

2026-2031年中国美业O2O行业市场调研与竞争格局预测报告

报告简介

目前中国整个美业(泛指美容美发美甲行业)市场规模很大。美业线下专业店超过百万家，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。

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，对中国美业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，并重点分析了中国美业O2O行业发展状况和特点，以及中国美业O2O行业将面临的挑战、企业的发展策略等。报告还对全球的美业O2O行业发展态势作了详细分析，并对美业O2O行业进行了趋向研判，是美业O2O生产、经营企业，科研、投资机构等单位准确了解目前美业O2O业发展动态，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、2021-2026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模式发展面临的风险

四：o2o发展趋势

第二章 中国传统美业概况

第一节 2021-2026年传统美业业态发展现状

一、美容业发展现状

二、美甲行业发展现状

三、美发行业发展现状

第二节 2021-2026年美业经营情况分析

一、美业市场规模

二、美业营业利润

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、员工流失严重

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及发展现状

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

六、电子商务发展趋势

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

第二节 我国网络美容市场的高速增长

一、2021-2026年网络美业市场的交易规模

二、2021-2026年网络美业市场的发展现状

三、2021-2026年网络美业市场的发展潜力

第三节 互联网给美业带来的影响

一、美业o2o的注意事项

二、美容o2o落地方式

三、医疗美容o2o广受关注

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

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

四、美业细分领域切入点

五、美业接入女性购物的切入点

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、企业发展战略分析

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、企业发展战略分析

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、企业发展战略分析

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、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、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、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、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、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、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、发展战略分析

第十一节 自然美生物科技有限公司

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、企业竞争优势分析

第十二节 现代美容控股有限公司

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、企业竞争优势分析

第十三节 美丽田园

一、公司概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来战略分析

第十四节 娇韵诗

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业竞争优势分析

四、企业未来战略分析

第九章 2026-2031年美业o2o发展趋势前瞻与前景预测

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、美容院行业主要法律法规及政策

1、《美容医疗机构、医疗美容科(室)基本标准(试行)》

2、商务部《美容美发业管理暂行办法》

3、《美发美容业开业的专业条件和技术要求》

4、《国务院关于促进健康服务业发展的若干意见》

5、中国首部《美容院服务规范》

四、政策环境对行业的影响

五、美业机会与挑战总结

第二节 2026-2031年o2o美业前景分析

一、2026-2031年传统美业规模预测

二、2026-2031年电子商务美业规模预测

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

四、微商与美业o2o

第四节 美业o2o的商业模式

一、上门模式

二、线上预约、线下体验

三、线下店云服务

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、消费者学历分析

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、竞争战略规划

第四节 对我国美容院品牌的战略思考

一、品牌的重要性

二、实施品牌战略的意义

三、企业品牌的现状分析

四、企业的品牌战略

五、品牌战略管理的策略

第五节 美容院行业投资风险分析

一、市场竞争风险

二、政策/体制风险分析

三、上游供应的风险

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、营销风险及防范

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：2021-2026年我国电商市场交易规模

图表：我国美容机构结构图

图表：各城市主要美甲店

图表：2021-2026年中国美发行业市场规模(单位：亿元)

图表：2021-2026年网民应用规模

图表：2021-2026年中国美业o2o交易规模及增速

图表：2021-2026年美国美业o2o市场规模

图表：美容行业app

图表：美发行业app

图表：美甲行业app

图表：“艾美云” b端+c端互通拓扑图

图表：2021-2026年自然美科技主要经济指标分析

图表：2021-2026年自然美科技利润表分析

图表：2021-2026年自然美科技资产负债表分析

图表：2021-2026年自然美科技现金流量表分析

图表：2021-2026年现代美容控股主要经济指标分析

图表：2021-2026年现代美容控股营收利润表分析

图表：2021-2026年现代美容控股资产负债表分析

图表：2021-2026年现代美容控股现金流量表分析

图表：2021-2026年国内生产总值变化情况

图表：2021-2026年各月度cpi变动情况

图表：2021-2026年全国居民人均可支配收入平均数与中位数

图表：2021-2026年全国居民人均消费支出及构成

图表：固定资产投资增长情况

图表：固定资产投资到位资金增长情况

图表：2021-2026年社会消费品同比增长情况

图表：美业消费各年龄占比

图表：2026-2031年传统美业市场规模

图表：2026-2031年我国电商美业市场规模

图表：美业消费者收入分析(单位：元)

图表：美业消费者学历分布

图表：消费者每月用于美业方面的花费情况(单位：元)

图表：美业消费者搜索店铺距离范围情况

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

报告编号：104557

本文地址：<https://www.51baogao.cn/bg/20181228/104557.shtml>

在线订购：[点击这里](#)