

2016-2022年中国医美移动 应用(APP) 市场全景调查与投资战略研究报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国医美移动应用(APP)市场全景调查与投资战略研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.abaogao.com/b/qita/338477WI9J.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

传统医美行业痛点的核心是信息不对称，容易产生较高交易成本，对于潜在需求的引导释放形成阻碍。造成以上现象的直接原因是行业存在极高的营销成本，而核心原因是在法律法规的限制下，医美机构的营销渠道和营销形式受到制约，极度依赖SEO、地面营销等粗放式营销方式，获客成本极高，高额的获客成本转变为高客单价，同时也刺激假冒伪劣产品的泛滥。这进而损害了客户体验和行业美誉度，结果进一步推高获客难度形成恶性循环。

随着移动互联网的兴起，医美行业迎来新的发展契机。以90后为主的新生代消费主体已经习惯于用APP比较选择性价比高的服务和产品，如餐饮业的大众点评，医美行业也需要这样的比较平台。“移动医美”平台的出现有助于解决目前行业普遍存在的医美机构资质混乱、消费者对医美信任度低、医美服务和产品价格不透明等问题。

随着互联网+概念的大潮涌起，医美行业的固有结构弹性大大增强，具备跨界融合和内部环节再塑条件。新兴平台的B2C和B2B之间的信息壁垒出现软化，加强核心产业链内部以及和消费者之间的联动。而大型互联网平台和其他外界资本的涌入将会从用户数量和产业结构方面对现有生态圈进行补充，挖掘潜在渠道价值。另外，移动APP随下随用，口碑容易在用户间扩散。这些特点无形中激发了用户的需求，从而加速了潜在市场的渗透。不过尽管第三方服务平台类公司能够帮助解决行业的问题，但从目前看，相关医美APP并未有找到持续稳健的盈利模式，短期仍将以业务探索为主。

中国医美市场被认为存在着广阔的市场前景和巨大的增长空间，在互联网产业发展至今，已经从线上“虚拟经济”进入产业互联网时代，“互联网+”也上升为国家战略，众多的传统实体产业开始被互联网改造和升级。那么，在当前移动互联网+的大潮下，我国医美行业会受到怎样的影响？医美移动应用（APP）（APP）又该如何分析当前发展形势、制定应对策略呢？最重要的，又如何寻找机遇，获得更大的发展呢？

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国医美移动应用(APP)市场全景调查与投资战略研究报告》。内容严谨、数据翔实，更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行

业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章 医美行业发展现状与前景分析

第一节 医美行业概况

一、医美概念及分类

二、全球医美行业概况

三、中国医美行业概况

四、中国医美行业所处周期

第二节 中国医美行业所处环境

一、居民支付能力

二、技术进步

二、政策监管环境

第三节 全球及我国医美行业发展前景展望

一、全球美容行业发展趋势展望

二、我国医美行业发展趋势展望

三、我国医美行业发展前景展望

第四节 中国医疗美容行业产业链发展趋势

一、中国医疗美容行业产业链

二、医疗美容产业链利润分布

三、医疗美容上游产业链分析

四、下游产业——医疗美容机构分析

第二章 医美移动应用（APP）的作用——重构行业生态、促进产业链升级

第一节 传统医美行业的痛点与缺陷

一、医美行业痛点及根源

二、医美营销受极大约束

三、缺少精准营销的平台

第二节 移动互联网有望重构医美行业生态

一、移动医美助力解决行业痛点

二、互联网催生渠道价值

二、移动医美与移动医疗的区别

四、医美服务商的发展趋势

第三节 产业链升级：互联网医美推动行业科学化、市场化

一、精准营销改善行业痛点

二、互联网医美推动产业链升级

三、互联网医美模式的核心思路

四、互联网医美未来趋势

第三章 医美移动应用（APP）行业及市场发展分析

第一节 医美移动应用（APP）行业发展概述

一、医美移动应用（APP）行业发展现状

二、医美移动应用（APP）行业所处周期

三、互联网+医美如此火爆的商业逻辑

第二节 医美移动应用（APP）商业模式分析

一、移动医美的商业模式分析

二、医美APP盈利模式

三、互联网医美创业出现新领域——整形分期

四、海外项目对比

第三节 医美移动应用（APP）行业融资情况分析

一、“互联网+美业”投融资情况分析

二、“互联网+美业”投融资项目类型分布

三、“互联网+美业”投融资项目地域分布

四、“互联网+美业”投融资项目融资方式

五、“互联网+美业”投融资项目阶段分析

六、国内知名互联网医美平台融资情况分析

第四节 医美移动应用（APP）存在的问题分析

一、尚属轻创业阶段

二、美容O2O满意度偏低

三、提升用户体验感知为出路

第四章 医美移动应用（APP）细分市场调查

第一节 2015年美业O2O移动应用行业调查

- 一、美业O2O移动应用行业概况
- 二、美业O2O移动应用行业图谱
- 三、美业O2O移动应用内容偏好
- 四、美业O2O移动应用人群画像

第二节 2015年中国移动美业调查

- 一、美妆美容移动端市场分析
- 二、美妆美容等细分市场分析
- 三、移动美妆App用户分析
- 四、移动美妆未来发展趋势

第三节 2015年中国上门美容市场调查

- 一、上门美容市场发展背景
- 二、上门美容市场发展现状
- 三、上门美容市场用户分析
- 四、上门美容市场发展与趋势分析

第五章 医美移动应用（APP）竞争格局分析

第一节 医美移动应用（APP）竞争格局分析

- 一、美容O2O市场竞争格局
- 二、2015年美业O2O竞争格局

第二节 医美移动应用（APP）竞争趋势分析

- 一、2016年医美移动应用（APP）竞争趋势
- 二、2016年医美整形O2O平台竞争趋势
- 三、2016年美业O2O合并趋势分析

第六章 医美移动应用（APP）领先企业分析——整形类

第一节 新氧APP

- 一、公司基本面分析
- 二、公司融资节奏
- 三、公司用户数据分析
- 四、公司经营模式分析
- 五、公司SWOT分析
- （一）竞争优势

(二) 竞争劣势

(三) 威胁

(四) 机会

六、公司未来发展前景

第二节 更美APP

一、公司基本面分析

二、公司融资节奏

三、公司发展历程分析

四、公司经营模式分析

五、公司销售数据分析

六、公司SWOT分析

(一) 竞争优势

(二) 竞争劣势

(三) 威胁

(四) 机会

七、公司未来发展前景

第三节 悦美APP

一、公司基本面分析

二、公司行业排名

三、公司经营情况分析

四、公司竞争优势分析

五、公司未来发展前景

第四节 美呗

一、公司基本面分析

二、公司竞争优势分析

三、公司经营策略分析

四、公司未来发展前景

第五节 美黛拉

一、公司基本面分析

二、公司发展分析析

三、公司竞争优势分析

四、公司劣势分析

五、公司未来发展前景

第六节 美丽神器

一、公司基本面分析

二、公司融资节奏

三、公司用户数据分析

四、公司竞争优势分析

五、公司未来发展前景

第七节 播美APP

一、公司基本面分析

二、公司商业模式分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展前景

第八节 其他品牌

一、美约App

二、颜语APP

三、东方虹APP

四、整吗APP

五、医美汇

六、美滴

七、颜语

八、真优美

九、猫爪

十、求美网

十一、美么

十二、美人记

第七章 医美移动应用（APP）领先企业分析——美容类

第一节 河狸家平台

一、公司基本面分析

二、公司用户数据分析

三、公司竞争优势分析

四、2016年公司尝试新商业模式

五、公司面临的威胁

六、公司未来发展前景

第二节 小美到家

一、公司基本面分析

二、公司融资情况分析

三、公司经营模式分析

四、公司竞争优势分析

五、公司未来发展前景

第三节 白鹭美

一、公司基本面分析

二、公司发展历程分析

三、公司融资情况分析

四、公司未来发展前景

第四节 美颜家

一、公司基本面分析

二、公司发展情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展前景

第五节 美容总监

一、公司基本面分析

二、公司发展历程分析

三、公司经营模式分析

四、公司竞争优势分析

五、公司未来发展前景

第六节 美道家

一、公司基本面分析

二、公司经营模式分析

三、2016年美道家亮相美博会

四、2016年美道家万店启动大会圆满落幕

五、公司未来发展前景

第七节 容么么

一、公司基本面分析

二、公司经营情况分析

三、公司经营模式分析

四、公司创始人杨丽：“用极致的态度去创业”

第八节 其他

一、去哪美

二、美之伴

三、俏倾城

四、秀发型

五、约来约美

六、东方丽人

七、百彩嘉

八、美壹律科技

九、“别吃胖”智能手环

第八章 医美移动应用（APP）存在的风险及建议

第一节 医美移动应用（APP）存在的风险

一、医美O2O机遇和挑战

二、同质化严重、盈利模式尚未成熟

第二节 医美移动应用（APP）行业发展建议

一、提供多场景的服务

二、提供高价高利的高品质服务

三、打造品牌比单纯扩张门店更重要

四、会员用户积累比客流量更重要

第三节 总结

第四节 案例——团购行业

图表目录：

图表：医疗美容分类

图表：大美容市场分类

图表：使用频度较高的整形美容服务

图表：2015年全球最受欢迎的整形手术项目

图表：2015年全球最受欢迎的整形非手术项目

图表：2015年全球医疗美容项目比例分布

图表：2016-2022年中国医疗美容行业市场规模增长预测

图表：2010-2015年我国医疗美容次数估计

图表：2010-2015年全球开展整形项目数量情况

图表：2015年医疗美容手术量前10位国家

图表：2010-2015年全球整形医师数量

图表：2015年全球整形外科医师数排名

图表：中国医疗美容市场消费者的性别分布

图表：中国医疗美容市场消费者的年龄分布

图表：中国医疗美容市场消费者的职业分布

图表：中国医疗美容市场消费者的学历分布

图表：中国医疗美容市场消费者收入分布

图表：中国医疗美容市场消费者的地域分布

图表：2015年全球主要地区人均医疗美容次数

图表：中国医美行业产值占GDP比重远低于韩国

图表：中国与韩国每百万人拥有的美容机构与医师数量对比

图表：2010-2015年我国赴韩医疗美容人数变化

图表：医疗美容与传统医疗相比的行业特点

图表：医疗美容市场价值分配情况

图表：我国医疗美容行业正处于成长期

图表：2010-2015年中国城镇居民家庭人均可支配收入

图表：医疗美容技术的发展

图表：中国和韩国的医美项目价格差异对比

图表：中国医疗美容行业的监管政策

图表：医疗美容项目分级目录

图表：中国医疗美容行业前景广阔

图表：医疗美容客户生命周期长

图表：医美客户群年龄广谱化蕴含巨大的增长空间

图表：老龄化趋势使得抗衰老需求提升

图表：女性美容消费的三个层次

图表：主要整型消费人群

图表：医疗美容行业产业链

图表：医疗美容产业是一个交叉产业

图表：部分医疗美容常用药品、器械

图表：国内激光产业的应用领域

图表：激光美容技术的发展历程

图表：2015年国内激光美容产品生产商市场份额占比

图表：我国医美市场地域分布特点

图表：医疗美容机构分类

图表：市场上现存的医疗美容机构，民营占主导

图表：部分国内知名的民营美容医院

图表：部分民营连锁整形美容医院

图表：医疗美容医院分级标准

图表：民营美容医院三步发展路径

图表：国内公立医院整形相关科室设置

图表：部分国内整形外科领域著名的公立医院

图表：民营美容医院连锁经营成功的关键因素

图表：医美行业痛点溯源

图表：《医疗广告管理办法》中对广告内容的规定

图表：医美行业三大类获客渠道

图表：传统整形美容服务产业链及国内二级市场代表性公司

图表：移动医美助力解决行业痛点

图表：更美app展示美容医院和医师的资质认证

图表：美黛拉、真优美app的社区和电商业务板块

图表：新兴医美平台一览

图表：医疗服务与医疗美容的区别

图表：医疗美容价值链——移动医美的作用

图表：互联网医美平台信息

图表：医美行业产业链目前呈现的“再分工”趋势

图表：医美行业产业链结构出现变化：传统模式与互联网模式交织的状态

图表：理想状态下互联网医美产业链格局

图表：医疗美容宣传方式在进化

图表：部分医疗美容APP、互联网平台

图表：互联网医美平台商业模式比较

图表：国内互联网美容平台比较

图表：医美移动应用（APP）的“整形日记”；

图表：医美移动应用（APP）“整形日记”；

图表：整形美容医院招揽顾客的主要方式

图表：2011-2015年“互联网+美业”项目数量逐年递增

图表：“互联网+美业”项目的类型分布

图表：“互联网+美业”项目的地域分布

图表：“互联网+美业”项目的融资方式分布

图表：“互联网+美业”项目的阶段分布

图表：国内知名互联网医美平台融资情况（截至2015年5月）

图表：2015年上门美容市场PEST分析

图表：多重因素催热上门美容市场

图表：去中介化模式挖掘美容行业新价值

图表：上门美容市场分类

图表：上门美容市场典型厂商发展概述

图表：中国互联网上门美容市场AMC模型

图表：2015年中国上门美容市场产业链

图表：上门美容市场投融资情况

图表：上门美容市场发展阻碍因素

图表：2015年中国上门美容用户年龄分布

图表：2015年中国上门美容用户收入分布

图表：2015年中国上门美容用户职业分布

图表：2015年中国上门美容用户美容价格分布

图表：2015年中国上门美容用户最常使用的上门美容APP

图表：2015年中国上门美容用户对上门美容平台选择因素

图表：2015年中国上门美容用户对上门美容APP的整体满意度

图表：2015年中国上门美容用户对不同上门美容APP的满意度

图表：2015年中国上门美容用户整体使用频次分布

图表：2015年中国上门美容用户对不同上门美容APP的使用频次分布

图表：2015年中国上门美容用户是否使用其他美业服务情况

图表：2015年中国上门美容用户选择其他上门美业服务情况

图表：中国垂直类上门美容市场服务内容

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/qita/338477W19J.html>