

## 2024-2029年中国美业O2O市场调研及投资前景预测报告

## 报告简介

根据数据统计，目前中国整个美业(泛指美容美发美甲行业)市场规模很大。美业线下专业店有两三百万家，整个线下高度分散，全国统一品牌的连锁店、旗舰店等没有一家能够占据5%的市场份额，未来几年整个美业市场的规模还将翻倍。在未来五年内，中国美容服务业营业总收入将突破40000亿元。对于美业O2O来说，不但借助消费趋势的东风，还因为身处这个O2O最好的时代里，其迎来了发展高潮。

美业O2O想要颠覆传统的消费模式，归根结底要做的还是给商家带去有消费能力的客户，同时依托线下资源为消费者找到优质的商家，并用好的服务体验作为最根本的保证。今后美业O2O无疑是继滴滴快的打车市场后的下一个爆发点并可颠覆传统消费模式。美业利润高，加之女性消费欲旺盛、消费能力强、消费品次逐年提升，因而美业O2O商机无限，钱景巨大。

本研究咨询报告由北京中道泰和信息咨询有限公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家工信部、国家商务部、国家发改委、国务院发展研究中心、51行业报告网、全国及海外多种相关报刊杂志以及专业研究机构公布和提供的大量资料，对我国美业O2O及各子行业的发展状况、上下游行业发展状况、市场供需形势、新产品与技术等进行了分析，并重点分析了我国美业O2O发展状况和特点，以及中国美业O2O行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对美业O2O发展态势作了详细分析，并对美业O2O进行了趋向研判，是美业O2O经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前美业O2O发展动态，把握企业定位和发展方向不可多得的精品。

## 报告目录

## 第一部分 产业环境透视

## 第一章 中国美业发展概况

## 第一节 中国美业现状

## 一、美业定义

## 二、美业特征

## 三、美业市场规模

## 第二节 传统美业的现状

## 一、我国美业行业发展分析

## 二、2019-2023年我国美业规模分析

## 三、传统美业面临的挑战

## 四、传统美业的发展趋势

### 第三节 电子商务的发展

- 一、我国互联网电子商务的发展起源
- 二、我国互联网电子商务的发展现状
- 三、我国互联网电子商务的规模分析

### 第四节 O2O模式发展

- 一、O2O定义
- 二、O2O面临的商机
- 三、O2O需求市场
- 四、O2O模式发展面临的风险

## 第二章 中国传统美业概况

### 第一节 2019-2023年传统美业业态发展现状

- 一、美容行业发展现状
- 二、美甲行业发展现状
- 三、美发行业发展现状

### 第二节 2019-2023年传统美业经营情况分析

- 一、传统美业市场规模
- 二、传统美业营业利润
- 三、传统美业利率水平

### 第三节 当前实体美业遭遇的发展困境

- 一、传统美业发展客户局限
- 二、经营成本高涨
- 三、新业态兴起竞争升级

## 第三章 中国电子商务的发展概况

### 第一节 互联网的发展

一、中国互联网的普及程度

二、网民基本情况分析

1、PC网民规模分析

2、手机网民规模分析

3、网民属性结构分析

第二节 电子商务的崛起

一、电子商务发展阶段

二、电子商务基本特征

三、电子商务支撑环境

四、电子商务基本模式

五、电子商务规模分析

第二部分 行业深度分析

第四章 互联网形式下的美业发展

第一节 互联网给美业带来了什么

一、摆脱了时间空间的挑战

二、改变了消费者的行为习惯

三、打破了信息的不对称格局

四、更有效的大数据分析方法

第二节 我国网络美容市场的高速增长

一、2019-2023年网络美业市场的交易规模

二、2019-2023年网络美业市场的发展现状

三、2019-2023年网络美业市场的发展潜力

第三节 互联网对传统美业的影响

一、互联网补充传统美业的经营模式

- 二、传统美业面临的转型
- 三、传统美业如何适应互联网的发展
- 四、传统美业抓住互联网的发展机遇

## 第五章 美业O2O市场概况

### 第一节 美业O2O发展分析

- 一、O2O模式分析
- 二、O2O的发展现状
- 三、O2O模式应用成功案例
- 四、O2O发展前景

### 第二节 O2O助力传统美业

- 一、O2O解决传统美业的瓶颈
- 二、如何正确运用O2O
- 三、O2O未来发展前景

### 第三节 O2O对电子商务的影响

- 一、O2O结合电子商务与传统美业
- 二、电子商务如何正确运用O2O

## 第六章 国外美业O2O发展分析

### 第一节 美国O2O行业发展分析

- 一、O2O发展现状
- 二、O2O规模分析
- 三、O2O发展方向

### 第二节 日本O2O行业发展分析

- 一、O2O发展现状
- 二、O2O规模分析

### 三、O2O发展方向

#### 第三节 欧洲O2O行业发展分析

##### 一、O2O发展现状

##### 二、O2O规模分析

##### 三、O2O发展方向

#### 第四节 韩国O2O行业发展分析

##### 一、O2O发展现状

##### 二、O2O规模分析

##### 三、O2O发展方向

#### 第五节 国际典型企业O2O转型分析

##### 一、Styleseat

##### 二、Mindbody

##### 三、Beautified

##### 四、Wahanda

#### 第三部分 竞争格局分析

#### 第七章 美业移动端及主流电商平台合作分析

##### 第一节 美业O2O平台接入分析

##### 一、美业接入微信O2O的切入点

##### 二、美业接入团购网的切入点

##### 三、美业接入专业平台的切入点

##### 第二节 美业独立APP发展分析

##### 一、美容行业APP发展分析

##### 二、美发行业APP发展分析

##### 三、美甲行业APP发展分析

#### 第八章 国内美业O2O平台发展分析

## 第一节 SHOW发

- 一、企业发展基本情况
- 二、运用O2O发展情况
- 三、O2O发展模式分析
- 四、O2O发展规模分析
- 五、未来发展战略分析

## 第二节 美美豆

- 一、企业发展基本情况
- 二、运用O2O发展情况
- 三、O2O发展模式分析
- 四、O2O发展规模分析
- 五、未来发展战略分析

## 第三节 放心美

- 一、企业发展基本情况
- 二、运用O2O发展情况
- 三、O2O发展模式分析
- 四、O2O发展规模分析
- 五、未来发展战略分析

## 第四节 波波网

- 一、企业发展基本情况
- 二、运用O2O发展情况
- 三、O2O发展模式分析
- 四、O2O发展规模分析
- 五、未来发展战略分析

## 第五节 艾美云

- 一、企业发展基本情况
- 二、运用O2O发展情况
- 三、O2O发展模式分析
- 四、O2O发展规模分析
- 五、未来发展战略分析

## 第六节 时尚猫

- 一、企业发展基本情况
- 二、运用O2O发展情况
- 三、O2O发展模式分析
- 四、O2O发展规模分析
- 五、未来发展战略分析

## 第七节 河狸家

- 一、企业发展基本情况
- 二、运用O2O发展情况
- 三、O2O发展模式分析
- 四、O2O发展规模分析
- 五、未来发展战略分析

## 第八节 唯美购

- 一、企业发展基本情况
- 二、运用O2O发展情况
- 三、O2O发展模式分析
- 四、O2O发展规模分析
- 五、未来发展战略分析

## 第九节 真优美

- 一、企业发展基本情况
- 二、运用O2O发展情况
- 三、O2O发展模式分析
- 四、O2O发展规模分析
- 五、未来发展战略分析

## 第十节 更美

- 一、企业发展基本情况
- 二、运用O2O发展情况
- 三、O2O发展模式分析
- 四、O2O发展规模分析
- 五、未来发展战略分析

## 第四部分 行业前景展望

### 第九章 2024-2029年美业O2O发展趋势前瞻与前影预测

#### 第一节 美业发展环境分析

- 一、国内经济发展环境分析
- 二、美业消费环境分析
- 三、美业机会与挑战总结

#### 第二节 2024-2029年O2O美业前景分析

- 一、2024-2029年传统美业规模预测
- 二、2024-2029年电子商务美业规模预测
- 三、2024-2029年O2O美业规模预测

#### 第三节 美业O2O发展趋势分析

- 一、美容O2O发展趋势



二、美甲O2O发展趋势

三、美发O2O发展趋势

第十章 互联网环境下美业的整合与变革

第一节 美业的用户思维

一、美业如何与用户连接

二、美业提升用户参与感

第二节 美业如何运用好粉丝经济

一、让用户成为粉丝

二、增强互动

三、提高重复购买力

第三节 美业如何实现数据化运营和管理

一、大数据对美业的商业价值

二、全渠道美业大数据分析

三、美业与大数据对接的方式

四、美业大数据应用及效果

五、美业如何建立大数据运营体系

第五部分 发展战略研究

第十一章 美业O2O发展战略分析

第一节 美业市场消费分析

一、消费者收入分析

二、消费者可支配收入分析

三、消费者购物习惯分析

四、消费需求分析

第二节 美业O2O营销战略分析

一、市场细分策略

二、市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、新产品差异化策略

五、4P/4C营销组合策略

第三节 行业发展战略研究

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、竞争战略规化

第十二章 行业发展建议对策

第一节 把握国家投资契机

第二节 竞争性联盟的战略实施

第三节 企业自身应对策略

图表目录

图表：2019-2023年美业规模分析

图表：2019-2023年电子商务规模分析

图表：2019-2023年传统美业规模分析

图表：2019-2023年传统美业营业利润分析

图表：2019-2023年传统美业毛利润分析

图表：2019-2023年传统美业净利润分析

图表：2019-2023年美业销售收入

图表：2019-2023年我国网民数量及同比增速

图表：2019-2023年我国互联网企业数量及同比增速

图表：2019-2023年美业O2O规模分析

图表：2019-2023年PC网民规模分析

图表：2019-2023年手机用户规模分析

图表：河狸家O2O市场规模分析

图表：SHOW发O2O市场规模分析

图表：美美豆O2O市场规模分析

图表：2024-2029年美业O2O规模预测

图表：2024-2029年美业团购规模预测

图表：2024-2029年国内美业O2O市场规模预测

**把握投资 决策经营！**

咨询订购 请拨打 400-886-7071 (免长途费) Email : [kf@51baogao.cn](mailto:kf@51baogao.cn)

本文地址 : <https://www.51baogao.cn/bg/20170125/12376.shtml>

在线订购 : [点击这里](#)