

2016-2022年中国彩妆市场供需预测及未来前景预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国彩妆市场供需预测及未来前景预测报告》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/201606/422200.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

彩饰自古指覆彩于土木之上的华饰，是对建筑木构、墙面之类的粉刷、涂抹。现代彩妆作化妆技巧，是为了一门“形象美”的艺术，是利用化妆产品对面部进行修饰，“扬长补短”达到美化的效果。可以在很大程度上弥补女性身体和年龄缺陷所带来的美丽遗憾。

彩妆一般会跟化妆品密切关联，好的化妆品能够出色的表现出彩妆的魅力。

中国消费者越发成熟，彩妆市场的产品细分才能满足他们的胃口。不论是脸部、眼部还是唇部产品，消费者对于产品多元化的需求，逐年上升。其中唇妆产品需求年增长率最快，高达63%，其次是眼妆，年增长率为50%，第三是脸部，年增长率达30%。另外，彩妆的整体妆容（如：“裸妆”等）需求呈下降趋势，而局部妆容（如唇妆，底妆，泪痕妆等）逐步上升。凯度消费者指数对于中国每周彩妆惯用者的调查也显示，约六成使用者在他们每周使用的上妆步骤中仅使用1个彩妆，其中大多为BB/CC霜或唇部彩妆。可见，消费者的需求是带动品类发展的重要原因之一。

值得注意的是，有相关数据还显示男士化妆品也逐渐受到更多关注，男生化妆类增幅达到39%，其中眉妆的增幅最大，高达65%，唇妆其次，为31%。男士的BB霜、防晒霜等都受到关注。可见男士护肤美容的意识不断增强，男士市场已经足够容纳多个品牌的竞争。

随着观念的转变，彩妆逐渐被国人所接受，国内日化企业也开始进军彩妆市场。从2010年到2014年我国彩妆销售额不断上涨，且连续多年增长率超过两位数。

2010-2014年我国彩妆行业市场规模（亿元）

由于全国各大区域由于经济的发展速度不同，各有突出特点，各地的经济水平也决定了彩妆本身的市场潜力，从整个需求市场来看，彩妆需求量比较集中的地区主要集中在华东、华北等地区。

2015年我国彩妆产品销售区域集中度分析

中国智研咨询发布的《2016-2022年中国彩妆市场供需预测及未来前景预测报告》共十二章。首先介绍了彩妆行业市场发展环境、彩妆整体运行态势等，接着分析了彩妆行业市场运行的现状，然后介绍了彩妆市场竞争格局。随后，报告对彩妆做了重点企业经营状况分析，最后分析了彩妆行业发展趋势与投资预测。您若想对彩妆产业有个系统的了解或者想投资彩妆行业，本报告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 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	2013-2016年中国彩妆行业市场发展环境分析	32
2.1	2016年中国宏观经济环境分析	32
2.1.1	2016年中国gdp增长情况分析	32
2.1.2	2016年中国居民消费价格走势	32
2.1.3	2016年城乡居民收入与消费分析	33
2.1.4	2016年中国社会消费品零售总额	35
2.1.5	2016年全社会固定资产投资分析	35
2.1.6	2016年进出口总额及增长率分析	36
2.2	2013-2016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	2013-2016年中国彩妆行业社会环境分析	41
2.3.1	2016年中国人口及分布总体情况	41
2.3.2	2016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	2012-2016年中国化妆品行业发展分析	47
2.4.1	2012年中国化妆品市场概况	47
2.4.2	2014年中国化妆品行业发展概况	50
2.4.3	2015年中国化妆品行业发展概况	53
2.4.4	2016年中国化妆品行业发展概况	56

第三章 2013-2016年中国彩妆市场运行分析 59

3.1 2013-2016年中国彩妆市场概况 59

3.1.1 2013-2016年中国彩妆市场规模 59

3.1.2 2016年中国彩妆市场结构 59

3.1.3 2013-2016年中国彩妆市场的新变化 60

3.1.4 2016年中国高档彩妆品走俏市场 65

3.2 2016年中国彩妆市场关注度分析 66

3.2.1 2016年彩妆品牌关注度 66

3.2.2 2016年彩妆产品类型关注度 66

3.3 2016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 2013-2016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 2013-2016年中国彩妆主要细分市场发展分析 82

4.1 2013-2016年中国颊部彩妆市场分析 82

4.1.1 2016年中国颊部彩妆市场规模 82

4.1.2 2016年中国颊部彩妆品牌竞争状况 82

4.1.3 2016年中国腮红市场消费调研分析 84

4.1.4 2016年中国粉底市场消费调研分析 85

4.1.5 2016年中国粉底液市场消费调研分析 87

4.2 2013-2016年中国眼部彩妆市场发展分析 88

4.2.1 2016年中国眼部彩妆市场规模 88

4.2.2 2016年中国眼部彩妆品牌竞争状况 88

4.2.3 2016年中国眼影市场消费调研分析 90

- 4.2.4 2016年中国睫毛膏市场消费调研分析 91
- 4.3 2013-2016年中国唇部彩妆市场分析 93
 - 4.3.1 2016年中国唇部彩妆市场规模 93
 - 4.3.2 2016年中国唇部彩妆品牌竞争状况 93
 - 4.3.3 2016年中国唇彩市场需求状况分析 95
 - 4.3.4 2016年中国唇膏市场消费调研分析 96
- 4.4 2013-2016年中国美甲用品市场分析 97
 - 4.4.1 2016年中国美甲用品市场规模 97
 - 4.4.2 2016年中国美甲用品品牌竞争分析 98
 - 4.4.3 2016年中国指甲油市场消费调研分析 100

第五章 2016年中国唇用化妆品进出口分析102

5.1 2013-2016年中国唇用化妆品进出口总体情况 102

5.1.1 2013-2016年中国唇用化妆品进口情况 102

2013年我国唇用化妆品进口数量为1700千克，2014年我国唇用化妆品进口数量为854576千克。2013年我国唇用化妆品进口金额为193千美元，2014年我国唇用化妆品进口金额为97350千美元。

我国唇用化妆品进口数据规模

5.1.2 2013-2016年中国唇用化妆品出口情况 103

2013年我国唇用化妆品出口数量为386815千克，2014年我国唇用化妆品出口数量为11224423千克。2013年我国唇用化妆品出口金额为30136千美元，2014年我国唇用化妆品出口金额为184875千美元。

我国唇用化妆品进口数据规模

5.2 2016年中国主要省市唇用化妆品进出口情况 104

5.2.1 2016年中国主要省市唇用化妆品进口状况 104

5.2.2 2016年中国主要省市唇用化妆品出口状况 105

5.3 2016年中国唇用化妆品进出口流向情况 106

5.3.1 2016年中国唇用化妆品进口流向 106

5.3.2 2016年中国唇用化妆品出口流向 107

5.4 2016年中国唇用化妆品进出口均价分析 108

第六章 2016年中国眼用化妆品进出口分析110

6.1 2016年中国眼用化妆品进出口总体情况 110

6.1.1 2013-2016年中国眼用化妆品进口情况 110

6.1.2 2013-2016年中国眼用化妆品出口情况 111

6.2 2016年中国主要省市眼用化妆品进出口情况 112

6.2.1 2016年中国主要省市眼用化妆品进口状况 112

6.2.2 2016年中国主要省市眼用化妆品出口状况 113

6.3 2016年中国眼用化妆品进出口流向情况 114

6.3.1 2016年中国眼用化妆品进口流向 114

6.3.2 2016年中国眼用化妆品出口流向 115

6.4 2016年中国眼用化妆品进出口均价分析 116

第七章 2016年中国指(趾)甲化妆品进出口分析118

7.1 2016年中国指(趾)甲化妆品进出口总体情况 118

7.1.1 2013-2016年中国指(趾)甲化妆品进口情况 118

7.1.2 2013-2016年中国指(趾)甲化妆品出口情况 119

7.2 2016年中国主要省市指(趾)甲化妆品进出口情况 120

7.2.1 2016年中国主要省市指(趾)甲化妆品进口状况 120

7.2.2 2016年中国主要省市指(趾)甲化妆品出口状况 121

7.3 2016年中国指(趾)甲化妆品进出口流向情况 122

7.3.1 2016年中国指(趾)甲化妆品进口流向 122

7.3.2 2016年中国指(趾)甲化妆品出口流向 122

7.4 2016年中国指(趾)甲化妆品进出口均价分析 123

第八章 2016年中国彩妆市场竞争格局分析 125

8.1 2016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 2016年中国彩妆厂商竞争格局 126

8.1.3 2016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 2016年世界彩妆企业旗下品牌分析 150
 - 10.1 法国欧莱雅(l'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 2016年企业经营状况 153
 - 10.1.4 2016年企业经营状况 155
 - 10.1.5 2016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 2016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 2016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	2016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	2016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	2016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
10.7	其他彩妆品牌	185
10.7.1	植村秀(su uemura)	185
10.7.2	爱丽(etude)	186
10.7.3	天使色彩	186
10.7.4	色彩地带	187
10.7.5	卡姿兰	188
10.7.6	伊卡露诗	189
第十一章	2016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	2016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	2016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	2016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 2016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 2016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 2016-2022年中国彩妆市场前景及发展趋势 211 (ZY GX)

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 2012-2015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 2016-2022年中国化妆品行业市场规模预测 216

12.2 2016-2022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 2016-2022年中国彩妆市场规模预测分析 220

12.3.1 2016-2022年中国彩妆总体市场规模预测 220

12.3.2 2016-2022年中国眼部彩妆总体市场规模预测 221

12.3.3 2016-2022年中国颊部彩妆总体市场规模预测 221

12.3.4 2016-2022年中国唇部彩妆总体市场规模预测 222

12.3.5 2016-2022年中国美甲产品总体市场规模预测 222 (ZY GX)

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 2011-2016年中国国内生产总值及增长速度 31
- 图表16 2011-2016年中国居民消费价格指数变化趋势图 32
- 图表17 2011-2016年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图 33
- 图表18 2011-2016年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图 33
- 图表19 2011-2016年中国城镇居民消费与恩格尔系数 33
- 图表20 2011-2016年中国农村居民家庭恩格尔系数 34
- 图表21 2011-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度 34
- 图表22 2011-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图 35
- 图表23 2011-2016年中国进出口总额及增长速度 35
- 图表 13 2016年中国人口数及其构成情况 40
- 图表 14 2011-2016年中国城市人口及所占比例趋势图 41
- 图表 15 2011-2016年间主要年份中国女性人口数量及比重 41
- 图表 16 2015年中国女性人口年龄分布 41
- 图表 17 2015年中国女性人口年龄分布结构图 42
- 图表 18 2011-2016年中国化妆品市场规模增长趋势图 46
- 图表 19 2011-2016年中国高档化妆品市场规模及增长率 48
- 图表 20 2015年中国化妆品行业经济指标统计 49
- 图表 21 2015年中国化妆品行业前五省区企业数量排名 51
- 图表 22 2015年中国化妆品行业前五省区工业总产值排名 51
- 图表 23 2015年中国化妆品行业前五省区资产总计排名 51
- 图表 24 2015年中国化妆品行业前五省区销售收入排名 52
- 图表 25 2015年中国化妆品行业前五省区利润总额排名 52
- 图表 26 2016年中国化妆品行业经济指标统计 53
- 图表 27 2016年中国化妆品行业前五省区企业数量排名 54
- 图表 28 2016年中国化妆品行业前五省区资产总计排名 54
- 图表 29 2016年中国化妆品行业前五省区销售收入排名 54
- 图表 30 2016年中国化妆品行业前五省区利润总额排名 55
- 图表 31 2016年中国化妆品行业经济指标统计 55
- 图表 46 2016年中国化妆品行业前五省区企业数量排名 56
- 图表 47 2016年中国化妆品行业前五省区资产总计排名 57
- 图表 48 2016年中国化妆品行业前五省区销售收入排名 57
- 图表 36 2011-2016年中国彩妆市场规模及增长率 58
- 图表 37 2015年中国彩妆市场结构(单位：亿元) 59

- 图表 38 2016年中国彩妆市场结构(单位：亿元) 59
- 图表 39 2011-2016年中国高档彩妆品市场份额 64
- 图表 40 2016年彩妆品牌关注度排行 65
- 图表 41 2016年彩妆产品类型关注度排行 65
- 图表 42 中国30大城市彩妆市场需求总体状况 66
- 图表 43 中国30大城市彩妆品牌渗透率总体情况 66
- 图表 44 中国30大城市消费者最经常使用的彩妆品牌总体情况 67
- 图表 45 中国彩妆消费者的品牌观 68
- 图表 46 中国彩妆消费者的广告观 68
- 图表 47 中国彩妆消费者的购物投资观 69
- 图表 48 中国彩妆消费者的饮食生活观 69
- 图表 49 中国彩妆消费者的个性时尚观 70
- 图表 50 中国彩妆消费者的工作成就观 70
- 图表 51 中国彩妆消费者的科技环保观 70
- 图表 52 中国彩妆消费者参加体育运动所占份额 71
- 图表 53 中国彩妆消费者参加休闲活动所占份额 72
- 图表 54 2011-2016年中国颊部彩妆市场规模及增长率 81
- 图表 55 2011-2016年中国颊部彩妆品牌市场占有率统计 82
- 图表 56 2015年中国颊部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额 83
- 图表 57 2016年中国颊部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额 83
- 图表 58 2016年中国30座城市腮红市场需求分析 83
- 图表 59 2016年中国30座城市粉底市场需求分析 85
- 图表 60 2016年中国30座城市粉底液市场需求分析 86
- 图表 61 2011-2016年中国眼部彩妆市场规模及增长率 87
- 图表 62 2011-2016年中国眼部彩妆品牌市场占有率统计 88
- 图表 63 2015年中国眼部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额 89
- 图表 64 2016年中国眼部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额 89
- 图表 65 2016年中国30座城市眼影市场需求分析 89
- 图表 66 2016年中国30座城市睫毛膏市场需求分析 91
- 图表 67 2011-2016年中国唇部彩妆市场规模及增长率 92
- 图表 68 2011-2016年中国唇部彩妆品牌市场占有率统计 92
- 图表 69 2015年中国唇部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额 93
- 图表 70 2016年中国唇部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额 94
- 图表 71 2016年中国30座城市唇彩市场需求分析 94
- 图表 72 2016年中国30座城市唇膏市场需求分析 95

- 图表 73 2011-2016年中国美甲用品市场规模及增长率 97
- 图表 74 2011-2016年中国美甲用品品牌市场占有率 97
- 图表 75 2015年中国美甲用品市场份额排名前十位的品牌份额 98
- 图表 76 2016年中国美甲用品市场份额排名前十位的品牌份额 99
- 图表 77 2016年中国30座城市指甲油市场需求分析 99
- 图表 78 2011-2015年中国唇用化妆品进口数量统计 101
- 图表 79 2011-2015年中国唇用化妆品进口数量增长趋势图 101
- 图表 80 2011-2015年中国唇用化妆品进口金额统计 102
- 图表 81 2011-2015年中国唇用化妆品进口金额增长趋势图 102
- 图表 82 2011-2015年中国唇用化妆品出口数量统计 102
- 图表 83 2011-2015年中国唇用化妆品出口数量增长趋势图 103
- 图表 84 2011-2015年中国唇用化妆品出口金额统计 103
- 图表 85 2011-2015年中国唇用化妆品出口金额增长趋势图 103
- 图表 86 2015年中国主要省市(分海关)唇用化妆品进口统计 104
- 图表 87 2015年中国主要省市(分海关)唇用化妆品出口统计 104
- 图表 88 2015年中国唇用化妆品进口来源地情况 105
- 图表 89 2015年中国唇用化妆品出口流向情况 106
- 图表 90 2011-2015年中国唇用化妆品进出口均价情况 107
- 图表 91 2011-2015年中国唇用化妆品进出口均价趋势图 108
- 图表 92 2011-2015年中国眼用化妆品进口数量统计 109
- 图表 93 2011-2015年中国眼用化妆品进口数量增长趋势图 109
- 图表 94 2011-2015年中国眼用化妆品进口金额统计 110
- 图表 95 2011-2015年中国眼用化妆品进口金额增长趋势图 110
- 图表 96 2011-2015年中国眼用化妆品出口数量统计 110
- 图表 97 2011-2015年中国眼用化妆品出口数量增长趋势图 111
- 图表 98 2011-2015年中国眼用化妆品出口金额统计 111
- 图表 99 2011-2015年中国眼用化妆品出口金额增长趋势图 111
- 图表 100 2015年中国主要省市(分海关)眼用化妆品进口统计 112
- 图表 101 2015年中国主要省市(分海关)眼用化妆品出口统计 112
- 图表 102 2015年中国眼用化妆品进口来源地情况 113
- 图表 103 2016年中国眼用化妆品出口流向情况 114
- 图表 104 2011-2015年中国眼用化妆品进出口均价情况 115
- 图表 105 2011-2015年中国眼用化妆品进出口均价趋势图 116
- 图表 106 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品进口数量统计 117
- 图表 107 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品进口数量增长趋势图 117

- 图表 108 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品进口金额统计 118
- 图表 109 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品进口金额增长趋势图 118
- 图表 110 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品出口数量统计 118
- 图表 111 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品出口数量增长趋势图 119
- 图表 112 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品出口金额统计 119
- 图表 113 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品出口金额增长趋势图 119
- 图表 114 2015年中国主要省市(分海关)指(趾)甲化妆品进口统计 120
- 图表 115 2015年中国主要省市(分海关)指(趾)甲化妆品出口统计 120
- 图表 116 2015年中国指(趾)甲化妆品进口来源地情况 121
- 图表 117 2015年中国指(趾)甲化妆品出口流向情况 121
- 图表 118 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品进出口均价情况 122
- 图表 119 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品进出口均价趋势图 123
- 图表 120 2015年中国彩妆市场品牌竞争概况 124
- 图表 121 2011-2016年中国彩妆市场厂商市场份额 125
- 图表 122 2015年市场份额排名前十位的彩妆生产企业占比 126
- 图表 123 2016年市场份额排名前十位的彩妆生产企业占比 126
- 图表 124 2011-2016年中国彩妆品牌市场占有率 127
- 图表 125 2015年中国彩妆市场份额排名前十位的品牌份额 128
- 图表 126 2016年中国彩妆市场份额排名前十位的品牌份额 129
- 图表 127 2011-2016年欧莱雅集团经营情况 152
- 图表 128 2015年欧莱雅集团分部门经营情况 152
- 图表 129 2016年欧莱雅集团分产品及部门经营情况 153
- 图表 130 2011-2016年欧莱雅集团销售额分地区情况统计 153
- 图表 131 2011-2016年欧莱雅集团化妆品业务分地区销售额统计 153
- 图表 132 2011-2016年欧莱雅集团经营利润分地区情况统计 154
- 图表 133 2016年宝洁公司经营状况 157
- 图表 134 2011-2016年宝洁公司分产品经营状况 157
- 图表 135 2011-2016年宝洁公司分产品销售收入统计 158
- 图表 136 2011-2016年雅诗兰黛销售和利润情况统计 167
- 图表 137 2011-2016年雅诗兰黛销售收入增长趋势 168
- 图表 138 2011-2016年雅诗兰黛利润总额增长趋势 168
- 图表 139 2011-2016年雅诗兰黛净利润增长趋势 168
- 图表 140 2011-2016年雅诗兰黛分地区销售收入统计 168
- 图表 141 2011-2016年雅诗兰黛分产品销售收入统计 169
- 图表 142 2013-2016年资生堂资产负债状况 171

- 图表 143 2013-2016年资生堂销售及利润统计 172
- 图表 144 2013-2016年资生堂分地区主营业务收入状况 172
- 图表 145 2013-2016年资生堂分地区销售额状况 172
- 图表 146 2013-2016年资生堂具体分地区销售额状况 172
- 图表 147 2013-2016年资生堂经营利润分地区状况统计 173
- 图表 148 2011-2016年雅芳销售和利润状况统计 175
- 图表 149 2011-2016年雅芳销售收入及增长率情况 176
- 图表 150 2011-2016年雅芳经营利润及增长率情况 176
- 图表 151 2011-2016年雅芳净利润及增长率情况 176
- 图表 152 2011-2016年雅芳毛利率变化情况 177
- 图表 153 2011-2016年雅芳集团按产品分销售额占比 177
- 图表 154 2011-2016年雅芳分地区经营情况 177
- 图表 155 丝芙兰发展历程 180
- 图表 156 天使色彩品牌发展历程 186
- 图表 157 2011-2016年玫琳凯(中国)化妆品有限公司收入及利润统计 190
- 图表 158 2011-2016年玫琳凯(中国)化妆品有限公司收入增长趋势图 191
- 图表 159 2011-2016年玫琳凯(中国)化妆品有限公司销售利润率 191
- 图表 160 2015年玫琳凯(中国)化妆品有限公司成本费用统计 191
- 图表 161 2011-2016年雅芳(中国)制造有限公司收入及利润统计 194
- 图表 162 2011-2016年雅芳(中国)制造有限公司收入增长趋势图 194
- 图表 163 2011-2016年雅芳(中国)制造有限公司销售利润率 194
- 图表 164 2015年雅芳(中国)制造有限公司成本费用统计 195
- 图表 165 2015年雅芳(中国)制造有限公司成本费用比例图 195
- 图表 166 2011-2016年资生堂丽源化妆品有限公司收入及利润统计 200
- 图表 167 2011-2016年资生堂丽源化妆品有限公司收入增长趋势图 201
- 图表 168 2011-2016年资生堂丽源化妆品有限公司销售利润率 201
- 图表 169 2015年资生堂丽源化妆品有限公司成本费用统计 201
- 图表 170 2015年资生堂丽源化妆品有限公司成本费用比例图 202
- 图表 171 2011-2016年苏州尚美国际化妆品有限公司收入及利润统计 203
- 图表 172 2011-2016年苏州尚美国际化妆品有限公司收入增长趋势图 204
- 图表 173 2011-2016年苏州尚美国际化妆品有限公司销售利润率 204
- 图表 174 2015年苏州尚美国际化妆品有限公司成本费用统计 204
- 图表 175 2011-2016年松泽化妆品(深圳)有限公司收入及利润统计 205
- 图表 176 2011-2016年松泽化妆品(深圳)有限公司收入增长趋势图 205
- 图表 177 2011-2016年松泽化妆品(深圳)有限公司销售利润率 206

图表 178 2015年松泽化妆品(深圳)有限公司成本费用统计 206

图表 179 2015年松泽化妆品(深圳)有限公司成本费用比例图 206

图表 180 尚惠国际发展历程及荣誉 207

图表 181 化妆品消费趋势 210

图表 182 2016-2022年中国化妆品行业市场规模预测 215

图表 183 2016-2022年中国彩妆行业市场规模预测 220

图表 184 2016-2022年中国眼部彩妆行业市场规模预测 220

图表 185 2016-2022年中国颊部彩妆行业市场规模预测 221

图表 186 2016-2022年中国唇部彩妆行业市场规模预测 221

图表 187 2016-2022年中国美甲产品行业市场规模预测 222

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201606/422200.html>