

2024-2030年中国彩妆产品 行业分析与市场年度调研报告

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

《2024-2030年中国彩妆产品行业分析与市场年度调研报告》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/202401/435919.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

2017年国内“化妆品人口”位居第二，约4亿仅次于美国;但人均消费量却较低——人均化妆品消费约38.5美元，远低于欧美发达国家的人均消费220美元以上的水平。其中彩妆的差距最大，人均消费仅为欧美人均的9%，未来市场提升的空间也最大。据预测，未来五年内，彩妆市场有望可维持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。

中企顾问网发布的《2024-2030年中国彩妆产品行业分析与市场年度调研报告》共十四章。首先介绍了中国彩妆产品行业市场发展环境、彩妆产品整体运行态势等，接着分析了中国彩妆产品行业市场运行的现状，然后介绍了彩妆产品市场竞争格局。随后，报告对彩妆产品做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国彩妆产品行业发展趋势与投资预测。您若想对彩妆产品产业有个系统的了解或者想投资中国彩妆产品行业，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 彩妆产品行业发展概述

第一节 彩妆产品行业的界定

一、彩妆产品的定义

二、彩妆产品的分类

第二节 彩妆产品行业发展成熟度分析

一、彩妆产品行业发展周期分析

二、彩妆产品行业中外市场成熟度对比

三、彩妆产品行业及其主要子行业成熟度分析

第三节 国内彩妆产品产业链简析

第二章 彩妆产品行业发展分析

第一节 彩妆产品行业发展分析

一、2018年彩妆产品行业发展分析

二、2022年彩妆产品行业发展分析

三、2022年彩妆产品市场需求分析

四、2022年彩妆产品国外市场竞争分析

第二节 2024-2030年主要国家或地区彩妆产品行业发展分析

一、2024-2030年欧美彩妆产品行业分析

二、2024-2030年日韩彩妆产品行业分析

第三章 我国彩妆产品行业发展分析

第一节 我国彩妆产品行业发展概况

一、我国彩妆产品行业发展历程

二、中国彩妆产品行业发展特征

三、我国彩妆产品行业发展状况

第二节 2022年中国彩妆产品行业发展状况

一、2022年彩妆产品行业发展状况分析

当前消费者对于护肤品和彩妆的需求更细分多样，国货美妆中的佼佼者应抓住新趋势，争夺中高端市场。

截止11月10日晚22:00分，2022年“双十一”彩妆行业预售前十品牌分别为：雅诗兰黛、兰蔻、美宝莲、阿玛尼、魅可、纪梵希、完美日记、圣罗兰、苏菲娜以及三熹玉。其中，雅诗兰黛以零售额占比10.2%位居榜首。兰蔻则以8.3%的零售额占比位列榜单第二。美宝莲则位居第三，零售额占比为7.38%。

二、2022年中国彩妆产品行业发展动态

三、2022年彩妆产品行业经营业绩分析

四、2022年我国彩妆产品行业发展热点

第三节 2022年中国彩妆产品市场供需状况

一、2022年中国彩妆产品市场供给分析

二、2022年中国彩妆产品市场需求分析

三、2022年中国彩妆产品产品价格分析

第四节 2022年中国彩妆产品行业消费环境分析

一、消费群体变化分析

二、消费观念变化分析

三、城市居民接触各类彩妆产品消费情况

第五节 对中国彩妆产品市场的分析及思考

- 一、彩妆产品市场特点分析
- 二、彩妆产品市场变化的方向
- 三、中国彩妆产品产业发展的新思路

第四章 彩妆产品产业经济运行分析

第一节 中国彩妆产品关注度分析

- 一、彩妆产品行业关注指数
- 二、网民关注的彩妆产品品牌等级

第二节 中国彩妆产品行业发展概况

第三节 中国彩妆产品行业发展主要特点

第四节 中国彩妆产品行业经营情况分析

第五章 我国彩妆产品产业进出口分析

第一节 我国彩妆产品进口分析

- 一、2022年进口总量分析
- 二、2022年进口结构分析
- 三、2022年进口区域分析

第二节 我国彩妆产品出口分析

- 一、2022年出口总量分析
- 二、2022年出口结构分析
- 三、2022年出口区域分析

第三节 我国彩妆产品进出口预测

- 一、2022年我国彩妆产品进口分析
- 二、2022年我国彩妆产品出口分析
- 三、2024-2030年我国彩妆产品进口预测
- 四、2024-2030年我国彩妆产品出口预测

第六章 彩妆产品行业供求状况分析

第一节 2024-2030年彩妆产品整体生产能力

第二节 2024-2030年产值分布特征及变化

第三节 2024-2030年产品供给分析

- 一、2024-2030年中国彩妆产品行业总体供给

二、2024-2030年中国彩妆产品市场供给分析

第四节 2024-2030年影响中国彩妆产品市场需求的主要因素

第五节 2024-2030年中国彩妆产品市场容量及增长速度

第六节 2024-2030年我国彩妆产品业整体销售能力

一、销售收入

二、利润率

三、产销率

第七章 彩妆产品行业竞争格局分析

第一节 外资和本土彩妆产品企业竞争状况

一、外资和本土彩妆产品品牌对比分析

二、外资与本土彩妆产品品牌竞争力对比分析

三、中国彩妆产品海外市场竞争分析

第二节 中国彩妆产品市场竞争状况

一、中国彩妆产品市场竞争格局

二、2022年中国彩妆产品市场竞争状况

三、2022年中国彩妆产品市场竞争状况

第三节 彩妆产品制造业主要企业竞争力分析

一、重点企业资产总计对比分析

二、重点企业从业人员对比分析

三、重点企业全年营业收入对比分析

四、重点企业出口交货值对比分析

五、重点企业利润总额对比分析

六、重点企业综合竞争力对比分析

第四节 2024-2030年彩妆产品行业竞争格局分析

一、2022年彩妆产品制造业竞争分析

二、2022年中外彩妆产品产品竞争分析

三、2024-2030年国内外彩妆产品竞争分析

四、2024-2030年我国彩妆产品市场竞争分析

五、2024-2030年我国彩妆产品市场集中度分析

六、2024-2030年国内主要彩妆产品企业动向

第八章 彩妆产品企业竞争策略分析

第一节 彩妆产品市场竞争策略分析

一、2022年彩妆产品市场增长潜力分析

二、2022年彩妆产品主要潜力品种分析

三、现有彩妆产品产品竞争策略分析

四、潜力彩妆产品品种竞争策略选择

五、典型企业产品竞争策略分析

第二节 彩妆产品企业竞争策略分析

一、2024-2030年我国彩妆产品市场竞争趋势

二、2024-2030年彩妆产品行业竞争格局展望

三、2024-2030年彩妆产品行业竞争策略分析

四、2024-2030年彩妆产品企业竞争策略分析

第九章 我国彩妆产品行业企业竞争分析

第一节 雅诗兰黛(上海)商贸有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第二节 欧莱雅(中国)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第三节 路威酩轩香水化妆品(上海)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第四节 宝洁(中国)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第五节 法国香奈儿(CHANEL)公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第六节 法国卡姿兰(香港)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第七节 资生堂(中国)投资有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第八节 雅芳(中国)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第九节 美国安娜苏(Anna Sui)公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第十节 靳羽西化妆品(深圳)有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、经营状况

四、发展战略

第十章 彩妆产品行业发展趋势分析

第一节 2022年彩妆产品行业发展趋势分析

- 一、2022年产品发展趋势分析
- 二、2022年销售渠道发展趋势分析
- 三、2022年行业竞争格局展望

第二节 2024-2030年中国彩妆产品市场趋势分析

- 一、2024-2030年彩妆产品市场趋势总结
- 二、2024-2030年彩妆产品市场发展空间
- 三、2024-2030年彩妆产品产业政策趋向
- 四、2024-2030年彩妆产品技术革新趋势
- 五、2024-2030年彩妆产品价格走势分析

第十一章 未来彩妆产品行业发展预测

第一节 2024-2030年彩妆产品市场预测

- 一、2024-2030年彩妆产品行业产值预测
- 二、2024-2030年彩妆产品市场需求前景
- 三、2024-2030年彩妆产品市场价格预测

第二节 2024-2030年国内彩妆产品市场预测

- 一、2024-2030年国内彩妆产品行业产值预测
- 二、2024-2030年国内彩妆产品市场需求前景
- 三、2024-2030年国内彩妆产品市场价格预测

第三节 2024-2030年市场消费能力预测

- 一、2024-2030年行业总需求规模预测
- 二、2024-2030年主要产品市场规模预测
- 三、2024-2030年市场供应能力预测

第十二章 彩妆产品行业投资环境分析

第一节 经济发展环境分析

- 一、2024-2030年我国宏观经济运行情况
- 二、2024-2030年我国宏观经济形势分析
- 三、2024-2030年投资趋势及其影响预测

第二节 政策法规环境分析

- 一、《化妆品名称标签标识禁用语》
- 二、《进出口化妆品检验检疫监督管理办法》
- 三、中国将在2022年出台全新化妆品管理条例

第三节 社会发展环境分析

- 一、国内社会环境发展现状
- 二、2022年社会环境发展分析
- 三、2024-2030年社会环境对行业的影响分析

第十三章 彩妆产品行业投资机会与风险

第一节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2022年相关产业投资收益率比较
- 二、2024-2030年行业投资收益率分析

第二节 彩妆产品行业投资效益分析

- 一、2024-2030年彩妆产品行业投资状况分析
- 二、2024-2030年彩妆产品行业投资效益分析
- 三、2024-2030年彩妆产品行业投资趋势预测
- 四、2024-2030年彩妆产品行业的投资方向
- 五、2024-2030年彩妆产品行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第三节 影响彩妆产品行业发展的主要因素

- 一、2024-2030年影响彩妆产品行业运行的有利因素分析
- 二、2024-2030年影响彩妆产品行业运行的不利因素分析
- 三、2024-2030年我国彩妆产品行业发展面临的挑战分析
- 四、2024-2030年我国彩妆产品行业发展面临的机遇分析

第四节 彩妆产品行业投资风险及控制策略分析

- 一、2024-2030年彩妆产品行业市场风险及控制策略
- 二、2024-2030年彩妆产品行业政策风险及控制策略
- 三、2024-2030年彩妆产品行业经营风险及控制策略
- 四、2024-2030年彩妆产品行业技术风险及控制策略
- 五、2024-2030年彩妆产品同业竞争风险及控制策略
- 六、2024-2030年彩妆产品行业其他风险及控制策略

第十四章 彩妆产品行业投资战略研究

第一节 对我国彩妆产品品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、彩妆产品实施品牌战略的意义
- 三、彩妆产品企业品牌的现状分析
- 四、我国彩妆产品企业的品牌战略
- 五、彩妆产品品牌战略管理的策略

第二节 彩妆产品产业投资战略研究

- 一、2018年彩妆产品产业投资战略
- 二、2022年彩妆产品行业投资战略
- 三、2024-2030年彩妆产品行业投资战略
- 四、2024-2030年细分行业投资战略
- 五、投资战略建议

图表目录：

- 图表：彩妆产品市场规模
- 图表：彩妆产品行业产品分类
- 图表：化妆品行业产品竞争格局
- 图表：彩妆产品行业产品竞争格局
- 图表：彩妆产品行业规划品牌目标
- 图表：2024-2030年中国彩妆产品市场规模
- 图表：2024-2030年中国彩妆产品从业人数
- 图表：2024-2030年彩妆产品市场规模
- 图表：2024-2030年中国彩妆产品营销渠道
- 图表：2024-2030年彩妆产品营销渠道
- 图表：2022年我国彩妆产品产品进口结构
- 图表：2022年我国彩妆产品产品出口结构
- 图表：2024-2030年彩妆产品行业重要数据指标比较
- 图表：2024-2030年中国彩妆产品行业进出口数据比较
- 图表：2024-2030年国内生产总值及其增长速度
- 图表：2024-2030年居民消费价格涨跌幅度

图表：2022年居民消费价格比上年涨跌幅度

图表：2024-2030年国家外汇储备

图表：2024-2030年税收收入及其增长速度

图表：雅诗兰黛(上海)商贸有限公司经济指标

图表：欧莱雅(中国)有限公司经济指标

图表：路威酩轩香水化妆品(上海)有限公司经济指标

图表：宝洁(中国)有限公司经济指标

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202401/435919.html>