

2020-2026年中国彩妆行业 发展趋势与投资潜力分析报告

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投资潜力分析报告》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/202003/156668.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投资潜力分析报告》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

第二章 2015-2019年化妆品行业发展分析

2.1 2015-2019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 2015-2019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彩妆含税零售额销售占比
 - 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 2015-2019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 2015-2019年化妆品行业进出口数据分析
 - 2.4.1 2015-2019年化妆品主要进口来源国家分析
 - 2.4.2 2015-2019年化妆品主要出口目的国家分析
 - 2.4.3 2015-2019年主要省份化妆品进口市场分析
 - 2.4.4 2015-2019年主要省份化妆品出口市场分析
- 2.5 2015-2019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 2015-2019年彩妆行业发展分析

- 3.1 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019年彩妆市场竞争分析

- 4.1 2015-2019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 2015-2019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 2015-2019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

6.1.5 Maybelline（美宝莲）

6.1.6 Shuemura（植村秀）

6.1.7 2015-2019年欧莱雅运营状况

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 2015-2017财年宝洁运营状况

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

6.3.5 2015-2017财年雅诗兰黛运营状况

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 2015-2019年雅芳运营状况

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

6.5.5 2015-2017财年资生堂运营状况

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 2015-2019年爱茉莉运营状况

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：意大利化妆品及盥洗用品销售额
- 图表：意大利美容展统计表
- 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：2015-2019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：2015-2019年末资生堂总资产和净资产

图表：2015-2019年资生堂营业收入和净利润

图表：2015-2019年资生堂现金流量

图表：2016年资生堂主营业务收入分行业、产品、区域

图表：2015-2019年资生堂成长能力

图表：2015-2019年资生堂短期偿债能力

图表：2015-2019年资生堂长期偿债能力

图表：2015-2019年资生堂运营能力

图表：2015-2019年资生堂盈利能力

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/202003/156668.html>