




L/O/G/O

第十六届福州美容 美发用品展

2011年10月14——16日

会展策划与管理-美
容美发用品展



目录

1 项目立项

2 组织结构

3 项目计划与控制

4 现场管理





5

财务管理

6

危机管理

7

合同管理

8

展馆图



项目立项

- 1 时代背景
- 2 行业基本概况
- 3 行业分析
- 4 展会优势





5

展会相关信息

6

展会范围

7

费用






时代背景



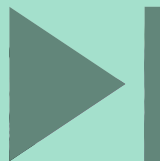
埃及古代时期，人们为了滋润皮肤和防止日晒，在皮肤涂抹各种药剂和油膏（古埃及妇女喜欢用黑颜料来描眼的轮廓，孔雀石粉制成的绿颜料涂在眼皮上，用黑灰色的锑粉把眉毛描得像柳叶一样细长，用乳白色的油脂抹在身上，使用红颜料涂抹嘴唇和脸颊，甚至在手、脚的指甲上都要染上橘红色，非常惹人注目）。美容在欧洲中世纪非常流行，到了文艺复兴时期，美容艺术大大发展。大家不惜花费大量的时间和金钱，涂脂抹粉、擦口红、卷发、染发、用东方进口的麝香抹手和皮肤。





19世纪80年代，西方开始出现了近代美容院。在中国殷商时期，人们已用燕地红蓝花叶捣汁凝成脂来饰面。根据记载，春秋时周郑之女，用白粉敷面，用青黑颜料画眉。汉代以后，开始出现妆点、扮妆、妆饰等字词。唐代出现了面膜美容。

从19世纪80年代中期起步发展至今已经接近二十来个年头，这一时期以来，美容行业经历了从初级阶段的摸索性成长到中级阶段的思考性发展。市场规模从小到大，从业人员由少到多，生产企业和专业美容化妆品品牌已经一大批地涌现。



行业基本概况

中国美容产业是完全竞争的成长型产业，是颇具发展空间、产业延伸广阔、内涵丰富、供求弹性度强盛的朝阳产业，具有广阔的产业宏观前景，在创造社会精神文明、解决全国就业、增加新的经济增长点、安定社会秩序、交纳税收等方面发挥了重要作用并作出了突出贡献。

全国美容行业发展20余年，无一产业拥有这样的发展速度和成长规模，这种发展态势还将随着经济发展速度的提升、生活水平的提升以及行业的完善和成熟，继续保持下去。根据奥肯法则，GDP（国内生产总值）每增长1%，美容人数则增加0.08%。

专家预言：美容业的总体规模将在本世纪超越任何产业而成为最大的社会产业。



行业分析

1

宏观市场分析

2

微观市场分析



宏观市场分析

1. 人口环境

01

到2010年，
福州市总人口
为679万人（不
含流动人口）。

02

全国美容业从
业人员总数约
1120万人，是“
第三产业”中就
业人数最多的行
业之一。



2. 经济环境

1

美容业占全国国内生产总值(GDP) 比重为1.80%。

2

美容业占第三产业产值比重为5.21%。

3

城镇人口月平均美容花费21.33元/月。





4

据行业协会统计，中国目前美容行业市场每年约3000亿元，美容经济平均以每年15%的速度递增，递增长率远远超过了GDP的增长率。

5

2007年美容服务业实现产值就达到3000亿元左右，行业从业人员超过1200万。行业年平均发展速度呈30%以上的增长态势，而上游企业的销售更是以每年50%的增长率迅猛发展





3. 技术环境

01

美容美发行业每年都有难以计数的美容新产品、高科技护理仪器、高科技瘦身设备发型设计设备、信息管理系统等问世，为美容美发行业提供了便利。

02

美容美发学历教育将快速发展，一批具备大专学历和本科学历教育资质的学校将率先培养出一批美容美发行业高级专业技术人才和管理人才。





4. 社会文化环境

生活美容服务日渐成为城市女性生活的重要内容

从美容场所的环境和名称上来看，“美容院”被更多的诸如“生活馆”“女人会所”“养生馆”等代替，店内的环境和服务设施也逐步提升，更加注重美容服务的享受性，如今的美容院正在成为女性减压和美化心情的重要生活相关场所，甚至在一些较大的美容SPA会所更是集合了更多的消费功能，例如餐饮、商务、宽带服务等。如此的美容会所成了女人除了家和工作单位之外的重要不可缺少的生活空间。今后这样的趋势将迅速普及并改观城市美容院的经营方向。





美容服务中美化形体和舒缓减压的服务项目由于更加受到女性消费者的青睐而变得更加普及和重要。

相对与传统的美容观念，现在的女性消费者开始更注重健康和全方位的美丽体验，而不仅仅像以前那样局限在面部，诸如、SPA、芳香疗法、舍宾、瑜珈这些美容相关的服务更加广泛的被女性消费者接受，在一些大型的美容会所这些服务项目都被设计在经营的内容里，带给女性消费者以整体性的美容生活新体验。

美容服务更加注重个性化和人性化。

随着市场竞争和消费者需求的被发掘，如今的美容院除了在营销上不断提高以外，在对顾客的服务上逐步的也更加注重起来，长久的保留顾客必然需要更人性化的服务，许多美容院在对客服服务的细节上下工夫，从卫生、便利性、隐私安全性以及情感关怀这些方面做出了很多的提升，同时也更尊重顾客的个性化要求。



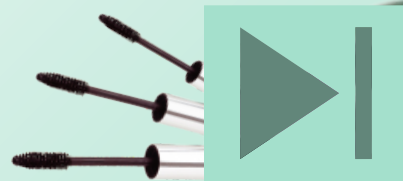
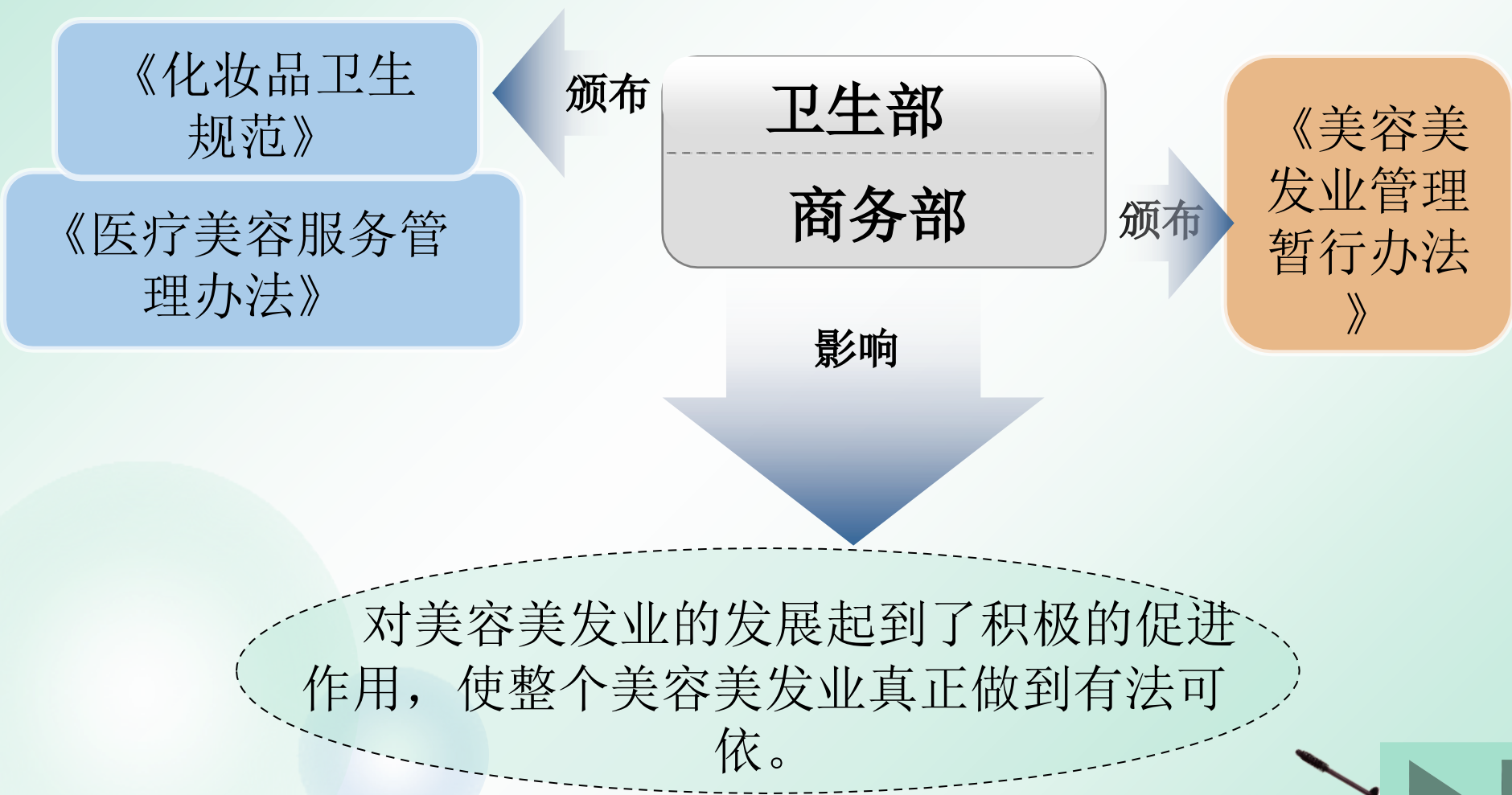


男士美容将被更多的消费者接受，投资者逐步升温，并逐步形成美容服务体系

男士美容首先在日化线上有了较明显的发展，目前有影响的男士护肤品品牌已经占领了商场超市化妆品专柜的一角，而且商场覆盖率已经达到60%以上。而男士美容生活馆也已经在一些大的城市开始吸引更多男士消费者的注意，在上海、北京、广州、成都、重庆、杭州、深圳等时尚消费活跃的地区已经出现了连锁经营的男士专业美容店，个体投资的男士SPA养生馆也在白领聚集的商务生活区内不断出现和增加。在概念引导上，媒体和生活资讯也起着很大的推动作用，相信2006年这个市场的开发将进一步升温。



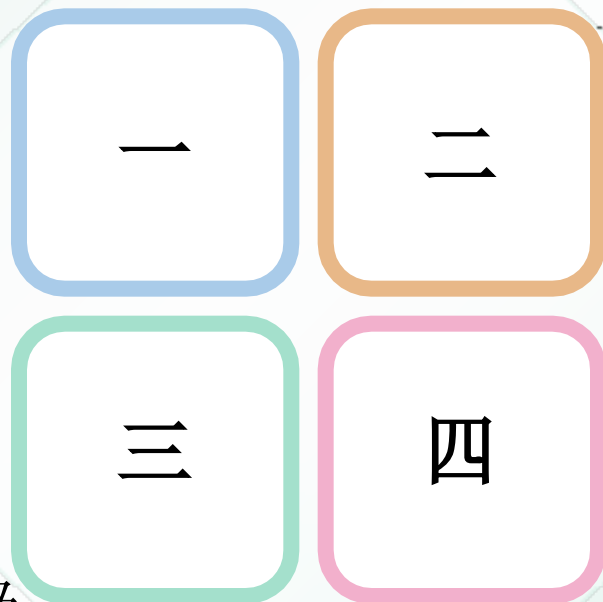
5. 政治法律环境



微观市场分析

1. 行业内部环境

美容机构的保有量约为172万家，年增长率为5.84%



美容消费的人群涉及各行各业

美容教育培训机构的保有量为600余家，累计为行业输送了800余万专业人才，并且成为专业技术培训的主渠道（占受培训者的53.92%）。

连锁、加盟管理比例增加，而且已经渐成趋势



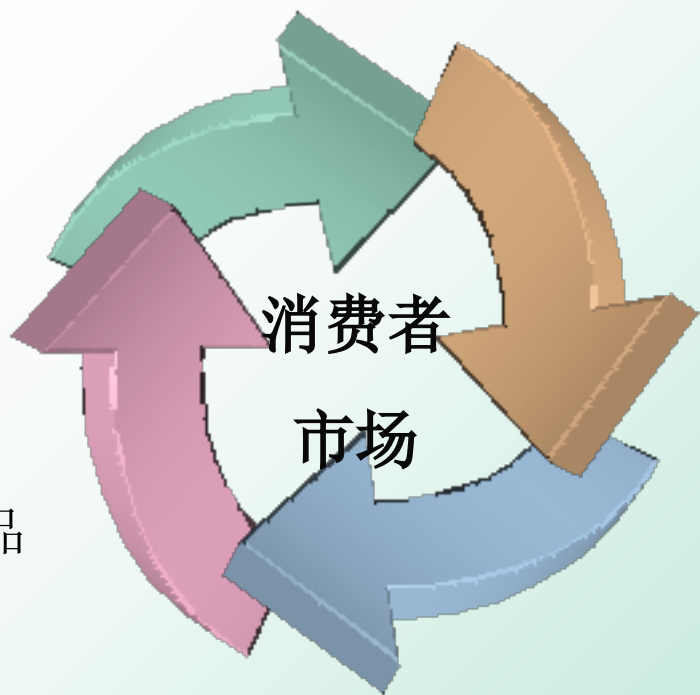
2. 目标客户

美容服务过去5年保持20%的年均增幅，消费群以成年女性为主。据统计，国内18岁至60岁的成年女性超过4亿人，

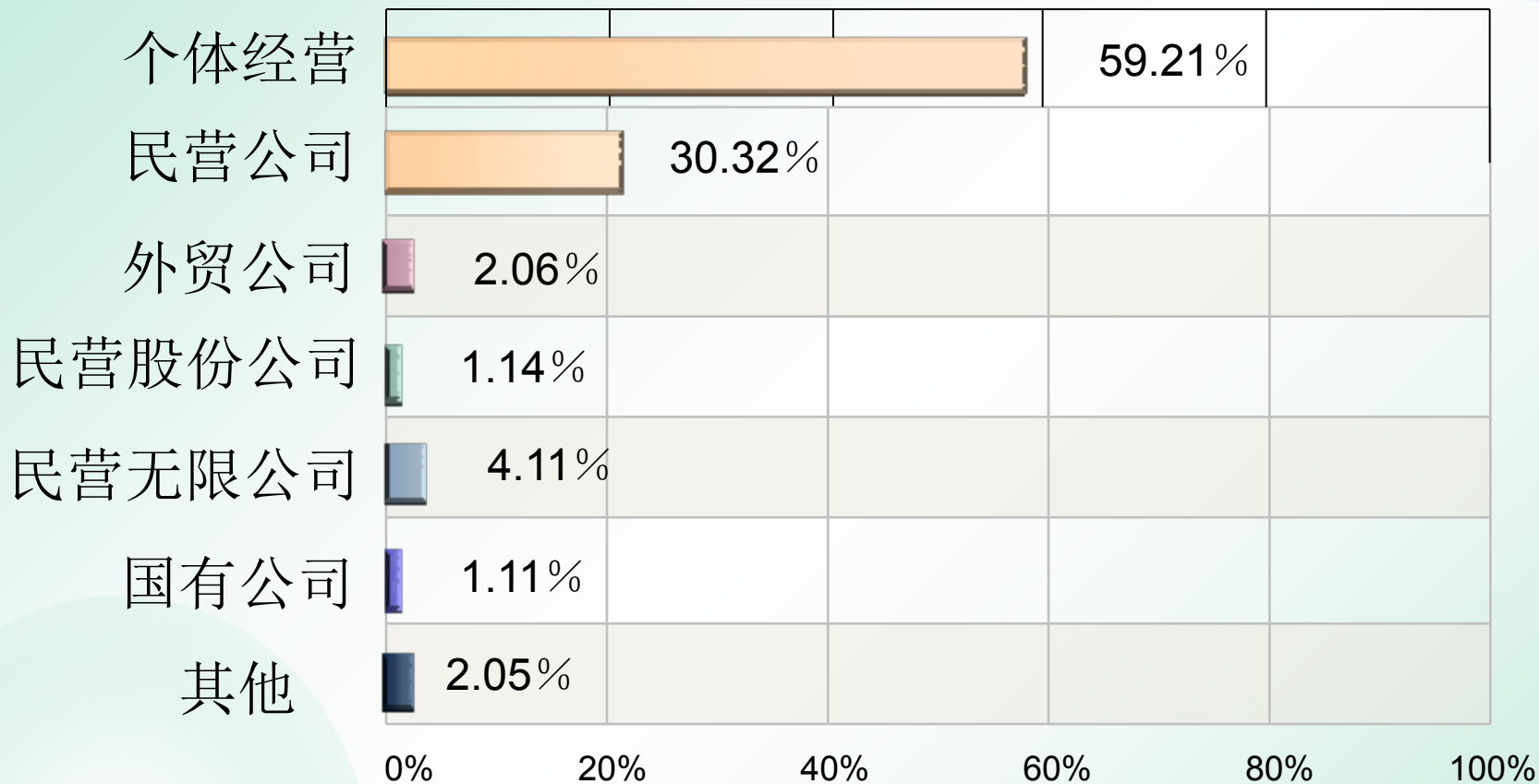
美容消费群开始向低龄和高龄人群延伸。从消费对象的范围看，美容消费群正从城市走向乡镇，整个美容地域呈延伸化。

男士美容市场的前景不可小觑，全球男士美容护理用品的收入约为160亿美元，比女士用品1240亿美元要少得多，但却以14%的速度增长。

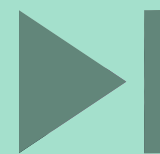
美容消费的人群涉及各行各业，其中公职人员、公务员、技术人员、自由职业者、企业管理层人员是主要的消费者。



3. 服务商



目前全国约有200万家各类美容美发机构，年增长率约为5.84%，（福州地区现存八十多家美容美发机构）



展会优势

福建美博会华丽蜕变——将有50家美容日化、台资企业首次亮相

福建美博会成功举办了十五届，业已成为沿海地区规模最大、效果最好、最专业的美容展会之一。作为中国一个综合性的美容美发美体用品商贸平台，福建美博会以其全面合理的展会规划，精细科学的展品分区，专业优质的服务，大规模无限量的媒体宣传，绚丽的舞台表演及众多的专业论坛赢得了众多参展商和买家的一致好评。

第十六届海峡两岸(福州)美容美发美体用品博览会将于2011年10月14-16日在福州国际会展中心隆重召开。这将是海峡两岸美容业从业人员共同关注的好日子。







首设台湾馆、美博新局面

组委会业已同台湾国际美容交流协会、台湾国际美发养护协会就引进众多台湾知名美容美发化妆品企业的具体事宜进行交流协商，成功签订了合作协议，在美博会上专门设立台湾馆。阵容强大的台湾美企首次加盟，必将带来台湾美容行业在教育、整形等领域的新形式、新思路、新亮点和新成就。与台湾美业的合作有利于整合海峡两岸美容行业资源，创造最佳的行业投资条件和投资环境，增强海峡两岸美容业的综合实力。加快了福建美博会走向国际的步伐。众多台湾美企都希望借助福建美博会的规模、人气带来商机。组委会将投入重金，倾力打造展会，全方位宣传美博会。





福建是一个极具潜力的市场，随着祖国经济的飞速发展以及进一步加大改善投资环境和对台招商引资的力度，将在台湾岛内美容业引发“内地投资热”，来福建投资的台湾化妆品企业也将越来越多！相信第16届福建“海峡两岸”美容美发美体用品博览会将在一个不一样的高度上再次腾飞。





组委会评选50家福建“美业明星榜”花落谁家

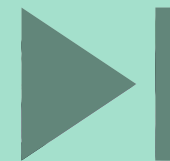
在竞技中凸显自己的特色与优势。此次美博会将邀请国际知名专家学者举办6场新技术、新产品的专题讲座。美博会不仅是展现交流的平台更是学习成长的乐园，我们还将协同“中华全国工商业联合会美容化妆品业商会、福州美容美发化妆品行业协会”举办第一届“福建美妆产业明星榜”评选活动。届时将评出“2010年度福建省十佳美妆经销商”、“2010年度福建省十佳化妆品店”、“2010年度福建省美妆行业十大杰出人物”、“2010年度福建省十佳美容院”、“2010年度福建省十大金牌美容师”50个荣誉称号。





强大的媒体支持、无限量立体宣传

为掀起福建美博会宣传的强劲之风，跨越传媒旗下《美容365》、《服饰365》及《生活365》DM月刊、美容365网联合国内多家知名专业美容杂志、网站、电视台等聚焦本届美博会，进行多方位、多角度、深层次地报道。我们将在博览会前举办新闻发布会，在会后举行海峡两岸美容企业交流论坛及答谢酒会。另外每月印发《美容365》专业版6500本及《美容365》日化版5000本，定期发送到美容院、美发店、批发商、百货公司专卖店、化妆品超市等相关行业。



展会相关信息

时间

2011年10月14—16日

地点

福州国际会展中心

展会
定位

美容美发美体

办展
频率

一年两届





主办方

福州美容美发化妆品行业协会

承办方

福州伊芙世家美容有限公司
传媒《美容365》

协办单位

台湾国际美容交流协会
台湾国际美发养护协会





具体日程安排

- 2011年10月12—13日报到、布展
- 2011年10月14日上午09：30开幕式
- 2011年10月14—16日展览、洽谈、订货
(开放时间：09：00-17：00，17：30闭馆)
- 2011年10月16日下午16：00撤展



展品范围

美容美发类

美容美发护肤品、祛斑用品、化妆用品、美容美发美体设备、器材、生产机器、包装机械及美容连锁机构和相关媒体等；

日化洗涤类

日用护肤品、洗发、护发及洗涤用品、香水、香料、香精及粉类产品、家用气雾剂、个人卫生用品、日化洗涤生产设备、包装器材、先进工艺等；

医学美容类

医学美容科研机构、专业美体机构、美容（外）科、整形外科、专业医学美容院、医学美容仪器、设备及相关辅助材料等；





美体内衣类

美体内衣、保健内衣、美体贴身用品、瘦身减肥和彩绘用品及相关饰品等；

美容保健类

美容保健品、保健食（饮）品、按摩仪、健身运动器械、相关科技成果等；

专业机构

美容、美发、美甲学校，招生、咨询及专业美容美发院形象展示、咨询。

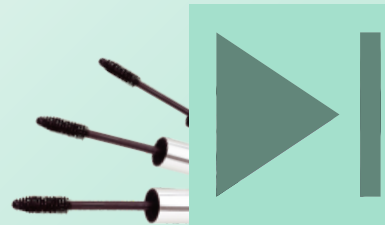
费用

展位费用

标准展位：3m×3m(9 m²) 5000元
租用光地：500元/ m²(36 m²起租)

广告费用

巨幅布标：2000元/张·展期
白皮书：800元/版·展期
拱门：1000元/展期
礼品袋：4000元/千个
条幅：800元/条
矿泉水广告：900元（1千瓶）



组织结构

1

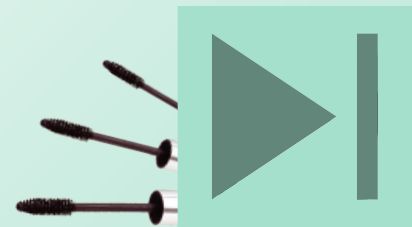
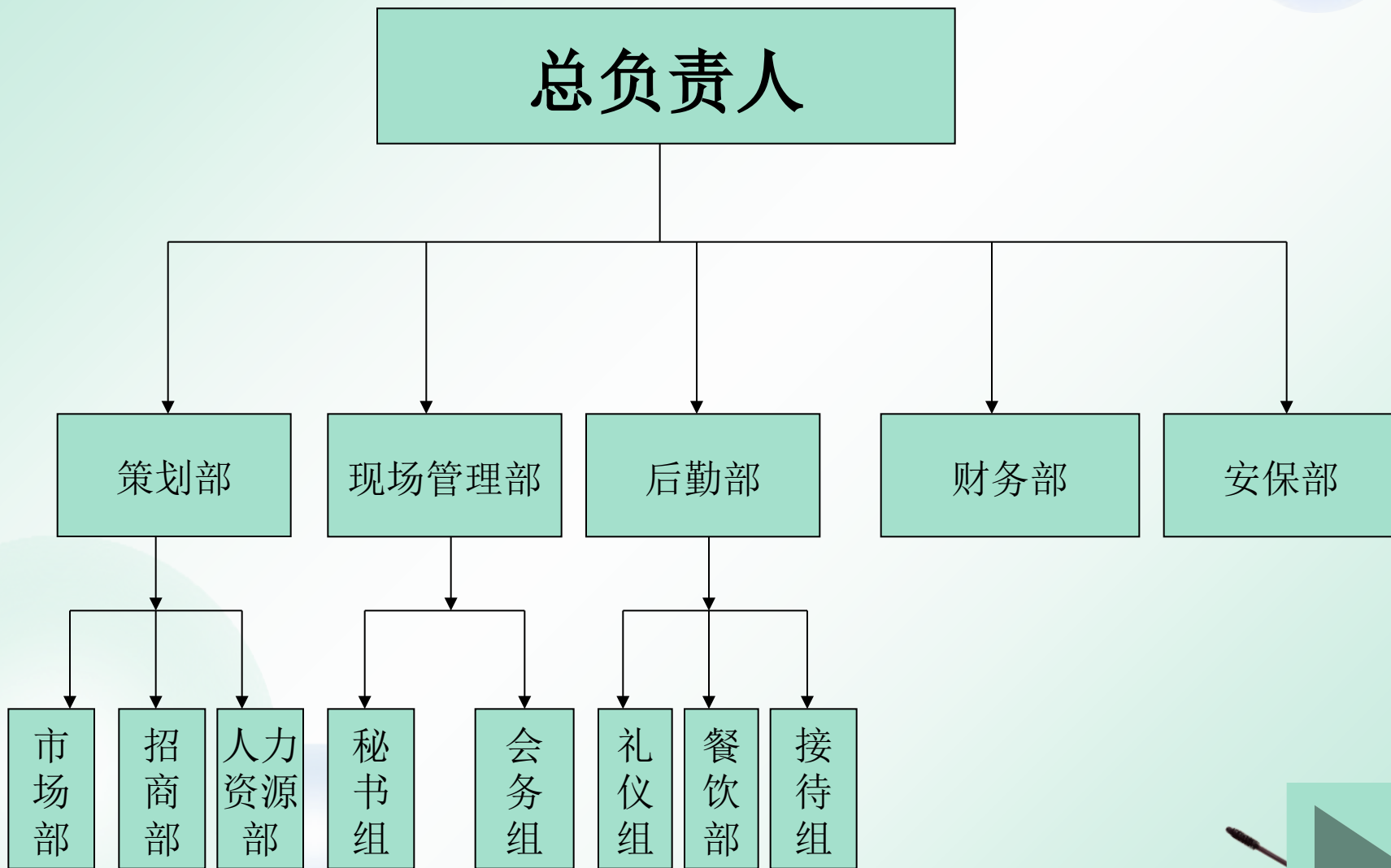
组织结构图

2

各部门职责细分



组织结构图



各部门职责细分

策划部

制定招商招展策划书、制作展会邀请函、确定开幕式发言人及来宾

负责本次的招展、招商工作

招商部

现场管理部

现场布置、现场管理、协调安排现场工作

交通引导和秩序维护

安保部





财务部

展会的财务预算和管理

人员接待、安排交通事宜、负责
食宿安排、组委会办公室工作

后勤部

市场部

负责收集美容美发市场的信息并
制作材料

负责与开幕式发言人和各位贵宾
联系及参展商沟通工作

人力资源部





秘书组

负责发放演讲稿、展会会务服务、展会材料的总结评估及印刷

发放展会请柬、负责签到登记、纪念品和相关材料等

会务组

礼仪组

负责开幕式当天的礼仪接待和引导

负责接待工作，按时到机场迎接、欢送重要参会、参展人员

接待组

餐饮组

安排餐饮、晚宴酒会、午餐、



项目计划与控制

- 1 前期宣传推广
- 2 确定邀请嘉宾
- 3 开幕式
- 4 相关活动





5

人员分配

6

会展服务商安排计划

7

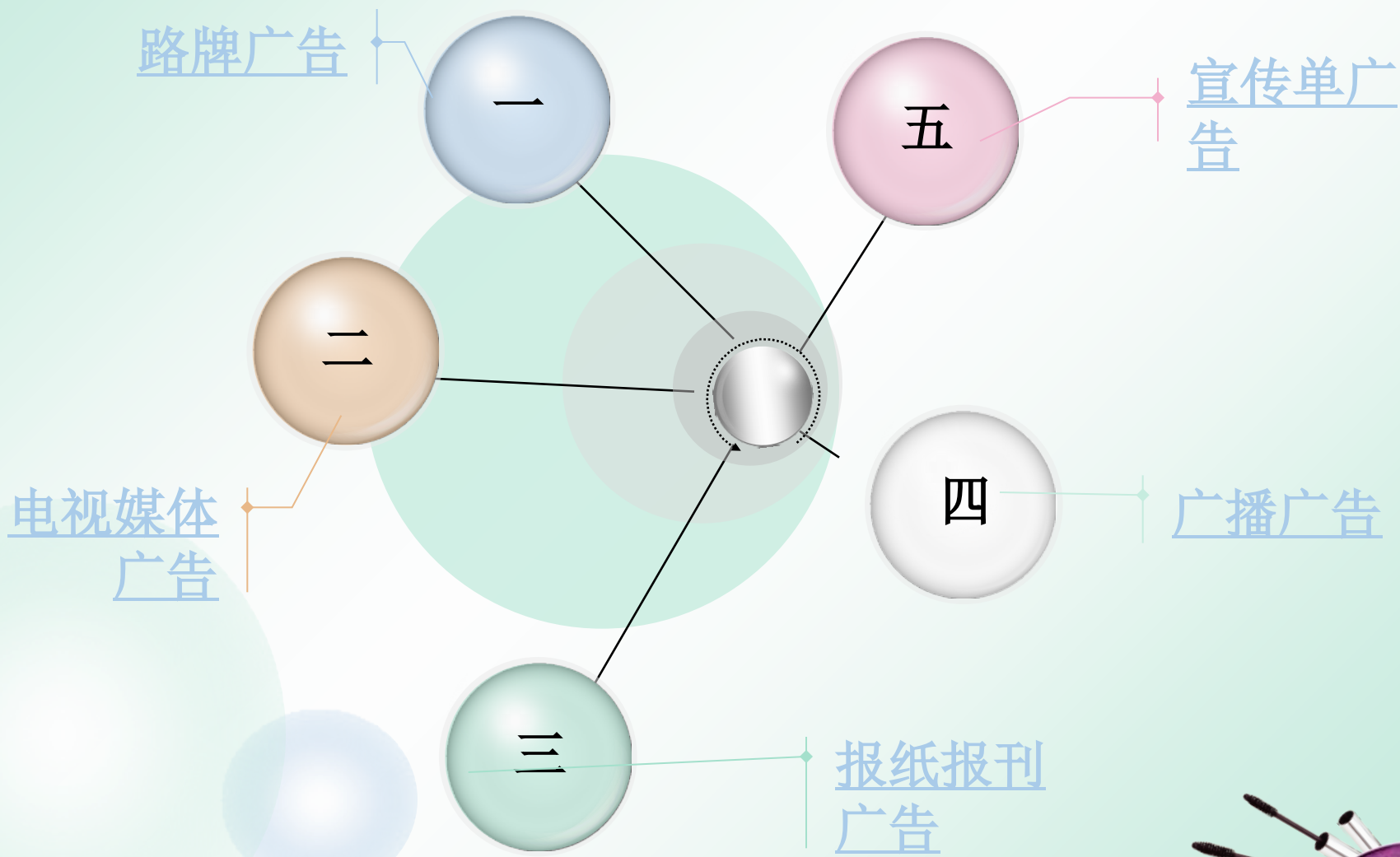
志愿者培训大纲


8

展会后续跟踪工作



美容美发发展的宣传推广





1. 路牌广告

宣传计划

选择东街、中亭街周边进行为期一个月的路牌广告宣传。

路牌广告的特点

- 一、路牌广告可以根据地区的特点选择广告形式
- 二、路牌广告可在经常城内活动的固定消费者提供反复的宣传，使其印象深刻。
- 三、路牌广告具有一定的强迫性质，可以较好地利用消费者外出途中，将一些设计精美的广告呈现在眼前，给人留下深刻的印象，更易接受广告。
- 四、路牌广告表现形式丰富多彩，还可以起到美化市容的作用。
- 五、路牌广告内容单纯，能避免其他内容及竞争广告的干扰。



2. 电视媒体宣传

海峡电
视台

在开展前两个星期的早上七点和下午六点各播30秒，内容为第16届福州美容美发发展览会在国际会展中心举办，重复两遍。

福州电
视台

在开展前半个月的早上九点和下午三点各播30秒，内容为第16届福州美容美发发展览会在国际会展中心举办，重复两遍。

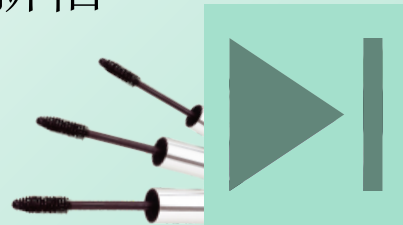
3. 报纸报刊广告宣传

7月1日在海峡福州新闻版登规模为4*24的新闻发布会信息。



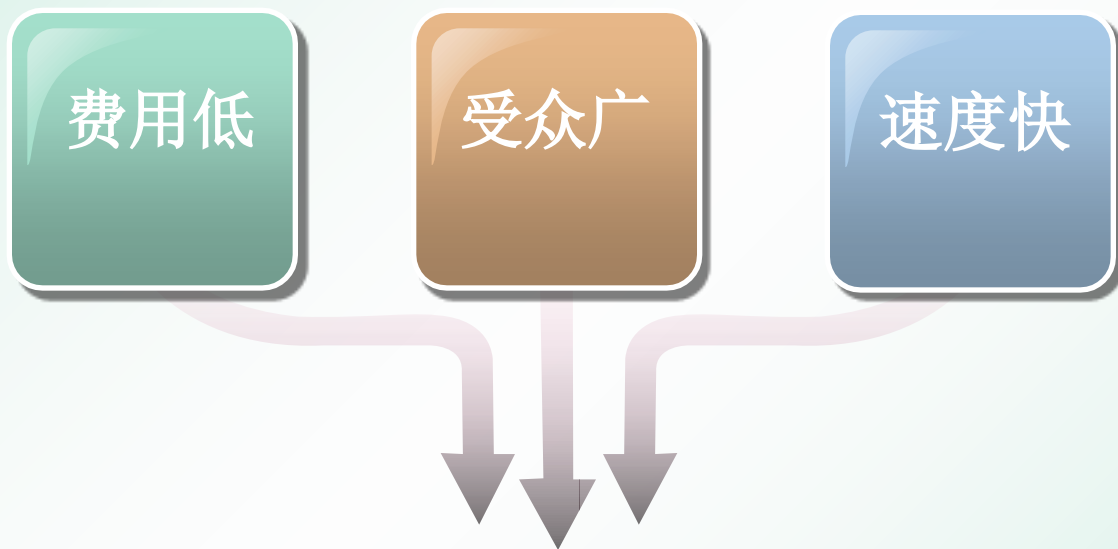
9月1日在普通版上登规模为4*24的广告一期，内容为第16届福州美容美发发展览会在国际会展中心举办。

在开展前一个星期每天刊登展会最新信息。



4. 广播宣传

广播是一个宣传的便捷途径，有相对优势



我们将从9月1日开始进行广播宣传，在福州广播交通之声进行宣传，进行为期2个半月的不间断的宣传，人们可以在上下班乘坐公交时得知展会的各个方面的信息，从而在举办展会的时间前来参展。

5. 宣传单宣传

展会前一个礼拜，开始发宣传单。

10月7号

早上9点到下午5点，分别在宝龙（4人），东街口站（2人），南街站（2人）。每组发500份。

10月8号

早上9点到下午5点，分别在中亭街（2人），台江步行街（2人）冠亚广场（2人），五一广场（2人）。

10月9号

早上9点到下午5点。分别在大利嘉城（2人），道山路口（2人），万达广场（4人）



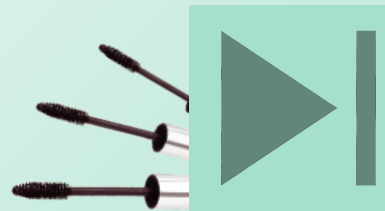


10日—13日

早上9点到下午5点，重点放在宝龙（4人），东街口（2人），双抛桥（2人），道山路口（2人）。

10月13日

加设一个温泉公园附近（2人）

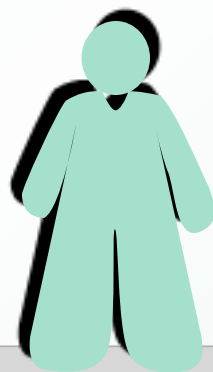


确定邀请嘉宾



么玉石

中国美发美容协会
副会长
福建省美容化妆品
协会副会长
福州市美容美发
协会副会长



刘嘉华

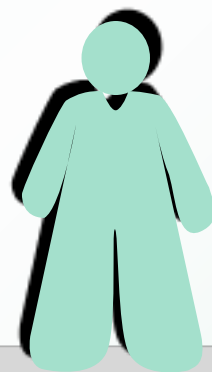
美发美容学校
创始人
中国美发业
领军人物





张兆恩

台湾美容交流
协会会长

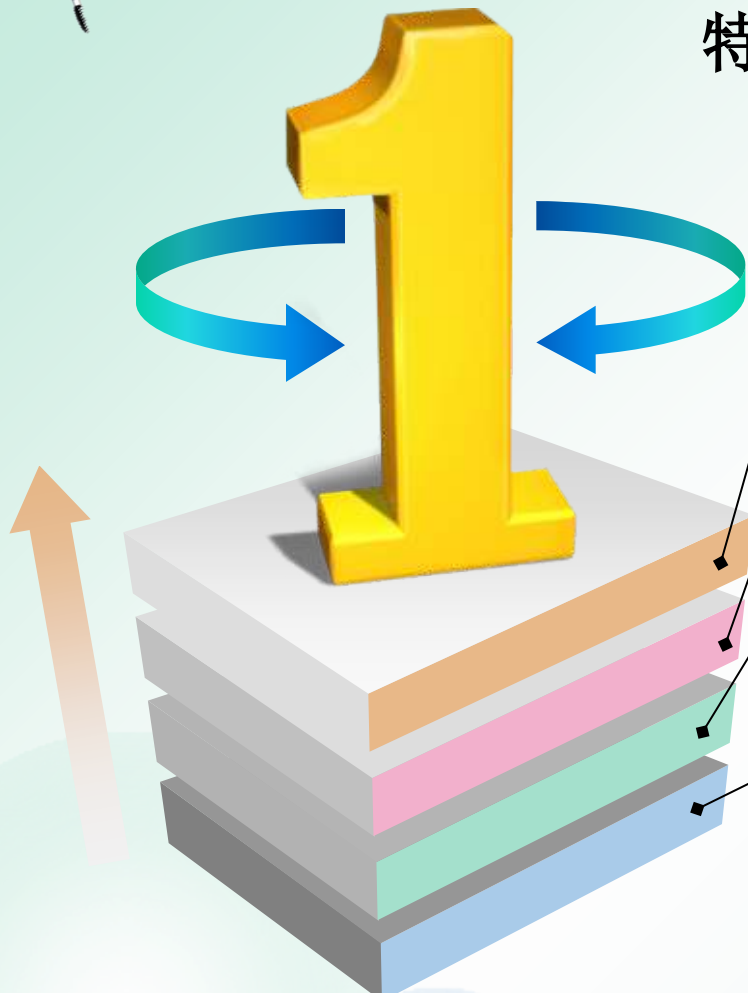


祁敬威

台湾美发养
护协会
总会长



特邀嘉宾： 林木山



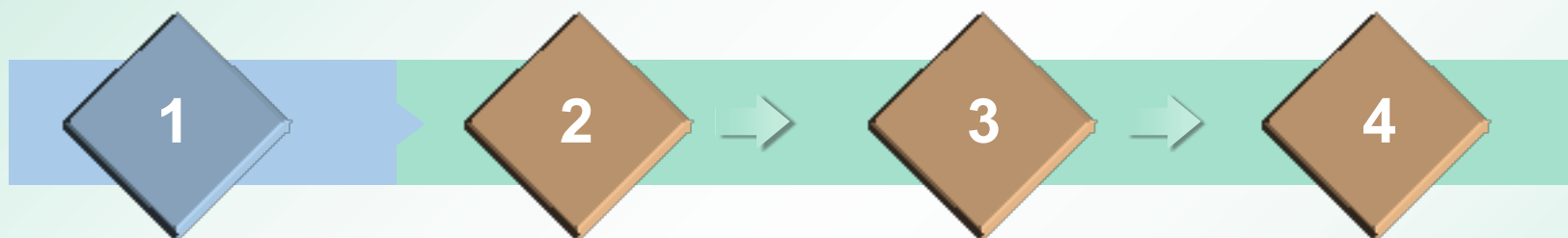
台湾顶尖首席国际发型名师
台湾美发养护协会专任讲师
执行长
台湾欧菲亚国际美容公司美
发技术
台湾二十发型创意群俱乐部
发起创办人

- 曾任聘于西德威那、法国莱雅、英国首比等知名品牌专任讲师
- 曾任曼都、波菲尔、名留、小林等美发大型连锁企业专聘讲师



美容美发用品展开幕式

一、会展开幕式



主持人致辞并介绍到场领导及嘉宾

领导、嘉宾发言

剪彩仪式、燃放礼花

节目表演



具体时间安排

8:00~8:30

所有布置装饰全部到位，为开业做好准备

8:30~9:00

播放音乐，礼仪小姐接待嘉宾入场

9:05

主持人上台宣布第十六届美容美发发展正式开始，并介绍嘉宾，宣读祝贺单位名单（音乐播放）。

9:10

邀请领导致辞

9:30

邀请嘉宾代表讲话

9:50

宣布剪彩人员名单，礼仪小姐手持托盘（内装剪彩用品）上台等候领导嘉宾剪彩

10:00

有关领导宣布KTV正式开业，剪彩、燃放烟花，剪彩时配以乐队奏乐，鼓乐齐鸣

10:10~10:30

表演开始



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/4560530431010121>