



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国美甲市场发展 现状及战略咨询报告

一、调研说明

《2017-2022年中国美甲市场发展现状及战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/282033.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

美甲，古埃及人就率先用臆羚的毛皮摩擦使指甲发亮，并涂以散沫花汁使其呈现迷人的艳红。在一次考古中有人曾在埃及艳后的墓中发现了一个化妆盒，里面记载着：涂上"处女指甲油"为通向西方极乐世界之用。

在我国唐朝时期，就已经出现染甲的风尚。所用的材料是凤仙花做法是取腐蚀性较强的凤仙花的花和叶放在小钵中捣碎，加少量明矾，便可以用来浸染指甲。也可将丝棉捏成与指甲一样的薄片，放入花汁，等到吸入水分后取出，放在指甲表面，经过连续浸染三到五次，数月都不会褪色。美甲不仅是美丽的标志，还是地位的象征，中国古代官员还用装饰性的金属假指甲增加指甲长度，显示尊贵地位。

英国皇室贵族和中国的清朝皇室都有留甲的传统，保留洁白的指甲表示不必辛苦的工作，象征了地位和权利。拥有一双修长、华丽指甲的人多半属于上流社会的阶层。

美甲材料也更加的健康、环保！满足不同人群的美的需求。

美手、美甲文化起源于人类文明的发展时期，最早出现在人们的宗教、祭祀活动中，人们将手指、手臂画上各种图案，求神灵赐福，祛除邪恶。它在中华民族五千年历史文化中源远流长。至今，从许多方面我们都能发现它闪烁的历史光芒。提起美甲，自然想到手，手是人类在整个文明过程中的具体"实践者"，是人体的重要组成部分，它在人类文明的进程中发挥了巨大的不可或缺的作用。随着文明的发展，手不仅仅是劳动的"工具"，是人的一个器官，它还被"发现"并被提升了固有的美，女性的手尤其如此。

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，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

报告目录：第一章 美甲行业基础概述 8 第一节 美甲介绍 8 第二节 美甲种类 8 一、艺术分类 8 二、美甲色系 9 三、水晶美甲 10 四、琉璃甲 10 第三节 美甲产品 11 第四节 美甲行业服务 11 第二章 全球美甲市场现状 12 美甲行业已达五十年之久，2015年该行业在全球范围内市场规模为503.16亿美元，在欧洲、澳洲及东、南亚的日本、香港、新加坡等地区，美甲早已蔚然成风。 2010-2015年全球美甲行业市场规模（亿美元） 第一节 全球美甲市场总体概况 12 第二节 主要国家和地区美甲市场 12 一、美国 12 二、日本 12 三、韩国 13 第三节 全球品牌美甲产品企业分析 13 一、OPI（美国） 13 二、海豚湾美甲（法国） 14 第四节 全球美甲市场需求变化 16 第三章 中国美甲贸易现状及趋势 17 第一节 美甲贸易量及变化趋势 17 一、指（趾

) 甲化妆品 (33043000) 进出口贸易量 17 二、其他转印贴花纸 (49089000) 进出口贸易量 18
三、未列名仿首饰 (71179000) 进出口贸易量 19 四、修指甲及修脚用具 (82142000) 进出口
贸易量 20 五、剃须刷、发刷、指甲刷、睫毛刷及其他梳妆刷 (96032900) 进出口贸易量 21
第二节 美甲贸易额及变化趋势 22 一、指(趾)甲化妆品 (33043000) 进出口贸易金额 22 二
、其他转印贴花纸 (49089000) 进出口贸易金额 23 三、未列名仿首饰 (71179000) 进出口贸
易金额 24 四、修指甲及修脚用具 (82142000) 进出口贸易金额 25 五、剃须刷、发刷、指甲
刷、睫毛刷及其他梳妆刷 (96032900) 进出口贸易金额 26 第四章 美甲行业现状及变化趋势
27 第一节 北京美甲市场规模 27 第二节 北京美甲行业周期 28 第三节 北京美甲行业集中度 28
第五章 美甲行业经营现状-国研中讯 29 第一节 北京美甲行业企业情况及变化趋势 29 第二节
美甲行业盈利情况及变化趋势 29 第三节 美甲行业成长情况及变化趋势 30 第四节 美甲行业产
值规模及变化趋势 31 第六章 中国美甲产销现状 32 第一节 中国美甲生产情况变化及趋势 32
第二节 中国美甲销售情况变化及趋势 33 第七章 美甲行业关联产业现状及趋势 34 第一节 美
容产业 34 第二节 美甲培训产业 36 第八章 美甲细分产品服务及市场变化 37 第一节 北京美甲
店服务项目情况 37 第二节 北京美甲店影响定价因素 38 第三节 自然服务项目价格参考 39
第九章 美甲区域市场现状及变化 41 一、三环内美甲店分布现状及变化 41 二、三环到五环之
间美甲店分布现状及变化 41 三、五环外美甲店分布现状及变化 42 第十章 美甲行业近5年竞
争现状 42 第一节 中国美甲行业竞争及存在的问题分析 42 一、中国美甲行业竞争总况 42 二、
北京连锁美甲机构品牌竞争力分析 43 三、美甲竞争中存在的问题 43 第二节 中国美甲业竞争
策略分析 44 一、首先要提高美甲师的整体素质和艺术鉴赏水平 44 二、先树立鲜明的品牌和
形象,再去发展多元化经营 44 三、企业应打破常规,强强联手。 45 第十一章 美甲重点企
业经营财务状况分析 45 第一节 佛山市三水金达五金制品有限公司 45 (1) 企业发展简况分析
(2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第二节 佛山市三水日美五金制品有限公
司 48 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第三节 海
宁市双天鹅指甲钳有限公司 51 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业
经营优劣势分析 第四节 金华市东方秀日化有限公司 54 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经
营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第五节 乐清市亚洲美甲用品有限公司 56 (1) 企业发
展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第六节 天津胜一塑胶有限公
司 58 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第七节 厦
门元富彩色贴纸有限公司 60 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经
营优劣势分析 第八节 厦门源益丰贴纸有限公司 62 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情
况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第九节 烟台友信兴产金属制品有限公司 65 (1) 企业发展
简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第十节 漳浦彩露华化妆品有限

公司 67 (1) 企业发展简况分析 (2) 企业经营情况分析 (3) 企业经营优劣势分析 第十二章 美甲未来5年优势企业战略 70 第十三章 未来5年行业前景预测 71 第一节 美甲市场规模预测 71 第二节 美甲产品产量预测 72 第三节 美甲市场环境预测 72 一、国家政策环境分析 72 二、消费环境分析 72 三、文化环境分析 72 第四节 美甲市场竞争预测 73 第五节 美甲行业趋势观察预测 73 一、店铺经营呈现形式多样化,整体相关配套水平急需提高 73 二、美甲企业的经营管理文化将朝正规化方向发展 74 三、美甲行业的销售模式探索和美甲本身发展空间一片光明 74 四、高质量品牌运作和连锁经营成为美甲企业长远发展的趋势 74 第十四章 美甲行业投资 75 第一节 美甲行业投资及壁垒 75 一、美甲行业投资特点 75 二、美甲行业投资壁垒 75 三、美甲行业投资趋势 75 第二节 美甲行业投资经济环境 75 二、工业经济发展形势分析 77 三、全社会固定资产投资分析 79 四、城乡居民收入与消费分析 80 五、对外贸易的发展形势分析 81 六、国内宏观经济发展预测 84 第三节 美甲行业投资政策环境 84 一、美甲店卫生法规知识 84 二、美甲店治安法规知识 85 三、美甲产品进出品政策分析 85 四、美甲师职业岗位标准 85 第四节 美甲行业投资技术环境 86 一、美甲行业技术发展现状 86 二、美甲行业技术前沿 86 第十五章 美甲投资策略及建议 87 第一节 选址策略 87 第二节 经营策略 89 第三节 营销策略 90 第四节 美甲店投资创业方案 91(AK HT) 图表目录: 图表 1 美甲图 8 图表 2 美甲艺术分类表 8 图表 3 美甲色系 9 图表 4 水晶美甲 10 图表 5 琉璃甲片 10 图表 6 琉璃花 11 图表 7 2012-2016年指(趾)甲化妆品进口数量及变化情况 17 图表 8 2012-2016年指(趾)甲化妆品出口数量及变化情况 18 图表 9 2012-2016年其他转印贴花纸进口数量及变化情况 18 图表 10 2012-2016年其他转印贴花纸出口数量及变化情况 19 图表 11 2012-2016年未列名仿首饰进口数量及变化情况 19 图表 12 2012-2016年未列名仿首饰进口数量及变化情况 20 图表 13 2012-2016年修指甲及修脚用具进口数量及变化情况 20 图表 14 2012-2016年修指甲及修脚用具出口数量及变化情况 21 图表 15 2012-2016年剃须刷、发刷、指甲刷、睫毛刷及其他梳妆刷进口数量及变化情况 21 图表 16 2012-2016年剃须刷、发刷、指甲刷、睫毛刷及其他梳妆刷进口数量及变化情况 22 图表 17 2012-2016年指(趾)甲化妆品进口贸易金额及变化情况 22 图表 18 2012-2016年指(趾)甲化妆品出口贸易金额及变化情况 23 图表 19 2012-2016年其他转印贴花纸进口贸易金额及变化情况 23 图表 20 2012-2016年其他转印贴花纸出口贸易金额及变化情况 24 图表 21 2012-2016年未列名仿首饰进口贸易金额及变化情况 24 图表 22 2012-2016年未列名仿首饰出口贸易金额及变化情况 25 图表 23 2012-2016年修指甲及修脚用具进口贸易金额及变化情况 25 图表 24 2012-2016年修指甲及修脚用具出口贸易金额及变化情况 26 图表 25 2012-2016年剃须刷、发刷、指甲刷、睫毛刷及其他梳妆刷进口贸易金额及变化情况 26 图表 26 2012-2016年剃须刷、发刷、指甲刷、睫毛刷及其他梳妆刷出口贸易金额及变化情况 27 图表 27 北京美甲行业市场规模及其增长预期 27 图表 28 美甲行业的生命周期 28 图表 29

2012-2016年年中国国内美甲用品行业平均总资产利润率及平均平均销售毛利率状况 29 图表
30 2015-2016年中国美甲行业产值及增长率状况 31
更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282033.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。