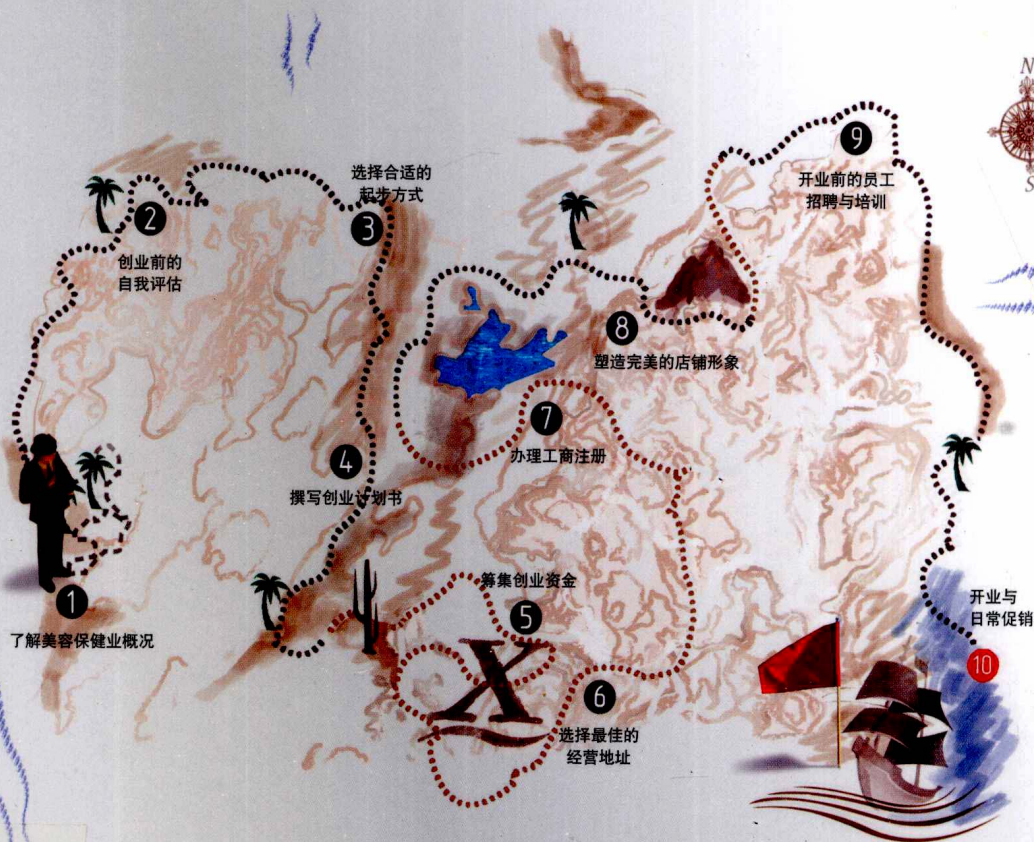


草根创业

美容保健业创业路线图

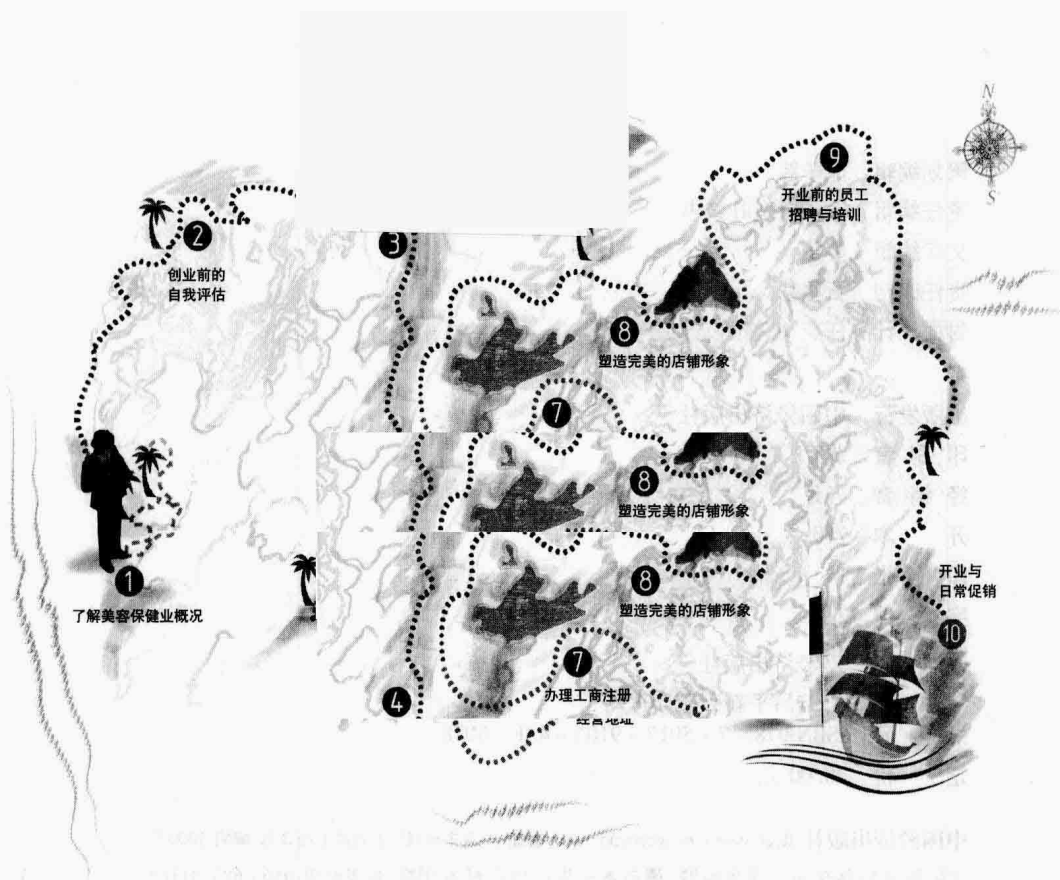
主编□于富荣 吴玉梅□编著



草根创业

美容保健业创业路线图

主编□于富荣 吴玉梅□编著



中国经济出版社

CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

草根创业:美容保健业创业路线图/吴玉梅编著

(草根创业丛书/于富荣主编)

北京:中国经济出版社,2010.1

ISBN 978-7-5017-9106-4

I. 草… II. 吴… III. ①美容—服务业—商业经营 ②医疗保健事业—商业经营
IV. F719.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 029021 号

策划编辑 徐子毅

责任编辑 徐子毅 叶亲忠

文字编辑 姜子

责任印制 石星岳

封面设计 任燕飞装帧设计工作室

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京市昌平新兴胶印厂

经销者 各地新华书店

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 14

字 数 210 千字

版 次 2010 年 1 月第 1 版

印 次 2010 年 1 月第 1 次

书 号 ISBN 978-7-5017-9106-4/F·8078

定 价 28.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题,请与本社发行中心联系调换(联系电话:010-68319116)

版权所有 盗版必究(举报电话:010-68359418 010-68319282)

国家版权局反盗版举报中心(举报电话:12390)

服务热线:010-68344225 88386794

序 言

1

“创业”，这是一个令人振奋却又令人惶恐的字眼。

对一个有开拓精神的人来说，它是“梦想”的代名词。我们中有很多人，就带着这样的梦想不断攀登人生的高峰，最终站到了自己向往的高度上；但还有更多的人，仍在通往梦想的道路上艰难跋涉。

前者人称“精英”，后者人称“草根”。

“草根”之中，也注定有人会成功，有人会失败。成功者一跃成为“精英”，失败者则继续埋头做“草根”。

本书写给那些不愿一辈子做“草根”的人们。

2

“美容保健”，这个词对大众来说是既熟悉又陌生的。

说它熟悉，是因为生活中经常离不开它。不论男人还是女人，都经常要去美发店；男人在工作累了之余会到足疗馆、按摩中心放松一下身心；女人需要时不时地给自己的肌肤做个保养、进行专业的保湿或美白，这就需要经常光顾美容院；有些女人觉得自己面部有斑、肤色暗沉、法令纹出现，或者想把单眼皮变成双眼皮、把低低的鼻梁再隆高一些……此时就需要到具有相应资质的美容院。

说它陌生，是因为大家很少关心这样的问题：为什么近几年美容店、足疗馆、按摩中心这样的场所愈来愈多，并且有些店越做越大？

我们一直都是消费者，却从没有从一个经营者的角度来看待这一问题。

但是美容保健业的相关经营者却对消费者了如指掌，他们永远知道应该在什么时候，什么地点，以什么样的方式，让消费者愉快地掏出兜里的钱，让自己的兜儿变得更鼓。

本书写给那些希望了解美容保健业规则的人们。

3

“美容保健”与“创业”的结合，会发生什么？

这种结合曾让我们的同胞朱国凡这样一个苦力少年变成拥有国内最顶级沐足馆的老总，从1997年在河南开办第一家“良子”足疗开始，到品牌价值几亿元的行业老大。

或许我们的目标还只是谋生，还只是想让生活变得更好一点，但我们同样应该坚信，不管我们的梦想是近还是远，只要走上创业的道路，就无限放大了成功的可能性。

本书写给那些心怀目标和梦想的人们。

4

创业，为什么选择美容保健？

你选择后就知道了，而且你会发现你的选择是对的。但美容保健并不是一条捷径，也不是一条康庄大道。它就像《世界上最伟大的推销员》里所描写的：

“我要走的道路上充满着机遇，也有心酸与绝望，失败的同伴数不胜数，叠在一起，比山还高……”

带上一幅美容保健业创业路线图吧！它会带你走上正确的道路，直达成功的终点。

本书写给那些了解创业艰辛而矢志不移的人们！

序言 / 1

上篇 美容保健业创业路线图 / 1

第1步 了解美容保健业概况 / 3

美容保健业的发展机遇与挑战 / 3

美容保健业的市场概况 / 5

美容保健业的发展趋势 / 7

第2步 创业前的自我评估 / 10

检验自己是否适合创业 / 10

要对创业成功充满信心 / 12

创业者应具备的条件 / 13

第3步 选择合适的起步方式 / 16

个人独资经营 / 16

合伙企业 / 17

公司制企业 / 18

加盟连锁店 / 20

起步形式的选择原则 / 22

第4步 撰写创业计划书 / 25

创业计划书的作用 / 25

创业计划书的主要内容 / 27

如何撰写创业计划书 / 32

第5步 筹集创业资金 / 36

评估创业所需资金 / 36

创业资金的常规融资方式 / 38

银行贷款技巧 / 41

第6步 选择最佳的经营地址 / 44

美容保健店铺选址的重要性 / 44

确定店铺的商圈 / 45

美容保健店选址原则 / 48

选择店面的要件 / 50

租店的洽谈要领 / 51

签订房屋租赁合同 / 54

第7步 办理工商注册 / 58

了解创业的基本法律 / 58

个体工商户的注册 / 59

个人独资企业的注册 / 61

合伙企业的注册 / 62

有限责任公司的注册 / 64

个人独资企业与个体工商户、一人有限公司的区别 / 69

第8步 塑造完美的店铺形象 / 73

店名的基本要求与禁忌 / 73

美容保健店铺的招牌设计 / 75

美容保健店的装潢 / 77

第9步 开业前的员工招聘与培训 / 81

员工的招聘 / 81

美容美发师必备的素质 / 84

员工的仪表仪态 / 86

员工的服务礼仪 / 88

员工电话礼仪及应对技巧 / 90

第10步 开业与日常促销 / 93

店铺开张前的准备工作 / 93

- 美容保健店的开业促销 / 95
- 美容保健店常用的促销方式 / 97
- 美容保健店该如何投放广告 / 101
- 案例：“魅力女性 SPA 生活馆” 8 周年店庆促销 / 103

中篇 美容保健业创业项目要点 / 107

美发店 / 109

- 美发店的定位 / 109
- 美发店如何选址 / 112
- 美发店的设计与装修 / 115
- 开店所需的设备与用品 / 117
- 美发店人员设置及岗位职责 / 119
- 美发店的日常作业程序 / 122
- 美发店的服务流程及要点 / 124

美容院 / 127

- 如何给美容院命名 / 127
- 美容院如何选址 / 128
- 美容院所需设备及用品 / 130
- 美容院服务定价方法与技巧 / 132
- 新开业美容院如何吸引客户 / 136
- 美容院如何留住客户 / 138

足疗馆 / 140

- 足疗保健行业市场分析 / 140
- 开店前的市场调查与选址 / 141
- 足疗店的设计与装修 / 144
- 足浴按摩服务的流程 / 147
- 如何经营好足疗店 / 150

美容保健品专卖店 / 153

保健品专卖店模式 / 153

保健品专卖店 / 155

美容品专卖店 / 157

下篇 美容保健业的日常管理 / 161

顾客管理 / 163

顾客管理的要素 / 163

顾客档案管理 / 165

顾客异议及处理 / 169

财务管理 / 172

必知的财务报表 / 172

会计管理制度 / 175

成本管理 / 178

现金管理 / 180

卫生与安全管理 / 182

美容保健企业存在的卫生与安全问题 / 182

美容保健店铺卫生管理 / 185

安全措施与紧急事故处理 / 187

附录 / 191

美发美容业开业的专业条件和技术要求 / 191

中国中医保健按摩行业管理规章（节选） / 195

美容美发业管理暂行办法 / 198

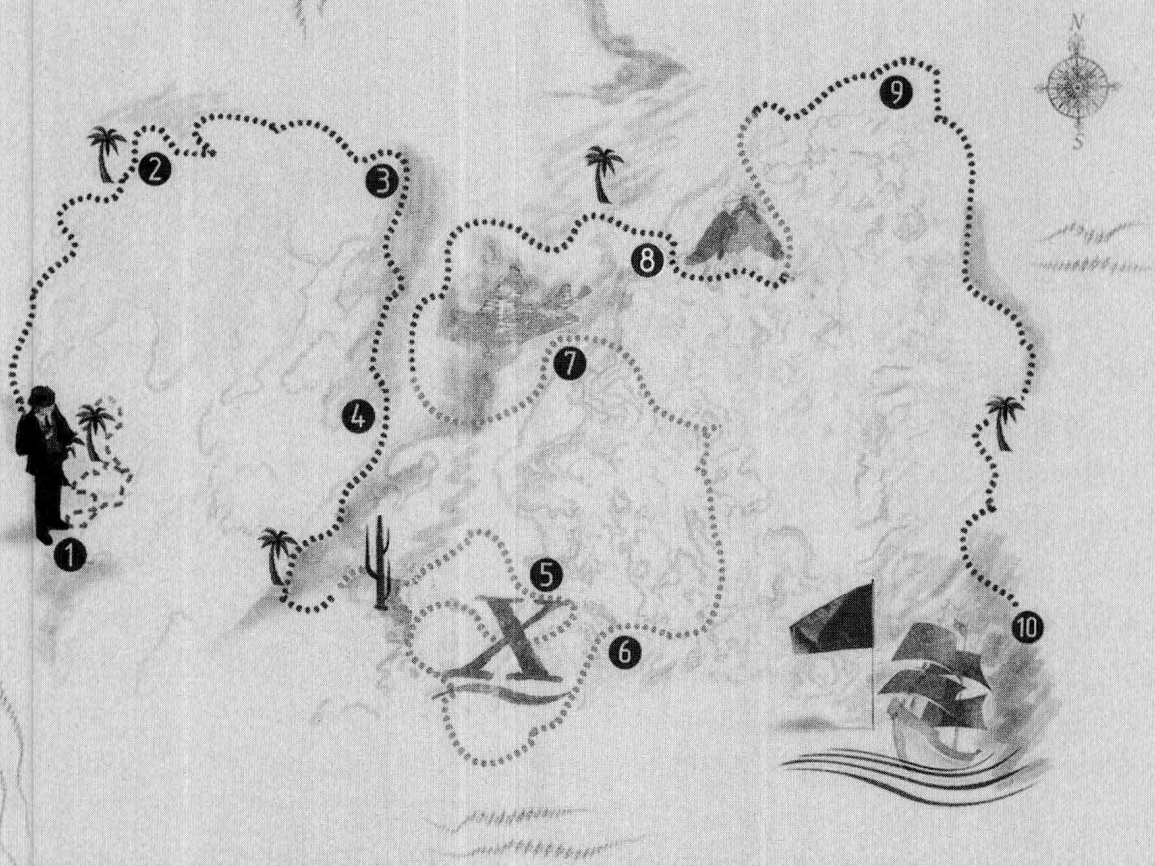
医疗美容服务管理办法 / 200

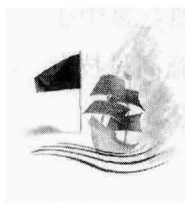
合伙企业法主要内容摘录 / 204

个人独资企业法 / 210

上
篇

美容保健业创业路线图





第1步 了解美容保健业概况

一个发展速度比房地产、IT业还快的产业，一个和人们生活与健康密切相关的行业，一个蕴含着巨大商机而创业门槛较低的行业——这就是美容保健业。它的发展关系着人们的美丽与健康，如果创业者深入美容保健业发展，一定能取得不俗的成绩！

美容保健业的发展机遇与挑战

“经济全球化”是世界经济发展的大趋势，它对我国社会、经济、政治、文化等方面产生了深远影响。美容保健业作为国民经济的一个重要分支，也不可避免地受到经济全球化的冲击。美容保健业能够在经济全球化下成功生存，很大程度上取决于它们能够利用经济全球化提供的环境发展自己的个性，吸引和留住优秀人才，以积极的心态调整企业结构，完善管理机制，增强企业的核心竞争力，达到企业的可持续发展。

对于该行业的创业者而言，要把握好经济全球化为美容保健业带来的机遇与挑战。

✓ 1. 机遇

(1) 企业技术和工艺更新

优秀的国外品牌进入，相应的生产技术、工艺也随之进入，这就为国

内美容保健企业提供了掌握国外先进生产技术、工艺的机会，从而缩小了国内产品在科技含量上的差距。同时，国际著名企业的先进管理模式和营销方式，也被国内企业学习和借鉴。

（2）刺激美容保健企业体制变革

国内美容保健企业要想在与国际优秀美容保健企业的激烈竞争中生存、发展，必须积极进行企业体制改革和产品的结构调整，实施高科技发展和企业产品创新，这些都为国内美容保健业的升级提供了可能。

（3）促进美容保健业民族品牌的发展和壮大

在与国际品牌激烈竞争的环境下，为了获得长远发展，国内企业必须形成能与国际知名品牌相抗衡的民族品牌，生存的压力将更有利于促进民族品牌的产生、发展与壮大。

（4）有利于美容保健业整体健康有序发展

更多的国外品牌进入国内市场，国内市场必然形成一个稳定的竞争格局，因此，美容保健市场更趋规范和理性。这将有利于国内美容保健业健康、有序地发展。

✓ 2. 挑战

（1）树立国际竞争意识

中国美容保健业起步于 20 世纪 70 年代末至 80 年代初，是一个比较大的行业。虽然近年来取得了长足发展，但整个产业体系仍不成熟，大部分美容保健业仍处于“家族式”、“小作坊”阶段。要在与国外企业的竞争中取胜，必须转换观念，树立国际竞争意识，加快向国际水准靠拢的步伐。

（2）寻找空间，发挥特色

在品牌、资金等方面难以与国外知名品牌相抗衡的前提下，特色化经营成为中国美容保健业生存下去的秘密武器。作为化妆品、保健品企业，最好的战略选择是“补缺”。所谓“补缺”有两个意义：一是寻找特色产品、专有技术；二是协同发挥团队中每个成员的特长，并加强自我提升。

（3）努力提高科技水平

在全球经济化大潮中，一个没有科学技术作为依托的企业是缺乏生命力的。美容保健业同样需要科技水平的提高，在日趋严酷的竞争中，只有

掌握了科技优势，才能在未来的竞争中占得先机。

(4) 美容保健服务综合化

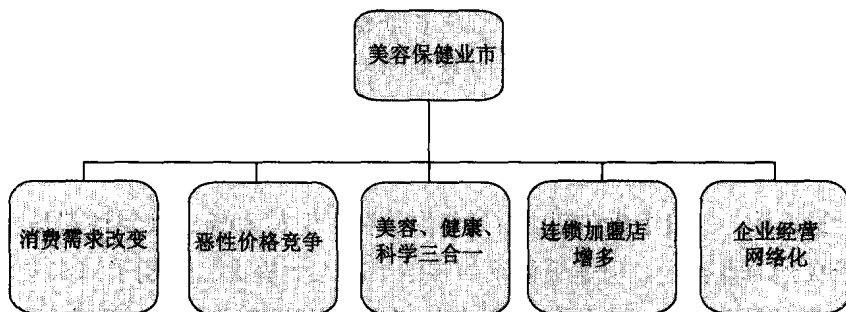
美容保健作为一种服务，首先满足的是人们审美与健康方面的需求。随着该行业向心理咨询等方面深入发展，它还可能满足人们的健康需求与心理需求，因此将来会发展成为一个综合性的服务行业。

(5) 改变经营观念

很多美发店、按摩馆、化妆品专卖店都是从“夫妻店”成长起来的，在经营机制上缺乏现代化的管理体制。当这类企业形成一定规模需要高速发展的时候，这些欠缺便凸显出来。面对今后更为严酷的市场环境，中小企业必须摆脱家庭式经营观念的束缚，学会用现代化的管理方法经营企业。其主要内容就是加强人事制度改革，建立有效的激励机制，把企业做大做强。

美容保健业的市场概况

在生活水平逐步提高的今天，越来越多的人开始关注自己的个人造型与健康，于是，美容、美发、保健、按摩也成为大众日常消费的一部分，从肌肤、秀发到全身各部位，都为人们所关心。如今美容院、SPA 不再仅仅是女性常去的地方，许多男性也经常前往；足疗馆、按摩中心也不再是单一为男性服务，女性也经常光顾。



美容保健业市场概况示意图

根据我国连锁加盟暨加盟协会的调查与分析，美容保健的市场概况如下：

✓ 1. 消费需求改变

美容保健业的消费需求在逐步改变。仅就美发行业而言,“洗、剪、烫、染、护”虽然仍是美发业的五大项目,但近年来大众日渐重视头皮的养护,因此,头皮健康系列消费也逐步有了市场,美发与保健逐步结合起来。美容保健商品群也随着流行趋势而改变,但仍以进口商品为主,不同的是消费者对美容保健品的要求越来越高。

✓ 2. 恶性价格竞争

目前低价竞争趋势逐步白热化,已经破坏了业界原有的游戏规则。此现象表面上看对消费者有益,其实服务及使用产品的质量同时也打了折扣。只有服务好既有客户,制定公道合理的价格,不断提升从业人员的素质,才是最基本的解决之道。

✓ 3. 美容、健康、科学三合一

随着消费者对健康的要求越来越高,仅就美容美发业而言,如头皮的诊疗、染发膏对身体的影响,都需要通过科技仪器检测,让消费者放心。因此,美容美发也将进入美容、科学、健康三合一的经营时代。经营者如果不早做准备,势必会被其他拥有先进技术和服务的店铺所取代。保健业本来就是为人们的健康服务的,因此要求保健业从业人员必须根据客户的身体状况制定合适的保健项目。如果长期保健没把客户的身体养好,反而出现了问题,这样的保健馆迟早会被消费者所摒弃。

✓ 4. 连锁、加盟店增多

据统计,一般企业在创业后五年内的存活率是25%,换句话说就是五年内75%的企业消亡。但连锁体系的存活率就大大提高,达到了70%以上。这是因为店铺通过加盟能提高自身的经营效率和竞争力,扩展市场占有率,使企业在整个美容保健市场上更加普遍化、大众化。因此美容保健连锁、加盟店将逐步增多,加盟体系迅速扩展。

✓ 5. 企业经营网络化

21 世纪是科技信息的时代，企业经营网络化是大势所趋。企业网站一一设立，使消费者能通过网络获得美容保健业的各个企业信息，在线购买所需要的美容保健品，这样不仅扩大了企业的销售途径，还能增强企业与客户间的互动。同时，企业也能运用智慧型的管理系统将企业管理信息化、人性化，将相关管理信息数据化、图表化，从而能更有效地分析市场及管理企业。

美容保健业的发展趋势

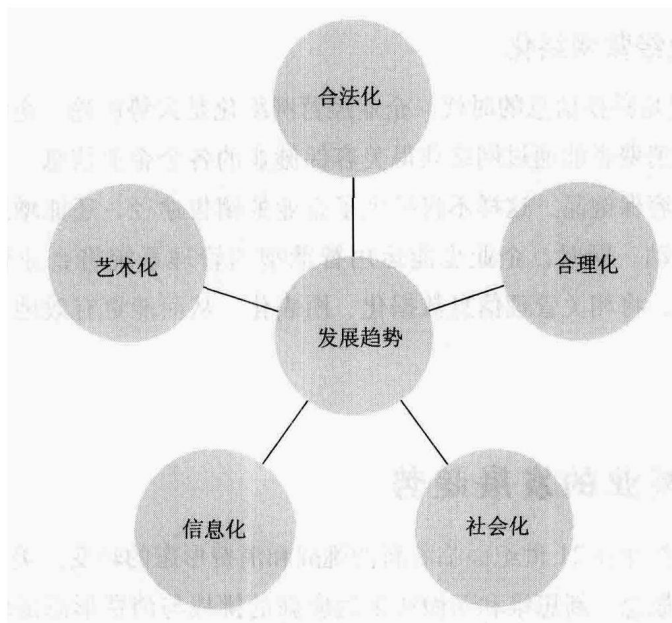
美容保健业在 21 世纪面临着新的挑战和消费形态的转变。美容保健业也应该有新概念、新思维和新做法来适应新的挑战与消费形态的转变，否则将很快被淘汰。业内新秀辈出，业外高手虎视眈眈，争抢美容保健市场这块大蛋糕，导致该行业竞争加剧，因此，创业者要想在美容保健业一展身手，必须要努力、用心，才能创造自己的一片新天地。为了适应新时代的竞争环境，创业者必须了解一下美容保健业未来的经营重点及发展趋势：

✓ 1. 合法化

现代美容院、按摩馆、足疗馆不再是小本生意，必须有营业执照、技术执照、符合《劳动法》、《卫生管理法》、《消费者权益保护法》、《化妆品管理办法》、《保健品管理办法》等，这是经营的基础条件。不合法的美容院、按摩馆不但可能招不到员工，也可能无法吸引顾客，因此，对美容保健业而言，合法经营是必然趋势，地下黑店将成为过去时。

✓ 2. 合理化

“顾客满意、员工乐意”是企业经营的双赢方针。价格、服务品质、薪资福利、工作内容、投资收益等，都要合理，在经营者获取利润的同时



美容保健业发展趋势示意图

兼顾消费者与员工。只有合理化的工作环境与消费环境，才能保证企业留住员工，留住客户，这样才有利于企业的持续经营。

✓ 3. 社会化

消费生活化和社会化是美容保健业的经营重点，让美容院、足疗馆、按摩店融入社会，提供最新的流行信息，成为消费者的信息交流联谊中心，甚至提供家庭心理、生理、健康等咨询服务。创造美容保健业新的社会价值十分重要。

✓ 4. 信息化

美容保健业的新竞争力，来自信息科技创造的发展机会，唯有在经营分析、顾客管理、客服管理、人员培训、员工管理、物料行销、库存管理等方面实行全方位的信息化管理，提升店面经营绩效，降低运营成本，才能立于不败之地。主要方式有网上预约、远距离培训、网上购物、建立产品资料库等。