

2020-2026年中国彩妆市场 深度分析与市场供需预测报告

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年中国彩妆市场深度分析与市场供需预测报告》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/202008/182402.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

2016年我国眼部彩妆产品市场规模为39.9亿元，2019年眼部彩妆产品市场规模增长至43.2亿元。2011-2019年我国眼部彩妆产品市场规模分析

中企顾问网发布的《2020-2026年中国彩妆市场深度分析与市场供需预测报告》共七章。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 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2011-2019年我国唇部彩妆产品市场规模走势2011-2019年我国美甲产品市场规模分析

第二章 2016-2019年化妆品行业发展分析

2.1 2016-2019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 2016-2019年中国化妆品行业发展综述
 - 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 2016-2019年中国化妆品行业发展分析
 - 2.3.1 2019年中国化妆品行业产值状况
 - 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 2016-2019年化妆品行业进出口数据分析
 - 2.4.1 2016-2019年化妆品主要进口来源国家分析
 - 2.4.2 2016-2019年化妆品主要出口目的国家分析
 - 2.4.3 2016-2019年主要省份化妆品进口市场分析
 - 2.4.4 2016-2019年主要省份化妆品出口市场分析
- 2.5 2016-2019年化妆品市场消费分析
 - 2.5.1 化妆品市场消费者结构
 - 2.5.2 女性购买化妆品消费心理
 - 2.5.3 化妆品网络消费者的类型及购买行为
 - 2.5.4 中国化妆品网络消费特征分析
 - 2.5.5 化妆品网络消费地域特征分析
- 2.6 化妆品行业发展存在的问题及措施建议
 - 2.6.1 我国化妆品行业发展存在的主要问题
 - 2.6.2 我国本土化妆品企业存在的深层次问题
 - 2.6.3 中国化妆品行业发展的主要对策
 - 2.6.4 我国化妆品行业网络推广的措施
 - 2.6.5 我国化妆品企业拓展农村市场的营销建议

第三章 2016-2019年彩妆行业发展分析

- 3.1 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019年彩妆市场竞争分析

- 4.1 2016-2019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 2016-2019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 2016-2019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

6.2 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 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

6.4 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

6.6 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：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：2016-2019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：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.cction.com/report/202008/182402.html>