2020-2026年中国医美移动应用（APP）行业发展趋势与行业竞争对手分析报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司
www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国医美移动应用（APP）行业发展趋势与行业竞争对手分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：http://www.cction.com/report/202009/187734.html

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司
订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838
海外报告销售: 010-69365838
Email: kefu@gonyn.com
联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

医美app是一类在线智慧医疗美容整形服务电商平台，这些集整形美容特卖、医院医生点评、预约咨询和整形社区于一体，以互联网+传统医美行业相结合的运营模式，向广大求美者提供医学美容服务。将线上与线下资源整合，打造一个全方位、立体式的完美医美服务价值链。

女性是医美市场的主要客群。从全球医美市场的经验来看，2016 年全球医美市场男女消费者占比分别为 18%/82%。而女性医美消费者中，18~30 岁/30~40 岁/40~50 岁的女性各占 58%/28%/8%，合计至 94%，构成了全球医美市场的主力消费力量。而我国庞大的女性人口基数可为医疗美容行业的发展提供广袤土壤。2016年，我国 20-39 岁的女性总人数 1.73 亿人，占女性人数 30.7%，她们是目前医美行业主力消费群体。我国潜在女性客户群体广阔，且近年来随着女性人均可支配收入提高，女性消费力量进一步崛起，未来发展空间巨大。

2017 年我国医疗美容市场规模超过 1760 亿元，成为继美国和巴西之后的世界第三大医美市场。据预测，至 2020 年，我国医美市场有望达到 3150 亿元，2015-2017 年的年复合增速高达 42.23%，预计2018~2020 年的年复合增速达 29.35%。2015-2020年我国医疗美容行业规模

根据各医疗美容APP的综合评分，得出用户满意度排行榜。其中美黛拉和新氧美容以9.9的高分并列第.一;真优美和悦美以0.1分的差距位列第二;下载量排在第二位的更美得分9.4分，美丽神器为9.2分。医疗美容APP界面、功能、内容质量等因素都会影响用户对于APP使用的满意程度，总体看来，用户对于医疗美容APP有着较高的评价。医疗美容客户关注因素分布

中企顾问网发布的《2020-2026年中国医美移动应用（APP）行业发展趋势与行业竞争对手分析报告》共八章。首先介绍了中国医美移动应用（APP）行业市场发展环境、医美移动应用（APP）整体运行态势等，接着分析了中国医美移动应用（APP）行业市场运行的现状，然后介绍了医美移动应用（APP）市场竞争格局。随后，报告对医美移动应用（APP）做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国医美移动应用（APP）行业发展趋势与投资预测。您若想对医美移动应用（APP）产业有个系统的了解或者想投资中国医美移动应用（APP）行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据，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 医美行业发展现状与前景分析
第.一节 医美行业概况
一、医美概念及分类
二、全球医美行业概况
三、中国医美行业概况
四、中国医美行业所处周期
第二节 中国医美行业所处环境
一、居民支付能力
二、技术进步
二、政策监管环境
第三节 全球及我国医美行业发展前景展望
一、全球美容行业发展趋势展望
二、我国医美行业发展趋势展望
三、我国医美行业发展前景展望
第四节 中国医疗美容行业产业链发展趋势一、中国医疗美容行业产业链
二、医疗美容产业链利润分布
三、医疗美容上游产业链分析
四、下游产业——医疗美容机构分析

第二章 医美移动应用（APP）的作用——重构行业生态、促进产业链升级
第.一节 传统医美行业的痛点与缺陷
一、医美行业痛点及根源
二、医美营销受极大约束
三、缺少精准营销的平台
第二节 移动互联网有望重构医美行业生态一、移动医美助力解决行业痛点
二、互联网催生渠道价值
二、移动医美与移动医疗的区别
四、医美服务商的发展趋势
第三节 产业链升级：互联网医美推动行业科学化、市场化
一、精准营销改善行业痛点
二、互联网医美推动产业链升级
三、互联网医美模式的核心思路

四、互联网医美未来趋势

第三章 医美移动应用（APP）所属行业及市场发展分析
第.一节 医美移动应用（APP）所属行业发展概述
一、医美移动应用（APP）所属行业发展现状 医疗美容APP累计下载量排行情况
二、医美移动应用（APP）行业所处周期
三、互联网+医美如此火爆的商业逻辑
第二节 医美移动应用（APP）商业模式分析
一、移动医美的商业模式分析
二、医美APP盈利模式
三、互联网医美创业出现新领域——整形分期
四、海外项目对比
第三节 医美移动应用（APP）行业融资情况分析
一、“互联网+美业”投融资情况分析
二、“互联网+美业”投融资项目类型分布
三、“互联网+美业”投融资项目地域分布
四、“互联网+美业”投融资项目融资方式
五、“互联网+美业”投融资项目阶段分析
六、国内知名互联网医美平台融资情况分析
第四节 医美移动应用（APP）存在的问题分析
一、尚属轻创业阶段
二、美容O2O满意度偏低
三、提升用户体验感知为出路

第四章 医美移动应用（APP）细分市场调查
第.一节 2019年美业O2O移动应用行业调查
一、美业O2O移动应用行业概况
二、美业O2O移动应用行业图谱
三、美业O2O移动应用内容偏好
四、美业O2O移动应用人群画像
第二节 2019年中国移动美业调查
一、美妆美容移动端市场分析

二、美妆美容等细分市场分析
三、移动美妆App用户分析
四、移动美妆未来发展趋势
第三节 2019年中国上门美容市场调查
一、上门美容市场发展背景
二、上门美容市场发展现状
三、上门美容市场用户分析
四、上门美容市场发展与趋势分析

第五章 医美移动应用（APP）竞争格局分析
第.一节 医美移动应用（APP）竞争格局分析
一、美容O2O市场竞争格局
二、2019年美业O2O竞争格局
第二节 医美移动应用（APP）竞争趋势分析
一、2019年医美移动应用（APP）竞争趋势
二、2019年医美整形O2O平台竞争趋势
三、2019年美业O2O合并趋势分析

第六章 医美移动应用（APP）领先企业分析——整形类
第.一节 新氧APP
一、公司基本面分析
二、公司融资节奏
三、公司用户数据分析
四、公司经营模式分析
五、公司SWOT分析
（一）竞争优势
（二）竞争劣势
（三）威胁
（四）机会
六、公司未来发展前景
第二节 更美APP
一、公司基本面分析

二、公司融资节奏
三、公司发展历程分析
四、公司经营模式分析
五、公司销售数据分析
六、公司SWOT分析
（一）竞争优势
（二）竞争劣势
（三）威胁
（四）机会
七、公司未来发展前景
第三节 悦美APP
一、公司基本面分析
二、公司行业排名
三、公司经营情况分析
四、公司竞争优势分析
五、公司未来发展前景
第四节 美呗
一、公司基本面分析
二、公司竞争优势分析
三、公司经营策略分析
四、公司未来发展前景
第五节 美黛拉
一、公司基本面分析
二、公司发展分析析
三、公司竞争优势分析
四、公司劣势分析
五、公司未来发展前景
第六节 美丽神器
一、公司基本面分析
二、公司融资节奏
三、公司用户数据分析
四、公司竞争优势分析

五、公司未来发展前景
第七节 播美APP
一、公司基本面分析
二、公司商业模式分析
三、公司竞争优势分析
四、公司未来发展前景
第八节 其他品牌
一、美约App
二、颜语APP
三、东方虹APP
四、整吗APP
五、医美汇
六、美滴
七、颜语
八、真优美
九、猫爪
十、求美网
十一、美么
十二、美人记

第七章 医美移动应用（APP）领先企业分析——美容类
第.一节 河狸家平台
一、公司基本面分析
二、公司用户数据分析
三、公司竞争优势分析
四、司尝试新商业模式
五、公司面临的威胁
六、公司未来发展前景
第二节 小美到家
一、公司基本面分析
二、公司融资情况分析
三、公司经营模式分析

四、公司竞争优势分析

五、公司未来发展前景

第三节 白鹭美

一、公司基本面分析

二、公司发展历程分析

三、公司融资情况分析

四、公司未来发展前景

第四节 美颜家

一、公司基本面分析

二、公司发展情况分析

三、公司竞争优势分析

四、公司未来发展前景

第五节 美容总监

一、公司基本面分析

二、公司发展历程分析

三、公司经营模式分析

四、公司竞争优势分析

五、公司未来发展前景

第六节 美道家

一、公司基本面分析

二、公司经营模式分析

三、2019年美道家亮相美博会

四、2019年美道家万店启动大会圆满落幕

五、公司未来发展前景

第七节 容么么

一、公司基本面分析

二、公司经营情况分析

三、公司经营模式分析

四、公司创始人杨丽：“用极致的态度去创业”

第八节 其他

一、去哪美

二、美之伴

三、俏倾城
四、秀发型
五、约来约美
六、东方丽人
七、百彩嘉
八、美壹律科技
九、“别吃胖”智能手环

第八章 医美移动应用（APP）存在的风险及建议
第.一节 医美移动应用（APP）存在的风险
一、医美O2O机遇和挑战
二、同质化严重、盈利模式尚未成熟
第二节 医美移动应用（APP）行业发展建议
一、提供多场景的服务
二、提供高价高利的高品质服务
三、打造品牌比单纯扩张门店更重要
四、会员用户积累比客流量更重要
第三节 总结
第四节案例——团购行业

图表目录：

图表 医疗美容分类
图表 大美容市场分类
图表 使用频度较高的整形美容服务
图表 2019年全球最受欢迎的整形手术项目
图表 2019年全球医疗美容项目比例分布
图表 2020-2026年中国医疗美容行业市场规模增长预测
图表 2013-2019年我国医疗美容次数估计
图表 2013-2019年全球开展整形项目数量情况
图表 2019年医疗美容手术量前10 位国家
图表 2013-2019年全球整形医师数量
图表 2019年全球整形外科医师数排名

图表 中国医疗美容市场消费者的性别分布
图表 中国医疗美容市场消费者的年龄分布
图表 中国医疗美容市场消费者的职业分布
图表 中国医疗美容市场消费者的学历分布
图表 中国医疗美容市场消费者收入分布
图表 中国医疗美容市场消费者的地域分布
图表 2019年全球主要地区人均医疗美容次数
图表 中国医美行业产值占GDP比重远低于韩国
图表 中国与韩国每百万人拥有的美容机构与医师数量对比
图表 2013-2019年我国赴韩医疗美容人数变化
图表 医疗美容与传统医疗相比的行业特点
图表 医疗美容市场价值分配情况

详细请访问：http://www.cction.com/report/202009/187734.html