



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。

穿戴甲：“指尖”掘金30亿，小甲片上的大生意

头豹词条报告系列



黄之婧 · 头豹分析师

2024-08-02 未经平台授权，禁止转载

版权有问题？[点此投诉](#)

行业：[制造业/其他制造业](#) [消费品制造](#)

词目录

行业定义 穿戴甲是一种创新的美甲产品，商家将底色、钻饰和...	行业分类 按照材质、工艺的分类方式，穿戴甲行业可分为如...	行业特征 穿戴甲行业的特征包括“产销集中化”、“品牌零散...	发展历程 穿戴甲行业目前已达到 2个 阶段
产业链分析 上游分析 中游分析 下游分析	行业规模 穿戴甲行业规模暂无评级报告 SIZE数据	政策梳理 穿戴甲行业相关政策 5篇	竞争格局 数据图表

摘要 得益于穿戴便捷、可反复佩戴、对自身指甲损伤程度低、性价比高等优势，穿戴甲迅速在市场上赢得了广泛的关注和喜爱。在这一风潮下，消费者美甲习惯亦在逐渐改变。江苏连云港东海县作为中国穿戴甲行业先行示范区，凭借产业链优势成为中国穿戴甲产销中心，并通过积极打造穿戴甲基地，为行业注入新活力。近年来，中国穿戴甲行业市场规模快速增长，线上线下渠道多元化推动销量激增，预计未来几年将持续扩大。

行业定义^[1]

穿戴甲是一种创新的美甲产品，商家将底色、钻饰和花纹等美甲元素预先绘制在甲片上，并以套装形式出售。消费者购买甲片后，通过果冻胶等粘合剂将其固定在自身指甲上，从而达到和传统美甲相似的效果。得益于穿戴便捷、可反复佩戴、对自身指甲损伤程度低、性价比高等优势，穿戴甲迅速在市场上赢得了广泛的关注和喜爱。在这一风潮下，消费者美甲习惯亦在逐渐改变。

[1] 1: 人民日报评论、南央纯...

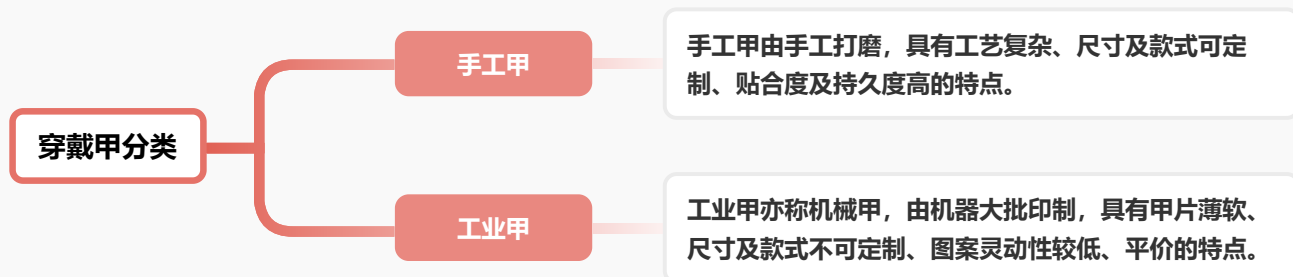
行业分类^[2]

按照材质、工艺的分类方式，穿戴甲行业可分为如下类别：

穿戴甲行业基于材质的分类



穿戴甲行业基于生产工艺的分类



[2] 1: 鱼水水美甲小店、植物...

行业特征^[3]

穿戴甲行业的特征包括“产销集中化”、“品牌零散化”及“渠道多元化”。

1 产销集中化

凭借丰富的水晶资源及完善的产业链优势，穿戴甲成为了江苏省连云港市东海县的名片，围绕“甲片生产—款式设计—加工制作—批发销售”的发展格局，吸引了来自中国乃至世界各地的买家及经销商。根据人民日报及新华日报，2023年，中国大部分的穿戴甲均产自东海县，当地每日产量达40万副，年销售额约30

亿元，其中电商年销售额达25亿元，阿里巴巴平台销售占有率达70%以上，充分展示了东海县在穿戴甲行业中的领先地位及中国穿戴甲行业生产的集中度。

2 品牌零散化

根据炼丹炉电商情报，消费者对穿戴甲的认知仍停留在“款式优先于品牌”的阶段。尽管穿戴甲行业不断涌现新兴品牌，如花袖、茉初及Girlplus等，但在产品质量、营销策略和渠道布局等方面，尚未出现头部领先品牌。2023年2月至2024年2月，淘宝天猫穿戴甲销售额排名第一的Misscandy糖果小姐旗舰店市场份额为8.6%，仅领先第二名Wishnymph山鬼微辛穿戴甲2.9%；抖音穿戴甲销售额排名第一的林大哥市场份额为5.7%，仅领先第二名XINXIN的小店0.8%，表明穿戴甲市场的零散化趋势正在逐渐显现。

3 渠道多元化

在各大商场和购物街区，穿戴甲专卖店持续吸引消费者的关注。以Fingerbook指朴为例，2023年其门店数量已超500家，覆盖超40个城市。此外，截至2023年底，NAILOOK已拥有超1,000家门店，其中至少有46家入驻商圈门店。从电商平台来看，穿戴甲产品销量亦持续上涨。根据炼丹炉数据，2024年4月淘系平台上穿戴甲/甲片产品的销售额同比增长超480%，销量同比增长近10倍。随着线下及线上平台的持续发力，消费者对穿戴甲的接受度及需求显著提升。

[3] 1: 人民日报评论、炼丹炉...

发展历程^[4]

穿戴甲行业的发展可分为两个阶段，包括启动期及高速发展期。2019年至今，随着穿戴甲生产基地的出现，连锁穿戴品牌门店的扩张，线上平台穿戴甲需求的爆发，穿戴甲市场迎来了前所未有的发展机遇。未来，在消费者对个性化的追求日益增强的影响下，穿戴甲设计亦将趋向多样化及定制化。

启动期 · 2006~2018

穿戴甲最初兴起于欧美市场，随后迅速风靡于日本。2006年，广州市普瑞缇实业有限公司将穿戴甲概念从美国引入中国。

这一阶段，穿戴甲概念在中国市场萌芽，部分企业开始关注这一赛道。

高速发展期 · 2019~2023

2019年，得益于水晶产业链的日益成熟，东海县逐渐涌现出甲片装饰的商户，而后逐渐向穿戴甲细分领域靠拢。2019年及2021年，拼多多平台迎来两轮穿戴甲需求的强劲爆发，东海县穿戴甲的从业人数及产业规模均实现了高速增长。根据现代快报，2023年东海县穿戴甲产量超1亿副，占中国总产量的70%，产值30亿元，东海县成为中国最大的穿戴甲生产基地及市场。

从连锁穿戴甲品牌来看，Fingerbook指朴于2019年3月成立，其率先将美甲贴品类形成品牌连锁门店。到2023年，指朴门店数量已超500家，覆盖超40个城市。除此之外，NAILOOK为奈杜星球旗下品牌，创立于2018年，经过五年的高速发展，已拥有超过1,000家美甲门店。

线上平台进一步推动穿戴甲的普及和发展。穿戴甲全网热度持续增长，2022年声量、互动量分别同比增长411%、208%。在这一风潮下，2023年穿戴甲线上规模超2.5亿元，其中，抖音销售额同比增长1,351.8%。

随着穿戴甲生产基地的出现，连锁穿戴品牌门店持续扩张，线上平台穿戴甲需求爆发，穿戴甲市场迎来了前所未有的发展机遇。消费者对个性化与多样化的需求不断上升，市场竞争亦愈加激烈。

[4] 1: 普瑞缇、连云港新闻、...

[12]

产业链分析

穿戴甲行业产业链上游为原材料供应环节，主要作用为提供高质量的穿戴甲基础材料；产业链中游为穿戴甲生产环节，主要作用为将穿戴甲原材料加工成可供市场销售的成品；产业链下游为穿戴甲销售及消费环节，主要作用为将穿戴甲产品推向市场。^[6]

穿戴甲行业产业链主要有以下核心研究观点：^[6]

穿戴甲市场具有较大利润潜力，东海县把握机遇，成为中国最大的穿戴甲生产基地。

从综合成本来看，一副机械穿戴甲的成本小于1元，而一副有图案、有封胶、有10颗大小钻的半机械甲，成本则为1.8元左右。在东海县，穿戴甲材料及半成品的成本透明，穿戴甲批发均价亦透明，一副为13元。穿戴甲背后蕴藏着巨大的利润潜力，同时得益于“她经济”的热潮，东海县穿戴甲产业快速发展。截至2024年上半年，东海县已拥有200家穿戴甲团队及5万名从业者，日产量实现40万副。

随着线上及线下渠道的不断优化，穿戴甲逐渐融入年轻女性消费者的日常生活，成为不可或缺时尚单品。

从线下渠道布局来看，以指朴为例，2023年，指朴门店数量已超500家，覆盖超40个城市。从线上平台来看，根据炼丹炉数据，2024年4月淘系平台上穿戴甲/甲片产品的销售额同比增长超480%。随着线下及线上平台的不断扩张，穿戴甲市场的热度持续升温。2023年，抖音平台穿戴甲用户群体中女性占比为86%，穿戴甲以其便捷、经济的特点，正逐渐成为年轻女性消费者日常生活中不可或缺的一部分。^[6]

上 产业链上游

生产制造端

原材料供应

上游厂商

[深圳市钰创合成光电技术有限公司 >](#)

[安徽省明睿合成材料有限公司 >](#)

[义乌市品派美甲有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

产业链上游说明

甲片及甲油胶为穿戴甲的核心原材料，在原材料充足及技术成熟的背景下，穿戴甲生产得到保障。

中国ABS、PMMA材料供应充足，为穿戴甲甲片的生产提供保障。从ABS材质来看，ABS环保树脂甲片符合SGS安全标准，无甲醛甲苯、重金属等致癌物质，可用于儿童穿戴甲片生产。2023年，全球ABS总产能为年均1,574万吨，同比增长22%，产能增量均来自中国大陆。PMMA材质穿戴甲具备高回弹、高韧性的性质。2023年，中国PMMA产能同比增长8.2%，产量同比增长25.9%。此外，甲油胶亦为穿戴甲的主要原材料之一。以安徽明睿合成甲油胶工厂为例，通过自动化设备及专业研发团队的投入增加，2023年工厂日产量30万瓶，年产量7,000万瓶，1,000吨以上。

固态胶、果冻胶、紫光灯等美甲工具，通常作为辅助材料与穿戴甲捆绑销售。

根据企查查检索结果，截至2024年7月，中国共有超过10,000家美甲工具相关企业，固态胶、果冻胶、紫光灯等穿戴甲辅助材料为此类企业主要产品之一。其中，深圳钰创合成光电技术有限公司旗下品牌SUNUV，凭借自主研发的高效高质UVLED双光源核心技术，2023年已占领全球40%的美甲灯市场，年出货量达到400万台。未来，随着美甲工具市场参与者数量的增加及技术的进步，穿戴甲行业将逐渐构成一个多元化而平稳的生态系统。

中 产业链中游

品牌端

穿戴甲生产

中游厂商

[深圳市指朴生物科技有限公司 >](#)

[杭州莱凡网络科技有限公司 >](#)

[浙江奈杜商业管理有限公司 >](#)

[查看全部 >](#)

产业链中游说明

中国穿戴甲市场参与者数量日益增长，东海县为中国最大的穿戴甲生产基地。

2019年穿戴甲产业在东海县兴起，得益于水晶及穿戴甲消费人群显著重叠，主要以女性消费者为主，此类消费者注重审美并追求自我愉悦，东海县穿戴甲产业在“她经济”的热潮下快速发展。截至2024年上半年，东海县已拥有200家穿戴甲团队及5万名从业者，日产量可达40万副。同时，2023年底成立的穿戴甲行业协会已吸引95家会员单位。此外，东海县计划在高新区打造生产制造基地，利用6万平方米的现代化标准厂房，招引配件、耗材等产业配套企业不少于30家，随着计划的逐步落实，东海县已引进4家甲油胶、甲片及穿戴甲配饰相关企业。在“抱团”发展的影响下，东海县穿戴甲产业逐渐实现规模经济。

根据穿戴甲材质、工艺及配饰不同，生产成本存在差异，但现阶段利润空间仍较为可观。

从人工成本来看，采用半机械化加工方式，如在甲片上穿珠，一副工价在0.5至2元；而手工穿戴甲每副的制作工价在5至8元。从甲片及配饰成本来看，根据甲片材质及穿戴甲配饰的不同，成本支出存在明显差异。综合来看，一副机械穿戴甲的成本小于1元；一副有图案、有封胶、有10颗大小钻的半机械甲，成本为1.8元左右。穿戴甲材料及半成品的成本在东海县较为透明，穿戴甲批发均价亦较为透明，一副为13元。巨大的利润空间吸引了众多创业者和投资者的目光。

下 产业链下游

渠道端及终端客户

终端销售

渠道端

[淘宝（中国）软件有限公司 >](#)

[阿里巴巴（中国）网络技术有限公司 >](#)

[京東集團股份有限公司 >](#)

[查看全部 v](#)

产业链下游说明

穿戴甲正逐渐成为年轻女性消费者日常生活中不可或缺的一部分。

2023年，抖音平台穿戴甲用户群体中女性占比为86%，较美甲用户群体高14%；小红书平台穿戴甲用户群体中女性占比为93%，较美甲用户群体高2%。从年龄分布来看，穿戴甲用户群体年龄普遍低于美甲用户群体，其中，抖音平台穿戴甲用户群体中18至23岁人群占比达35.3%。从地区分布来看，穿戴甲用户群体相较于美甲用户群体更集中在相对发达地区，其中，抖音平台穿戴甲用户群体中广东地区人群占比达11.7%。穿戴甲以其便捷、经济的特点，正逐渐成为年轻女性消费者日常生活中不可或缺的一部分。

随着穿戴甲线上及线下渠道布局优化，穿戴甲市场的热度持续升温。

从连锁穿戴甲品牌门店来看，Fingerbook指朴于2019年成立，率先将美甲贴品类形成品牌连锁门店。到2023年，指朴门店数量已超500家，覆盖超40个城市。此外，NAILOOK为奈杜星球旗下品

牌，创立于2018年，经过五年的高速发展，已拥有超过1,000家美甲门店。从线上平台来看，根据炼丹炉数据，2024年4月淘系平台上穿戴甲/甲片产品的销售额同比增长超480%，销量同比增长近10倍。随着线下及线上平台的不断扩张，穿戴甲市场的热度持续升温。

[5] 1: 新华日报、农场视界

[6] 1: 用户说

[7] 1: 中国石油和化工大数据...

[8] 1: 企查查、Molly谈独立站

[9] 1: 新华日报

[10] 1: 农场视界

[11] 1: 用户说

[12] 1: 指朴、美博会、炼丹炉...

行业规模

2019至2023年，穿戴甲行业市场规模由4.33亿元增长至42.86亿元，期间年复合增长率77.34%。预计2024至2028年，穿戴甲行业市场规模由92.29亿元增长至640.71亿元，期间年复合增长率62.32%。^[16]

穿戴甲行业市场规模历史变化的原因如下：^[16]

随着线上平台讨论的热度不断攀升，消费者对穿戴甲的接受程度显著提升。

随着线上平台讨论的热度不断上升，穿戴甲的流量逐渐转化为实际销量。2023年穿戴甲全网声量及互动量规模分别达5.62百万次、2.36亿次，穿戴甲全网热度持续增长。在全网讨论热度的发酵下，2023年穿戴甲线上规模超2.5亿元，其中，抖音销售额同比增长1,351.8%。此外，音乐综艺《歌手2024》播出期间，刘柏辛为美国歌手亚当精心准备了穿戴甲作为礼物，引发讨论热议。在明星效应的加持下，穿戴甲再次成为热搜话题，进一步推动了销量的激增。

得益于“她经济”的热潮，穿戴甲规模迅速扩大，市场需求激增。

在“网购”日渐成为主流的时代，女性用户群体在移动互联网渗透率高，月活跃用户规模已接近6亿。凭借庞大的群体规模，女性用户群体作为线上消费的主力军，推动了线上“她经济”的增长。2023年，抖音平台穿戴甲用户群体中女性占比为86%，较美甲用户群体高14%；小红书平台穿戴甲用户群体中女性占比为93%，较美甲用户群体高2%。穿戴甲以其便捷、经济的特点，正逐渐成为年轻女性消费者日常生活中不可或缺的一部分。同时

得益于“她经济”的热潮，东海县穿戴甲产业快速发展。2023年，东海县年销售额约30亿元，其中电商年销售额达25亿元。^[16]

穿戴甲行业市场规模未来变化的原因主要包括：^[16]

相较国际市场，中国穿戴甲渗透率较低，为未来的发展提供了广阔的空间。

根据慧聪视线资讯，在北美、欧洲、日本等地区，穿戴甲消费者渗透率已突破50%。穿戴甲品牌OURA欧拉创始人认为，穿戴甲在中国的渗透率仍低于10%，这意味着中国穿戴甲市场仍然拥有巨大的发展潜力。中国的穿戴甲市场正处于一个快速发展的阶段，未来无论是技术的创新还是消费者需求的变化，均将推动穿戴甲市场的进一步拓展。

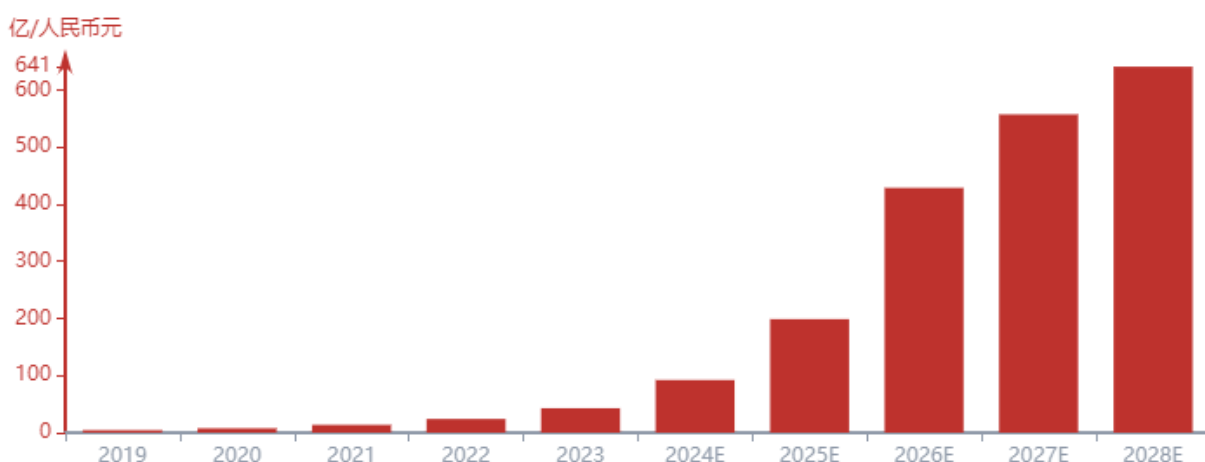
东海县持续发力，积极推动穿戴甲产业的发展，不仅惠及全县，同时亦为全省乃至全中国的穿戴甲市场注入新的活力。

东海县委副书记、代县长指出，东海县要加快打造穿戴甲基地，推进“一中心、两集聚”的建设，此外，要推动产品向高端化发展，积极开发人物联名款，实施私人定制，着力打造穿戴甲品牌，并加快穿戴甲行业质量标准等发布，切实把手工穿戴甲打造成东海县的第三张名片。同时，东海县穿戴甲行业协会会长表示，根据《东海县手工穿戴甲产业发展三年规划行动方案》，到2026年底，东海县县计划实现年产能突破5亿副，销售额突破300亿元。^[16]

穿戴甲行业规模

穿戴甲行业规模

穿戴甲行业规模



数据来源：江苏省人民政府、中共江苏省委新闻网、新华日报、北京商报

[13] 1: 用户说、Vogue Business

[14] 1: 用户说

[15] 1: 慧聪视线、猎云网

[16] 1: 上游新闻、东海县人民...

政策梳理^[17]

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《化妆品检查管理办法》	国家药监局	2024-04-26	9
政策内容	《办法》明确指出，为加强对化妆品的监督管理，并规范化妆品的检查流程，常规检查应重点关注儿童化妆品、特殊化妆品，以及使用监测期内的新原料化妆品。此外，化妆品的注册人、备案人和受托生产企业等亦应纳入重点检查范围。			
政策解读	在《办法》的监管下，儿童指甲油作为儿童穿戴甲的重要原材料，得到了有效规范，从而确保了产品的安全性与健康性。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《优化化妆品安全评估管理若干措施》	国家药监局	2024-04-22	9
政策内容	《措施》明确指出，将制定并发布化妆品安全风险物质的识别与评估技术指南，以帮助化妆品企业有效识别和评估其产品中潜在的安全风险。同时，建立并完善原料数据共享平台，旨在引导行业权威组织协调化妆品原料企业与化妆品企业之间的信息共享，确保原料安全性信息的透明与畅通。			
政策解读	指甲油为穿戴甲的原材料，属化妆品管理范畴。《措施》的出台旨在引导指甲油及其他化妆品行业提升安全评估的能力与水平，规范安全评估的开展，推动指甲油等化妆品安全评估制度的有序实施，从而为消费者提供更加安全可靠的产品。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响

	《关于化妆品新原料鼓励创新和规范管理有关事宜的公告》	国家药监局	2023-11-10	8
政策内容	《公告》强调，化妆品新原料的研发与创新是推动化妆品技术进步的根基，而新原料的安全性则是确保产品质量的首要前提。国家药监局正积极推进化妆品新原料技术支撑体系的建设，组织相关技术部门探索建立高效的沟通交流机制，以促进新原料研究的深入。			
政策解读	《公告》推动甲油胶、果冻胶、UV胶等穿戴甲相关化妆品原材料的创新，行业内的研发团队将纷纷加大投入，探索新材料及新技术。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《化妆品网络经营监督管理办法》	国家药监局	2023-03-31	8
政策内容	《办法》明确规定，化妆品电子商务经营者在进行化妆品网络销售和提供相关电子商务平台服务时，必须严格遵守化妆品的法律法规、规章制度、强制性国家标准及技术规范。经营者应当秉持诚信经营的原则，确保所售化妆品的质量与安全。			
政策解读	网络销售为穿戴甲的主要经营模式之一，在《办法》的指导下，美甲用品、穿戴甲相关店铺经营得到规范，消费者权益保护亦得到了加强。			
政策性质	规范类政策			

	政策名称	颁布主体	生效日期	影响
	《关于停止美甲师职业资格考鉴定发证活动的通知》	人力资源社会保障部办公厅	2015-09-19	7
政策内容	《通知》指出，立即停止美甲师职业资格考鉴定活动，并停止发放职业资格证书。同时，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	《通知》简化了美甲师的职业资格许可和认定要求，降低了美甲及穿戴甲行业创业门槛，增加了市场参与者的积极性。			
政策性质	指导性政策			

竞争格局

穿戴甲品牌的目标市场划分清晰，主要涵盖了线下连锁品牌和线上个体品牌两大类。现阶段，消费者对穿戴甲的认知仍然停留在“款式优先于品牌”，个性化体验正逐渐成为市场竞争的新焦点。^[21]

穿戴甲行业呈现以下梯队情况：第一梯队公司有奈杜、指朴、黛卡柔等；第二梯队公司为山鬼微辛、六八百货零售、卡丝薇尔等；第三梯队公司为良豪电子商务、千屿化妆品等。^[21]

穿戴甲行业竞争格局的形成主要包括以下原因：^[21]

线下连锁品牌竞争优势主要包括门店布局广泛、服务质量稳定。

从门店布局来看，指朴率先将美甲贴品类形成品牌连锁门店，到2023年，指朴门店数量已超500家，覆盖超40个城市。此外，NAILOOK为奈杜星球旗下品牌，创立于2018年，经过五年的高速发展，已拥有超过1,000家美甲门店。精神消费、个性化、颜值主义已成为当今消费者的特征，个性化服务已成为市场竞争的一大亮点。从个性化服务来看，以指朴为例，其门店的服务包括售前服务、免费试戴、免费修甲服务；售后服务包括免费卸甲、免费穿戴、免费补钻、甲片更换、甲片保养等。随着线下门店的影响力持续扩大，消费者不仅仅是品牌的使用者，更成为品牌文化的传播者和参与者。

线上个体品牌竞争优势主要包括创新款式丰富、价格设定亲民。

在消费者对穿戴甲的认知仍然侧重于“款式优先于品牌”的影响下，促使店铺在穿戴甲设计上不断进行创新。以山鬼微辛穿戴甲为例，截至2024年7月，其淘宝店铺穿戴甲SKU超600副，款式类型包括“甜心辣妹”、“千禧风”、“Ins风”、“未来机械感”、“手绘涂鸦”、“星座联名”及“高定国风”等系列。多样化的风格不仅满足了不同消费者的个性需求，还在一定程度上引领了穿戴甲时尚潮流的变化。此外，穿戴甲店铺主要专注单一平台，淘宝店铺上新时间稳定、款式丰富完整，而抖音店铺通常以直播模式销售，店铺款式上新与直播安排相关。从价格来看，2023年，10至50元价格区间的穿戴甲产品在淘宝天猫、抖音的销售额最高，部分店铺还推出了限时折扣和买赠活动，进一步刺激消费者的购买热情。^[21]

穿戴甲行业竞争格局的变化主要有以下几方面原因：^[21]

东海县积极培育穿戴甲企业、建设穿戴甲生产基地，为未来的发展注入新的活力。

东海县委副书记、代县长指出，东海县要加快打造穿戴甲基地，推进“一中心、两集聚”的建设，此外，要推动产品向高端化发展，积极开发人物联名款，实施私人定制，着力打造穿戴甲品牌，并加快穿戴甲行业质量标准等发布，切实把手工穿戴甲打造成东海县的第三张名片。同时，根据东海县穿戴甲行业协会三年规划方案，东海县穿戴甲产业力争2026年底产能突破5亿副，销售额突破300亿元，培育规模以上企业超5家。这一系列举措将为东海县及全国的穿戴甲行业注入新的活力，推动行业的优化与提升，重塑竞争格局。

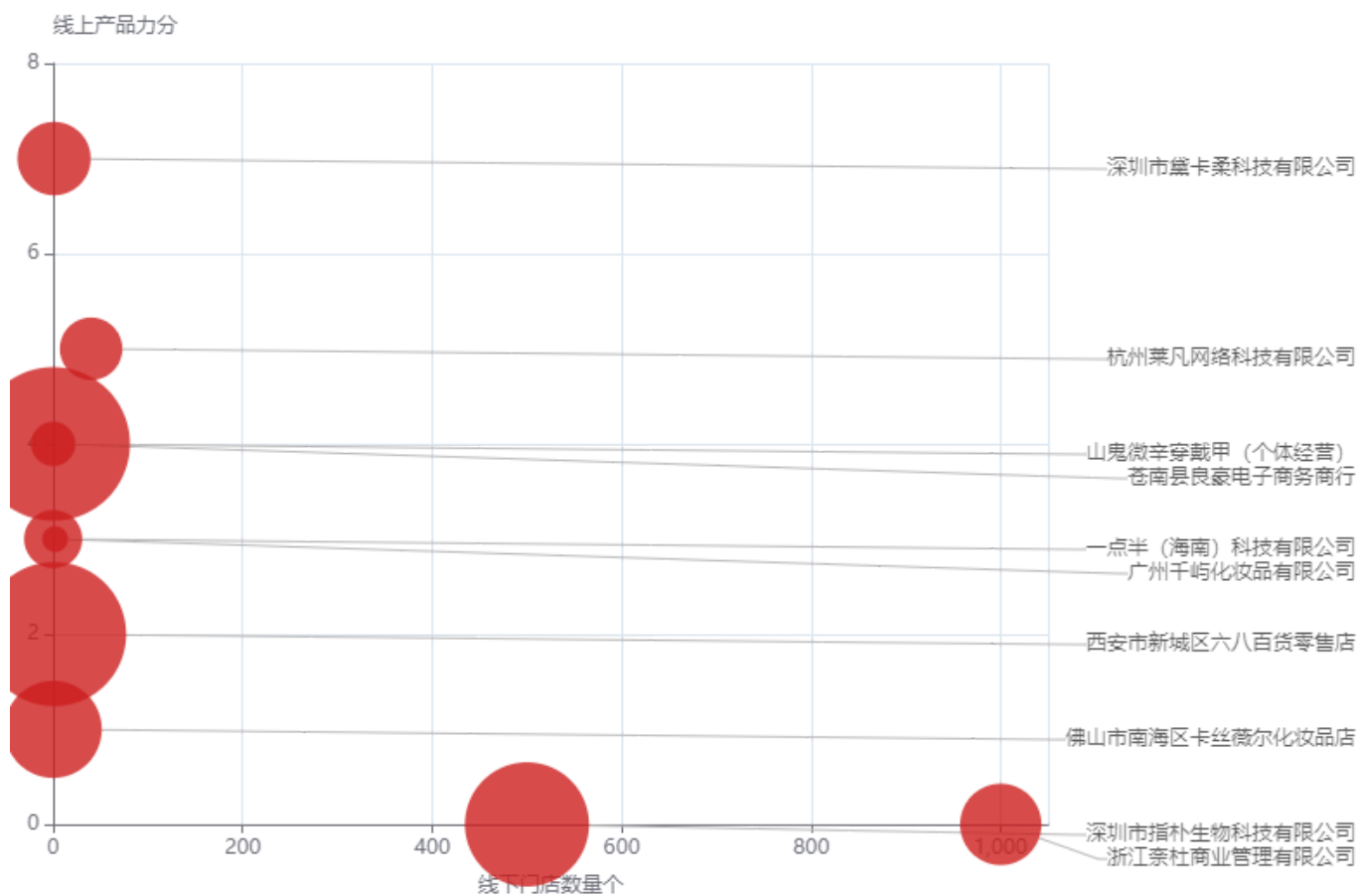
随着穿戴甲消费者的细分化趋势日益明显，穿戴甲店铺或将调整市场策略，以满足不同群体的需求。

随着穿戴甲消费者的细分化趋势日益明显，儿童、孕妇和学生等特定群体的需求开始逐渐显现，此类群体对穿戴

甲的功能性、安全性和时尚性等方面有独特要求。从材质上看，以指朴为例，指朴穿戴甲采用人体仿真甲片及专利特制的果冻胶，已通过BV无毒及重金属国际检测，确保安全无毒，孕妇儿童均可使用。从款式上看，童趣风格的穿戴甲以其古灵精怪及五彩斑斓的设计，赢得了儿童消费群体的喜爱。2024年1月，抖音热搜词“学生穿戴甲”搜索指数达2.6万点，曝光指数达2.5万点。未来，随着更多品牌及个体店铺关注细分人群市场的需求，穿戴甲行业竞争将愈发激烈。^[21]

气泡大小表示：款式数量（按SKU计）（个）

[24]



上市公司速览

[18] 1: 指朴

[19] 1: 用户说、淘宝

[20] 1: 南风窗杂志社

[21] 1: 用户说、指朴

[22] 1: 亿欧网、指朴、美博会...

[23] 1: 用户说

[24] 1: 小程序、淘宝、抖音

企业分析

1 杭州莱凡网络科技有限公司

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	153.0281万人民币
企业总部	杭州市	行业	科技推广和应用服务业
法人	赵明	统一社会信用代码	91330106067888833X
企业类型	有限责任公司(自然人投资或控股)	成立时间	2013-05-24
品牌名称	杭州莱凡网络科技有限公司		
经营范围	服务：计算机软硬件的技术开发、技术服务，生物科技的技术开发，市场营销策划；批发、... 查看更多		

· 融资信息

融资时间	披露时间	投资企业	金额	轮次	投资比例	估值
-	2016-02-01	真格基金	未披露	B轮	-	-
-	2015-08-21	亚商资本, 麒麟资本, 星创投, 大望资本, 钟鼎资本	5000万人民币	A轮	-	-
-	2015-02-03	钟鼎资本	1000万人民币	Pre-A轮	-	-

Pre-A轮

1000万人民币
2015-02-03

B轮

未披露
2016-02-01

A轮

5000万人民币
2015-08-21

2 浙江奈杜商业管理有限公司

· 公司信息

企业状态	存续	注册资本	4800万人民币
企业总部	杭州市	行业	商务服务业
法人	匡亮胜	统一社会信用代码	91330102MAC7A3796C
企业类型	有限责任公司(港澳台投资、非独资)	成立时间	2023-01-12
品牌名称	浙江奈杜商业管理有限公司		
经营范围	一般项目：企业总部管理；商业综合体管理服务；企业管理；广告设计、代理；平面设计；... 查看更多		

融资信息



融资时间	披露时间	投资企业	金额	轮次	投资比例	估值
-	2024-07-23	FUJI METAWATER, 富汇山(杭州)商业有限公司	数千万人民币	B轮	-	-
-	2023-04-04	富汇山(杭州)商业有限公司	千万级人民币	A轮	-	-

A轮

千万级人民币
2023-04-04



B轮

数千万人民币
2024-07-23

3 深圳市指朴生物科技有限公司



公司信息

企业状态	存续	注册资本	1000万人民币
企业总部	深圳市	行业	互联网和相关服务
法人	李霄航	统一社会信用代码	91440300MA5DF81H7W
企业类型	有限责任公司	成立时间	2016-06-24
品牌名称	深圳市指朴生物科技有限公司		
经营范围	从事广告业务；（法律、行政法规规定应进行广告经营审批登记的，另行办理审批登记后方... 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：13080197867（李先生）

电话：13631510331（刘先生）

@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

