

# 2020-2026年中国彩妆市场 深度分析与市场运营趋势报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国彩妆市场深度分析与市场运营趋势报告》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/202008/182403.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

彩妆可分为面部彩妆、眼部彩妆、唇部彩妆和美甲产品。其中，面部彩妆占比最大。随着人均可支配收入的提高以及彩妆消费观念的普及，彩妆行业预计将迎来规模化发展的成熟期，我国的彩妆市场将预计保持持续增长的态势。2011-2019年我国彩妆细分市场规模分析

中企顾问网发布的《2020-2026年中国彩妆市场深度分析与市场运营趋势报告》共十四章。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

#### 1.1化妆品的概述

##### 1.1.1化妆品的定义

##### 1.1.2化妆品的分类

##### 1.1.3化妆品的主要作用

##### 1.1.4化妆品的发展历程

#### 1.2彩妆及其产品简释

##### 1.2.1彩妆的概念及作用

##### 1.2.2彩妆用品简介

#### 1.3主要彩妆产品介绍

##### 1.3.1粉底的定义及成分

##### 1.3.2眼影的概念及作用

##### 1.3.3睫毛膏的概念及发展历史

##### 1.3.4唇彩的相关概述

### 第二章2016-2019年中国彩妆行业市场发展环境分析

#### 2.12019年中国宏观经济环境分析

- 2.1.12019年中国gdp增长情况分析
- 2.1.22019年中国居民消费价格走势
- 2.1.32019年城乡居民收入与消费分析
- 2.1.42019年中国社会消费品零售总额
- 2.1.52019年全社会固定资产投资分析
- 2.1.62019年进出口总额及增长率分析
- 2.22016-2019年中国彩妆行业政策环境分析
  - 2.2.1化妆品卫生规范
  - 2.2.2化妆品评审和命名新政策解读
  - 2.2.3化妆品广告管理办法
- 2.32016-2019年中国彩妆行业社会环境分析
  - 2.3.12019年中国人口及分布总体情况
  - 2.3.22019年中国女性人口及年龄分布
  - 2.3.3女性化妆品消费观念变革
- 2.42019年中国化妆品行业发展分析
  - 2.4.12019年中国化妆品市场概况
  - 2.4.22016年中国化妆品行业发展概况
  - 2.4.32019年中国化妆品行业发展概况
  - 2.4.42019年中国化妆品行业发展概况

### 第三章2016-2019年中国彩妆市场运行分析

- 3.12016-2019年中国彩妆市场概况
  - 3.1.12016-2019年中国彩妆市场规模2010-2019年中国彩妆产品市场规模情况
  - 3.1.22019年中国彩妆市场结构2019年我国彩妆市场细分品类占比分析
  - 3.1.32016-2019年中国彩妆市场的新变化
  - 3.1.42019年中国高档彩妆品走俏市场
- 3.22019年中国彩妆市场关注度分析
  - 3.2.12019年彩妆品牌关注度
  - 3.2.22019年彩妆产品类型关注度
- 3.32019年中国彩妆品消费市场调查
  - 3.3.1中国彩妆市场消费者调查分析
  - 3.3.2中国彩妆消费者生活态度分析

- 3.3.3中国彩妆消费者体育及休闲活动
- 3.4中国彩妆市场运作模式分析
  - 3.4.1流通型彩妆运作模式
  - 3.4.2辐射型彩妆运作模式
  - 3.4.3代理型彩妆运作模式
  - 3.4.4终端型彩妆运作模式
- 3.52016-2019年中国国产彩妆市场现状及问题分析
  - 3.5.1国产彩妆市场发展现状
  - 3.5.2国产彩妆发展中的问题
  - 3.5.3国产彩妆品牌发展的困局
  - 3.5.4国产彩妆产品包装单纯模仿国际品牌

#### 第四章2016-2019年中国彩妆主要细分市场发展分析

- 4.12016-2019年中国颊部彩妆市场分析
  - 4.1.12019年中国颊部彩妆市场规模
  - 4.1.22019年中国颊部彩妆品牌竞争状况
  - 4.1.32019年中国腮红市场消费调研分析
  - 4.1.42019年中国粉底市场消费调研分析
  - 4.1.52019年中国粉底液市场消费调研分析
- 4.22016-2019年中国眼部彩妆市场发展分析
  - 4.2.12019年中国眼部彩妆市场规模
  - 4.2.22019年中国眼部彩妆品牌竞争状况
  - 4.2.32019年中国眼影市场消费调研分析
  - 4.2.42019年中国睫毛膏市场消费调研分析
- 4.32016-2019年中国唇部彩妆市场分析
  - 4.3.12019年中国唇部彩妆市场规模
  - 4.3.22019年中国唇部彩妆品牌竞争状况
  - 4.3.32019年中国唇彩市场需求状况分析
  - 4.3.42019年中国唇膏市场消费调研分析
- 4.42016-2019年中国美甲用品市场分析
  - 4.4.12019年中国美甲用品市场规模
  - 4.4.22016-2019年中国美甲用品品牌竞争分析

#### 4.4.2019年中国指甲油市场消费调研分析

### 第五章2019年中国唇用化妆品进出口分析

#### 5.1.2016-2019年中国唇用化妆品进出口总体情况

##### 5.1.1.2016-2019年中国唇用化妆品进口情况

##### 5.1.2.2016-2019年中国唇用化妆品出口情况

#### 5.2.2019年中国主要省市唇用化妆品进出口情况

##### 5.2.1.2019年中国主要省市唇用化妆品进口状况

##### 5.2.2.2019年中国主要省市唇用化妆品出口状况

#### 5.3.2019年中国唇用化妆品进出口流向情况

##### 5.3.1.2019年中国唇用化妆品进口流向

##### 5.3.2.2019年中国唇用化妆品出口流向

#### 5.4.2019年中国唇用化妆品进出口均价分析

### 第六章2019年中国眼用化妆品进出口分析

#### 6.1.2019年中国眼用化妆品进出口总体情况

##### 6.1.1.2016-2019年中国眼用化妆品进口情况

##### 6.1.2.2016-2019年中国眼用化妆品出口情况

#### 6.2.2019年中国主要省市眼用化妆品进出口情况

##### 6.2.1.2019年中国主要省市眼用化妆品进口状况

##### 6.2.2.2019年中国主要省市眼用化妆品出口状况

#### 6.3.2019年中国眼用化妆品进出口流向情况

##### 6.3.1.2019年中国眼用化妆品进口流向

##### 6.3.2.2019年中国眼用化妆品出口流向

#### 6.4.2019年中国眼用化妆品进出口均价分析

### 第七章2019年中国指(趾)甲化妆品进出口分析

#### 7.1.2019年中国指(趾)甲化妆品进出口总体情况

##### 7.1.1.2016-2019年中国指(趾)甲化妆品进口情况

##### 7.1.2.2016-2019年中国指(趾)甲化妆品出口情况

#### 7.2.20187年中国主要省市指(趾)甲化妆品进出口情况

##### 7.2.1.2019年中国主要省市指(趾)甲化妆品进口状况

7.2.22019年中国主要省市指(趾)甲化妆品出口状况

7.32019年中国指(趾)甲化妆品进出口流向情况

7.3.12019年中国指(趾)甲化妆品进口流向

7.3.22019年中国指(趾)甲化妆品出口流向

7.42019年中国指(趾)甲化妆品进出口均价分析

## 第八章2016-2019年中国彩妆市场竞争格局分析

8.12016-2019年中国彩妆市场竞争

8.1.1中国彩妆市场竞争概况

8.1.22019年中国彩妆厂商竞争格局

8.1.32019年中国彩妆品牌竞争分析

8.2国际知名彩妆品牌提升竞争力的经验借鉴

8.2.1artdeco彩妆品牌竞争力提升的经验借鉴

8.2.2markwins彩妆品牌竞争力提升的经验借鉴

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

8.3化妆品行业市场竞争新动向

## 第九章彩妆市场营销策略分析

9.1中国彩妆市场营销基本概述

9.1.1彩妆营销的误区

9.1.2彩妆营销的特点

9.2彩妆营销策略分析

9.2.1定位策略

9.2.2贴身跟进大牌的市场---

9.2.3品质优先的诚信策略

9.2.4人性化营销策略

9.2.5体验式营销策略

9.3彩妆活动促销方式简析

9.3.1活动促销对彩妆品牌发展的意义

9.3.2保障彩妆活动促销成功的条件

9.3.3吸引顾客的法则

9.3.4促使活动成功的三要素

## 9.4重点彩妆品牌营销案例

### 9.4.1美宝莲与娥佩兰的营销对比分析

### 9.4.2卡姿兰彩妆的营销法宝

## 9.5彩妆市场营销的创新

### 9.5.1彩妆产品组合创新

### 9.5.2彩妆营销渠道创新

## 第十章世界彩妆企业旗下品牌分析

### 10.1法国欧莱雅(l

#### 10.1.1企业简介

#### 10.1.2欧莱雅在中国的发展

#### 10.1.3企业经营状况

#### 10.1.4美宝莲在中国的发展现状

### 10.2美国宝洁(p&g , procter&gamble)

#### 10.2.1企业简介

#### 10.2.2企业经营状况

#### 10.2.3宝洁公司在中国的营销策略分析

### 10.3美国雅诗兰黛(esteelauder)

#### 10.3.1企业及品牌简介

#### 10.3.2雅诗兰黛发展简史

#### 10.3.3雅诗兰黛的产品与服务

#### 10.3.4企业经营情况

### 10.4日本资生堂(siseido)

#### 10.4.1企业简介

#### 10.4.2资生堂历史

#### 10.4.企业经营状况

#### 10.5.4资生堂品牌线路

#### 10.4.5资生堂在日本推出低端彩妆品牌

### 10.5美国雅芳(avon)

#### 10.5.1企业简介

#### 10.5.2企业经营状况

#### 10.5.3雅芳的产品简介

10.5.4雅芳营销模式转型

10.5.5雅芳新一代彩妆上市

10.6法国丝芙兰(sepura)

10.6.1公司简介

10.6.2丝芙兰在中国的发展

10.6.3丝芙兰化妆品连锁店的创新经营模式

## 第十一章中国彩妆重点品牌和企业分析

11.1玫琳凯(中国)化妆品有限公司

11.1.1企业基本情况

11.1.2企业经营状况

11.1.3玫琳凯中国抢占电子商务先机

11.2雅芳(中国)制造有限公司

11.2.1企业基本情况

11.2.2企业经营状况

11.2.3雅芳中国转型之殇

11.3资生堂丽源化妆品有限公司

11.3.1企业基本情况

11.3.2企业经营状况

11.3.3资生堂丽源再登行业效益十佳榜

11.4苏州尚美国际化妆品有限公司

11.4.1企业基本情况

11.4.2企业经营状况

11.5松泽化妆品(深圳)有限公司

11.5.1企业基本情况

11.5.2企业经营状况

11.6其他品牌介绍

11.6.1巧迪尚惠

11.6.2雅美姿

11.6.3蓝色之恋

## 第十二章2020-2026年中国彩妆市场前景及发展趋势( )

- 12.1中国化妆品市场的发展前景及趋势
  - 12.1.1化妆品行业发展总趋势
  - 12.1.22020-2026年中国化妆品市场趋势预测
  - 12.1.3化妆品连锁专卖将逐步取代单体店
  - 12.1.42020-2026年中国化妆品行业市场规模预测
- 12.22020-2026年中国彩妆市场的前景及发展趋势预测
  - 12.2.1中国低价彩妆市场潜力巨大
  - 12.2.2未来彩妆产品的发展方向
  - 12.2.3特许经营模式将成中国彩妆市场新亮点
  - 12.2.4彩妆原料往安全、天然、滋养方向发展
- 12.32020-2026年中国彩妆市场规模预测分析
  - 12.3.12020-2026年中国彩妆总体市场规模预测
  - 12.3.22020-2026年中国眼部彩妆总体市场规模预测
  - 12.3.32020-2026年中国颊部彩妆总体市场规模预测
  - 12.3.42020-2026年中国唇部彩妆总体市场规模预测
  - 12.3.52020-2026年中国美甲产品总体市场规模预测

图表目录：

- 图表 1 化妆品分类(按使用目的分)
- 图表 2 化妆品分类(按使用部位分)
- 图表 3 化妆品分类(按剂型分)
- 图表 4 化妆品分类(按年龄分)
- 图表 5 化妆品分类(按产品特点分)
- 图表 6 粉底的成分和作用
- 图表 7 2019年中国女性人口年龄分布结构图
- 图表 8 2016-2019年中国化妆品市场规模增长趋势图
- 图表 9 2016-2019年中国高档化妆品市场规模及增长率
- 图表 10 2019年中国化妆品行业经济指标统计

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/182403.html>