

2020-2026年中国彩妆行业 发展趋势与发展前景预测报告

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年中国彩妆行业发展趋势与发展前景预测报告》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.cction.com/report/202003/156670.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

2019年，中国彩妆含税零售额约371亿元，同比约+47.4%；彩妆占化妆品的比例约为16%，占大日化的比例约为13%。 彩妆含税零售额（亿元）及增速

中企顾问网发布的《2020-2026年中国彩妆行业发展趋势与发展前景预测报告》共十二章。首先介绍了彩妆相关概念及发展环境，接着分析了中国彩妆规模及消费需求，然后对中国彩妆市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国彩妆面临的机遇及发展前景。您若想对中国彩妆有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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 14

1.1 化妆品的相关概述 14

1.1.1 化妆品的定义 14

1.1.2 化妆品的分类 15

1.1.3 化妆品的主要作用 17

1.1.4 化妆品的发展历程 18

1.2 彩妆及其产品简释 23

1.2.1 彩妆的概念及作用 23

1.2.2 彩妆用品简介 24

1.3 主要彩妆产品介绍 27

1.3.1 粉底的定义及成分 27

1.3.2 眼影的概念及作用 28

1.3.3 睫毛膏的概念及发展历史 28

1.3.4 唇彩的相关概述 30

第二章 2015-2019年中国彩妆行业市场发展环境分析 32

2.1 2019年中国宏观经济环境分析 32

2.1.1 2019年中国gdp增长情况分析 32

2.1.2	2019年中国居民消费价格走势	32
2.1.3	2019年城乡居民收入与消费分析	33
2.1.4	2019年中国社会消费品零售总额	35
2.1.5	2019年全社会固定资产投资分析	35
2.1.6	2019年进出口总额及增长率分析	36
2.2	2015-2019年中国彩妆行业政策环境分析	37
2.2.1	化妆品卫生规范	37
2.2.2	化妆品评审和命名新政策解读	37
2.2.3	化妆品广告管理办法	39
2.3	2015-2019年中国彩妆行业社会环境分析	41
2.3.1	2019年中国人口及分布总体情况	41
2.3.2	2019年中国女性人口及年龄分布	42
2.3.3	女性化妆品消费观念变革	43
2.4	2019年中国化妆品行业发展分析	47
2.4.1	2019年中国化妆品市场概况	47
2.4.2	2015年中国化妆品行业发展概况	50
2.4.3	2016年中国化妆品行业发展概况	53
2.4.4	2019年中国化妆品行业发展概况	56

第三章 2015-2019年中国彩妆市场运行分析 59

3.1	2015-2019年中国彩妆市场概况	59	彩妆含税零售额销售占比
3.1.1	2015-2019年中国彩妆市场规模	59	
3.1.2	2019年中国彩妆市场结构	59	
3.1.3	2015-2019年中国彩妆市场的新变化	60	
3.1.4	2019年中国高档彩妆品走俏市场	65	
3.2	2019年中国彩妆市场关注度分析	66	
3.2.1	2019年彩妆品牌关注度	66	
3.2.2	2019年彩妆产品类型关注度	66	
3.3	2019年中国彩妆品消费市场调查	67	
3.3.1	中国彩妆市场消费者调查分析	67	
3.3.2	中国彩妆消费者生活态度分析	69	
3.3.3	中国彩妆消费者体育及休闲活动	72	

- 3.4 中国彩妆市场运作模式分析 73
 - 3.4.1 流通型彩妆运作模式 73
 - 3.4.2 辐射型彩妆运作模式 74
 - 3.4.3 代理型彩妆运作模式 74
 - 3.4.4 终端型彩妆运作模式 75
- 3.5 2015-2019年中国国产彩妆市场现状及问题分析 76
 - 3.5.1 国产彩妆市场发展现状 76
 - 3.5.2 国产彩妆发展中的问题 76
 - 3.5.3 国产彩妆品牌发展的困局 77
 - 3.5.4 国产彩妆产品包装单纯模仿国际品牌 78

第四章 2015-2019年中国彩妆主要细分市场发展分析 82

- 4.1 2015-2019年中国颊部彩妆市场分析 82
 - 4.1.1 2019年中国颊部彩妆市场规模 82
 - 4.1.2 2019年中国颊部彩妆品牌竞争状况 82
 - 4.1.3 2019年中国腮红市场消费调研分析 84
 - 4.1.4 2019年中国粉底市场消费调研分析 85
 - 4.1.5 2019年中国粉底液市场消费调研分析 87
- 4.2 2015-2019年中国眼部彩妆市场发展分析 88
 - 4.2.1 2019年中国眼部彩妆市场规模 88
 - 4.2.2 2019年中国眼部彩妆品牌竞争状况 88
 - 4.2.3 2019年中国眼影市场消费调研分析 90
 - 4.2.4 2019年中国睫毛膏市场消费调研分析 91
- 4.3 2015-2019年中国唇部彩妆市场分析 93
 - 4.3.1 2019年中国唇部彩妆市场规模 93
 - 4.3.2 2019年中国唇部彩妆品牌竞争状况 93
 - 4.3.3 2019年中国唇彩市场需求状况分析 95
 - 4.3.4 2019年中国唇膏市场消费调研分析 96
- 4.4 2015-2019年中国美甲用品市场分析 97
 - 4.4.1 2019年中国美甲用品市场规模 97
 - 4.4.2 2015-2019年中国美甲用品品牌竞争分析 98
 - 4.4.3 2019年中国指甲油市场消费调研分析 100

第五章 2019年中国唇用化妆品进出口分析102

5.1 2015-2019年中国唇用化妆品进出口总体情况 102

5.1.1 2015-2019年中国唇用化妆品进口情况 102

5.1.2 2015-2019年中国唇用化妆品出口情况 103

5.2 2019年中国主要省市唇用化妆品进出口情况 104

5.2.1 2019年中国主要省市唇用化妆品进口状况 104

5.2.2 2019年中国主要省市唇用化妆品出口状况 105

5.3 2019年中国唇用化妆品进出口流向情况 106

5.3.1 2019年中国唇用化妆品进口流向 106

5.3.2 2019年中国唇用化妆品出口流向 107

5.4 2019年中国唇用化妆品进出口均价分析 108

第六章 2019年中国眼用化妆品进出口分析110

6.1 2019年中国眼用化妆品进出口总体情况 110

6.1.1 2015-2019年中国眼用化妆品进口情况 110

6.1.2 2015-2019年中国眼用化妆品出口情况 111

6.2 2019年中国主要省市眼用化妆品进出口情况 112

6.2.1 2019年中国主要省市眼用化妆品进口状况 112

6.2.2 2019年中国主要省市眼用化妆品出口状况 113

6.3 2019年中国眼用化妆品进出口流向情况 114

6.3.1 2019年中国眼用化妆品进口流向 114

6.3.2 2019年中国眼用化妆品出口流向 115

6.4 2019年中国眼用化妆品进出口均价分析 116

第七章 2019年中国指(趾)甲化妆品进出口分析118

7.1 2019年中国指(趾)甲化妆品进出口总体情况 118

7.1.1 2015-2019年中国指(趾)甲化妆品进口情况 118

7.1.2 2015-2019年中国指(趾)甲化妆品出口情况 119

7.2 2019年中国主要省市指(趾)甲化妆品进出口情况 120

7.2.1 2019年中国主要省市指(趾)甲化妆品进口状况 120

7.2.2 2019年中国主要省市指(趾)甲化妆品出口状况 121

7.3 2019年中国指(趾)甲化妆品进出口流向情况 122

7.3.1 2019年中国指(趾)甲化妆品进口流向 122

7.3.2 2019年中国指(趾)甲化妆品出口流向 122

7.4 2019年中国指(趾)甲化妆品进出口均价分析 123

第八章 2015-2019年中国彩妆市场竞争格局分析 125

8.1 2015-2019年中国彩妆市场竞争 125

8.1.1 中国彩妆市场竞争概况 125

8.1.2 2019年中国彩妆厂商竞争格局 126

8.1.3 2019年中国彩妆品牌竞争分析 127

8.2 国际知名彩妆品牌提升竞争力的经验借鉴 130

8.2.1 artdeco彩妆品牌竞争力提升的经验借鉴 130

8.2.2 markwins彩妆品牌竞争力提升的经验借鉴 131

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 132

8.3 化妆品行业市场竞争新动向 132

第九章 彩妆市场营销策略分析 134

9.1 中国彩妆市场营销基本概述 134

9.1.1 彩妆营销的误区 134

9.1.2 彩妆营销的特点 135

9.2 彩妆营销策略分析 136

9.2.1 定位策略 136

9.2.2 贴身跟进大牌的市场--- 137

9.2.3 品质优先的诚信策略 137

9.2.4 人性化营销策略 137

9.2.5 体验式营销策略 138

9.3 彩妆活动促销方式简析 141

9.3.1 活动促销对彩妆品牌发展的意义 141

9.3.2 保障彩妆活动促销成功的条件 141

9.3.3 吸引顾客的法则 143

9.3.4 促使活动成功的三要素 143

9.4 重点彩妆品牌营销案例 145

9.4.1 美宝莲与娥佩兰的营销对比分析 145

9.4.2 卡姿兰彩妆的营销法宝 146

9.5 彩妆市场营销的创新 148

9.5.1 彩妆产品组合创新 148

9.5.2 彩妆营销渠道创新 149

第十章 2015-2019年世界彩妆企业旗下品牌分析 150

10.1 法国欧莱雅(l'oreal) 150

10.1.1 企业简介 150

10.1.2 欧莱雅在中国的发展 151

10.1.3 2019年企业经营状况 153

10.1.4 2019年企业经营状况 155

10.1.5 2019年美宝莲在中国的发展现状 155

10.2 美国宝洁(p&g , procter&gamble) 156

10.2.1 企业简介 156

10.2.2 2019年企业经营状况 158

10.2.3 宝洁公司在中国的营销策略分析 159

10.3 美国雅诗兰黛(esteelauder) 161

10.3.1 企业及品牌简介 161

10.3.2 雅诗兰黛发展简史 162

10.3.3 雅诗兰黛的产品与服务 163

10.3.4 2019年企业经营情况 168

10.4 日本资生堂(siseido) 170

10.4.1 企业简介 170

10.4.2 资生堂历史 171

10.4.3 2019年企业经营状况 172

10.5.4 资生堂品牌线路 174

10.4.5 资生堂在日本推出低端彩妆品牌 175

10.5 美国雅芳(avon) 175

10.5.1 企业简介 175

10.5.2 2019年企业经营状况 176

10.5.3 雅芳的产品简介 178

10.5.4 雅芳营销模式转型	179
10.5.5 2019年雅芳新一代彩妆上市	180
10.6 法国丝芙兰(sepura)	181
10.6.1 公司简介	181
10.6.2 丝芙兰在中国的发展	182
10.6.3 丝芙兰化妆品连锁店的创新经营模式	182
第十一章 2015-2019年中国彩妆重点品牌和企业分析	191
11.1 玫琳凯(中国)化妆品有限公司	191
11.1.1 企业基本情况	191
11.1.2 2019年企业经营状况	191
11.1.3 玫琳凯中国抢占电子商务先机	193
11.2 雅芳(中国)制造有限公司	194
11.2.1 企业基本情况	194
11.2.2 2019年企业经营状况	195
11.2.3 雅芳中国转型之殇	196
11.3 资生堂丽源化妆品有限公司	198
11.3.1 企业基本情况	198
11.3.2 2019年企业经营状况	201
11.3.3 资生堂丽源再登行业效益十佳榜	203
11.4 苏州尚美国际化妆品有限公司	203
11.4.1 企业基本情况	203
11.4.2 2019年企业经营状况	204
11.5 松泽化妆品(深圳)有限公司	205
11.5.1 企业基本情况	205
11.5.2 2019年企业经营状况	206
11.6 其他品牌介绍	207
11.6.1 巧迪尚惠	207
11.6.2 雅美姿	209
11.6.3 蓝色之恋	209
第十二章 2020-2026年中国彩妆市场前景及发展趋势	211

12.1 中国化妆品市场的发展前景及趋势	211
12.1.1 化妆品行业发展总趋势	211
12.1.2 2020-2026年中国化妆品市场趋势预测	213
12.1.3 化妆品连锁专卖将逐步取代单体店	213
12.1.4 2020-2026年中国化妆品行业市场规模预测	216
12.2 2020-2026年中国彩妆市场的前景及发展趋势预测	216
12.2.1 中国低价彩妆市场潜力巨大	216
12.2.2 未来彩妆产品的发展方向	217
12.2.3 特许经营模式将成中国彩妆市场新亮点	218
12.2.4 彩妆原料往安全、天然、滋养方向发展	219
12.3 2020-2026年中国彩妆市场规模预测分析	220
12.3.1 2020-2026年中国彩妆总体市场规模预测	220
12.3.2 2020-2026年中国眼部彩妆总体市场规模预测	221
12.3.3 2020-2026年中国颊部彩妆总体市场规模预测	221
12.3.4 2020-2026年中国唇部彩妆总体市场规模预测	222
12.3.5 2020-2026年中国美甲产品总体市场规模预测	222

图表目录：

图表 1 化妆品分类(按使用目的分)	14
图表 2 化妆品分类(按使用部位分)	15
图表 3 化妆品分类(按剂型分)	15
图表 4 化妆品分类(按年龄分)	16
图表 5 化妆品分类(按产品特点分)	16
图表 6 粉底的成分和作用	27
图表15 2015-2019年中国国内生产总值及增长速度	31
图表16 2015-2019年中国居民消费价格指数变化趋势图	32
图表17 2015-2019年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图	33
图表18 2015-2019年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图	33
图表19 2015-2019年中国城镇居民消费与恩格尔系数	33
图表20 2015-2019年中国农村居民家庭恩格尔系数	34
图表21 2015-2019年中国社会消费品零售总额及增长速度	34
图表22 2015-2019年中国全社会固定资产投资增长趋势图	35

- 图表23 2015-2019年中国进出口总额及增长速度 35
- 图表 13 2019年中国人口数及其构成情况 40
- 图表 14 2015-2019年中国城市人口及所占比例趋势图 41
- 图表 15 2015-2019年间主要年份中国女性人口数量及比重 41
- 图表 16 2019年中国女性人口年龄分布 41
- 图表 17 2019年中国女性人口年龄分布结构图 42
- 图表 18 2015-2019年中国化妆品市场规模增长趋势图 46
- 图表 19 2015-2019年中国高档化妆品市场规模及增长率 48
- 图表 20 2019年中国化妆品行业经济指标统计 49

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202003/156670.html>