

2017-2022年中国彩妆市场 供需趋势预测及投资战略分析报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2017-2022年中国彩妆市场供需趋势预测及投资战略分析报告》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.abaogao.com/b/hzhp/66847701E7.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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、说明、目录、图表目录

中国化妆品市场在2014年化妆品市场规模已经达到了478亿美元（约合2967亿元人民币），其中护肤产品市场规模在2014年达到了231亿美元（约合1434亿人民币）；而中国彩妆市场的规模也在30亿美元（约合186亿人民币）左右。彩妆已然成为增长最快的化妆品品类之一，进入彩妆市场的品牌也越来越多。2013年约70个新品牌加入彩妆市场，2014年新增彩妆品牌数量猛增至253个。

2014年中国彩妆市场规模数据来源：公开数据整理

2015年，彩妆市场容量为266亿，2011-2015年CAGR为11.84%，占7.97%的市场份额，是增速最快的子品类。

2008-2015年国内彩妆市场规模及增速数据来源：公开数据整理

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国彩妆市场供需趋势预测及投资战略分析报告》共十二章。首先介绍了彩妆行业市场发展环境、彩妆整体运行态势等，接着分析了彩妆行业市场运行的现状，然后介绍了彩妆市场竞争格局。随后，报告对彩妆做了重点企业经营状况分析，最后分析了彩妆行业发展趋势与投资预测。您若想对彩妆产业有个系统的了解或者想投资彩妆行业，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 彩妆相关概述18

1.1 化妆品的相关概述18

1.1.1 化妆品的定义18

1.1.2 化妆品的分类18

1.1.3 化妆品的主要作用23

1.1.4 化妆品的发展历程28

1.2 彩妆及其产品简释37

1.2.1 彩妆的概念及作用37

1.2.2 彩妆用品简介37

1.3 主要彩妆产品介绍41

1.3.1 粉底的定义及成分41

1.3.2 眼影的概念及作用42

1.3.3 睫毛膏的概念及发展历史42

1.3.4 唇彩的相关概述44

第二章 2013-2016年中国彩妆行业市场发展环境分析45

2.1 2016年中国宏观经济环境分析45

2.1.1 2016年中国gdp增长情况分析45

2.1.2 2016年中国居民消费价格走势47

2.1.3 2016年城乡居民收入与消费分析53

2.1.4 2016年中国社会消费品零售总额54

2.1.5 2016年全社会固定资产投资分析56

2.1.6 2016年进出口总额及增长率分析61

2.2 2013-2016年中国彩妆行业政策环境分析62

2.2.1 化妆品卫生规范62

2.2.2 化妆品评审和命名新政策解读66

2.2.3 化妆品广告管理办法69

2.3 2013-2016年中国彩妆行业社会环境分析72

2.3.1 2016年中国人口及分布总体情况72

2.3.2 2016年中国女性人口及年龄分布72

2.3.3 女性化妆品消费观念变革73

2.4 2013-2016年中国化妆品行业发展分析74

中国化妆品市场消费总规模

2.4.1 2013年中国化妆品市场概况74

2.4.2 2014年中国化妆品行业发展概况75

2.4.3 2015年中国化妆品行业发展概况76

2.4.4 2016年中国化妆品行业发展概况76

第三章 2013-2016年中国彩妆市场运行分析79

- 3.1 2013-2016年中国彩妆市场概况79
 - 3.1.1 2013-2016年中国彩妆市场规模79
 - 3.1.2 2016年中国彩妆市场结构79
 - 3.1.3 2013-2016年中国彩妆市场的新变化80
 - 3.1.4 2016年中国高档彩妆品走俏市场81
- 3.2 2016年中国彩妆市场关注度分析87
 - 3.2.1 2016年彩妆品牌关注度87
 - 3.2.2 2016年彩妆产品类型关注度87
- 3.3 2016年中国彩妆品消费市场调查88
 - 3.3.1 中国彩妆市场消费者调查分析88
 - 3.3.2 中国彩妆消费者生活态度分析89
- 3.4 中国彩妆市场运作模式分析90
 - 3.4.1 流通型彩妆运作模式90
 - 3.4.2 辐射型彩妆运作模式90
 - 3.4.3 代理型彩妆运作模式91
 - 3.4.4 终端型彩妆运作模式92
- 3.5 2013-2016年中国国产彩妆市场现状及问题分析92
 - 3.5.1 国产彩妆市场发展现状92
 - 3.5.2 国产彩妆发展中的问题93
 - 3.5.3 国产彩妆品牌发展的困局93
 - 3.5.4 国产彩妆产品包装单纯模仿国际品牌94

第四章 2013-2016年中国彩妆主要细分市场发展分析95

- 4.1 2013-2016年中国颊部彩妆市场分析95
 - 4.1.1 2016年中国颊部彩妆市场规模95
 - 4.1.2 2016年中国颊部彩妆品牌竞争状况95
 - 4.1.3 2016年中国腮红市场消费调研分析95
 - 4.1.4 2016年中国粉底市场消费调研分析99
- 4.2 2013-2016年中国眼部彩妆市场发展分析99
 - 4.2.1 2016年中国眼部彩妆市场规模99
 - 4.2.2 2016年中国眼部彩妆品牌竞争状况100
 - 4.2.3 2016年中国眼影市场消费调研分析103

- 4.2.4 2016年中国睫毛膏市场消费调研分析105
- 4.3 2013-2016年中国唇部彩妆市场分析111
 - 4.3.1 2016年中国唇部彩妆市场规模111
 - 4.3.2 2016年中国唇部彩妆品牌竞争状况111
 - 4.3.3 2016年中国唇彩市场需求状况分析112
 - 4.3.4 2016年中国唇膏市场消费调研分析112
- 4.4 2013-2016年中国美甲用品市场分析114
 - 4.4.1 2016年中国美甲用品市场规模114
 - 4.4.2 2013-2016年中国美甲用品品牌竞争分析115
 - 4.4.3 2016年中国指甲油市场消费调研分析115

第五章 2016年中国唇用化妆品进出口分析(33041000)118

- 5.1 2013-2016年中国唇用化妆品进出口总体情况118
 - 5.1.1 2013-2016年中国唇用化妆品进口情况118
 - 5.1.2 2013-2016年中国唇用化妆品出口情况118
- 5.2 2016年中国唇用化妆品进出口金额情况119
 - 5.2.1 2016年中国唇用化妆品进口金额状况119
 - 5.2.2 2016年中国唇用化妆品出口金额状况119
- 5.3 2016年中国唇用化妆品进出口流向情况119
 - 5.3.1 2016年中国唇用化妆品进口流向119
 - 5.3.2 2016年中国唇用化妆品出口流向120
- 5.4 2016年中国唇用化妆品进出口均价分析120

第六章 2016年中国眼用化妆品进出口分析(33042000)122

- 6.1 2016年中国眼用化妆品进出口总体情况122
 - 6.1.1 2013-2016年中国眼用化妆品进口情况122
 - 6.1.2 2013-2016年中国眼用化妆品出口情况122
- 6.2 2016年中国眼用化妆品进出口金额情况123
 - 6.2.1 2016年中国眼用化妆品进口金额状况123
 - 6.2.2 2016年中国眼用化妆品出口金额状况123
- 6.3 2016年中国眼用化妆品进出口流向情况123
 - 6.3.1 2016年中国眼用化妆品进口来源123

6.3.2 2016年中国眼用化妆品出口流向124

6.4 2016年中国眼用化妆品进出口均价分析124

第七章 2016年中国指(趾)甲化妆品进出口分析(33043000)126

7.1 2016年中国指(趾)甲化妆品进出口总体情况126

7.1.1 2013-2016年中国指(趾)甲化妆品进口情况126

7.1.2 2013-2016年中国指(趾)甲化妆品出口情况126

7.2 2016年中国指(趾)甲化妆品进出口金额情况127

7.2.1 2016年中国指(趾)甲化妆品进口金额状况127

7.2.2 2016年中国指(趾)甲化妆品出口金额状况127

7.3 2016年中国指(趾)甲化妆品进出口流向情况127

7.3.1 2016年中国指(趾)甲化妆品进口流向127

7.3.2 2016年中国指(趾)甲化妆品出口流向128

7.4 2016年中国指(趾)甲化妆品进出口均价分析128

第八章 2013-2016年中国彩妆市场竞争格局分析130

8.1 2013-2016年中国彩妆市场竞争130

8.1.1 中国彩妆市场竞争概况130

8.1.2 2016年中国彩妆厂商竞争格局131

8.1.3 2016年中国彩妆品牌竞争分析133

8.2 国际知名彩妆品牌提升竞争力的经验借鉴133

8.2.1 artdeco彩妆品牌竞争力提升的经验借鉴133

8.2.2 markwins彩妆品牌竞争力提升的经验借鉴136

8.2.3 其他国际彩妆品牌对中国本土企业提升竞争力的启示139

8.3 化妆品行业市场竞争新动向143

第九章 彩妆市场营销策略分析147

9.1 中国彩妆市场营销基本概述147

9.1.1 彩妆营销的误区147

9.1.2 彩妆营销的特点148

9.2 彩妆营销策略分析150

9.2.1 定位策略150

- 9.2.2 贴身跟进大牌的市场战术151
- 9.2.3 品质优先的诚信策略151
- 9.2.4 人性化营销策略152
- 9.2.5 体验式营销策略153
- 9.3 彩妆活动促销方式简析153
 - 9.3.1 活动促销对彩妆品牌发展的意义153
 - 9.3.2 保障彩妆活动促销成功的条件154
 - 9.3.3 吸引顾客的法则156
 - 9.3.4 促使活动成功的三要素156
- 9.4 重点彩妆品牌营销案例159
 - 9.4.1 美宝莲的营销分析159
 - 9.4.2 卡姿兰彩妆的市场营销法宝159
- 9.5 彩妆市场营销的创新162
 - 9.5.1 彩妆产品组合创新162
 - 9.5.2 彩妆营销渠道创新162

第十章 2013-2016年世界彩妆企业旗下品牌分析164

- 10.1 法国欧莱雅(L'oreal)164
 - 10.1.1 企业简介164
 - 10.1.2 欧莱雅在中国的发展164
 - 10.1.3 2016年企业经营状况165
 - 10.1.4 2016年美宝莲在中国的发展现状165
- 10.2 美国宝洁(p&g , procter&gambles)165
 - 10.2.1 企业简介165
 - 10.2.2 2016年企业经营状况166
 - 10.2.3 宝洁公司在中国的营销策略分析168
- 10.3 美国雅诗兰黛(esteelauder)169
 - 10.3.1 企业及品牌简介169
 - 10.3.2 雅诗兰黛发展简史170
 - 10.3.3 雅诗兰黛的产品与服务172
 - 10.3.4 2016财年企业经营情况173
- 10.4 日本资生堂(shiseido)174

- 10.4.1 企业简介174
- 10.4.2 资生堂历史174
- 10.4.3 2016财年企业经营状况175
- 10.5.4 资生堂品牌线路176
- 10.4.5 资生堂在日本推出低端彩妆品牌177
- 10.5 美国雅芳(avon)181
 - 10.5.1 企业简介181
 - 10.5.2 2016年企业经营状况182
 - 10.5.3 雅芳的产品简介183
 - 10.5.4 雅芳营销模式转型184
 - 10.5.5 2016年雅芳新一代彩妆上市186
- 10.6 法国丝芙兰(sephora)187
 - 10.6.1 公司简介187
 - 10.6.2 丝芙兰在中国的发展187
 - 10.6.3 丝芙兰化妆品连锁店的创新经营模式192
- 10.7 其他彩妆品牌198
 - 10.7.1 植村秀(shu uemura)198
 - 10.7.2 爱丽(etude)203
 - 10.7.3 天使色彩204
 - 10.7.4 色彩地带205
 - 10.7.5 卡姿兰206
 - 10.7.6 伊卡露诗206

第十一章 2013-2016年中国彩妆重点品牌和企业分析208

- 11.1 玫琳凯(中国)化妆品有限公司208
 - 11.1.1 企业基本情况208
 - 11.1.2 2016年企业经营状况208
 - 11.1.3 玫琳凯中国抢占电子商务先机214
- 11.2 雅芳(中国)制造有限公司216
 - 11.2.1 企业基本情况216
 - 11.2.2 2016年企业经营状况216
 - 11.2.3 雅芳中国转型之殇222

- 11.3 资生堂丽源化妆品有限公司225
 - 11.3.1 企业基本情况225
 - 11.3.2 2016年企业经营状况225
 - 11.3.3 资生堂丽源再登行业效益十佳榜230
- 11.4 苏州尚美国际化妆品有限公司231
 - 11.4.1 企业基本情况231
 - 11.4.2 2016年企业经营状况231
- 11.5 松泽化妆品(深圳)有限公司237
 - 11.5.1 企业基本情况237
 - 11.5.2 2016年企业经营状况237
- 11.6 其他品牌介绍243
 - 11.6.1 巧迪尚惠243
 - 11.6.2 雅美姿244
 - 11.6.3 蓝色之恋244

第十二章 2017-2022年中国彩妆市场前景及发展趋势245 (ZY GXH)

- 12.1 中国化妆品市场的发展前景及趋势245
 - 12.1.1 化妆品行业发展总趋势245
 - 12.1.2 2016-2016年中国化妆品市场趋势预测246
 - 12.1.3 化妆品连锁专卖将逐步取代单体店246
 - 12.1.4 2017-2022年中国化妆品行业市场规模预测249
- 12.2 2017-2022年中国彩妆市场的前景及发展趋势预测249
 - 12.2.1 中国低价彩妆市场潜力巨大249
 - 12.2.2 未来彩妆产品的发展方向251
 - 12.2.3 特许经营模式将成中国彩妆市场新亮点252
 - 12.2.4 彩妆原料往安全、天然、滋养方向发展255
- 12.3 2017-2022年中国彩妆市场规模预测分析256
 - 12.3.1 2017-2022年中国彩妆总体市场规模预测256
 - 12.3.2 2017-2022年中国眼部彩妆总体市场规模预测257
 - 12.3.3 2017-2022年中国颊部彩妆总体市场规模预测257
 - 12.3.4 2017-2022年中国唇部彩妆总体市场规模预测258
 - 12.3.5 2017-2022年中国美甲产品总体市场规模预测258 (ZY GXH)

图表目录：

- 图表 1 2015年GDP初步核算数据45
- 图表 2 2015年GDP环比和同比增长速度46
- 图表 3 2016年GDP初步核算数据46
- 图表 4 2016年GDP同比增长速度47
- 图表 5 2015-2016年全国居民消费价格涨跌幅48
- 图表 6 2016年居民消费价格分类别同比涨跌幅49
- 图表 7 2016年居民消费价格分类别环比涨跌幅50
- 图表 8 2016年居民消费价格主要数据50
- 图表 9 2015-2016年社会消费品零售总额分月同比增长速度54
- 图表 10 2016年社会消费品零售总额主要数据55
- 图表 11 2015-2016年固定资产投资（不含农户）同比增速56
- 图表 12 2015-2016年固定资产投资到位资金同比增速58
- 图表 13 2016年固定资产投资（不含农户）主要数据59
- 图表 14 2014-2016年中国彩妆市场规模分析79
- 图表 15 彩妆品牌关注度87
- 图表 16 彩妆产品类型关注度88
- 图表 17 2014-2016年中国颊部彩妆市场规模分析95
- 图表 18 消费者使用腮红包装类型96
- 图表 19 消费者使用腮红种类96
- 图表 20 消费者使用腮红种类色系97
- 图表 21 消费者使用腮红看中方面97
- 图表 22 消费者使用腮红固定品牌98
- 图表 23 消费者过去一年使用的腮红品牌98
- 图表 24 消费者使用腮红价位99
- 图表 25 2014-2016年中国眼部彩妆市场规模分析99
- 图表 26 消费者对眼影的效用品质关注面103
- 图表 27 消费者拥有眼影的数量104
- 图表 28 消费者使用眼影的品牌104
- 图表 29 消费者购买睫毛膏的频率105
- 图表 30 消费者购买睫毛膏的地点105

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/66847701E7.html>