

2022年中国美甲用品行业分析报告- 行业全景调查与投资战略规划

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2022年中国美甲用品行业分析报告-行业全景调查与投资战略规划》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

官网地址：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/568650.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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、报告目录及图表目录

美甲是一种对指（趾）甲进行装饰美化的工作，又称甲艺设计，具有表现形式多样化的特点。

美甲是根据客人的手形、甲形、肤质、服装的色彩和要求，对指（趾）甲进行消毒、清洁、护理、保养、修饰美化的过程。

美甲用品是指在对指（趾）甲进行装饰美化的过程中所使用的用品的总称，包括烤灯、指甲刀、死皮剪、钢推、磨砂条、抛光条、粉尘刷、镊子、美甲专用笔、棉片、练习架、营养油、甲油胶、饰品贴纸、光疗胶等。其中指甲刀、指皮钳、指甲锉、钢推等用于修剪指甲，修饰甲型、去除多余的指甲皮；磨砂条、抛光条、粉尘刷等用于修整假面，为甲油胶更好的附着提供条件；营养油、底油等用于保护指甲不会受到伤害，同时也给指甲提供营养。

近年来在颜值经济的影响下，女性除了会在意自己的脸部以外，还会在手部（手是女人的第2张脸）花费大量的时间和金钱，从而使得我国美甲市场越来越受欢迎。根据相关调查机构显示，2021年中国35.8%消费者每年做4-6次美甲，有22.7%每年消费7-9次，而每年消费在10次及以上的比例也达18.5%。

数据来源：观研天下整理

随着美甲消费逐渐高频，这也推动了美甲市场快速发展。数据显示，2017年美甲品类的市场规模就达到了1200亿元。2018年美甲市场规模增长到了1400亿元，而到了2019年，这个数字增长到了1700亿元！按照这样的增长情况来看，估算2020年我国美甲市场规模在**亿元左右，并预计2021年这一市场规模将在**亿元左右。

数据来源：观研天下整理

目前美甲消费市场以女性消费者、白领群体消费者为主。从美甲消费群体画像来看，女性消费者超八成，男性消费者仅占14.2%。分年龄来看，美甲消费主要以20-39岁群体为主，其中20-29岁消费者占38.0%，30-39岁消费者占比47.5%。分城市来看，超七成用户位于一二线城市，其中一线及新一线城市占比48.0%。分阶层来看，白领群体消费者数量居多，占比达34.1%。

资料来源：观研天下整理

在此背景下，我国美甲用品市场也随着发展。其中从一家美甲店的品类分布来看，甲胶油市场需求较多。有数据显示，甲胶油占据了66%的比例，美甲饰品则只有4%的占比，从美甲服务延伸出来的美睫产品有5%的占比，而占比6%的灯具（多为紫外线烤灯，用于甲胶油的硬化）与占比8%的工具/耗材则通常为辅助用品。

数据来源：观研天下整理（WW）

美甲胶又名甲油胶，近几年美甲行业应用比较广泛，由于甲油胶本身特点和一般甲油相比，如然生化工甲油胶，具有环保无毒，健康安全特征，另外它兼容胶类和甲油的共同优点，色泽饱满剔透，涂抹方便，光泽保持更持久，因此甲油胶逐渐替代了早期的指甲油。

如今随着人们生活水平的提高，越来越多人开始喜欢上了美甲，甚至很多男士也加入美甲行列。未来美甲行业蕴涵巨大的利润空间。根据专业调查机构报告显示，得益于我国具有庞大的消费人群，我国美甲市场每年以200%左右的增长率迅猛发展。由此可见，包括甲油胶在内的美甲用品市场也将会是一个潜力无限的“蓝海”。

观研报告网发布的《2022年中国美甲用品行业分析报告-行业全景调查与投资战略规划》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。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态势、市场商机动向、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市场调研分析。

行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【目录大纲】

第一章2018-2022年中国美甲用品行业发展概述

第一节 美甲用品行业发展情况概述

一、美甲用品行业相关定义

二、美甲用品行业基本情况介绍

三、美甲用品行业发展特点分析

四、美甲用品行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、美甲用品行业需求主体分析

第二节 中国美甲用品行业上下游产业链分析

一、产业链模型原理介绍

二、美甲用品行业产业链条分析

三、产业链运行机制

(1) 沟通协调机制

(2) 风险分配机制

(3) 竞争协调机制

四、中国美甲用品行业产业链环节分析

1、上游产业

2、下游产业

第三节 中国美甲用品行业生命周期分析

一、美甲用品行业生命周期理论概述

二、美甲用品行业所属的生命周期分析

第四节 美甲用品行业经济指标分析

一、美甲用品行业的赢利性分析

二、美甲用品行业的经济周期分析

三、美甲用品行业附加值的提升空间分析

第五节 中国美甲用品行业进入壁垒分析

一、美甲用品行业资金壁垒分析

二、美甲用品行业技术壁垒分析

三、美甲用品行业人才壁垒分析

四、美甲用品行业品牌壁垒分析

五、美甲用品行业其他壁垒分析

第二章2018-2022年全球美甲用品行业市场发展现状分析

第一节 全球美甲用品行业发展历程回顾

第二节 全球美甲用品行业市场区域分布情况

第三节 亚洲美甲用品行业地区市场分析

- 一、亚洲美甲用品行业市场现状分析
- 二、亚洲美甲用品行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲美甲用品行业市场前景分析
- 第四节 北美美甲用品行业地区市场分析
 - 一、北美美甲用品行业市场现状分析
 - 二、北美美甲用品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、北美美甲用品行业市场前景分析
- 第五节 欧洲美甲用品行业地区市场分析
 - 一、欧洲美甲用品行业市场现状分析
 - 二、欧洲美甲用品行业市场规模与市场需求分析
 - 三、欧洲美甲用品行业市场前景分析
- 第六节 2022-2027年世界美甲用品行业分布走势预测
- 第七节 2022-2027年全球美甲用品行业市场规模预测

第三章 中国美甲用品产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品零售总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国美甲用品行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国美甲用品产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国美甲用品行业运行情况

第一节 中国美甲用品行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国美甲用品行业市场规模分析

第三节 中国美甲用品行业供应情况分析

第四节 中国美甲用品行业需求情况分析

第五节 我国美甲用品行业细分市场分析

1、细分市场一

2、细分市场二

3、其它细分市场

第六节 中国美甲用品行业供需平衡分析

第七节 中国美甲用品行业发展趋势分析

第五章 中国美甲用品所属行业运行数据监测

第一节 中国美甲用品所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国美甲用品所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国美甲用品所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2018-2022年中国美甲用品市场格局分析

第一节 中国美甲用品行业竞争现状分析

一、中国美甲用品行业竞争情况分析

二、中国美甲用品行业主要品牌分析

第二节 中国美甲用品行业集中度分析

一、中国美甲用品行业市场集中度影响因素分析

二、中国美甲用品行业市场集中度分析

第三节 中国美甲用品行业存在的问题

第四节 中国美甲用品行业解决问题的策略分析

第五节 中国美甲用品行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章2018-2022年中国美甲用品行业需求特点与动态分析

第一节 中国美甲用品行业消费市场动态情况

第二节 中国美甲用品行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 美甲用品行业成本结构分析

第四节 美甲用品行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国美甲用品行业价格现状分析

第六节 中国美甲用品行业平均价格走势预测

一、中国美甲用品行业价格影响因素

二、中国美甲用品行业平均价格走势预测

三、中国美甲用品行业平均价格增速预测

第八章2018-2022年中国美甲用品行业区域市场现状分析

第一节 中国美甲用品行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区美甲用品市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区美甲用品市场规模分析

四、华东地区美甲用品市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区美甲用品市场规模分析

四、华中地区美甲用品市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区美甲用品市场规模分析

四、华南地区美甲用品市场规模预测

第五节 华北地区美甲用品市场分析

一、华北地区概述

二、华北地区经济环境分析

三、华北地区美甲用品市场规模分析

四、华北地区美甲用品市场规模预测

第六节 东北地区市场分析

一、东北地区概述

二、东北地区经济环境分析

三、东北地区美甲用品市场规模分析

四、东北地区美甲用品市场规模预测

第七节 西部地区市场分析

一、西部地区概述

二、西部地区经济环境分析

三、西部地区美甲用品市场规模分析

四、西部地区美甲用品市场规模预测

第九章2018-2022年中国美甲用品行业竞争情况

第一节 中国美甲用品行业竞争结构分析（波特五力模型）

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

第二节 中国美甲用品行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国美甲用品行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 美甲用品行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

1、主要经济指标情况

2、企业盈利能力分析

3、企业偿债能力分析

4、企业运营能力分析

5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第三节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第四节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第五节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优劣势分析

第十一章2022-2027年中国美甲用品行业发展前景分析与预测

第一节 中国美甲用品行业未来发展前景分析

一、美甲用品行业国内投资环境分析

二、中国美甲用品行业市场机会分析

三、中国美甲用品行业投资增速预测

第二节 中国美甲用品行业未来发展趋势预测

第三节 中国美甲用品行业市场发展预测

一、中国美甲用品行业市场规模预测

二、中国美甲用品行业市场规模增速预测

三、中国美甲用品行业产值规模预测

四、中国美甲用品行业产值增速预测

五、中国美甲用品行业供需情况预测

第四节 中国美甲用品行业盈利走势预测

一、中国美甲用品行业毛利润同比增速预测

二、中国美甲用品行业利润总额同比增速预测

第十二章2022-2027年中国美甲用品行业投资风险与营销分析

第一节 美甲用品行业投资风险分析

一、美甲用品行业政策风险分析

二、美甲用品行业技术风险分析

三、美甲用品行业竞争风险分析

四、美甲用品行业其他风险分析

第二节 美甲用品行业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第十三章2022-2027年中国美甲用品行业发展战略及规划建议

第一节 中国美甲用品行业品牌战略分析

- 一、美甲用品企业品牌的重要性
- 二、美甲用品企业实施品牌战略的意义
- 三、美甲用品企业品牌的现状分析
- 四、美甲用品企业的品牌战略
- 五、美甲用品品牌战略管理的策略

第二节 中国美甲用品行业市场的关键客户战略实施

- 一、实施关键客户战略的必要性
- 二、合理确立关键客户
- 三、对关键客户的营销策略
- 四、强化关键客户的管理
- 五、实施关键客户战略要重点解决的问题

第三节 中国美甲用品行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第十四章 2022-2027年中国美甲用品行业发展策略及投资建议

第一节 中国美甲用品行业产品策略分析

- 一、服务/产品开发策略
- 二、市场细分策略
- 三、目标市场的选择

第二节 中国美甲用品行业营销渠道策略

- 一、美甲用品行业渠道选择策略
- 二、美甲用品行业营销策略

第三节 中国美甲用品行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

- 一、中国美甲用品行业重点投资区域分析
- 二、中国美甲用品行业重点投资产品分析

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202201/568650.html>