

# 2018-2024年中国彩妆行业市场运行态势及战略咨询研究报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国彩妆行业市场运行态势及战略咨询研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.chyxx.com/research/201804/630164.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

2017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

智研咨询发布的《2018-2024年中国彩妆行业市场运行态势及战略咨询研究报告》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 2015-2017年化妆品行业发展分析

#### 2.1 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017年中国化妆品行业发展分析

### 2.3.1 2017年中国化妆品行业产值状况

### 2.3.2 2017年中国化妆品市场运行特征

### 2.3.3 2017年中国化妆品市场发展态势

### 2.3.4 2017年本土化妆品市场发展形势

## 2.4 2015-2017年化妆品行业进出口数据分析

### 2.4.1 2015-2017年化妆品主要进口来源国家分析

### 2.4.2 2015-2017年化妆品主要出口目的国家分析

### 2.4.3 2015-2017年主要省份化妆品进口市场分析

### 2.4.4 2015-2017年主要省份化妆品出口市场分析

## 2.5 2015-2017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 2015-2017年彩妆行业发展分析

### 3.1 2015-2017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 2015-2017年中国彩妆市场发展分析

### 3.2.1 2017年中国彩妆市场发展态势

### 3.2.2 2017年国内彩妆市场继续深化调整

### 3.2.3 2017年我国彩妆市场关注度分析

### 3.2.4 2017年彩妆市场关注度分析

## 3.3 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017年彩妆市场竞争分析

### 4.1 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 (ZYYF)

### 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 2018-2024年中国彩妆行业预测分析

#### 7.2.1 2018-2024年中国彩妆行业发展影响因素分析

#### 7.2.2 2018-2024年中国化妆品行业市场规模预测

#### 7.2.3 2018-2024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：2015-2017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：2015-2017年末资生堂总资产和净资产

图表：2015-2017年资生堂营业收入和净利润

图表：2015-2017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：2015-2017年资生堂成长能力

图表：2015-2017年资生堂短期偿债能力

图表：2015-2017年资生堂长期偿债能力

图表：2015-2017年资生堂运营能力

图表：2015-2017年资生堂盈利能力

图表：2018-2024年中国化妆品行业市场规模预测

图表：2018-2024年中国彩妆行业市场规模预测

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201804/630164.html>