理的特點、策略和方法。旨在让学生通过学习,了解国内外美容行业的总体发展概况和发展趋势,根据美容市场发展变化设计合理的经营范围和服务项目。全书共八章,包括概论、美容业人力资源管理、美容业财务管理、现代美容院经营与管理、美容业市场营销、美容企业文化与企业形象、美容业职业道德与修养、美容业危机管理及法律法规。本书坚持理论联系实际的原则,力求内容新颖、结构严谨、重点突出、特色鲜明,以培养学生的服务意识、竞争意识、创新意识、质量意识、法律意识及良好的职业道德理念。为了增加教材的灵活性和趣味性,书中穿插了相关的知识链接、知识拓展和案例分析,每章节后附有课堂互动。

本书编写过程中,得到了各参编院校的大力支持与帮助。编写中参阅了大量国内外有关美容业经营管理的书刊和部分网络资料,借鉴并吸收了专业学者的部分成果,在此表示衷心的感谢!希望此书能得到广大师生的支持和厚爱。

由于时间仓促及编写水平有限,书中难免出现文字、技术上的纰漏,不足之处在所难免,恳请广大师生和读者提出宝贵意见。

《美容业经营与管理》编委会

2010年2月

目 录

第一章 概论	1
第一节 美容业概述	1
一、美容业的特点	1
二、美容企业的分类	2
三、美容业的作用	3
第二节 美容企业经营管理的理论基础	4
一、企业经营管理的职能	5
二、美容企业经营战略	5
第三节 生活美容与医学美容	7
一、生活美容	7
二、医学美容	8
三、生活美容与医学美容的区别	8
第四节 我国美容业的发展概况	10
一、美容“专业线”市场状况	10
二、我国美容业潜在的问题	11
三、我国美容业的发展趋势	13
第二章 美容业人力资源管理	18
第一节 人力资源概述	18
一、美容业人力资源管理的目标和职能	19
二、美容业人力资源管理的基本要求	20
三、美容企业人力资源管理模式	22
第二节 美容业人力资源规划	24
一、美容业人力资源规划程序	25
二、美容业人力资源规划内容	25
第三节 美容业人力资源管理策略	27
一、美容业人力资源管理制度体系	27
二、美容业健全的沟通网络	28
三、美容企业员工招聘与培训	29
四、美容业绩效考核与薪酬管理	31

第四节 美容院员工管理	35
一、美容院日常管理制度	35
二、美容院员工管理策略	36
第三章 美容业财务管理	39
第一节 财务管理概述	39
一、财务管理的涵义	39
二、美容业财务管理原则	40
三、企业现金流动的规律	41
第二节 美容企业财务管理内容	44
一、美容企业资金筹集管理	44
二、美容企业投资管理	47
三、美容企业成本费用管理	51
四、美容企业利润与分配管理	52
五、美容企业利润表与附表阅读分析	54
第三节 美容业财务分析与评价	57
一、财务分析的涵义	57
二、美容企业营运能力分析与评价	59
三、美容企业盈利能力分析与评价	60
四、美容企业偿债能力分析与评价	61
五、美容企业发展能力分析与评价	62
第四章 现代美容院经营与管理	64
第一节 美容院概述	64
一、美容院的类型	65
二、美容院的“专业性”服务	66
三、美容院经营中存在的问题	67
第二节 美容院的创办	68
一、美容院开业前企划	68
二、美容院市场调查和选址	70
三、美容院整体形象设计	73
四、美容院经营项目的选择	75
第三节 美容院经营策略	77
一、美容院品质经营	77
二、美容院心理经营	78
三、美容院营销策略	79
四、美容院战略管理	81
第四节 美容院连锁经营	82
一、美容院连锁经营类型	83

二、美容院连锁经营策略	84
三、美容院连锁经营战略	88
第五节 美容院卫生管理	89
一、个人卫生	90
二、美容院卫生	90
第五章 美容业市场营销	93
第一节 市场营销概述	93
一、市场营销的涵义	93
二、美容市场营销环境	94
三、美容市场营销新趋势	97
第二节 美容业目标市场营销	99
一、美容市场细分	99
二、美容企业目标市场定位	102
第三节 美容产品策略	103
一、美容产品特征	104
二、美容产品生命周期	105
第四节 美容业分销渠道策略	109
一、分销渠道类型	109
二、分销渠道设计	110
第五节 美容产品价格策略	112
一、美容产品定价	112
二、美容产品定价技巧与策略	116
第六节 美容产品促销策略	119
一、促销组合	119
二、人员推销	120
三、广告策略	120
四、销售促进策略	122
第六章 美容企业文化与企业形象	125
第一节 美容企业文化	125
一、企业文化的内涵	125
二、美容企业文化建设	128
第二节 美容业的企业形象	132
一、企业形象的内涵	132
二、美容企业形象设计	134
第七章 美容业职业道德与素质修养	138
第一节 美容业职业道德	138

一、职业道德概述·····	138
二、职业道德基本规范·····	140
三、美容业职业道德规范·····	141
第二节 美容业素质修养·····	143
一、美容业素质修养的内容·····	144
二、员工素质修养的培养方法·····	147
 第八章 美容业危机管理与法律法规·····	149
第一节 美容业危机管理·····	149
一、危机处理原则与程序·····	150
二、美容业应对危机的方法·····	151
三、美容业危机预案的制订·····	153
四、美容业顾客投诉管理·····	153
第二节 美容业相关法律法规·····	155
一、《美容美发业管理暂行办法》·····	155
二、《民法通则》·····	156
三、《合同法》·····	158
四、《劳动法》·····	159
五、《产品质量法》·····	160
六、《消费者权益保护法》·····	161
 附录一 主要参考书目·····	165
附录二 《美容业经营与管理》教学大纲·····	166

第一章 概 论

第一节 美容业概述

美容是一种对人内外形象进行修饰、美化的技术和艺术的泛称,在宏观上包括美学、文学、医学、营养学、色彩学、化学、物理学、心理学等各类专业知识;在微观上包括化妆、护理、整形、保健、发型、服饰、礼仪等技术。

美容业包括美容产品、美容服务、美容职业培训三大板块。在国民经济中,凡是专门从事美容产品销售和服务,提供各项美容服务项目和设备,直接为消费者服务的企业,称为美容企业。

美容企业作为满足社会需求进行自主经营、独立核算获取利润,并有法人资格的经济单位,应同时具备以下五个基本条件:

1. 法人地位 国家在法律上承认企业在经营上的独立性,保护企业的正当权利和经济利益,同时也要求企业对自身经济活动的正当性和后果负责。法人地位是社会主义市场经济条件下参与市场竞争的基本条件,对于调动经营积极性,扩大自主权,建立现代美容企业制度有着十分重要的作用。

美容企业应向行政管理机关申请登记,经该机关以及卫生防疫、消防、税务等部门审查批准,才能取得行业经营执照,成为合法的经济组织。

2. 独立经营 只有具备经营独立和自主经营权,美容企业才能根据市场变化情况选择灵活多样的经营方式,并进行自我改造和自我发展,在国家政策允许范围内确定经营范围和服务价格,发挥经济实体的作用,增强市场竞争能力,更好地为消费者服务。

3. 物质保证 拥有一定的生产资料、资金和劳动力,并享有其支配权和使用权,是美容企业作为独立经营活动的必要条件,也是实现美容企业独立经营的物质保证。

4. 独立核算、自负盈亏 美容企业在经营过程中,要对耗费的人力劳动和物力劳动进行合理计算和严格控制,分析研究投入和产出的效果,对自己的经营成果负责任,以收入抵补支出,取得最佳的经济效益。盈利是企业和非企业的重要区别之一。

5. 完整组织 美容企业的建立和存在,应有一个符合本企业的完整有效的组织机构,经过科学合理的分工及密切协作,以保证美容企业经营活动协调、连续、正常地进行,创造出新的更大的经营能力。

以上五个条件是衡量一个有着完整意义独立经营企业的标准,也是美容企业必须具备的基本条件。

一、美容业的特点

美容不仅是一门艺术,还是一门哲学。它以“人”为本,研究和诠释人类最宝贵的东

西——生命,完善人的形体、容貌、心态和情绪,抗争人类自然衰老的规律,让生命充满青春活力,使活着的人每一天都年轻、快乐。

作为直接与消费者接触并提供美容服务的经济实体,美容业有着本行业独特的表现。

1. 技术性和艺术性 在为消费者提供高超技术和优良服务过程中,美容行业除需要一定的工具设备外,主要依靠手工操作来完成,如:化妆美容,用化妆品的不同色彩来修饰面部,突出面部优点,掩饰不足;护肤美容,以按摩等手法护理皮肤,促进皮肤弹性,减少皱纹等。

美容技术操作追求和塑造“美”,不断地将“美”渗透到人们的日常生活、学习、工作和娱乐当中,成为生活中不可分割的一部分。随着社会进步及生活水平的提高,人们的审美观念也在不断地发生着变化,这就要求美容业在技艺精益求精的同时,更要不断推陈出新,增加新的行业服务项目。

2. 服务直接性 美容企业不同于其他商品生产企业,商品生产企业的产品生产销售不在同一时间、同一地点进行,生产者和消费者不直接接触,而是经过流通过程将商品提供给消费者。

美容企业直接地为消费者提供产品和服务,而且在同一时间、同一地点完成服务过程,与消费者面对面。因此,美容业对服务人员的形象、举止、言谈、服务态度、技艺水平及人员素质等方面,有着更高、更直接的要求。

3. 网点分散性 美容业面向整个社会,以方便群众、满足消费需要为目的,具有网点分散性特点。

美容业直接关系到人们的生活和切身利益,无论在城市还是农村,在闹市区还是新开辟的小区,都需要有不同层次的美容企业网点分布,以便更好地为广大人民群众服务,满足人们生理和心理的各种消费需求。

4. 知识综合性 随着时代的发展,美容学科与皮肤科学、化妆品学、色彩学、美学、营养学结合,集发型设计、脸部化妆、服饰设计于一体,逐渐形成了整体造型、美化生活、促进健康服务的新型美容体系。

二、美容企业的分类

(一) 按经营范围和服务项目分类

1. 专业经营美容企业 专业经营是指经营某一类有特定需要的美容服务项目。服务项目专一,多配置较强的技术力量进行“精耕细作”,以提高美容服务质量。如:专营美容、专营瘦身及专营造型艺术等。

2. 综合美容经营企业 综合美容经营企业品种齐全,规模较大,技术力量雄厚,在社会上享有一定的信誉,大多兼营其他多种特色服务,能满足消费者多方面的美容消费需求。如:换肤、瘦身等。

3. 连锁美容经营企业 连锁美容经营是一种新的商业组织形式,是社会化大生产的产物。连锁美容经营主要通过一定的联结纽带,遵循一定的规则,将众多分散孤立的经营单位联结在一起,并按照规则的要求进行商业运作,又可分为直营连锁、自由连锁和特许连锁。

(1) 直营连锁:直营连锁美容企业本质上是指处于同一流通阶段,经营同类商品和服务,在同一个总部集权领导下,进行共同经营活动的零售企业集团。连锁美容企业的门店均由