

美容觀察

The hairdressing observes

影响中国美容化妆品行业的 100 位

——人物与事件

北京中轴线文化传播有限责任公司 / 策划



F719.9-092

1

美容觀察

The hairdressing observes

影响中国美容化妆品行业的 100 位

——人物与事件

北京中轴线文化传播有限责任公司 / 策划



F719.9-092

1



北京中轴线文化
传播有限责任公司



《美容觀察》編委會名單

名譽主編：張龍之 保育鈞 毛新宇 駱燮龍 張曉梅

總主編：徐新軍 辛映繼

總策劃：黃薇

特邀編輯：學良

設計：朱軍 米駿

編委委員：（以下排名不分先后）

劉敏學 張殿義 喬淑華 閻秀珍 馬婭 趙振國 孫鴻魁

範青山 毛戈平 楊志剛 彭慶星 葉世雄 陸曉明 廖瑞強

桑敬民 霍起弟 莫秀媚 李坤 崔根峰 張紅雨 陳曦

于西蔓 安曉明

北京中轴线文化
传播有限责任公司



社長·總編：	辛映繼
《美容观察》The hairdressing observes	
總主編：	徐新軍
總策劃：	黃薇
特約編輯：	張學良
策劃執行：	北京中軸綫文化傳播有限責任公司
執行主編：	黃小小
美術編輯：	朱軍、米駿
裝幀設計：	中軸綫工作室
出版：	醫學美學美容雜誌社
社址：	西安市新科路1號新城科技園 東興科技大廈12層
發行：	陝西省郵政報刊發行局
郵發代號：	52—203
全國發行熱綫：	010—67166788
西安發行熱綫：	029—82250088—8888
廣告經營許可證：	610000400029
印刷：	飛騰彩印制版有限公司

國際標準刊號：ISSN1004—4949

國內統一刊號：CN61—1231/R

陝西省期刊增刊許可證：2005第017號

所谓美容经济,概括说就是整个美容产业链所创造出的对国民经济的贡献,同时形成的具有其自身行业特征的经济规律、经济形态等。它不仅包括"美容院所创造的经济",它的外延由美容产业、美容市场、美容资源等要素构成。

美容 经济

我最近很关注两个行业，一个是美容业，一个是浴足业。前两天，我还参加了浴足方面的国际会议，这个会议让我受到了很大的启发，觉得妇联应关心这两个行业，支持美容业的发展，有关部门有必要搞一些调查，看如何推广，并讨论一下扶持的力度应该有多大，并联合全国工商联做一些研究，会同行业协会为这两个行业多做实事。

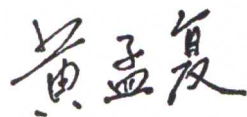
顾秀莲

全国人大副委员长
全国妇联主席

美容 经济

中国的美容经济有上千年的历史,它伴随着当代改革开放的伟大进程走到今天充满了持续发展的旺盛时期,为美化人民生活,提高人民群众的生活品质发挥着不容忽视的作用。美容经济对国民经济增长的贡献正在与日俱增,作为一种劳动密集型产业,这个领域的绝大多数企业是民营企业,是我们工商联系统团结和服务的对象。在党和国家政策大力倡导促进民营经济发展的宏观背景下,美容经济的规模化发展,正是我们提升民营经济规模化发展的题中应有之意。

目前,我国的美容服务业直接就业者达约800万人,美容就业机构总数近160万家,营业收入将达到1762亿元,直接为创造847亿元和提供税收近60亿元。更引人注目的是,近几年来美容经济一直以每年15%以上的速度在增长,是一个活跃和快速增长的新兴经济领域,希望大家以此为契机,牢固树立科学发展观,积极推进美容经济的健康持续发展。也希望社会各界对美容经济给予更多的关爱和扶持,使其得以长足进展。我相信,中国的美容经济必将迎来更加美好的未来。



全国政协副主席
全国工商联主席

美容 经济

美容业对就业的拉动力是巨大的。我以《努力实现发展美容业和扩大就业的双赢》为题向人们展示了美容业扩大就业的更广阔的前景。

我认为：发展美容业与扩大就业可以做到相辅相成，推动美容业健康发展需要政策引导和社会支持；以人为本加强培训；提高美容从业者素质，美容业同样担当着重要的角色。

美容业的发展特征和规律表明，这个行业具备巨大的发展空间，符合我国积极就业目标取向和工作重点，已经成为正在扩展行业里面的重要领域。我们要通过宏观政策的引导和市场本身的培育，使美容业得以健康发展，逐步培育相对成熟的产业链条，扩大规模，提高质量，增加产值，发展壮大，并在扩大就业上做出新的贡献，取得产业和就业的双赢。从这一点来讲，关注中国的就业就要关注中国美容业的发展，促进美容业的健康发展也是促进就业。

而以人为本加强培训，提高美容从业者素质，美容业同样担当着重要的角色。劳动保障部正在开展、制定美容师、美发师等美容保健类的标准，加强职业资格证书政策，要求美容美发等职业先培训后上岗的制度，推动美容考证工作，明确了相应的学时要求，鼓励社会力量开展培训，对美容业的鉴定，支持鼓励美容等相关的竞赛，展示了中国美容化妆人才的精湛技艺，对提高美容业的服务质量，引导美容业的发展起到了较好的推动作用。

张小建

国家劳动和社会保障部副部长

100多年前在中国，美容只是上等人的事情，今天它已经成为了这么一个庞大的队伍，优势的产业已经为我们社会生活和经济发展做出了重要贡献，其中首先是它给我们带来了美。希望我们美容行业一定要从我国建设小康社会、人民生活水平不断提高这样的定位去引领时尚，带领人们过上更好的生活，树立美容行业的新形象。支持美容作为一个重要的产业在我国经济发展中发挥更好的作用。

美容是一个非常有潜力的产业，扩大了就业，增加了我们经济的总量，改善了人们的生活，同时也为更多的人提供施展才能的经济平台，所以在经济生活中间是有重要意义的。

希望我们的媒体支持、鼓励美容行业加快发展。在社会舆论和人们的眼睛里，对美容行业缺乏正确的认识，我希望通过我们新闻单位的力量，通过理论宣传和舆论引导，提升人们对美容产业的社会地位的认识。并希望新闻界给予正确的引导。在政策环境、市场规范、法律保障方面给予活力，给美容从业人员创造更加宽松的环境，为共同创造美的生活做出更大的贡献。

柳斌杰

国家新闻出版总署副署长

美容 经济

美容 经济

改革开放以来，美容美发行业得到了快速的发展，特别是美容业的发展已经成为我国经济社会进步的窗口。我代表商务部商业改革发展司要肯定改革开放以来中国美容业所取得的成就。

我们必须看到，与当今国际先进水平相比，我国的美容美发业总体上处于发展的阶段，在发展阶段还存在一些问题，行业的总体水平偏低，经营的规范化程度还不高，服务水平和组织化的程度还比较低，服务设施设备简陋，行业发展缺乏统一的规划和服务技术标准欠缺，整个立法滞后，整个行业的管理体系还不完备。此外，在专业管理和行业管理之间也有待进一步完善。

商务部作为服务业的主管部门，去年成立以后在美容美发行业管理工作方面做了大量的工作，由我部制定的《美容美发管理暂行办法》目前已经完成了全部工作，即将出台。下一步，在部门规章的基础上将加快研究，尽快上升为行政法规，从根本上促进行业的发展。同时，我们还将重点研究加强行业管理的措施，组织行业发展规划，建立健全行业的标准化体系，为行业的协调健康发展创造一个良好的外部环境，同时要继续发挥行业的组织作用，促进美容美发行业持续健康的发展。

门晓伟

国家商务部商业改革发展司副司长

美容 经济

我十分关心美容业的发展，对美容业提出的“关于建议国家统计局在国民经济核算中纳入美容行业”的提案，在与国家统计局相关人员进行研究后发出了答复函。

我国的国民经济核算中，虽然没有明确的美容行业增加值数据，但实际上 GDP 核算中已经包含了美容及美容产品的生产和服务活动创造的价值。

首先，服务业统计包括了美容服务活动。其次，美容产品的制造活动统计在工业中。

今后，随着我国统计基础工作的改进和统计技术水平的提高，我国的国民经济核算工作也会得到不断提高，渐渐细化 GDP 行业分类并增加各种交叉分组，加工提炼出诸如“美容产业”等综合资料，满足日益发展的社会经济需要。

邱晓华

国家统计局副局长

美容 经济

首先我肯定美容业的发展：“当前，随着我国经济的发展和人民生活水平的提高，美容服务需求大幅度增长，美容和人民的生活息息相关。我国美容行业得到了快速发展，已经形成了相当完整的产业链。横跨服务、科研、教育培训、商贸和媒体等方面。”

同时，我也要指出美容行业中存在的问题：“尽管美容经济有着突出的发展优势和美好的前景，但是还存在一些亟待解决的问题。比如提高美容行业的社会诚信度和整体竞争力，规范行业管理，尽快形成和逐步完善美容发展政策，健全相应的法律法规，提高从业人员的素质等等。”

我作为全国政协提案委员之一，将一如既往地关注和支持政协委员为美容经济的繁荣建言献策，并提议共同努力使我国的美容经济能够健康有序地快速发展。

傅杰

全国政协提案委主任

历史上的美容，主要存在于宫廷富贵、声色犬马的生活之中。不说久远，就说二十年前，中国老百姓又有谁知道美容呢？一个明显的道理：只有衣食足、仓廩实，而后知美容。

美容业现在确实已经成了一个经济产业。首先，它为社会提供了大量的就业岗位。据我所知，世界上的发达国家，每二百个居民中，就有一个美容服务人员。按照这个比例，中国美容业的从业容量至少可达到650万人以上。美容业对从业员工的知识文化要求不高，是吸收相对弱势群体就业的重要渠道。

其次，美容业作为经济产业，也为社会创造了相当的经济财富。发达国家中的美容消费往往可达个人消费总额的1.5%。按照我们现在每年4.5万亿消费总额推算，美容消费的市场份额应在675亿以上。从经济产值上看，这确实是块不小的蛋糕，值得高度重视。如果再加上由于美容业的发展，带来的产业链上相关经济活动的发展，美容对就业和财富的增长的意义就可能更大。我认为，美容业本身也有不可估量的发展空间。

在我看来，未来的现代服务业，一定也是这样。人们到美容、理发、按摩中心，不仅是肌体的休整调适，而且是心理的舒展放松。很可能未来的美容师、美发师、按摩师、水疗师不仅仅有他们的专业技能，而且要有心理咨询师或者心理治疗师的资格。毕竟现代社会给人带来了太多的压力和困扰。

陈宇

国家劳动和社会保障部就业培训中心主任

美容
经济

美容 经济

爱美之心，人皆有之。豪爽如木兰，也有当窗理云鬓，对镜贴花黄的期待；即使是咿呀学语的孩童，也常常会在自己的脸上涂红抹绿，画上一个自以为美的小花脸儿。从这个角度来说，美容是大众的事，美容作为经济，是一种大众的经济。

同时，美容经济也是小康经济，美容服务业作为一种超越生存消费需要之上的发展和享受需要，也会在这一转变过程中加速发展。

发动社会力量对美容经济进行规范和整合，兴利防弊，促进其健康发展，是一件很有价值的事。并希望编撰者今后能把健身、健美领域也纳入视野，拓展美容经济，提升美容经济，更好地为民众服务。

程秀生

国务院发展研究中心信息中心主任

美容经济

以前社会公众把美容经济看得不太高尚，认为是提倡资产阶级生活，我们上面的领导干部大多年纪比较大一点，或者跟我年纪差不多。

对于我们国家而言，现在已进入小康阶段，但要进入到全面建设小康阶段，关注美容经济的就会比较多了。而且我们以后还要进入富裕阶段，乃至享受型的消费阶段。这里面就会有多种多样的消费需求，另外在将来我们要进入更高的消费模式，也就是精神消费模式主导的模式，其中的主导内容之一就是对美的消费。

到今天，我们美容业有非常大的发展，我认为这个发展动向非常值得关注，需要好多经济学家来关注。过去就是理发、剪头发。现在已经提高到经济的范畴，提高到有四位非常优秀的经济学家专门来做研究，还请了很多的业内人士，请了我们的市长到这儿来讨论美容经济的发展问题，这是非常重要的动向，这个动向预示着我们的美容经济还会有更大的发展。

现在有很多的经济学家参与点评，从经济的角度呼吁关注美容经济。从我来讲我愿意支持这件事，还要呼吁把高科技发展出来。人家的高科技里面非常大的产业是美容方面的产业，这个产业化要花很多的精力来研究，要有很多投资。我觉得要进一步发展美容经济，可能当前最为重要的就是提高社会公众的认识，因为要美化生活就需要美容经济的支持，这样就可以把美容经济当作中国有发展前景的一个产业了。

柯祚庥

中科院院士

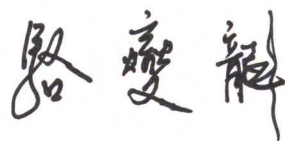
中国著名物理学家

美容 经济

中国的美容化妆品行业是改革开放20年来的产物，美容化妆品行业是一个市场化程度很高，竞争化程度最激烈的行业，从某种意义上讲，它是市场经济和中国改革开放的一个十分显明的产物，一个十分突出的产业的形成。

我们的美容化妆品行业具有以下几个特点：

- 1、美容化妆品行业的发展，不断地满足了我们的日益增长的人民群众对精神文明、物质文明的需要。1979年，我国化妆品需求额在2个亿，而20年后增加到450个亿（官方统计）。这些数据显示，是客观反映这个产业发展的速度，这种发展速度，是市场、世界的需要，是人们追求精神和物质文明的需要。这是这个行业的特点。
- 2、它是完全根据市场导向，完全启动民营资本，根据市场需求发展起来的，我们知道在沿海地区，我们称为是化妆品发展的第一个阶段，由香港、深圳、广东逐步走向上海、北京以及东北。我国企业的发展是随着改革开放的进程，随着我们这个产业发展的进程，由南至北，由沿海向中部，由中部向西部的多样的发展格局，所以说这个产业的发展完全是适应了改革开放，完全适应了市场经济的发展。
- 3、没有更多的政府投入，没有更多的银行投入，几乎完全用民间的资本。整个民间资本投资不大，相对风险比较低，门槛又比较容易进入，而回报率又能够符合民间投资的一项产业。像投资金融、房地产，我们的民间投资还不足以这样强大。而10—30万元投资一个美容院或者化妆品企业就能在一至两年内，使这个投资得到回收并且更多地得到有效的增值，这种产业是特别适合中国的民间资本的介入。
- 4、由于美容化妆品产业的迅速发展，大大缓解了我们国家的就业压力。我们现在看到的一千多万的从业人员中，大部分的年龄都在20—40岁，且大部分是女性，我们称为最适合这种人群就业。所以说，这四个特点是目前我们美容化妆品行业发展过程中给社会经济和社会稳定的一个有益的正面的发展趋势。由于市场经济在发展过程中，我们这个产业缺少相应的准备，所以，这个行业主要还存在以下几个问题：第一个问题就是缺少相应的法规和相应的制度，相应的行业应该遵守的一些基本的规则还不十分的明确，使我们这个产业在发展过程中出现这样那样的问题。第二个问题是由于这个产业的发展过程中，它的相对的门槛比较低，就业人群的需求量比较大，所以这个产业内的人员的素质，不能适应这个产业迅速发展的需要，尤其是现代高科技。现在的一些生物技术应用到美容品和化妆品行业后，已经明显的暴露出这个行业的人员素质需要进一步提高。第三个问题，我们的各项政策，各项管理制度，我们行业内部企业内部怎么树立企业的自身品牌，树立起我们企业自身的信誉，这方面还是一个十分薄弱的环节。



中华全国工商业联合会美容化妆品商会会长