

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

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>