

中国美甲行业发展趋势分析与未来投资研究报告 (2024-2031年)

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《中国美甲行业发展趋势分析与未来投资研究报告（2024-2031年）》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/202407/717357.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

美甲也被称为甲艺设计，是一种根据客人的手形、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。

一、行业热度持续提升+高频特性显现，市场规模总体呈增长态势

美甲不仅是追求美丽的标记，也可以是彰显自己独特审美风格，放松心情、丰富生活的一种体现。近年来人们越来越注重自己的颜值管理，美甲热度持续提升，并成为众多消费者热衷的消费选择，使得市场需求不断上升。有相关资料显示，目前在小红书等平台以“美甲”为关键词搜索，笔记数量多达1,606万篇，热度最高的单篇点赞数超过32万，“千元美甲”词条登上各大平台热搜榜。2023年1-6月，抖音美甲类产品销售额为7.6亿元，同比增长154.9%。相关店铺数为7258家，而2022全年这一数字为4947。无论是销售额还是店铺数量，都增势猛烈。

与此同时，“悦己型消费”盛行下情绪消费盛行，美甲消费的高频特性逐渐显现，市场有着较大的发展潜力。根据相关调研数据显示，2021年超80%消费者愿为化妆品的情绪价值买单，有35.8%的美甲消费者一年会做4-6次美甲，即大约每2-3个月更换一次款式。此外，还有2.7%的消费者每年消费13次以上，显示出美甲消费的高频特性，推动美甲店消费人次不断增长。

随着消费者对美甲服务的需求不断上升、以及个性化消费趋势的常态化下高频特性逐渐显现，我国美甲行业规模总体呈增长态势。数据显示，2021年我国美甲行业市场规模为1854.8亿元，同比增长25.3%。到2023年我国美甲行业市场规模或已突破2000亿元。可见这一数据反映了随着人们对美的追求不断提升，美甲行业市场规模逐年增长的趋势。

数据来源：观研天下整理

二、美甲企业发展蓬勃，相关企业注册量增速持续十年正增长

近年在广泛的市场需求推动下，我国美甲企业发展蓬勃，相关企业注册量增速已持续十年正增长。数据显示，2023年我国美甲相关企业新增42.19万，同比增长33.1%。

数据来源：企查查，观研天下整理

到目前我国美甲店的数量已达30万余家，从业人员更是超过260万人。从区域分布来看，相关企业主要分布在山东、江苏和广东等地区。其中山东美甲相关企业数量最多，达到13.39万家，位居全国第一。江苏和广东紧随其后，分别现存11.67万家和11.26万家美甲相关企业，位列全国前三。

数据来源：企查查，观研天下整理

另外经过多年的发展，目前我国国内专业美甲市场已经发展成个体店、规模品牌、个性化机

构和上门到家服务、自助服务等多模式并行的综合业态。其中已经形成连锁店规模的专业美甲品牌包括进巍美甲、刘娟美甲、Lily Nails和IN nail等，其门店大多设在一二线城市购物中心。

三、Z世代群体、高学历年轻女性成为消费主力军

随着美甲市场热度持续提升，“Z世代”成为了消费的核心群体。据了解，“Z世代”将购买化妆品和美发美甲视为必要的生活支出，视为投资自我愉悦的情绪。在决策过程中，超过90%的年轻用户会提前研究款式，70%会通过互联网收集信息以确保消费质量，60%以上的“Z世代”用户偏好花样款美甲。但值得注意的是，目前精神消费、个性化、注重品质和颜值主义成为Z世代用户的特征，使得美甲不仅仅是一种让指甲变漂亮的消费行为，更是一种彰显个性和审美的表达方式。因此，美甲行业需要不断创新，以满足Z世代消费者的需求和期望。高学历年轻女性成为消费主力军。有相关调研显示，目前在美甲消费市场中，女性消费者超八成。其中20-39岁群体占比85.5%，大专及以上学历的消费者占比超过九成。

数据来源：观研天下整理

四、美甲风格多样化，简约、纯色风格美甲是消费者最喜爱是种类

近年随着消费需求的不断升级，美甲风格也在多样化。目前我国美甲市场已有纯色美甲、贴片美甲、彩绘美甲、镶钻美甲、卡通美甲、混色美甲等多种种类。其中简约、纯色风格美甲是我国美甲消费者最喜爱的是种类，在2022年占比为56.4%；其次是贴片美甲，占比为48.1%。

数据来源：观研天下整理

五、穿戴甲成为新宠，正迅速占领美甲消费市场

近年穿戴甲因为其便捷性（消费者使用可穿戴美甲仅需10至20分钟极大地提高了美甲的便捷性和效率）和个性化，受到消费者的青睐，成为了美甲行业的新宠。

穿戴甲是美甲的一种类型。相比传统的美甲方式，穿戴甲可以随时佩戴和卸下，无需长时间等待和繁琐的护理过程。同时穿戴甲还可以根据个人喜好进行个性化定制，满足消费者对美的不同追求。这种个性化的服务也为美甲行业带来了更多的商机和发展空间。有相关数据显示，2023年可穿戴美甲在电商平台的销量同比增长高达200%，线下门店扩张同比增长435%，正迅速占领美甲消费市场。这一数据充分展示了可穿戴美甲市场的潜力。

六、专业美甲店正在消费者中“失势”，在家美甲正在取而代之

虽然近年我国美甲市场发展向好，但由于美甲店培训、从业并无统一标准，服务水平参差不齐，叠加穿戴甲的兴起，专业美甲店正在消费者中“失势”。有相关调研数据显示，有55.5%的消费者认为美甲店价格太高，52.4%认为门店或款式选择太少。此外，还存在排队太久、门店太少、服务太差等不满意因素。

这种情况下，在家美甲的风潮取而代之。有相关数据显示，在美甲市场中，除了有82%的消

费者喜好去线下实体店做美甲外，还有60%以上的人会选择“在家美甲”。另外小红书平台内，以“美甲店美甲”作为关键词的笔记高达137万篇，“自己美甲”的相关笔记数达129万篇，声量已经极为接近。

这主要是因为，价格压缩空间大、工具方便入手、教程易查易得、可随时更换款式等特点，也促使上述家用美甲形式迅速兴起。例如相比于线下实体店，“在家美甲”性价比更高。根据相关资料显示，拼多多上照灯五块钱一个，甲油胶几块钱一瓶，贴钻几块钱就可以买到一大包，一整套下来成本不超过一百块。而且现在小红书、抖音等平台内有大量美甲教程，“零基础教学，非常简单。”

另外目前门店比较看重工具功能，但对品牌需求度不大，主要看颜色和价格。很多顾客并不会关注甲油胶品牌，只会关注效果。就像理发店的烫染药水一样，大多数消费者并不了解品牌，因此有很大的溢价空间。而在家用美甲场景中，由于社交媒体平台内“美甲自学教程”相关内容极多，其中出现的品牌具有口口相传性。

预计未来“在家做美甲”的消费者会越来越多。“产品入手门槛低，很多人买工具就可以自学。如果实体店价格体系和服务管理无法满足要求，市场大概率会被持续挤压。（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国美甲行业发展趋势分析与未来投资研究报告（2024-2031年）》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，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。

【目录大纲】

第一章 2019-2023年中国美甲行业发展概述

第一节 美甲行业发展情况概述

一、美甲行业相关定义

二、美甲特点分析

三、美甲行业基本情况介绍

四、美甲行业经营模式

1、生产模式

2、采购模式

3、销售/服务模式

五、美甲行业需求主体分析

第二节 中国美甲行业生命周期分析

一、美甲行业生命周期理论概述

二、美甲行业所属的生命周期分析

第三节 美甲行业经济指标分析

一、美甲行业的赢利性分析

二、美甲行业的经济周期分析

三、美甲行业附加值的提升空间分析

第二章 2019-2023年全球美甲行业市场发展现状分析

第一节 全球美甲行业发展历程回顾

第二节 全球美甲行业市场规模与区域分布情况

第三节 亚洲美甲行业地区市场分析

一、亚洲美甲行业市场现状分析

二、亚洲美甲行业市场规模与市场需求分析

三、亚洲美甲行业市场前景分析

第四节 北美美甲行业地区市场分析

一、北美美甲行业市场现状分析

二、北美美甲行业市场规模与市场需求分析

三、北美美甲行业市场前景分析

第五节 欧洲美甲行业地区市场分析

一、欧洲美甲行业市场现状分析

二、欧洲美甲行业市场规模与市场需求分析

三、欧洲美甲行业市场前景分析

第六节 2024-2031年世界美甲行业分布走势预测

第七节 2024-2031年全球美甲行业市场规模预测

第三章 中国美甲行业产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

第二节 我国宏观经济环境对美甲行业的影响分析

第三节 中国美甲行业政策环境分析

一、行业监管体制现状

二、行业主要政策法规

三、主要行业标准

第四节 政策环境对美甲行业的影响分析

第五节 中国美甲行业产业社会环境分析

第四章 中国美甲行业运行情况

第一节 中国美甲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 中国美甲行业市场规模分析

一、影响中国美甲行业市场规模的因素

二、中国美甲行业市场规模

三、中国美甲行业市场规模解析

第三节 中国美甲行业供应情况分析

一、中国美甲行业供应规模

二、中国美甲行业供应特点

第四节 中国美甲行业需求情况分析

一、中国美甲行业需求规模

二、中国美甲行业需求特点

第五节 中国美甲行业供需平衡分析

第五章 中国美甲行业产业链和细分市场分析

第一节 中国美甲行业产业链综述

一、产业链模型原理介绍

二、产业链运行机制

三、美甲行业产业链图解

第二节 中国美甲行业产业链环节分析

一、上游产业发展现状

二、上游产业对美甲行业的影响分析

三、下游产业发展现状

四、下游产业对美甲行业的影响分析

第三节 我国美甲行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

第六章 2019-2023年中国美甲行业市场竞争分析

第一节 中国美甲行业竞争现状分析

一、中国美甲行业竞争格局分析

二、中国美甲行业主要品牌分析

第二节 中国美甲行业集中度分析

一、中国美甲行业市场集中度影响因素分析

二、中国美甲行业市场集中度分析

第三节 中国美甲行业竞争特征分析

一、企业区域分布特征

二、企业规模分布特征

三、企业所有制分布特征

第七章 2019-2023年中国美甲行业模型分析

第一节 中国美甲行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、波特五力模型原理

二、供应商议价能力

三、购买者议价能力

四、新进入者威胁

五、替代品威胁

六、同业竞争程度

七、波特五力模型分析结论

第二节 中国美甲行业SWOT分析

一、SOWT模型概述

二、行业优势分析

三、行业劣势

四、行业机会

五、行业威胁

六、中国美甲行业SWOT分析结论

第三节 中国美甲行业竞争环境分析（PEST）

一、PEST模型概述

二、政策因素

三、经济因素

四、社会因素

五、技术因素

六、PEST模型分析结论

第八章 2019-2023年中国美甲行业需求特点与动态分析

第一节 中国美甲行业市场动态情况

第二节 中国美甲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 美甲行业成本结构分析

第四节 美甲行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、其他因素

第五节 中国美甲行业价格现状分析

第六节 中国美甲行业平均价格走势预测

一、中国美甲行业平均价格趋势分析

二、中国美甲行业平均价格变动的影响因素

第九章 中国美甲行业所属行业运行数据监测

第一节 中国美甲行业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 中国美甲行业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 中国美甲行业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

第十章 2019-2023年中国美甲行业区域市场现状分析

第一节 中国美甲行业区域市场规模分析

一、影响美甲行业区域市场分布的因素

二、中国美甲行业区域市场分布

第二节 中国华东地区美甲行业市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区美甲行业市场分析

- (1) 华东地区美甲行业市场规模
- (2) 华南地区美甲行业市场现状
- (3) 华东地区美甲行业市场规模预测

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、华中地区美甲行业市场分析
 - (1) 华中地区美甲行业市场规模
 - (2) 华中地区美甲行业市场现状
 - (3) 华中地区美甲行业市场规模预测

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、华南地区美甲行业市场分析
 - (1) 华南地区美甲行业市场规模
 - (2) 华南地区美甲行业市场现状
 - (3) 华南地区美甲行业市场规模预测

第五节 华北地区美甲行业市场分析

- 一、华北地区概述
- 二、华北地区经济环境分析
- 三、华北地区美甲行业市场分析
 - (1) 华北地区美甲行业市场规模
 - (2) 华北地区美甲行业市场现状
 - (3) 华北地区美甲行业市场规模预测

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、东北地区美甲行业市场分析
 - (1) 东北地区美甲行业市场规模
 - (2) 东北地区美甲行业市场现状
 - (3) 东北地区美甲行业市场规模预测

第七节 西南地区市场分析

- 一、西南地区概述
- 二、西南地区经济环境分析
- 三、西南地区美甲行业市场分析

- (1) 西南地区美甲行业市场规模
- (2) 西南地区美甲行业市场现状
- (3) 西南地区美甲行业市场规模预测

第八节 西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区美甲行业市场分析
 - (1) 西北地区美甲行业市场规模
 - (2) 西北地区美甲行业市场现状
 - (3) 西北地区美甲行业市场规模预测

第十一章 美甲行业企业分析（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、公司优势分析

第六节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国美甲行业发展前景分析与预测

第一节 中国美甲行业未来发展前景分析

一、美甲行业国内投资环境分析

二、中国美甲行业市场机会分析

三、中国美甲行业投资增速预测

第二节 中国美甲行业未来发展趋势预测

第三节 中国美甲行业规模发展预测

一、中国美甲行业市场规模预测

二、中国美甲行业市场规模增速预测

三、中国美甲行业产值规模预测

四、中国美甲行业产值增速预测

五、中国美甲行业供需情况预测

第四节 中国美甲行业盈利走势预测

第十三章 2024-2031年中国美甲行业进入壁垒与投资风险分析

第一节 中国美甲行业进入壁垒分析

一、美甲行业资金壁垒分析

二、美甲行业技术壁垒分析

三、美甲行业人才壁垒分析

四、美甲行业品牌壁垒分析

五、美甲行业其他壁垒分析

第二节 美甲行业风险分析

一、美甲行业宏观环境风险

二、美甲行业技术风险

三、美甲行业竞争风险

四、美甲行业其他风险

第三节 中国美甲行业存在的问题

第四节 中国美甲行业解决问题的策略分析

第十四章 2024-2031年中国美甲行业研究结论及投资建议

第一节 观研天下中国美甲行业研究综述

一、行业投资价值

二、行业风险评估

第二节 中国美甲行业进入策略分析

一、行业目标客户群体

二、细分市场选择

三、区域市场的选择

第三节 美甲行业营销策略分析

一、美甲行业产品策略

二、美甲行业定价策略

三、美甲行业渠道策略

四、美甲行业促销策略

第四节 观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202407/717357.html>