# 2018-2024年中国彩妆行业市场专项调研及发展趋势分析报告

报告大纲

智研咨询 www.chyxx.com

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2018-2024年中国彩妆行业市场专项调研及发展趋势分析报告》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/201804/630166.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专项调研及发展趋势分析报告》共十二章。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 14

- 1.1 化妆品的相关概述 14
- 1.1.1 化妆品的定义 14
- 1.1.2 化妆品的分类 15
- 1.1.3 化妆品的主要作用 17
- 1.1.4 化妆品的发展历程 18
- 1.2 彩妆及其产品简释 23
- 1.2.1 彩妆的概念及作用 23
- 1.2.2 彩妆用品简介 24
- 1.3 主要彩妆产品介绍 27
- 1.3.1 粉底的定义及成分 27
- 1.3.2 眼影的概念及作用 28
- 1.3.3 睫毛膏的概念及发展历史 28
- 1.3.4 唇彩的相关概述 30

第二章 2015-2017年中国彩妆行业市场发展环境分析 32

- 2.1 2017年中国宏观经济环境分析 32
- 2.1.1 2017年中国qdp增长情况分析 32
- 2.1.2 2017年中国居民消费价格走势 32
- 2.1.3 2017年城乡居民收入与消费分析 33
- 2.1.4 2017年中国社会消费品零售总额 35

- 2.1.5 2017年全社会固定资产投资分析 35
- 2.1.6 2017年进出口总额及增长率分析 36
- 2.2 2015-2017年中国彩妆行业政策环境分析 37
- 2.2.1 化妆品卫生规范 37
- 2.2.2 化妆品评审和命名新政策解读 37
- 2.2.3 化妆品广告管理办法 39
- 2.3 2015-2017年中国彩妆行业社会环境分析 41
- 2.3.1 2017年中国人口及分布总体情况 41
- 2.3.2 2017年中国女性人口及年龄分布 42
- 2.3.3 女性化妆品消费观念变革 43
- 2.4 2017年中国化妆品行业发展分析 47
- 2.4.1 2017年中国化妆品市场概况 47
- 2.4.2 2015年中国化妆品行业发展概况 50
- 2.4.3 2016年中国化妆品行业发展概况 53
- 2.4.4 2017年中国化妆品行业发展概况 56
- 第三章 2015-2017年中国彩妆市场运行分析 59
- 3.1 2015-2017年中国彩妆市场概况 59

#### 彩妆含税零售额销售占比

- 3.1.1 2015-2017年中国彩妆市场规模 59
- 3.1.2 2017年中国彩妆市场结构 59
- 3.1.3 2015-2017年中国彩妆市场的新变化 60
- 3.1.4 2017年中国高档彩妆品走俏市场 65
- 3.2 2017年中国彩妆市场关注度分析 66
- 3.2.1 2017年彩妆品牌关注度 66
- 3.2.2 2017年彩妆产品类型关注度 66
- 3.3 2017年中国彩妆品消费市场调查 67
- 3.3.1 中国彩妆市场消费者调查分析 67
- 3.3.2 中国彩妆消费者生活态度分析 69
- 3.3.3 中国彩妆消费者体育及休闲活动 72
- 3.4 中国彩妆市场运作模式分析 73
- 3.4.1 流通型彩妆运作模式 73
- 3.4.2 辐射型彩妆运作模式 74
- 3.4.3 代理型彩妆运作模式 74
- 3.4.4 终端型彩妆运作模式 75

- 3.5 2015-2017年中国国产彩妆市场现状及问题分析 76
- 3.5.1 国产彩妆市场发展现状 76
- 3.5.2 国产彩妆发展中的问题 76
- 3.5.3 国产彩妆品牌发展的困局 77
- 3.5.4 国产彩妆产品包装单纯模仿国际品牌 78

第四章 2015-2017年中国彩妆主要细分市场发展分析 82

- 4.1 2015-2017年中国颊部彩妆市场分析 82
- 4.1.1 2017年中国颊部彩妆市场规模 82
- 4.1.2 2017年中国颊部彩妆品牌竞争状况 82
- 4.1.3 2017年中国腮红市场消费调研分析 84
- 4.1.4 2017年中国粉底市场消费调研分析 85
- 4.1.5 2017年中国粉底液市场消费调研分析 87
- 4.2 2015-2017年中国眼部彩妆市场发展分析 88
- 4.2.1 2017年中国眼部彩妆市场规模 88
- 4.2.2 2017年中国眼部彩妆品牌竞争状况 88
- 4.2.3 2017年中国眼影市场消费调研分析 90
- 4.2.4 2017年中国睫毛膏市场消费调研分析 91
- 4.3 2015-2017年中国唇部彩妆市场分析 93
- 4.3.1 2017年中国唇部彩妆市场规模 93
- 4.3.2 2017年中国唇部彩妆品牌竞争状况 93
- 4.3.3 2017年中国唇彩市场需求状况分析 95
- 4.3.4 2017年中国唇膏市场消费调研分析 96
- 4.4 2015-2017年中国美甲用品市场分析 97
- 4.4.1 2017年中国美甲用品市场规模 97
- 4.4.2 2015-2017年中国美甲用品品牌竞争分析 98
- 4.4.3 2017年中国指甲油市场消费调研分析 100

第五章 2017年中国唇用化妆品进出口分析102

- 5.1 2015-2017年中国唇用化妆品进出口总体情况 102
- 5.1.1 2015-2017年中国唇用化妆品进口情况 102
- 5.1.2 2015-2017年中国唇用化妆品出口情况 103
- 5.2 2017年中国主要省市唇用化妆品进出口情况 104
- 5.2.1 2017年中国主要省市唇用化妆品进口状况 104
- 5.2.2 2017年中国主要省市唇用化妆品出口状况 105
- 5.3 2017年中国唇用化妆品进出口流向情况 106
- 5.3.1 2017年中国唇用化妆品进口流向 106

- 5.3.2 2017年中国唇用化妆品出口流向 107
- 5.4 2017年中国唇用化妆品进出口均价分析 108
- 第六章 2017年中国眼用化妆品进出口分析110
- 6.1 2017年中国眼用化妆品进出口总体情况 110
- 6.1.1 2015-2017年中国眼用化妆品进口情况 110
- 6.1.2 2015-2017年中国眼用化妆品出口情况 111
- 6.2 2017年中国主要省市眼用化妆品进出口情况 112
- 6.2.1 2017年中国主要省市眼用化妆品进口状况 112
- 6.2.2 2017年中国主要省市眼用化妆品出口状况 113
- 6.3 2017年中国眼用化妆品进出口流向情况 114
- 6.3.1 2017年中国眼用化妆品进口流向 114
- 6.3.2 2017年中国眼用化妆品出口流向 115
- 6.4 2017年中国眼用化妆品进出口均价分析 116
- 第七章 2017年中国指(趾)甲化妆品进出口分析118
- 7.1 2017年中国指(趾)甲化妆品进出口总体情况 118
- 7.1.1 2015-2017年中国指(趾)甲化妆品进口情况 118
- 7.1.2 2015-2017年中国指(趾)甲化妆品出口情况 119
- 7.2 2017年中国主要省市指(趾)甲化妆品进出口情况 120
- 7.2.1 2017年中国主要省市指(趾)甲化妆品进口状况 120
- 7.2.2 2017年中国主要省市指(趾)甲化妆品出口状况 121
- 7.3 2017年中国指(趾)甲化妆品进出口流向情况 122
- 7.3.1 2017年中国指(趾)甲化妆品进口流向 122
- 7.3.2 2017年中国指(趾)甲化妆品出口流向 122
- 7.4 2017年中国指(趾)甲化妆品进出口均价分析 123
- 第八章 2015-2017年中国彩妆市场竞争格局分析 125
- 8.1 2015-2017年中国彩妆市场竞争 125
- 8.1.1 中国彩妆市场竞争概况 125
- 8.1.2 2017年中国彩妆厂商竞争格局 126
- 8.1.3 2017年中国彩妆品牌竞争分析 127
- 8.2 国际知名彩妆品牌提升竞争力的经验借鉴 130
- 8.2.1 artdeco彩妆品牌竞争力提升的经验借鉴 130
- 8.2.2 markwins彩妆品牌竞争力提升的经验借鉴 131
- 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 132
- 8.3 化妆品行业市场竞争新动向 132
- 第九章 彩妆市场营销策略分析 134

- 9.1 中国彩妆市场营销基本概述 134
- 9.1.1 彩妆营销的误区 134
- 9.1.2 彩妆营销的特点 135
- 9.2 彩妆营销策略分析 136
- 9.2.1 定位策略 136
- 9.2.2 贴身跟进大牌的市场--- 137
- 9.2.3 品质优先的诚信策略 137
- 9.2.4 人性化营销策略 137
- 9.2.5 体验式营销策略 138
- 9.3 彩妆活动促销方式简析 141
- 9.3.1 活动促销对彩妆品牌发展的意义 141
- 9.3.2 保障彩妆活动促销成功的条件 141
- 9.3.3 吸引顾客的法则 143
- 9.3.4 促使活动成功的三要素 143
- 9.4 重点彩妆品牌营销案例 145
- 9.4.1 美宝莲与娥佩兰的营销对比分析 145
- 9.4.2 卡姿兰彩妆的市场营销法宝 146
- 9.5 彩妆市场营销的创新 148
- 9.5.1 彩妆产品组合创新 148
- 9.5.2 彩妆营销渠道创新 149
- 第十章 2015-2017年世界彩妆企业旗下品牌分析 150
- 10.1 法国欧莱雅(I oreal) 150
- 10.1.1 企业简介 150
- 10.1.2 欧莱雅在中国的发展 151
- 10.1.3 2017年企业经营状况 153
- 10.1.4 2017年企业经营状况 155
- 10.1.5 2017年美宝莲在中国的发展现状 155
- 10.2 美国宝洁(p&g, procter&gamble) 156
- 10.2.1 企业简介 156
- 10.2.2 2017年企业经营状况 158
- 10.2.3 宝洁公司在中国的营销策略分析 159
- 10.3 美国雅诗兰黛(esteelauder) 161
- 10.3.1 企业及品牌简介 161
- 10.3.2 雅诗兰黛发展简史 162
- 10.3.3 雅诗兰黛的产品与服务 163

- 10.3.4 2017年企业经营情况 168
- 10.4 日本资生堂(siseido) 170
- 10.4.1 企业简介 170
- 10.4.2 资生堂历史 171
- 10.4.3 2017年企业经营状况 172
- 10.5.4 资生堂品牌线路 174
- 10.4.5 资生堂在日本推出低端彩妆品牌 175
- 10.5 美国雅芳(avon) 175
- 10.5.1 企业简介 175
- 10.5.2 2017年企业经营状况 176
- 10.5.3 雅芳的产品简介 178
- 10.5.4 雅芳营销模式转型 179
- 10.5.5 2017年雅芳新一代彩妆上市 180
- 10.6 法国丝芙兰(sepora) 181
- 10.6.1 公司简介 181
- 10.6.2 丝芙兰在中国的发展 182
- 10.6.3 丝芙兰化妆品连锁店的创新经营模式 182
- 第十一章 2015-2017年中国彩妆重点品牌和企业分析 191
- 11.1 玫琳凯(中国)化妆品有限公司 191
- 11.1.1 企业基本情况 191
- 11.1.2 2017年企业经营状况 191
- 11.1.3 玫琳凯中国抢占电子商务先机 193
- 11.2 雅芳(中国)制造有限公司 194
- 11.2.1 企业基本情况 194
- 11.2.2 2017年企业经营状况 195
- 11.2.3 雅芳中国转型之殇 196
- 11.3 资生堂丽源化妆品有限公司 198
- 11.3.1 企业基本情况 198
- 11.3.2 2017年企业经营状况 201
- 11.3.3 资生堂丽源再登行业效益十佳榜 203
- 11.4 苏州尚美国际化妆品有限公司 203
- 11.4.1 企业基本情况 203
- 11.4.2 2017年企业经营状况 204
- 11.5 松泽化妆品(深圳)有限公司 205
- 11.5.1 企业基本情况 205

- 11.5.2 2017年企业经营状况 206
- 11.6 其他品牌介绍 207
- 11.6.1 巧迪尚惠 207
- 11.6.2 雅美姿 209
- 11.6.3 蓝色之恋 209
- 第十二章 2018-2024年中国彩妆市场前景及发展趋势 211(ZYYF)
- 12.1 中国化妆品市场的发展前景及趋势 211
- 12.1.1 化妆品行业发展总趋势 211
- 12.1.2 2018-2024年中国化妆品市场趋势预测 213
- 12.1.3 化妆品连锁专卖将逐步取代单体店 213
- 12.1.4 2018-2024年中国化妆品行业市场规模预测 216
- 12.2 2018-2024年中国彩妆市场的前景及发展趋势预测 216
- 12.2.1 中国低价彩妆市场潜力巨大 216
- 12.2.2 未来彩妆产品的发展方向 217
- 12.2.3 特许经营模式将成中国彩妆市场新亮点 218
- 12.2.4 彩妆原料往安全、天然、滋养方向发展 219
- 12.3 2018-2024年中国彩妆市场规模预测分析 220
- 12.3.1 2018-2024年中国彩妆总体市场规模预测 220
- 12.3.2 2018-2024年中国眼部彩妆总体市场规模预测 221
- 12.3.3 2018-2024年中国颊部彩妆总体市场规模预测 221
- 12.3.4 2018-2024年中国唇部彩妆总体市场规模预测 222
- 12.3.5 2018-2024年中国美甲产品总体市场规模预测 222

#### 图表目录:

- 图表 1 化妆品分类(按使用目的分) 14
- 图表 2 化妆品分类(按使用部位分) 15
- 图表 3 化妆品分类(按剂型分) 15
- 图表 4 化妆品分类(按年龄分) 16
- 图表 5 化妆品分类(按产品特点分) 16
- 图表 6 粉底的成分和作用 27
- 图表15 2015-2017年中国国内生产总值及增长速度 31
- 图表16 2015-2017年中国居民消费价格指数变化趋势图 32
- 图表17 2015-2017年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图 33
- 图表18 2015-2017年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图 33
- 图表19 2015-2017年中国城镇居民消费与恩格尔系数 33
- 图表20 2015-2017年中国农村居民家庭恩格尔系数 34

图表21 2015-2017年中国社会消费品零售总额及增长速度 34

图表22 2015-2017年中国全社会固定资产投资增长趋势图 35

图表23 2015-2017年中国进出口总额及增长速度 35

图表 13 2017年中国人口数及其构成情况 40

图表 14 2015-2017年中国城市人口及所占比例趋势图 41

图表 15 2015-2017年间主要年份中国女性人口数量及比重 41

图表 16 2017年中国女性人口年龄分布 41

图表 17 2017年中国女性人口年龄分布结构图 42

图表 18 2015-2017年中国化妆品市场规模增长趋势图 46

图表 19 2015-2017年中国高档化妆品市场规模及增长率 48

图表 20 2017年中国化妆品行业经济指标统计 49

详细请访问: https://www.chyxx.com/research/201804/630166.html