

# 2014-2019年中国美甲市场 监测及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

## 报告报价

《2014-2019年中国美甲市场监测及投资前景研究报告》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.bosidata.com/qitaxiuxian1403/728029A5DO.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2014-03-24

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

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。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2014-2019年中国美甲市场监测及投资前景研究报告》共十一章，报告对我国的市场环境、生产经营、产品市场、技术水平、产业链运行、企业竞争、产品进出口、行业投资环境以及可持续发展等问题进行了详实系统地分析和预测。并在此基础上，对行业发展趋势做出了定性与定量相结合的分析预测。为企业制定发展战略、进行投资决策和企业经营管理提供权威、充分、可靠的决策依据。

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

中国美甲行业发展还正处在从初级急速膨胀阶段到腾飞发展的过渡期，这就要求美甲行业从业者需从经营管理、专业技术、整体服务素质等方面不断的学习和提升。美甲产品和服务作为美容行业一个突飞猛进的经济增长点将向着专业化、规范化、规模化、服务化、特色化的方向发展。统计显示，中国美甲经济正在成为美容行业最具潜力的最具前途的消费增长点。2012年我国美甲年营业额达到120亿元，预计今后每年以20%的速度增长。

## 第一章2012-2013年世界美甲市场整体运营状况分析

### 第一节2012-2013年世界美容业运行总况

- 一、世界美容业新亮点呈现
- 二、全球各地美容院发展状况分析
- 三、世界信贷危机对整形美容行业的影响
- 四、高科技在美容化妆品产业的应用情况

### 第二节2012-2013年世界美甲行业市场运行格局

- 一、世界美甲用品市场特征分析
- 二、世界主要美甲用品品牌综述

#### 1、OPI

OPI创立于1982年，总公司位于美国洛杉矶，拥有超过20年的美甲产品生产经验。针对专业市场而研制生产，行销50多个国家及地区。其美甲产品质量优良，广受时尚明星例如Madonna、Jennifer Aniston, Heather Locklear, Jennifer Love Hewitt及爱美人士的信赖和喜爱，亦是全球专业美甲师支持率最高的美甲品牌。多次被COSMOPOLIAN、ALLURE、INSTYLE等

杂志评为最佳美甲品牌。

## 2、ORLY

美国ORLY(奥利)是全球美甲业专业品牌。是天然美甲的第一品牌。

超过35年的历史，从专业的功能油系列起家。为全球美甲行业做出了无人比拟的贡献。

美甲业界最经典、最被广泛应用和模仿的“法式美甲”的缔造者。至今仍是研发法式甲系列产品最专业的品牌。曾获13座国际美容界的最高荣誉，被誉为美容奥斯卡的ABBIES AWARD大奖。

## 3、IMP

法国Manucurist IMP创办人Alexandra女士经过三年对中国美甲市场的调研，最终选择与世界美甲第一品牌美国OPI、All(American International Industries)及KeyStone研发中心合作，中国总部运营于2011年，在最繁华的天河北及外宾入住率最高的龙口西路投巨资同时打造两家“纯欧式宫廷”直营旗舰样板店，法国印奈儿(中国)品牌服务部落户于---广州时代广场。

## 4、EZFLOW

EZFLOW是来自美国的美甲界超级国际一线品牌，创立于1971年。

是美容产品及皮肤护理产品的专业生产商和经销商，其创始人被誉为“美甲之父”。

## 5、IBD

IBD公司成立于1970年，在全球超过70个国家销售，已经成为被专业人士识别的的商标。

IBD公司是美国最早生产人造指甲和指甲胶水的创始者，同时也是世界上生产粘合剂紫外线光感活化产品的生产商。IBD公司在1993年引进紫外线活化凝胶产品。IBD公司由全球超过150个的导师团队支撑。IBD公司的全体化学家生产所有的粘性甲，凝胶甲和水晶甲产品。IBD公司在2007年提供可卸除透明凝膠产品。

IBD拥有一系列广泛使用和认可的护甲产品，且获得多次专利和多种商标。IBD以研究和开发为龙头，致力于求高质量和革新产品。我们拥有一组专业资格的美甲师，培训世界各地美容院正确使用IBD产品。

## 5、Thuya

都雅，一个倡导细节美丽的品牌，涵盖手足护理、美甲、烫染睫毛系列，起源于西班牙的巴塞罗那，拥有三大系列40多个套装，具有欧洲自由销售证明，获得中国进口产品卫检证明，通过了欧盟皮肤过敏测试，眼部过敏测试。在全世界50多个国家和地区已经畅销了二十余年，是迄今为止在国内唯一可以合法经营的进口美甲品牌。

## 6、CND

CND(Creative Nail Design)是美国著名美手、美足品牌，创建于1979年，CND美甲专业作为他们的首选资源：可靠的产品赋权教育的实用商务大厦自1979年以来的工具在全球范围内受到重视，CND发展开拓专业的产品和服务，扩大美的手和脚的承诺和可能性。我们的使命很简单：提供沙龙和水疗中心的专业人士，他们所需要的一切

#### 7、Seche

Seche是来自美国洛杉矶的美甲护甲品牌，1991年成立的，行销并研发创新技术。

Seche是第一个获得专利的快乾上层亮油的指甲油品牌，且不会有泛黄现象，还有护甲效果，可以保有指甲的光泽，它是独一无二的。

### 三、世界美甲用品市场发展动态分析

#### 四、世界美甲用品市场浅析

##### 第三节2012-2013年世界主要国家美甲市场运行分析

###### 一、美国

###### 二、法国

###### 三、韩国

##### 第四节 2014-2019年世界美甲行业发展趋势分析

### 第二章2012-2013年中国美甲行业市场运行环境解析

#### 第一节 国内宏观经济环境分析

##### 一、GDP历史变动轨迹分析

##### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

##### 三、2014年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节2012-2013年中国美甲市场政策环境分析

##### 一、美容产业政策及影响分析

##### 二、相关行业政策

#### 第三节2012-2013年中国美甲产业环境分析

##### 一、中国美容行业发展被社会忽视

##### 二、中国美容经济孕育并发展壮大

##### 三、中国美容产业面临新的发展环境

#### 第四节2012-2013年中国美甲市场社会环境分析

### 第三章 2012-2013年中国美容行业整体运行态势分析

## 第一节2012-2013年中国美容行业运行总况

- 一、中国美容业发展的历史进程
- 二、中国美容行业步入知本经济时代
- 三、中国美容行业发展逆市腾飞、

## 第二节2012-2013年中国主要地区美容业动态分析

- 一、广州美容行业成税收增长的新亮点
- 二、海美容行业的新流行趋势
- 三、北京美容行业诚信经营进入新起点
- 四、深圳市美容产业正日趋走向成熟

## 第三节2012-2013年中国美容市场现状分析

- 一、中国美容市场行业结构与管理体系概况
- 二、中国美容市场正处于新一轮“洗牌期”;
- 三、美容市场竞争加剧国内品牌缺失高端
- 四、浅析美容市场中的法治化管理

## 第四节2012-2013年中国美容消费市场分析

- 一、中国美容消费市场状况分析
- 二、中国美容消费群体的市场要求
- 三、国内美容顾客的消费心理
- 四、女性美容的消费群体分析

## 第五节2012-2013年中国美容行业存在的问题与策略应对

- 一、潜规则制约中国美容行业的发展
- 二、中国美容行业征管的问题诸多
- 三、中国专业线美容行业群龙无首
- 四、美容业发展需要建设品牌文化
- 五、发展美容经济的四个关键点
- 六、加强美容业税收征管的几点建议

## 第四章2012-2013年中国美甲行业市场运行态势剖析

### 第一节2012-2013年中国美甲用品行业动态分析

- 一、美发美甲韩流涌动
- 二、美国CPSC对中国产袋装美甲用品实施召回

### 第二节2012-2013年中国美甲市场运行总况

一、中国美甲业已初具规模

二、美甲是前景广阔的手工艺术

第三节2012-2013年中国美甲市场运行综述

一、中国美甲消费市场总体分析

二、美甲市场重新洗牌的必要性分析

三、中国美甲市场面临价格战的严峻问题

第四节2012-2013年中国美甲行业热点问题探讨

第五章2012-2013年中国美甲用品业内热点产品运营态势分析

第一节2012-2013年中国美甲用品市场供需分析

一、供给情况分析

二、市场需求情况分析

三、影响市场供需的因素分析

第二节2012-2013年中国美甲用品市场价格分析

一、品牌产品价格分析

二、影响美甲用品价格的因素分析

第三节2012-2013年中国美甲用品热点产品追踪

一、指甲油

二、洗甲水

三、假指

第六章2012-2013年中国美甲店运行格局分析

第一节2012-2013年中国美甲加盟店现状分析

第二节2012-2013年中国美甲店店面选址模式探讨

第三节2012-2013年中国美甲店专用美甲设备点评

一、打磨机

二、吸尘机

三、彩绘机

第四节2012-2013年中国美甲店经营管理定位策略分析

第七章 2012-2013年中国美甲用品市场竞争格局透析

第一节2012-2013年中国美甲行业竞争现状

- 一、露华浓推出美甲用品 与美甲沙龙媲美
- 二、华人美甲师在纽约异军突起占领市场
- 三、台湾美甲店伸进上海 以独特创意拼本地老店
- 四、海豚湾打响美甲品牌大战

## 第二节2012-2013年中国美甲用品市场竞争格局

- 一、品牌竞争分析
- 二、价格竞争分析
- 三、营销方式竞争分析

## 第三节2014-2019年中国美甲用品行业竞争趋势分析

## 第八章2012-2013年世界品牌美甲用品在华营运状况浅析

### 第一节 OPI指甲油

### 第二节 美宝莲

### 第三节 ZA姬芮（真皙）

### 第四节 谜尚

### 第五节 迪奥

### 第六节 露华浓

### 第八节 香奈儿（尔）

### 第九节 歌诗华

### 第十节 奥利甲油

## 第九章2012-2013年中国美甲用品优势企业竞争力及关键性数据分析

### 第一节 东营大中南黄河三角洲实业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

### 第二节 浙江中意美实业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第三节 金华市佳隆日化有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第四节 御芳（漳州）化妆品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

## 第十章 2014-2019年中国美甲用品行业前景展望与趋势预测

### 第一节 2014-2019年中国美甲用品行业前景分析

一、美甲业蕴藏巨大商机

二、美甲消费市场前景巨大

三、美甲设备前景展望

### 第二节 2014-2019年中国美甲用品行业趋势探析

一、美甲行业的发展规模预测分析

二、美甲规模化经营将由大品牌主导

三、产品和服务呈现多元化发展趋势

### 第三节 2014-2019年中国美甲用品行业市场预测分析

2012年我国美甲行业市场规模达到120亿元，未来几年随着我国美甲需求市场的增长，我国美甲行业市场规模还将继续快速增长，我们预计还将保持15%以上的发展速度，未来我国美

甲行业市场规模情况如下图所示：

数据来源：博思数据研究中心整理

#### 第四节2014-2019年中国美甲用品市场盈利预测分析

### 第十一章 2014-2019年中国美甲用品行业投资战略研究

#### 第一节2012-2013年中国美甲用品行业投资特性

#### 第二节2014-2019年中国美甲用品行业投资机会分析

##### 一、美甲：纤指百变变出诱人商机

##### 二、指甲美容成市场新投资热点

#### 第三节 2014-2019年中国美甲用品行业投资风险预警

##### 一、市场运营机制风险

##### 二、市场竞争风险

##### 三、进退入风险

#### 图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2013年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2013年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2014年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2014年中国GDP增速预测

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，进出口数据主要来自海关及商务部，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/qitaxiuxian1403/728029A5DO.html>