

2022-2028年中国医美移动 应用（APP）行业发展趋势与发展趋势研究报告

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

《2022-2028年中国医美移动应用（APP）行业发展趋势与发展趋势研究报告》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/202110/242061.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。

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

从360手机助手、应用宝、百度手机助手、华为应用市场和豌豆荚统计的医疗美容APP累计下载量来看，新氧美容以3255万次的下载量领衔医疗美容APP；排在第二位的是下载量为2809万次的更美APP；悦美整形和美丽神器的累计下载量处于第二梯队，均在千万左右；而真优美和美黛拉则处于百万级别。医疗美容APP用户满意度排行情况

中企顾问网发布的《2022-2028年中国医美移动应用（APP）行业发展趋势与发展趋势研究报告》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

三、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

三、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

医疗美容消费年龄分布上以25-30岁为主，占比39%，30-35岁占32%。在这个“看脸”的时代，医疗美容的消费人群已经逐步扩散，除中青年女性这部分核心消费群体外，寒暑假家长带孩子去整形、美容也已成为新趋势，高考结束这段时间一度成为学生整形美容的高峰时段，调查数据显示，25岁以下青少年群体占12%。医疗美容APP累计下载量排行（万）

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
- 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、公司用户数据分析
- 四、公司经营模式分析
- 五、公司SWOT分析
- 六、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
- 六、公司未来发展前景
- 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
- 六、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
- 六、公司未来发展前景

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、公司尝试新商业模式
- 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2022-2028年中国医疗美容行业市场规模增长预测

图表2015-2019年我国医疗美容次数估计

图表2015-2019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2015-2019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2015-2019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

图表我国医疗美容行业正处于成长期

图表2015-2019年中国城镇居民家庭人均可支配收入

图表医疗美容技术的发展

图表中国和韩国的医美项目价格差异对比

图表中国医疗美容行业的监管政策

图表医疗美容项目分级目录

图表中国医疗美容行业前景广阔

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202110/242061.html>