



头豹
LeadLeo

2024年 头豹行业词条报告

报告提供的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等）均系头豹研究院独有的高度机密性文件（在报告中另行标明出处者除外）。未经头豹研究院事先书面许可，任何人不得以任何方式擅自复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编本报告内容，若有违反上述约定的行为发生，头豹研究院保留采取法律措施、追究相关人员责任的权利。头豹研究院开展的所有商业活动均使用“头豹研究院”或“头豹”的商号、商标，头豹研究院无任何前述名称之外的其他分支机构，也未授权或聘用其他任何第三方代表头豹研究院开展商业活动。

Copyright © 2024 头豹

美甲店行业研究报告：美甲店如何借助社交媒体和个性化服务引领新潮流 头豹词条报告系列



洪莹 等 2 人

2024-06-21 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：[居民服务、修理和其他服务/居民服务/理发及美容服务](#) [消费品制造/家电家用](#)

关键词：[美甲](#) [女性经济](#) [爱美经济](#)

词目录

<h3>行业定义</h3> <p>美甲店是指运用专业技术技艺、专业设备仪器、专业...</p> AI访谈	<h3>行业分类</h3> <p>按照美甲店经营模式的分类方式，美甲店行业可以分...</p> AI访谈	<h3>行业特征</h3> <p>美甲店行业特征包括服务项目多元化，从业人员流动...</p> AI访谈	<h3>发展历程</h3> <p>美甲店行业目前已达到 4个阶段</p> AI访谈
<h3>产业链分析</h3> <p>上游分析 中游分析 下游分析</p> AI访谈	<h3>行业规模</h3> <p>美甲店行业规模暂无评级报告</p> AI访谈 SIZE数据	<h3>政策梳理</h3> <p>美甲店行业相关政策 5篇</p> AI访谈	<h3>竞争格局</h3> <p>AI访谈 数据图表</p>

摘要 美甲店行业近年来蓬勃发展，市场规模不断扩大，消费群体日益广泛。随着消费者对美的追求和对个性化服务的重视，美甲店不断创新产品与服务，满足多元化需求。同时，社交媒体的普及推动美甲文化传播，使行业更具活力。在竞争格局上，美甲店市场呈现市场高度分散、地域性特征显著的特点，各大品牌加强品牌建设和市场拓展，通过提升服务质量、创新产品款式和拓展线上线下渠道提升竞争力。未来，美甲店行业将继续稳健发展，面临更多机遇。然而，在激烈的市场竞争中，美甲店需提高竞争力，注重品牌建设、服务质量提升和创新能力培养，同时关注行业趋势和消费者需求变化，以实现持续发展。

美甲店行业定义^[1]

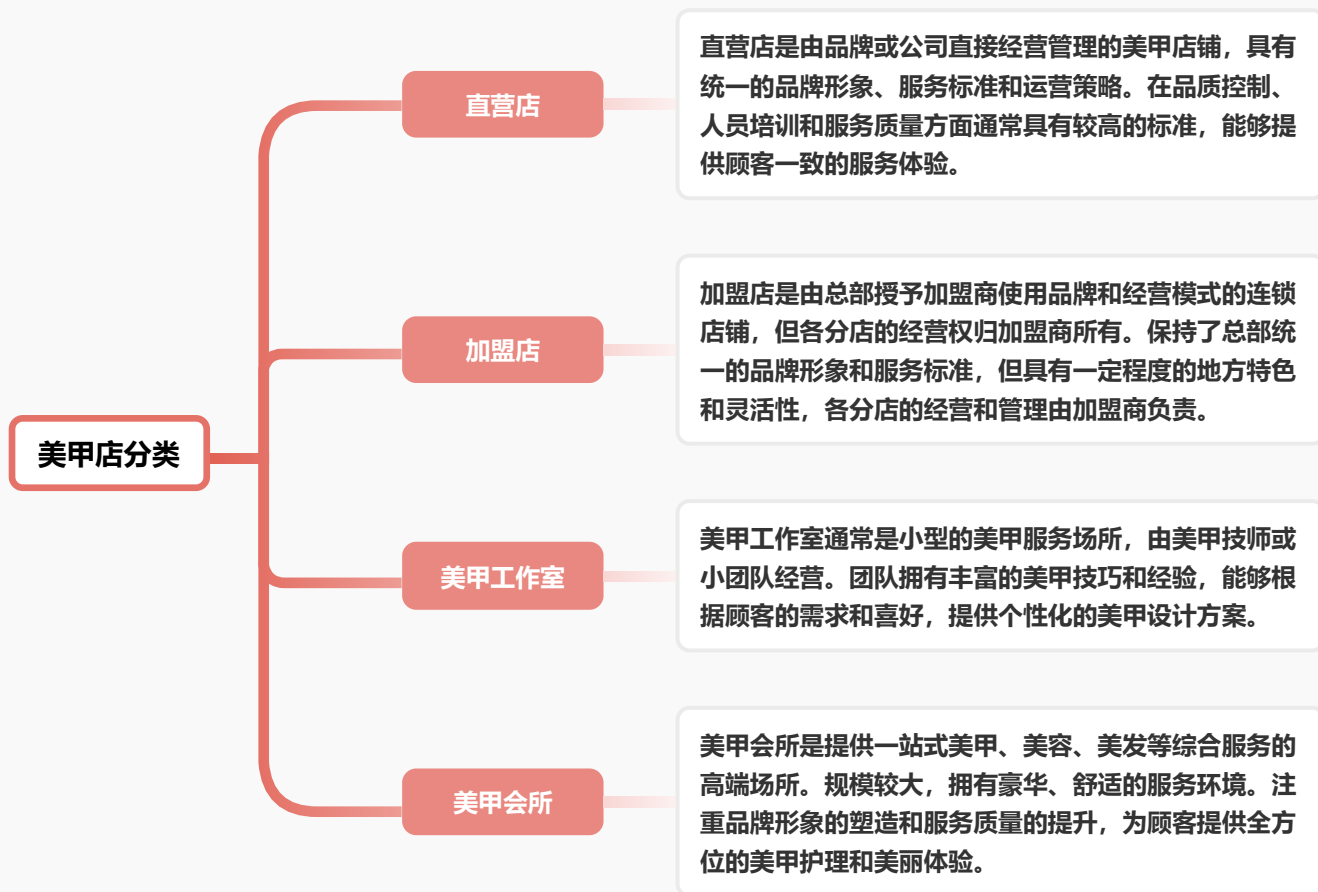
美甲店是指运用专业技术技艺、专业设备仪器、专业用具用品等手段，为消费者提供手足部按摩和皮肤护理、指甲修整、人造指甲、艺术美甲等服务的经营机构，其服务范围涵盖了指甲修剪、美甲彩绘、装饰、护理等多个方面。根据服务内容的不同，美甲店分为单一美甲服务店和综合美容美甲店两种类型，单一美甲服务店专注于提供美甲相关服务，综合美容美甲店则涵盖了美甲、护肤、美发等多项美容服务。

[1] 1: <https://mp.weixin...> 2: 惠州开拓者电子有限公司

美甲店行业分类^[2]

按照美甲店经营模式的分类方式，美甲店行业可以分为如下类别：直营店、加盟店、美甲工作室、美甲会所。

美甲店行业基于经营模式的分类



[2] 1: <https://mp.weixin...>

2: 北京虎嗅信息科技股份...

美甲店行业特征^[3]

美甲店行业特征包括服务项目多元化，从业人员流动性大，行业门槛低、利润高。

1 服务项目多元化

近年来，美甲店的服务项目已发生显著变化，从单一的手脚护理和指甲美容，拓展至手部皮肤护理、化妆、美容按摩等多元化服务。仅有41.8%的服务者仅提供美甲服务，多数服务者已将业务扩展至美睫、手

足护理等，甚至包括纹绣、半永久等美业项目。美甲店正逐渐转变为迷你美业服务站，成为美业接触用户的重要渠道。

2 从业人员流动性大

美甲从业人员多数为年轻女性，追求自由，常选择自主创业，但成功经营者不多，导致了行业内人员的高流动性。据统计，超过74.7%的美业从业者从业时间不超过两年，职业寿命相对短暂，使得员工培训、技术传承和服务质量难以稳定。

3 行业门槛低、利润高

美甲创业可以选择多种经营模式，如摆摊、个人工作室等。创业者根据市场需求和个人情况选择适合的经营方式。初始投入少，小规模经营亦可逐步扩展，无需深厚专业知识。同时，美甲店利润丰厚，主要原材料甲油胶用量少、成本低，但能产生高额现金流，利润空间大。

[3] 1: <https://mp.weixin...>

2: <https://mp.weixin...>

3: <https://mp.weixin...>

4: 济南极视达传媒有限责...

美甲店发展历程^[4]

美甲店行业自1997年徐巍在广州首次接触以来，经历了从无到有、从简单到多元的发展历程。从早期集中在一线城市的单一服务，到2000年徐巍创立进巍美甲标志行业起步，美甲店数量逐渐增加，经营模式日趋多样。2005年光疗胶的诞生为行业带来技术创新，推动了行业的快速发展。随后，美甲店服务范围扩大，跨界合作增多，市场竞争日趋激烈。2016年行业洗牌后，美甲店数量和规模趋稳，品牌建设和差异化经营成为竞争关键。近年来，随着国货美妆品牌的崛起和国际化趋势的加强，美甲行业开始拓展海外市场，展现出更加广阔的发展前景。整个行业的发展不仅满足了消费者对美的追求，同时推动了相关产业的创新与进步。

萌芽期 · 1997~2000

1997年，徐巍在广州的美容博览会上首次接触到美甲，当时中国尚无专业美甲店。早期美甲店主要集中在一线城市，服务内容简单，美甲款式单一。

美甲概念刚刚进入中国，尚未被广大消费者所接受。美甲店数量稀少，服务质量和款式较为简单，为美甲店行业的后续发展奠定了基础。

启动期 · 2001~2005

2000年，徐巍辞职创立进巍美甲，标志着中国美甲行业的初步起步。美甲店数量开始增加，出现特许加盟等经营模式。2005年，光疗胶的诞生为美甲行业带来技术创新，推动行业进入新时代。美甲店行业开始受到更多关注，市场需求逐渐增长。美甲店数量的增加和技术的创新为行业发展注入了活力。光疗胶的诞生为行业带来了革命性的变化。

高速发展期 · 2006~2015

2006年，美甲店数量激增，服务范围扩大，涵盖美甲设计、培训等多元领域。2009年，美甲行业开始跨界合作，与时尚、化妆品等行业联合推广，拓展市场。2014年，市场竞争加剧，美甲店注重品牌建设与差异化经营，以独特服务吸引顾客。

美甲店的数量和服务范围均实现了快速增长。跨界合作、消费者需求的升级以及服务质量的提升推动了行业的快速发展。

成熟期 · 2016~2024

2016年，行业经历洗牌，美业生产重地广州地区3,000多家企业关闭，不合规企业退出市场。美甲店数量和规模趋于稳定，市场竞争激烈，品牌建设和差异化经营成为关键。2020年，国货美妆品牌崛起，美甲产品开始走向海外市场。

美甲店行业经历了洗牌和整合，市场格局逐渐稳定。品牌建设和差异化经营成为美甲店竞争的核心。同时，随着国货美妆品牌的崛起和国际化趋势的加强，美甲行业开始拓展海外市场，展现出更加广阔的发展前景。

[4] 1: <https://finance.sin...>

2: <http://12365.ce.cn...>

3: <https://www.xianji...>

4: 新浪财经; 中国经济网...

美甲店产业链分析

美甲店的上游是原材料供应商，中游是美甲店，下游是消费者。其中，原材料供应商为美甲店提供美甲用具，美甲店为消费者提供美甲相关服务，消费者支付美甲店美甲费用。

[6]

美甲店行业产业链主要有以下核心研究观点：^[6]

[12]

美甲店利润空间大得益于原材料成本低廉和灵活的定价策略。

一方面，美甲用具的成本低廉，甲油胶作为核心原材料，人均单次用量小，一瓶可涂50-70双手，使用周期接近半年，使得美甲店在原材料方面的成本开支相对较低，仅占总成本的不到10%。另一方面，美甲店通过灵活定价和增值服务策略来扩大利润空间，将普通装饰品包装成高端品牌并高价出售。如将淘宝上仅售8.8元59颗的极光钻包装成施华洛世奇水晶等“高端货”，每颗价格大幅提升至38元，显著提升了利润水平。

美甲店行业热度持续提升，高学历年轻女性成为消费主力军。

近年来，美甲热度持续提升，成为众多消费者热衷的消费选择。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。高学历年轻女性成为美甲消费主力军，女性消费者超八成，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。同时，情绪消费盛行，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，显示出美甲消费的高频特性。^[6]

上 产业链上游

生产制造端

原材料供应商

上游厂商

[深圳市宝安区西乡丹豪甲油胶美甲工厂 >](#)

[深圳市龙岗区南湾美雅丝生物甲油胶厂 >](#)

[惠州市中天新材料科技有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链上游说明

从原材料价格层面：美甲用具成本低廉。

美甲用具主要包括甲油胶、工具、钻粉等，其中甲胶油市场需求旺盛，占据66%的比例，远高于美甲饰品的4%。此外，灯具和工具/耗材分别占6%和8%，多为辅助用品。甲油胶作为核心原材料，人均单次用量小，一瓶可涂50-70双手，使用周期接近半年，意味着美甲店在原材料方面的成本开支相对较低，不到总成本的10%。即便购买国际品牌甲油胶，如CND、OPI等，分摊到每次服务的成本同样很低，平均每人每次的成本仅为10元。若选经济产品，成本更低。因此，从原材料价格层面来看，美甲用具的成本低廉，为美甲店提供了高利润的空间。

从原材料品质层面：美甲产品质量参差不齐。

部分商家为降低成本，使用甲醛树脂等有害材料制造美甲产品。据2015年杭州市消保委检测，10种甲油胶和5种指甲油均检出甲苯、乙苯，二甲苯检出率高达93%，个别批次还含铅、苯乙烯等有害物质。2023年国家化妆品抽样检验中，有7批次化妆品因含禁用原料而不合格。尽管市场上存在哈摩尼、蜜歌恩等优秀美甲品牌，但美甲产品仍缺乏统一标准和严格监管。部分不法商家生产不达标产

品，侵害消费者权益。如广州波菲尔生物科技有限公司因未获《化妆品生产许可证》生产甲胶油，涉案货值超20万，2023年3月被广州市白云区市场监管局罚款5,318,025元。

中 产业链中游

品牌端

美甲店

中游厂商

[广州市越秀区杨静美甲店 >](#)

[上海夏语美甲店 >](#)

[南宁市莉佳美甲店 >](#)

[查看全部 >](#)

产业链中游说明

从行业利润层面：行业利润空间大。

首先，美甲服务成本相对较低，一瓶15ml的美甲胶成本只需几十元，但足以供30人使用。以100元的客单价计算，能产生高达3,000元的现金流，凸显其高利润潜力。其次，调查显示超六成消费者次均消费金额集中在60-120元，且美甲价格在不同区域存在差异，平均价格高达127元。正是这种高价策略使得美甲店能够获得可观的利润。此外，美甲店还通过灵活定价和增值服务策略来扩大利润空间，将普通装饰品包装成高端品牌并高价出售，如将淘宝上仅售8.8元59颗的极光钻包装成施华洛世奇水晶等“高端货”，每颗价格大幅提升至38元。美甲店行业凭借低成本和灵活的定价增值服务策略，实现了可观的利润空间。

从行业发展层面：行业热度持续提升。

近年来，美甲店行业蓬勃发展，热度持续高涨。在抖音平台上，“指甲油/美甲工具”GMV增速高达62%，领跑美妆高增长品类。同时，小红书等平台上关于美甲的搜索笔记数量庞大，高达1,606万篇，其中热门内容点赞数更是突破32万，可见其受欢迎程度。随着“悦己消费”趋势的兴起，美甲需求不断攀升，新服务如“美甲半贴”等备受欢迎。中国美甲相关企业数量已达到惊人的131.49万家，近十年注册量持续增长。2021年以来，美甲相关企业新增数量迅猛，2023年更是同比增长52%，新增企业达到46.09万家，充分展现了美甲店行业的强劲发展势头和巨大市场潜力。

下 产业链下游

渠道端及终端客户

消费者

渠道端

产业链下游说明

从消费者画像层面：高学历年轻女性成为美甲消费主力军。

美甲消费群体中，女性消费者超八成，美甲经济在女性对美的追求与消费升级的推动下蓬勃发展。其中，20-39岁群体占比85.5%成为美甲消费的主力军。大专及以上学历的消费者占比超过九成，其中研究生以上学历占比达17.1%。白领阶层居多，收入在5,001-10,000元的消费者近五成，超七成消费者位于一二线城市。由此可见，高学历及高消费能力群体在美甲消费中占据显著地位，高学历年轻女性成为美甲行业发展的核心动力。

从消费者需求层面：情绪消费盛行，美甲高频需求特性显著。

“悦己型消费”盛行，超80%消费者愿为化妆品的情绪价值买单，情绪满足已成为新的消费动机。尽管过去三年受到公共卫生事件的影响，各行业普遍受挫，但美甲店行业却持续保持增长势头。在消费频率方面，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。

- [5] 1: <https://mp.weixin...> 2: 北京店之家计算机系统...
- [6] 1: <https://baijiahao.b...> 2: <https://baijiahao.b...> 3: <https://baijiahao.b...> 4: 中工网; 界面新闻
- [7] 1: <https://mp.weixin...> 2: 北京店之家计算机系统...
- [8] 1: <https://m.thepape...> 2: <https://m.gmw.cn/...> 3: <http://12365.ce.cn...> 4: <https://mp.weixin...>
5: 澎湃新闻新闻客户端; 光明...
- [9] 1: <https://www.jiemia...> 2: <https://baijiahao.b...> 3: <https://baijiahao.b...> 4: 界面新闻; 中工网; 文...
- [10] 1: <https://www.szne...> 2: <http://news.china...> 3: <https://www.sohu...> 4: 中国网; 深圳新闻网; ...
- [11] 1: <https://baijiahao.b...> 2: <https://mp.weixin...> 3: <https://mp.weixin...> 4: 钱江晚报; 科普中国; ...
- [12] 1: <https://mp.weixin...> 2: <https://mp.weixin...> 3: 杭州市钱塘区甲如有你...

美甲店行业规模

2018年—2023年，美甲店行业市场规模由867.23亿元增长至1,040.89亿元，期间年复合增长率3.72%。预计2024年—2028年，美甲店行业市场规模由1,094.43亿元增长至1,345.64亿元，期间年复合增长率5.30%。^[16]

美甲店行业市场规模历史变化的原因如下：^[16]

市场需求攀升与个性化消费普及驱动行业规模扩大。

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，美甲店行业规模总体呈增长态势。2018年至2023年，美甲店行业市场规模从约867亿元增长至超1,000亿元。“Z世代”作为美业消费的核心群体，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。2022年7月，美甲消费用户同比增长28%，成为反弹最猛的行业之一，美发、美甲等个性化消费逐渐成为常态化。

美甲店数量增加成为推动行业规模增长的中坚力量。

在广泛的市场需求推动下，中国美甲企业发展蓬勃。美甲相关企业注册量增速持续十年正增长。2023年美甲相关企业新增42.19万，同比增长33.1%。近年美甲店的数量已达30万余家，从业人员更是超过260万人。据统计，在美甲消费方式的选择中，高达84.4%的消费者选择线下实体店进行消费。美甲店作为行业核心，满足消费者需求，推动行业发展。美甲店数量增加对行业规模扩大具有显著影响。^[16]

美甲店行业市场规模未来变化的原因主要包括：^[16]

数字化营销模式或成为美甲店实现规模增长的助力器。

目前，抖音平台上的美甲话题量超900亿，每天有150-200万用户搜索美甲。短视频、直播等数字化营销模式以及团购、种草经济推动了美甲产品销售的快速增长。2023年1-6月，抖音美甲类产品销售额同比增长154.9%，店铺数量由2022年4,947家增长至2023年7,258家。社交媒体平台上美甲相关讨论热烈，以“美甲”为关键词搜索，在小红书等社媒平台上的笔记数量多达1,606万篇，热度最高的单篇点赞数超过32万，显示出美甲已成为流行文化现象。未来，美甲店行业规模有望在数字化营销模式的助力下实现显著增长。

可穿戴美甲分割市场或使美甲店行业规模增速放缓。

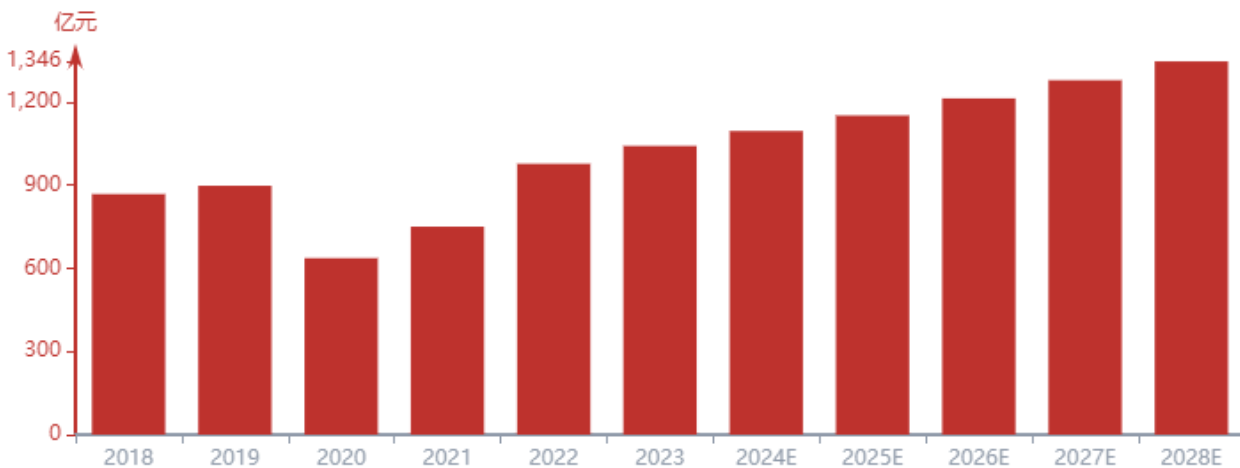
可穿戴美甲在电商平台的销量同比增长高达200%，线下门店扩张同比增长435%，正迅速占领美甲消费市场。可穿戴美甲操作简便、节省时间，满足现代消费者快节奏生活的需求。消费者使用可穿戴美甲仅需10至20分钟，极大地提高了美甲的便捷性和效率。全球可穿戴美甲市场规模预计2027年达90亿美元。由此可见，可穿戴美甲以其独特的优势，正显著分割美甲消费市场，对传统美甲店行业造成了冲击。随着可穿戴美甲市场的不断扩大或导致传统美甲店行业规模增速放缓。^[16]

美甲店行业规模

美甲店行业规模

美甲店行业规模





数据来源：辽沈晚报；国家统计局；蓝鲸财经；美团平台；美业新纬度

- [13] 1: <https://mp.weixin...> 2: 广州牧云网络科技有限...
- [14] 1: <https://vr.sina.com...> 2: <https://www.sohu...> 3: 新浪VR; 北京拾万加文...
- [15] 1: <https://mp.weixin...> 2: 商界杂志社
- [16] 1: <https://xueqiu.co...> 2: <https://mp.weixin...> 3: 企查查财经; 杭州市钱...

美甲店政策梳理^[17]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》	国务院	2021-03-12	4
政策内容	扩大服务业对内对外开放，进一步放宽市场准入，全面清理不合理的限制条件，鼓励社会力量扩大多元化多层次服务供给。完善支持服务业发展的政策体系，创新适应服务新业态新模式和产业融合发展需要的土地、财税、金融、价格等政策。健全服务质量标准体系，强化标准贯彻执行和推广。			
政策解读	该政策进一步放宽美甲行业准入，完善政策体系健全质量标准体系，为美甲行业提供适合发展的营商环境，促进美甲行业进一步发展。			
政策性质	鼓励性政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响

	《化妆品生产经营监督管理办法》	国家市场监督管理总局	2021-08-02	-4
政策内容	化妆品注册人、备案人应当依法建立化妆品生产质量管理体系，履行产品不良反应监测、风险控制、产品召回等义务，对化妆品的质量安全和功效宣称负责。			
政策解读	该法规加强化妆品监督管理，对化妆品生产实行许可管理，规范了化妆品的生产经营活动，进一步保证美甲商品的质量安全。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《化妆品注册备案管理办法》	国家市场监督管理总局	2021-01-07	-3
政策内容	化妆品注册人、备案人应当依照法律、行政法规、强制性国家标准、技术规范和注册备案管理等规定，开展化妆品研制、安全评估、注册备案检验等工作，并按照化妆品注册备案资料规范要求提交注册备案资料。			
政策解读	该法规规范化妆品注册和备案行为，保证化妆品质量安全，对消费者使用的化妆品原料的安全性负责，保护消费者权益。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《化妆品监督管理条例》	国务院	2020-06-16	-3
政策内容	为了规范化妆品生产经营活动，加强化妆品监督管理，保证化妆品质量安全，保障消费者健康，促进化妆品产业健康发展，制定本条例。化妆品生产经营者应当依照法律、法规、强制性国家标准、技术规范从事生产经营活动，加强管理，诚信自律，保证化妆品质量安全。			
政策解读	该政策进一步规范了美甲行业的质量要求，加强美甲行业监督管理，保证美甲产品质量安全，保护消费者健康，促进美甲行业长远稳定发展。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《人力资源社会保障部办公厅关于停止美甲师职业资格考试鉴定发证活动的通知》	职业能力建设司	2015-09-19	6
政策内容	一、立即停止美甲师职业资格考试鉴定活动并停止发放职业资格证书。二、严禁将水平评价类职业资格违规设置为行政许可并与就业创业挂钩。			
政策解读	减少了美甲师职业资格许可和认定工作的要求，降低美甲创业成本，吸引更多人涌入美甲行业，开拓美甲创业市场，促进美甲行业进一步发展。			
政策性质	指导性政策			

[17] 1: <https://www.gov.c...> 2: <https://www.samr...> 3: <https://www.samr...> 4: <https://www.gov.c...>
5: <http://www.mohrs...> 6: 新华社; 国家市场监督...

美甲店竞争格局

当前整个行业呈现出的竞争状态：市场高度分散，地域性特征显著。^[21]

美甲店行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有北京进巍美甲有限公司、北京悦燃时代贸易有限公司等；第二梯队公司为广州鸥博丽美甲用品有限公司、北京市丽雅玉指美甲连锁有限责任公司等；第三梯队有奉节县彩妆美甲店、扬州妍睫美甲美容有限公司等。^[21]

美甲店行业竞争格局的形成主要包括以下原因：^[21]

美甲店品牌众多但规模有限。

中国专业美甲市场业态丰富，包含个体店、规模品牌、个性化机构及上门服务等模式。然而，尽管市场多元，却未出现市场份额超过1%的连锁品牌，凸显行业的高度分散性。美甲店铺普遍规模较小，超16.8万家成立年限小于3年，且76.9%的门店注册资本在1万元以下，多数品牌为单店经营，缺乏规模优势。近十年来，美甲相关企业注册量持续增长，2023年同比增长高达52%。美甲店数量亦迅猛增长，2023年达到近35.1万家，反映美甲店数量众多和行业的高度分散性。

地区消费需求差异导致行业呈现多层次差异化特征。

美甲店地域性特征与消费市场紧密相关。3-5万投资的小型美甲店集中十八线或县城，租金低、竞争小，满足基础需求。10万的中型店则多见于二线、三线繁华地段或一线城市非核心区域，选址灵活但租金高，提供丰富服务，吸引中高端消费者。超过20万投资的连锁店则主要占据一线城市繁华地段，店面豪华、竞争激烈，需大量资

金投入营销，吸引高端消费者。数据显示，上海市人均美甲消费额高达473元，领跑一线城市。北上广深知名美甲连锁店占比高达76.92%，体现消费水平和美甲文化普及程度。不同规模的美甲店根据消费市场需求和竞争态势，灵活选址并提供差异化服务，以满足从基础到高端的多层次消费需求。 [21]

美甲店行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因： [21]

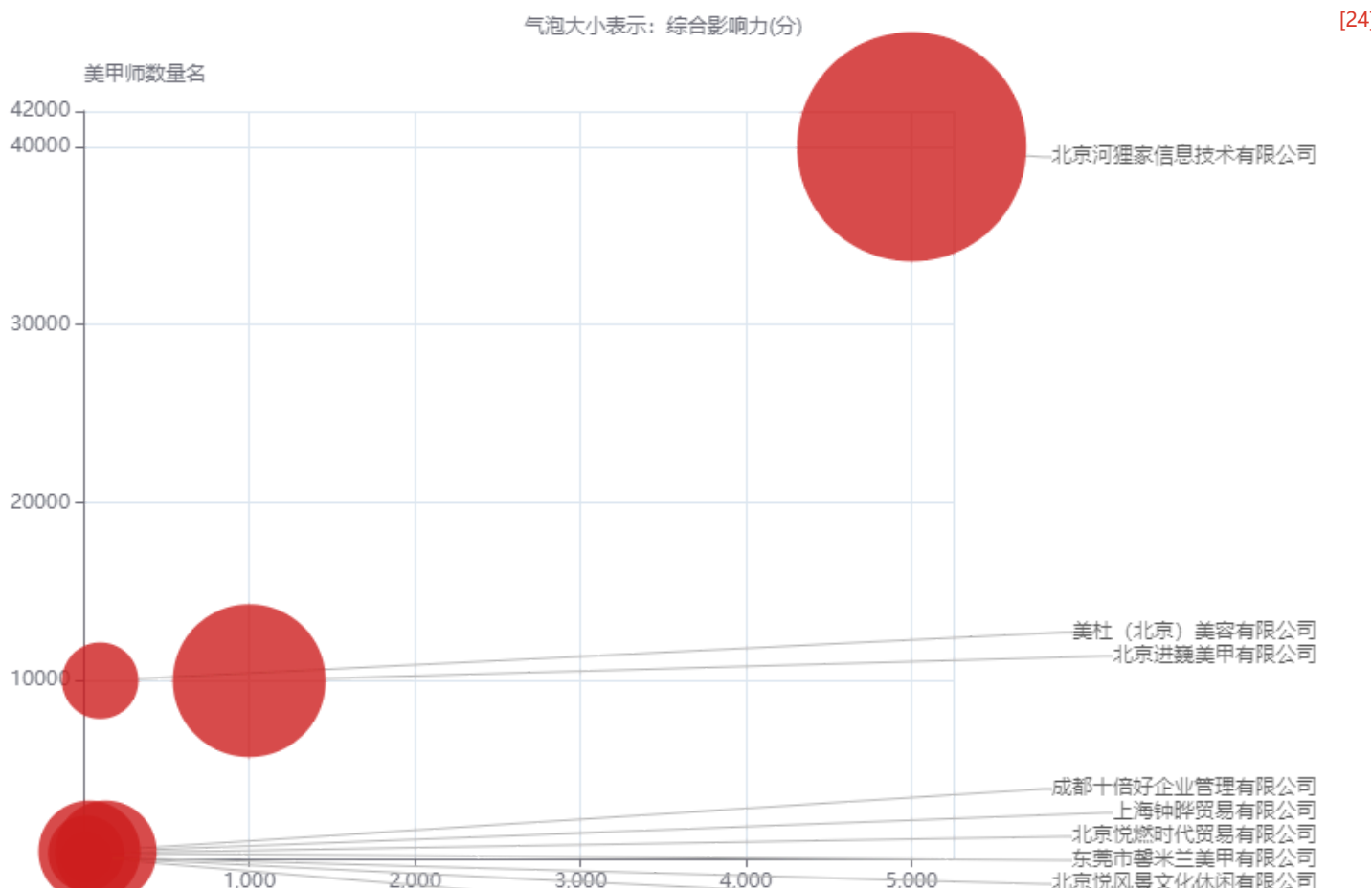
美甲连锁店呈现下沉趋势或使行业地域性特征减弱。

近年来，美甲连锁店呈现下沉趋势。三四线及以下城市的美甲发展速度已超越一二线城市，达到1.24倍。目前市场虽以私人店铺为主，但随着行业标准化和消费者要求的提高，品牌化、规模化大型美甲企业正通过连锁特许加盟模式崛起。尽管知名美甲连锁店在一线城市集聚，占比高达76.92%，但标准化进程正助力本地企业走向全国，缓解地域分化竞争。上海美容商家引入标准化流程后，交易转化率提升30%。美甲连锁店下沉趋势或将减弱行业地域性特征，推动行业更加均衡多元发展。

行业标准化、数字化趋势导致竞争加剧或淘汰部分传统美甲店。

中国美甲市场分散，美甲店超30万家，但尚未出现市场份额超过1%的连锁品牌。行业标准化和数字化正逐步改变这一格局，助力企业突破地域限制。美团等平台积极推动行业标准化，已有超过60万的手艺人获得了官方认证，新锐品牌如“UGIRL有个美甲”借此机会走向了全国。数字化转型提高了美甲店效率，但加剧市场竞争。线上美甲市场大幅增长，增长率超133%，主要平台有美甲帮商城和淘宝天猫等。随着线上交易份额扩大，未实现标准化和数字化的美甲店面临淘汰风险。因此，标准化和数字化虽推动行业进步，但加剧竞争，导致部分传统经营模式的美甲店淘汰。

[21]



上市公司速览

0

总市值	营收规模	同比增长(%)	毛利率(%)
-	-	-	-

- [18] 1: <https://static.nfap...> 2: <https://finance.eas...> 3: 南方网; 东方网
- [19] 1: <https://finance.eas...> 2: <https://mp.weixin....> 3: <https://mp.weixin...> 4: 东方网; 江苏经济报; ...
- [20] 1: <https://mp.weixin....> 2: <https://mp.weixin...> 3: <https://mp.weixin...> 4: 深圳市指扑生物科技有...
- [21] 1: <https://mp.weixin....> 2: <https://zhuanlan.z...> 3: 新浪网技术(中国)有...
- [22] 1: <https://www.maig...> 2: <https://www.maig...> 3: <https://www.maig...> 4: <http://www.kywa...>
5: <https://baike.baid...> 6: <http://zjs.tuweia.c...> 7: <https://cn.chinadai...> 8: <https://www.sohu...>
9: <https://baike.baid...> 10: 百度百科; 北京知行知...
- [23] 1: <https://www.maig...> 2: 购买品牌网
- [24] 1: <https://www.maig...> 2: <https://mp.weixin...> 3: <https://www.maig...> 4: <https://mp.weixin...>
5: 购买品牌网; 北京悦燃...

美甲店企业分析

1 北京进巍美甲有限公司

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	245万人民币
企业总部	市辖区	行业	居民服务业
法人	徐巍	统一社会信用代码	91110108801778808G
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	2001-09-04
品牌名称	北京进巍美甲有限公司		
经营范围	美容; 家居装饰; 技术开发, 技术转让, 技术咨询, 技术培训; 销售开发后的产品、百货、... 查看更多		

法律声明

权利归属：头豹上关于页面内容的补充说明、描述，以及其中包含的头豹标识、版面设计、排版方式、文本、图片、图形等，相关知识产权归头豹所有，均受著作权法、商标法及其它法律保护。

尊重原创：头豹上发布的内容（包括但不限于页面中呈现的数据、文字、图表、图像等），著作权均归发布者所有。头豹有权但无义务对用户发布的内容进行审核，有权根据相关证据结合法律法规对侵权信息进行处理。头豹不对发布者发布内容的知识产权权属进行保证，并且尊重权利人的知识产权及其他合法权益。如果权利人认为头豹平台上发布者发布的内容侵犯自身的知识产权及其他合法权益，可依法向头豹（联系邮箱：support@leadleo.com）发出书面说明，并提供具有证明效力的证据材料。头豹在书面审核相关材料后，有权根据《中华人民共和国侵权责任法》等法律法规删除相关内容，并依法保留相关数据。

内容使用：未经发布方及头豹事先书面许可，任何人不得以任何方式直接或间接地复制、再造、传播、出版、引用、改编、汇编上述内容，或用于任何商业目的。任何第三方如需转载、引用或基于任何商业目的使用本页面上的任何内容（包括但不限于数据、文字、图表、图像等），可根据页面相关的指引进行授权操作；或联系头豹取得相应授权，联系邮箱：support@leadleo.com。

合作维权：头豹已获得发布方的授权，如果任何第三方侵犯了发布方相关的权利，发布方或将授权头豹或其指定的代理人代表头豹自身或发布方对该第三方提出警告、投诉、发起诉讼、进行上诉，或谈判和解，或在认为必要的情况下参与共同维权。

完整性：以上声明和本页内容以及本平台所有内容（包括但不限于文字、图片、图表、视频、数据）构成不可分割的部分，在未仔细阅读并认可本声明所有条款的前提下，请勿对本页面以及头豹所有内容做任何形式的浏览、点击、引用或下载。

商务合作

阅读全部原创报告和百万数据

会员账号

募投可研、尽调、IRPR等研究咨询

定制报告/词条

定制公司的第一本

白皮书

内容授权商用、上市

招股书引用

企业产品宣传

市场地位确认

丰富简历履历，报名

云实习课程

头豹研究院

咨询/合作

网址：www.leadleo.com

电话：13544093853（游先生）

电话：13080197867（李先生）

深圳市华润置地大厦E座4105室



诚邀企业 共建词条报告

- 企业IPO上市招股书
- 企业市占率材料申报
- 企业融资BP引用
- 上市公司市值管理
- 企业市场地位确认证书
- 企业品牌宣传 PR/IR

词

