

2020-2026年中国彩妆行业市场供需模式及投资发展研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2020-2026年中国彩妆行业市场供需模式及投资发展研究报告》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/201910/792290.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

彩妆主要指用于脸部、眼部、唇部的美容化妆品，包括粉底、蜜粉、口红、眼影、胭脂、睫毛膏等多种类型的产品，其主要作用是利用色彩变化，赋予皮肤色彩，修整肤色或加强眼、鼻部位的阴影，以增加立体感，从而使之更具魅力。同时，也可用于遮盖雀斑、伤痕、痣之类的皮肤缺陷。

彩妆线上销售快速增长，新锐品牌线上发力。2020年4月天猫平台彩妆销售总额达28亿元，同比增长16.0%，增速有所下滑。国际品牌中，4月多数品牌同比增速有所下滑，市占率整体持续下降，美宝莲占据市占率第二。国内品牌中，本土彩妆品牌市占率方面，完美日记持续力压国内外品牌夺冠，卡姿兰增速加快位列第三，珀莱雅发力彩妆，增速较高。国内品牌市占率明显高于国外品牌。

2019年彩妆销售渠道分布

数据来源：公开资料整理

智研咨询发布的《2020-2026年中国彩妆行业市场供需模式及投资发展研究报告》共十三章。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 彩妆行业相关概述

1.1 彩妆行业介绍

1.1.1 彩妆的定义

1.1.2 彩妆的主要作用

1.1.3 彩妆的分类

1.1.4 彩妆的产品特性

1.2 彩妆行业经营模式分析

1.2.1 生产模式

1.2.2 采购模式

1.2.3 销售模式

1.3 彩妆产业链发展分析

1.3.1 产业链简况

1.3.2 上游行业的影响

1.3.3 下游行业的影响

第二章 2015-2019年中国彩妆行业发展环境分析

2.1 彩妆行业政治法律环境（P）

2.1.1 行业主管部门分析

2.1.2 行业监管体制分析

2.1.3 行业相关政策法规分析

- 1、国家引导防晒类护肤品消费
- 2、国家规范化妆品产品技术要求
- 3、国家完善化妆品安全风险评估
- 4、国家调控化妆品检验机构建设
- 5、国家规范化妆品相关产品的命名
- 6、国家规范非特殊用途化妆品的管理
- 7、国家推进化妆品安全风险控制体系
- 8、《化妆品生产企业卫生规范》
- 9、《化妆品卫生监督条例》
- 10、《化妆品卫生监督条例实施细则》
- 11、《进出口化妆品监督检验管理办法》

2.2 彩妆行业经济环境分析（E）

2.2.1 宏观经济形势分析

2.2.2 居民收入分析

2.3 彩妆行业社会环境分析（S）

2.3.1 彩妆产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.4 彩妆行业技术环境分析（T）

2.4.1 彩妆行业技术发展现状

2.4.2 彩妆行业的新技术

2.4.3 彩妆行业的新原料

2.4.4 彩妆技术开发研究方向

第三章 全球彩妆行业发展概述

3.1 2015-2019年全球彩妆行业发展情况概述

3.1.1 全球彩妆行业发展现状

3.1.2 全球彩妆行业发展特征

3.1.3 全球彩妆行业市场规模

3.2 2015-2019年全球主要地区彩妆行业发展状况

- 3.2.1 欧洲彩妆行业发展情况概述
- 3.2.2 美国彩妆行业发展情况概述
- 3.2.3 日韩彩妆行业发展情况概述
- 3.3 2020-2026年全球彩妆行业发展前景预测
 - 3.3.1 全球彩妆行业市场规模预测
 - 3.3.2 全球彩妆行业发展前景分析
 - 3.3.3 全球彩妆行业发展趋势分析
- 3.4 全球彩妆行业重点企业发展动态分析

第四章 中国彩妆行业发展概述

- 4.1 中国彩妆行业发展状况分析
 - 4.1.1 中国彩妆行业发展阶段
 - 4.1.2 中国彩妆行业发展总体概况
 - 4.1.3 中国彩妆行业发展特点分析
- 4.2 2015-2019年彩妆行业发展现状

彩妆仍是大日化品类中增长最快的赛道，低龄化加速提升渗透率彩妆行业是当前整个美妆行业中增速最高的、渗透率较低的细分品类，未来三年年复合增速仍有望保持10%以上。从当前彩妆市场格局来看，市场主要为国际品牌所占据，但从下表中，我们同时也看到，我国彩妆市场的CR10已经从2014年的34.0%下降至2017年的25.4%，随着低线彩妆消费的普及，本土品牌将迎来发展机遇，如珀莱雅和自然堂等本土化妆品品牌已经开始愈发重视彩妆市场，并通过在护肤品领域积累的研发实力和营销经验快速切入彩妆领域。

我国彩妆市场集中度/%

数据来源：公开资料整理

- 4.2.1 2015-2019年中国彩妆行业市场规模
- 4.2.2 2015-2019年中国彩妆行业发展分析
- 4.2.3 2015-2019年中国彩妆企业发展分析
- 4.3 2020-2026年中国彩妆行业面临的困境及对策
 - 4.3.1 中国彩妆行业面临的困境及对策
 - 1、中国彩妆行业面临困境
 - 2、中国彩妆行业对策探讨
 - 4.3.2 中国彩妆企业发展困境及策略分析
 - 1、中国彩妆企业面临的困境
 - 2、中国彩妆企业的对策探讨
 - 4.3.3 国内彩妆企业的出路分析

第五章 中国彩妆所属行业市场运行分析

- 5.1 2015-2019年中国彩妆所属行业总体规模分析

5.1.1 企业数量结构分析

5.1.2 人员规模状况分析

5.1.3 所属行业资产规模分析

5.1.4 行业市场规模分析

5.2 2015-2019年中国彩妆所属行业产销情况分析

5.2.1 中国彩妆所属行业工业总产值

5.2.2 中国彩妆所属行业工业销售产值

5.2.3 中国彩妆所属行业产销率

5.3 2015-2019年中国彩妆所属行业市场供需分析

5.3.1 中国彩妆所属行业供给分析

5.3.2 中国彩妆所属行业需求分析

5.3.3 中国彩妆所属行业供需平衡

5.4 2015-2019年中国彩妆所属行业财务指标总体分析

5.4.1 所属行业盈利能力分析

5.4.2 所属行业偿债能力分析

5.4.3 行业营运能力分析

5.4.4 行业发展能力分析

第六章 行业消费者分析

6.1 消费群体变化分析

6.2 消费观念变化分析

6.2.1 从“节约”到“时尚”

6.2.2 从“关注质量”到“关注品牌文化”

6.2.3 从“整齐划一”到“追求个性与自我”

6.3 不同人口特征城市居民彩妆购买比例

6.3.1 不同年龄居民的彩妆购买分析

6.3.2 不同学历居民的彩妆购买分析

6.3.3 不同收入居民的彩妆购买分析

1、低收入消费者行为研究

2、高收入消费者行为研究

3、不同收入居民彩妆购买分析

第七章 2015-2019年中国彩妆市场营销分析

7.1 中国彩妆行业主要市场渠道

7.1.1 销售渠道介绍

7.1.2 批发市场

7.1.3 零售终端市场

- 7.1.4 专业市场
- 7.2 彩妆市场营销概况
 - 7.2.1 彩妆市场营销趋势透析
 - 7.2.2 企业创新体验营销模式
 - 7.2.3 彩妆软文营销的关键点
- 7.3 彩妆品牌营销渠道选择
 - 7.3.1 核心销售渠道
 - 7.3.2 品牌功效渠道
 - 7.3.3 互动体验渠道
- 7.4 彩妆网络营销
 - 7.4.1 彩妆网络营销特征和优势
 - 7.4.2 中国彩妆网络营销的发展
 - 7.4.3 彩妆网络营销体系日渐完善
 - 7.4.4 彩妆网络营销存在的问题
 - 7.4.5 彩妆网络营销策略建议
 - 7.4.6 彩妆网络营销趋势分析
- 7.5 彩妆直销
 - 7.5.1 彩妆直销的概述
 - 7.5.2 直销企业“反周期”规律
 - 7.5.3 彩妆直销企业两极化态势
 - 7.5.4 网上直销成主流趋势
- 7.6 彩妆专卖店经营
 - 7.6.1 彩妆专卖店市场现状
 - 7.6.2 彩妆专卖成发展趋势
 - 7.6.3 彩妆专卖店运营策略
 - 7.6.4 彩妆专卖店前景展望
- 7.7 彩妆市场营销对策及建议
 - 7.7.1 营销方式创新
 - 7.7.2 做好渠道选择
 - 7.7.3 推进内容营销
 - 7.7.4 打造微关系营销
 - 7.7.5 关注农村市场
- 7.8 彩妆梯度营销渠道策略分析
 - 7.8.1 梯度营销的必要性
 - 7.8.2 渠道梯度

7.8.3 目标消费者梯度

第八章 中国彩妆行业市场竞争格局分析

8.1 中国彩妆行业竞争格局分析

8.1.1 彩妆行业区域分布格局

8.1.2 彩妆行业企业规模格局

8.1.3 彩妆行业企业性质格局

8.2 中国彩妆行业竞争五力分析

8.2.1 彩妆行业上游议价能力

8.2.2 彩妆行业下游议价能力

8.2.3 彩妆行业新进入者威胁

8.2.4 彩妆行业替代产品威胁

8.2.5 彩妆行业现有企业竞争

8.3 中国彩妆行业竞争SWOT分析

8.3.1 彩妆行业优势分析（S）

8.3.2 彩妆行业劣势分析（W）

8.3.3 彩妆行业机会分析（O）

8.3.4 彩妆行业威胁分析（T）

8.4 中国彩妆行业投资兼并重组整合分析

8.4.1 投资兼并重组现状

8.4.2 投资兼并重组案例

8.5 中国彩妆行业重点企业竞争策略分析

第九章 中国彩妆行业领先企业竞争力分析

9.1 欧莱雅(中国)有限公司

9.1.1 企业发展基本情况

9.1.2 企业主要产品分析

9.1.3 企业竞争优势分析

9.1.4 企业经营状况分析

9.1.5 企业最新发展动态

9.1.6 企业发展战略分析

9.2 雅诗兰黛集团

9.2.1 企业发展基本情况

9.2.2 企业主要产品分析

9.2.3 企业竞争优势分析

9.2.4 企业经营状况分析

9.2.5 企业最新发展动态

9.2.6 企业发展战略分析

9.3 卡姿兰集团

9.3.1 企业发展基本情况

9.3.2 企业主要产品分析

9.3.3 企业竞争优势分析

9.3.4 企业经营状况分析

9.3.5 企业最新发展动态

9.3.6 企业发展战略分析

9.4 克丽丝汀迪奥商业(上海)有限公司

9.4.1 企业发展基本情况

9.4.2 企业主要产品分析

9.4.3 企业竞争优势分析

9.4.4 企业经营状况分析

9.4.5 企业最新发展动态

9.4.6 企业发展战略分析

9.5 宝洁(中国)有限公司

9.5.1 企业发展基本情况

9.5.2 企业主要产品分析

9.5.3 企业竞争优势分析

9.5.4 企业经营状况分析

9.5.5 企业最新发展动态

9.5.6 企业发展战略分析

9.6 法国香奈儿(CHANEL)公司

9.6.1 企业发展基本情况

9.6.2 企业主要产品分析

9.6.3 企业竞争优势分析

9.6.4 企业经营状况分析

9.6.5 企业最新发展动态

9.6.6 企业发展战略分析

第十章 2020-2026年中国彩妆行业发展趋势与前景分析

10.1 2020-2026年中国彩妆市场发展前景

10.1.1 2020-2026年彩妆市场发展潜力

10.1.2 2020-2026年彩妆市场发展前景展望

10.2 2020-2026年中国彩妆市场发展趋势预测

10.2.1 2020-2026年彩妆行业发展趋势

10.2.2 2020-2026年彩妆市场规模预测

10.2.3 2020-2026年彩妆行业应用趋势预测

10.3 2020-2026年中国彩妆行业供需预测

10.3.1 2020-2026年中国彩妆行业供给预测

10.3.2 2020-2026年中国彩妆行业需求预测

10.3.3 2020-2026年中国彩妆供需平衡预测

10.4 影响企业生产与经营的关键趋势

10.4.1 行业发展有利因素与不利因素

10.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

10.4.3 科研开发趋势及替代技术进展

10.4.4 影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十一章 2020-2026年中国彩妆行业投资分析

11.1 彩妆行业投资特性分析

11.1.1 行业进入壁垒分析

1、技术壁垒

2、渠道壁垒

3、品牌壁垒

11.1.2 行业投资机会分析

1、90后将带动行业消费增长

2、渠道下沉扩大市场容量

3、中国的高消费时代到来

4、产业升级成本将会压缩

5、网络市场加快市场开拓

11.2 彩妆行业投资风险分析

11.2.1 行业政策波动风险

11.2.2 行业技术落后风险

11.2.3 行业市场竞争风险

11.2.4 行业企业内部风险

11.2.5 行业宏观经济波动风险

11.2.6 行业产品结构变动风险

11.2.7 行业其他相关风险

11.3 彩妆行业投资建议

11.3.1 强化本土品牌的本土特色

11.3.2 注重跟踪研发和合作研发策略

11.3.3 从趋势性技术寻找市场机会

11.3.4 积极申请专利技术学会自我保护

第十二章 2020-2026年中国彩妆企业投资战略与客户策略分析

12.1 彩妆企业发展战略规划背景意义（ZY LII）

12.2 彩妆企业战略规划制定依据

12.2.1 国家政策支持

12.2.2 行业发展规律

12.2.3 企业资源与能力

12.2.4 可预期的战略定位

12.3 彩妆企业战略规划策略分析

12.3.1 战略综合规划

12.3.2 技术开发战略

12.3.3 区域战略规划

12.3.4 产业战略规划

12.3.5 营销品牌战略

12.3.6 竞争战略规划

第十三章 研究结论及建议（ZY LII）

13.1 研究结论

13.2 建议

13.2.1 行业发展策略建议

13.2.2 行业投资方向建议

13.2.3 行业投资方式建议

部分图表目录：

图表：彩妆行业特点

图表：彩妆行业生命周期

图表：彩妆行业产业链分析

图表：2015-2019年彩妆行业市场规模分析

图表：2020-2026年彩妆行业市场规模预测

图表：中国彩妆所属行业盈利能力分析

图表：中国彩妆所属行业运营能力分析

图表：中国彩妆所属行业偿债能力分析

图表：中国彩妆行业发展能力分析

图表：中国彩妆行业经营效益分析

图表：2015-2019年彩妆重要数据指标比较

图表：2015-2019年中国彩妆行业销售情况分析

图表：2015-2019年中国彩妆行业利润情况分析

图表：2015-2019年中国彩妆行业资产情况分析

图表：2019年网购彩妆消费者地域分布及搜索情况

图表：彩妆消费群体分析

图表：2019年彩妆渠道份额占比

图表：2015-2019年中国彩妆竞争力分析

图表：2020-2026年中国彩妆产能预测

图表：2020-2026年中国彩妆消费量预测

图表：2020-2026年中国彩妆市场前景预测

图表：2020-2026年中国彩妆市场价格走势预测

图表：2020-2026年中国彩妆发展前景预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201910/792290.html>