

2020-2026年中国彩妆市场 竞争策略及前景发展趋势预测报告

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

《2020-2026年中国彩妆市场竞争策略及前景发展趋势预测报告》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/l58532QGCS.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

彩妆主要指用于脸部、眼部、唇部的美容化妆品，包括粉底、蜜粉、口红、眼影、胭脂、睫毛膏等多种类型的产品，其主要作用是利用色彩变化，赋予皮肤色彩，修整肤色或加强眼、鼻部位的阴影，以增加立体感，从而使之更具魅力。同时，也可用于遮盖雀斑、伤痕、痣之类的皮肤缺陷。

近两年全球经济有所回暖，带动彩妆消费反弹。数据显示，2012-2017年中国彩妆市场发展迅猛，年均复合增长率高达13.7%，高于整体化妆品市场增速。预计未来五年内，彩妆市场将维持12%的复合增速高速增长，到2023年我国彩妆行业市场规模将突破650亿元。2012-2017年中国彩妆行业市场规模及同比增长走势

从彩妆行业网络零售情况来看，2019年9月彩妆行业网络零售总额达47.2亿元，同比下降2.3%。从品牌来看，9月彩妆行业网络零售TOP10品牌分别是：美宝莲/MAYBELLINE、魅可/MAC、迪奥/DIOR、卡姿兰/CARSLAN、圣罗兰/YSL、稚优泉/CHIOTURE、完美日记/PERFECT DIARY、阿玛尼/ARMANI、美康粉黛/MEIKING、雅诗兰黛/ESTEE LAUDER。其中，美宝莲/MAYBELLINE品牌市场份额为2.6%，位列榜首。9月彩妆行业网络零售TOP10品牌

智研数据研究中心发布的《2020-2026年中国彩妆市场竞争策略及前景发展趋势预测报告》共七章。首先介绍了中国彩妆行业市场发展环境、彩妆整体运行态势等，接着分析了中国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，最后分析了中国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中国彩妆行业，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

1.1 彩妆基本介绍

1.1.1 彩妆的概念及作用

1.1.2 彩妆用品简介

1.2 主要彩妆产品介绍

1.2.1 粉底

- 1.2.2 眼影
- 1.2.3 睫毛膏
- 1.2.4 唇彩

第二章 2015-2019年化妆品所属行业发展分析

2.1 2015-2019年国际化妆品行业发展综述

- 2.1.1 欧盟化妆品新规解读
- 2.1.2 美国化妆品市场规模分析
- 2.1.3 日本化妆品行业发展态势
- 2.1.4 韩国化妆品市场迅速发展
- 2.1.5 意大利化妆品市场发展现状
- 2.1.6 俄罗斯化妆品市场发展现状

2.2 2015-2019年中国化妆品所属行业发展综述

- 2.2.1 中国化妆品行业发展总体回顾
- 2.2.2 我国化妆品行业OEM生产节奏加快
- 2.2.3 我国化妆品零售终端市场呈现新特点
- 2.2.4 我国化妆品市场掀起营养护肤新潮
- 2.2.5 “十三五”中国化妆品行业战略及目标

2.3 2015-2019年中国化妆品所属行业发展分析2011-2019年中国化妆品线上渠道交易规模及渗透率走势

- 2.3.1 2019年中国化妆品所属行业产值状况
- 2.3.2 2019年中国化妆品市场运行特征
- 2.3.3 2019年中国化妆品市场发展态势
- 2.3.4 2019年本土化妆品市场发展形势

2.4 2015-2019年化妆品所属行业进出口数据分析

- 2.4.1 2015-2019年化妆品主要进口来源国家分析
- 2.4.2 2015-2019年化妆品主要出口目的国家分析
- 2.4.3 2015-2019年主要省份化妆品进口市场分析
- 2.4.4 2015-2019年主要省份化妆品出口市场分析

2.5 2015-2019年化妆品市场消费分析

第三章 2015-2019年彩妆所属行业发展分析

- 3.1 2015-2019年彩妆行业整体综述
 - 3.1.1 彩妆主要细分市场概述
 - 3.1.2 中国彩妆市场快速发展的原因
 - 3.1.3 国内彩妆行业主要运营模式分析
 - 3.1.4 国内彩妆市场运行特点分析
 - 3.1.5 我国低价彩妆市场运行概况
 - 3.1.6 商业设计在彩妆行业的应用分析
- 3.2 2015-2019年中国彩妆市场发展分析
 - 3.2.1 2019年中国彩妆市场发展态势
 - 3.2.2 2019年国内彩妆市场继续深化调整
 - 3.2.3 2019年我国彩妆市场关注度分析
 - 3.2.4 2019年彩妆市场关注度分析
- 3.3 2015-2019年彩妆市场消费分析
 - 3.3.1 彩妆市场消费者综况
 - 3.3.2 我国彩妆市场产品需求概况
 - 3.3.3 彩妆市场消费者满意度情况
 - 3.3.4 大学生彩妆市场消费状况
- 3.4 2015-2019年彩妆市场的品牌发展分析
 - 3.4.1 我国彩妆市场对品牌的需求强劲
 - 3.4.2 影响彩妆品牌发展的基本因素分析
 - 3.4.3 我国彩妆品牌发展面临的困难
 - 3.4.4 我国彩妆品牌突破策略
- 3.5 彩妆行业发展存在的问题及措施建议
 - 3.5.1 我国彩妆行业发展存在的主要问题
 - 3.5.2 我国彩妆市场经销商关注程度较低
 - 3.5.3 我国彩妆行业发展应遵循两大方向
 - 3.5.4 我国彩妆市场的发展对策

第四章 2015-2019年彩妆市场竞争分析

- 4.1 2015-2019年中国彩妆市场竞争概况
 - 4.1.1 护肤品牌竞争焦点转向彩妆市场
 - 4.1.2 我国彩妆市场竞争不断升级

- 4.1.3 中国彩妆市场进入“战国”时代
- 4.1.4 我国彩妆市场洋土品牌竞争分析
- 4.1.5 产品差异化成为彩妆市场的竞争重点
- 4.2 2015-2019年中国网络彩妆市场SWOT分析
 - 4.2.1 优势
 - 4.2.2 劣势
 - 4.2.3 机会
 - 4.2.4 威胁
- 4.3 中国彩妆市场竞争策略及趋势
 - 4.3.1 提升本土彩妆企业竞争力的措施
 - 4.3.2 本土彩妆品牌应对洋品牌的竞争策略
 - 4.3.3 未来彩妆行业竞争趋势

第五章 2015-2019年彩妆市场营销分析

- 5.1 中国彩妆市场营销总述
 - 5.1.1 影响彩妆市场营销的主要因素
 - 5.1.2 彩妆市场战略营销分析
 - 5.1.3 彩妆市场品牌复合营销战略案例分析
 - 5.1.4 我国彩妆市场区域营销案例解析
- 5.2 彩妆市场营销渠道分析
 - 5.2.1 我国彩妆终端市场销售渠道探析
 - 5.2.2 我国彩妆商家自建渠道模式兴起
 - 5.2.3 国内彩妆市场日化渠道营销分析
- 5.3 彩妆市场活动促销分析
 - 5.3.1 彩妆市场活动促销概述
 - 5.3.2 彩妆市场活动促销成功的必备条件
 - 5.3.3 彩妆促销现场挽留顾客的法则
 - 5.3.4 彩妆市场促销成功的主要因素
- 5.4 彩妆市场营销存在的问题及策略分析
 - 5.4.1 彩妆市场销售的突出问题
 - 5.4.2 我国彩妆市场的营销策略
 - 5.4.3 我国彩妆市场终端销售形式的选择建议

5.4.4 提高我国彩妆市场销量的要点分析

第六章重点彩妆企业及品牌

6.1 欧莱雅

6.1.1 集团简介

6.1.2 HR (赫莲娜)

6.1.3 巴黎欧莱雅

6.1.4 兰蔻

6.1.5 Maybelline (美宝莲)

6.1.6 Shuueimura (植村秀)

6.1.7 欧莱雅运营状况

6.2 宝洁 (P&G)

6.2.1 公司简介

6.2.2 ANNASUI (安娜苏)

6.2.3 Covergirl (封面女郎)

6.2.4 财年宝洁运营状况

6.3 雅诗兰黛

6.3.1 公司简介

6.3.2 BOBBIBROW (芭比布朗)

6.3.3 M.A.C. (魅可)

6.3.4 雅诗兰黛彩妆加紧拓展在华市场

6.3.5 雅诗兰黛运营状况

6.4 雅芳

6.4.1 公司简介

6.4.2 雅芳的品牌介绍

6.4.3 雅芳彩妆开创国内移动式体验营销

6.4.4 雅芳运营状况

6.5 资生堂

6.5.1 公司简介

6.5.2 Za (姬芮)

6.5.3 Za品牌打造中国首个男性彩妆师团队

6.5.4 Maquillage (心机彩妆) 助资生堂再度崛起

- 6.5.5 资生堂运营状况
- 6.6 爱茉莉太平洋集团
 - 6.6.1 公司简介
 - 6.6.2 ETUDE（爱丽）
 - 6.6.3 兰芝
 - 6.6.4 爱茉莉运营状况

第七章彩妆市场投资分析及未来发展预测

- 7.1 彩妆市场投资分析
 - 7.1.1 化妆品产业的赢利模式剖析
 - 7.1.2 未来彩妆市场投资空间大
 - 7.1.3 适合亚洲肤质的创新彩妆品成投资生产热点
 - 7.1.4 男士彩妆市场投资前景看好
- 7.2 2020-2026年中国彩妆行业预测分析
 - 7.2.1 2020-2026年中国彩妆行业发展影响因素分析
 - 7.2.2 2020-2026年中国化妆品行业市场规模预测
 - 7.2.3 2020-2026年中国彩妆行业市场规模预测
- 7.3 彩妆市场未来发展趋势分析
 - 7.3.1 我国化妆品行业未来发展几大方向
 - 7.3.2 中国彩妆市场未来发展方向探析
 - 7.3.3 未来彩妆产品发展方向

图表目录：

- 图表：意大利化妆品及盥洗用品销售额
- 图表：意大利美容展统计表
- 图表：我国化妆品制造行业产值完成情况
- 图表：我国化妆品制造行业工业销售产值完成情况
- 图表：我国日化行业进口类别占比分布
- 图表：四城市女性使用化妆护肤品的比例
- 图表：不同年龄段的女性使用化妆护肤品的比例
- 图表：化妆品网络消费者购买行为分类
- 图表：2015-2019年中国彩妆10大需求

图表：消费者对目前使用的彩妆满意度

图表：不同彩妆购买力的消费群体满意度

图表：消费者不同的彩妆品牌使用满意度

图表：消费者对不同的彩妆产品使用满意度

图表：消费者对彩妆不满的原因

图表：大学生彩妆月消费情况

图表：大学生彩妆使用情况

图表：大学生彩妆品牌选购情况

图表：2015-2019年末资生堂总资产和净资产

图表：2015-2019年资生堂营业收入和净利润

图表：2015-2019年资生堂现金流量

图表：2016年资生堂主营业务收入分行业、产品、区域

图表：2015-2019年资生堂成长能力

图表：2015-2019年资生堂短期偿债能力

图表：2015-2019年资生堂长期偿债能力

图表：2015-2019年资生堂运营能力

图表：2015-2019年资生堂盈利能力

图表：2020-2026年中国化妆品行业市场规模预测

图表：2020-2026年中国彩妆行业市场规模预测

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/l58532QGCS.html>