

2019-2025年中国美甲O2O 行业深度研究与市场年度调研报告

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

《2019-2025年中国美甲O2O行业深度研究与市场年度调研报告》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/wenhuatiyu/668477EZ97.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

近年来中国美容业处于市场发展的较快增长期，仅在最近5年的新开店数就占了总数的78%，作为美容业的新星美甲，每年更以20%的速度在增长，到2016年全国美甲店数量就高达35万家。这种快速发展态势表明：该产业属于朝阳产业，美甲产业的延伸内涵丰富，供求的弹性空间较大。美甲行业发展趋势

—

美甲行业越趋产业化

美甲行业在国内发展至今，已从单一的美甲店面服务，发展成为以美甲、美睫、盘发、手足护理为主体的的综合性产业，并在每个领域中诞生了龙头品牌和龙头文化馆业。

二

美甲店集团化

早期的美甲店都是以小作坊作为主体，发展到今天美甲行业已经形成了不少集团化的代表性企业。现在大型的美甲机构拥有上千家以上的加盟连锁店，像印奈儿就拥有上千家美甲加盟店，并且拥有自己的培训基地、教育机构。

三

美甲店面成熟化

早期的美甲店无论是在店面装修、技术、和美甲产品都显得简易、粗糙、不规范，目前在全国美甲行业整体趋向成熟化专业化，特别是近年来品牌美甲店的增加，使得美甲店面的档次、用具用品仪器的品质、从业者的素质都发生了根本的改变而趋优化。

四

美甲项目市场化

开美甲店是延伸和括展空间非常大的产业，它的每一个部分都会延伸到美睫、盘发、手足护理和纹绣等方面，而全国美甲行业在各个领域出现了适合市场需求的优秀的特色品牌和特色服务机构。国内的美甲细分市场 1 美甲服务 2 美甲产品 3 美甲培训

美甲行业的使用服务人群中，人均年消费次数为10.7次，对比美容行业的人均年消费次数5.7次，和美发行业的人均消费次数8.4次，属于最高频的女性美业项目。由此可见，美甲行业是的潜力和前景是有多么的可观。

目前美甲O2O影响生存最大原因就是资本融资，因为所有的O2O行业基本以烧钱为主，而美甲O2O又属于最大的烧钱行业之一。而目前存在的美甲O2O当中，基本都是获得了融资得以生存。

美甲O2O作为直面服务消费者的行业O2O，自身的素质就显得格外重要，毕竟行业竞争也

是很激烈的。

智研数据研究中心发布的《2019-2025年中国美甲O2O行业深度研究与市场年度调研报告》共十章。首先介绍了美甲O2O行业市场发展环境、美甲O2O整体运行态势等，接着分析了美甲O2O行业市场运行的现状，然后介绍了美甲O2O市场竞争格局。随后，报告对美甲O2O做了重点企业经营状况分析，最后分析了美甲O2O行业发展趋势与投资预测。您若想对美甲O2O产业有个系统的了解或者想投资美甲O2O行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：

第一部分 行业发展综述

第一章 O2O发展概述

第一节 O2O的相关概述

一、O2O的基本概念

二、O2O模式的发展

三、O2O营销的特点

四、O2O的优势分析

五、O2O模式的多元化

第二节 O2O营销模式分析

一、O2O的广场模式

二、O2O的代理模式

三、O2O的商城模式

第三节 O2O营销主要方式

一、体验营销

二、直复营销

三、情感营销

四、数据库营销

第四节 美甲O2O行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、与上下游行业之间的关联性

三、行业产业链上游发展现状及影响分析

四、行业产业链下游发展现状及影响分析

第二章 中国美甲O2O行业发展环境分析

第一节 经济环境分析

一、全球宏观经济环境

二、国家宏观经济环境

三、经济环境对行业发展的影响

第二节 社会环境分析

一、行业社会环境

二、网民用户分析

三、社会环境对行业的影响

第三节 政策环境分析

一、行业政策法规

二、行业监管体制

三、行业政策规划

第四节 技术环境分析

一、信息技术水平分析

二、客户端软件分析

三、技术发展趋势分析

第三章 中国美甲O2O行业运行现状分析

第一节 中国美甲O2O行业发展状况分析

一、中国美甲O2O行业发展历程和阶段

二、中国美甲O2O行业发展概况及特点

三、中国美甲O2O行业发展存在的问题及对策

第二节 2014-2017年美甲O2O行业运行现状分析

一、中国美甲O2O行业资产规模分析

二、中国美甲O2O行业市场规模分析

三、中国美甲O2O行业市场发展特点

第三节 2014-2017年美甲O2O市场经营情况分析

一、中国美甲O2O行业交易总额分析

二、中国美甲O2O行业利润总额分析

第四节 2014-2017年中国美甲O2O行业企业分析

一、企业数量变化分析

二、不同规模企业结构分析

三、网络平台数量分析

四、从业人员数量分析

第五节 2013-2017年中国美甲O2O行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

二、行业营运能力分析

三、行业偿债能力分析

四、行业发展能力分析

第四章 中国美甲O2O消费者分析

第一节 消费者人群分析

一、消费者年龄结构美甲主要消费群体年龄分布

二、消费者职业分析

三、消费者收入水平分析

四、消费者学历结构

第二节 消费者消费分析

一、消费频率

二、消费金额水平分析

三、消费方式选择分析

四、消费体验结构分析

第三节 消费者行为影响因素分析

一、服务态度

二、技术水平

三、卫生情况

四、效果体现

五、用时长短

第五章 美甲行业商业模式分析

第一节 美甲行业价值主张

一、美甲行业的需求分析

二、美甲行业为消费者提供的价值

第二节 美甲行业运营模式

一、自营美甲店

二、挂靠美甲院、美发店等运营模式

三、加盟美甲店

第三节 美甲行业盈利模式分析

一、自营模式

二、会所模式

第四节 美甲行业竞争模式分析

一、对内集中对外延展

二、多种促销策略组合

三、美甲产品和服务的差异化竞争

第六章 美甲O2O行业商业模式分析

第一节 美甲O2O用户需求分析

一、对美甲服务时尚和便捷性的需求

二、对线下美甲产品更低价、服务更精细的需求

三、获得美甲服务后可以制约付款的需求

四、线上展示和分享的需求

第二节 美甲O2O行业运营模式

一、针对用户的服务生产模式

二、面对服务提供者成本控制模式

三、美业平台的自身定位

四、线下地推的快速扩张

第三节 美甲O2O行业盈利模式

一、团购模式

二、自发盈利模式

第四节 美甲O2O行业竞争模式

一、美甲师资源竞争

二、产品线全面覆盖

第三部分 行业竞争格局

第七章 美甲O2O市场竞争格局及集中度分析

第一节 美甲O2O行业国际竞争格局分析

- 一、国际美甲O2O企业竞争分析
- 二、国际美甲O2O市场竞争分析
- 三、国际美甲O2O市场集中度分析
- 四、国际美甲O2O重点企业竞争力分析

第二节 国内美甲O2O行业竞争结构分析

- 一、现有企业间竞争
- 二、潜在进入者分析
- 三、替代品威胁分析
- 四、供应商议价能力
- 五、客户议价能力

第三节 美甲O2O行业集中度分析

- 一、企业集中度分析
- 二、市场集中度分析
- 三、高端市场集中度分析

第四节 美甲O2O品牌竞争状况分析

- 一、美甲O2O品牌消费将主导市场
- 二、外资占国内美甲O2O市场
- 三、国内美甲O2O行业SWOT分析

第八章 美甲O2O成功案例分析

第一节 秀美甲

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况
- 三、企业运行模式分析
- 四、企业销售渠道分析
- 五、企业发展动态

第二节 河狸家

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第三节 嘟嘟美甲

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第四节 美丽多

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第五节 美甲帮

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第六节 SR Bar美甲

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第七节 妮欧美甲

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第八节 e流甲

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第九节 汉甲美甲

一、企业概况

二、企业经营情况

三、企业运行模式分析

四、企业销售渠道分析

五、企业发展动态

第四部分 投资发展前景

第九章 2014-2017年美甲O2O行业投资发展前景

第一节 2014-2017年美甲O2O投资情况分析

一、投资规模分析

二、投资结构分析

三、重点投资区域分析

第二节 2019-2025美甲O2O行业投资机会分析

一、行业投资模式分析

二、行业细分领域投资分析

三、行业区域投资分析

第三节 2019-2025美甲O2O行业发展前景分析

一、行业发展趋势分析

二、行业市场规模预测

三、行业市场需求规模预测

四、行业市场整合趋势预测

第十章 2019-2025美甲O2O行业投资机会与风险防范 (ZY GXH)

第一节 中国美甲O2O行业投资特性分析

一、行业进入壁垒分析

二、行业盈利模式分析

三、影响行业的盈利因素分析

第二节 中国美甲O2O行业投资风险

一、行业政策风险

二、行业关联产业风险

三、行业技术风险

四、行业其他风险

第三节 美甲O2O行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

第四节 美甲O2O行业投资战略及建议

一、2019-2025行业投资战略

二、2019-2025行业投资方式建议

三、2019-2025行业投资方向建议（ZY GXH）

图表目录：

图表：美甲O2O行业产品的分类结构

图表：美甲O2O行业成长周期图

图表：2017年GDP初步核算数据

图表：GDP环比和同比增长速度

图表：2013-2017年中国GDP季度累计增长图

图表：2017年中国消费价格指数增长趋势图

图表：2017年中国居民人均收入情况

图表：2011-2017年中国居民恩格尔系数情况

图表：2017年中国居民可支配收入情况

图表：2011-2017年中国对外贸易进出口情况

图表：美甲O2O全球市场规模

图表：2017年美甲O2O区域集中度

图表：2017年美甲O2O行业企业集中度

图表：2017年美甲O2O行业市场集中度

图表：2014-2017年行业市场结构

图表：2014-2017年美甲O2O行业企业数量

图表：2019-2025美甲O2O行业市场规模预测

图表：2019-2025美甲O2O行业销售收入预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/wenhuatiyu/668477EZ97.html>