

2016-2022年中国眼霜市场调研及发展前景预测分 析报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国眼霜市场调研及发展前景预测分析报告》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/201511/355384.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

眼霜，护肤类化妆产品之一。有滋润功效，除了可以减低黑眼圈、眼袋问题外，同时也具备改善皱纹、细纹的功效。眼霜是用来保护眼睛周围比较薄的这一层皮肤的，对眼袋、黑眼圈、鱼尾纹等都有一定的效用，但是不同的眼霜有不同的作用。眼霜的种类很多，大致分为眼膜、眼胶、眼部啫喱、眼贴、眼霜等；从功能上分为滋润眼霜、紧实眼霜、抗老化眼霜、抗敏眼霜等等。

随着经济的飞速发展和人民生活水平的不断提高，依托庞大的人口基数，中国已经成为了全球最大的化妆品市场之一。据Euromonitor的统计数据显示，2013年我国化妆品销售额超过1300亿元，2014年我国化妆品行业市场规模达到1580亿元。近几年我国化妆品行业市场规模情况如下图所示：

2001-2014年中国化妆品市场规模走势图

注：统计口径包括护肤、防晒、彩妆、香水、男士剃须护理及婴幼儿护理等。

资料来源：Euromonitor

2014年护肤品类市场容量达1055亿元，是美容及个人护理用品中最大的子行业。2006-2014年的复合增长率约15%，远快于美容及个人护理用品12%的增速。未来5年护肤品类将继续保持10%左右的增速，预计到2016年将超过1250亿元的市场容量。近几年我国护肤品市场规模情况如下图所示：

2004-2014年中国护肤品行业市场规模

数据来源：中国香料香精化妆品工业协会 智研数据中心整理

本眼霜行业研究报告共十二章是智研咨询的研究成果，通过文字、图表向您详尽描述您所处的行业形势，为您提供详尽的内容。智研咨询在其多年的行业研究经验基础上建立起了完善的产业研究体系，一整套的产业研究方法一直在业内处于领先地位。本中国眼霜行业研究报告是2015-2016年度，目前国内最全面、研究最为深入、数据资源最为强大的研究报告产品，为您的投资带来极大的参考价值。

本研究咨询报告由智研咨询领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研咨询提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了中国眼霜行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国眼霜行业做了重点企业经营状况分析，并分析了中国眼霜行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 眼霜相关概述

第一节 护肤品简述

- 一、护肤品的分类及作用
- 二、护肤品的历史沿革
- 三、各种护肤品理化指标

第二节 眼霜基础阐述

- 一、眼霜的成份
- 二、眼霜的分类
 - 1、眼部卸妆产品
 - 2、眼部基础护理产品
 - 3、眼部特殊护理

第三节 眼霜品种

- 一、眼膜
- 二、眼胶
- 三、眼霜

第二章 2014-2015年世界眼霜市场运行态势分析

第一节 2014-2015年世界护肤品业运行概况

- 一、国际护肤品市场品牌分析
- 二、护肤品市场呈现两大新潮流

第二节 2014-2015年世界眼霜市场动态分析

- 一、眼霜全球化背景下的新探索
- 二、全球热卖：医生品牌抗过敏眼霜效果评测
- 三、妮维雅掀起高性价比眼霜的购买热潮

第三节 2014-2015年主要国家及地区眼霜行业发展现状分析

- 一、美国
- 二、欧洲
- 三、日本
- 四、韩国

第四节 2016-2022年世界眼霜行业发展趋势分析

第三章 2014-2015年中国眼霜市场运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

- 一、GDP历史变动轨迹分析
- 二、固定资产投资历史变动轨迹分析
- 三、2014年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2014-2015年中国眼霜市场相关政策分析

- 一、眼霜市场政策监管

二、护肤品产业政策分析

三、化妆品产业政策分析

四、其它相关法律法规

第三节 2014-2015年中国眼霜社会环境分析

第四章 2014-2015年中国护肤品产业运行态势分析

第一节 中国护肤品市场品牌发展历程分析

一、第一阶段：上海品牌垄断国内市场

二、第二阶段：跨国公司抢滩中国，土洋品牌泾渭分明

三、第三阶段：本土品牌专业细分市场突围

四、第四阶段：跨国品牌中低端延伸，本土品牌中高端跨越

第二节 2014-2015年中国护肤品市场发展概况分析

一、医学护肤品市场扩大

二、护肤品市场寻求品牌突围

三、植物护肤品市场潜力无限

第三节 2014-2015年中国护肤品市场的发展态势分析

一、众多品牌瓜分市场

二、市场细分已成必然

三、专业护肤品企业出现

四、高档护肤品发展迅速

第四节 2014-2015年中国的护肤品市场发展特点分析

一、男士护肤品市场发展迅猛，但市场培育成熟还需要时间

二、“无添加、有机化妆品”成为主流概念之一

三、连锁专卖店成为护肤品销售的主流渠道之一

四、老年护肤品潜力尚未开发

五、防晒、美白等基础护肤出现新的发展趋势

第五章 2014-2015年中国眼霜市场动态分析

第一节 2014-2015年中国眼霜行业市场新亮点呈现

一、眼霜种类繁多

二、眼霜价格两极分化严重

三、眼霜行业地区发展水平不平衡

第二节 2014-2015年中国眼霜行业价格水平分析

一、低价位

二、中高价位

第三节 2014-2015年中国眼霜消费人群分析

第四节 2014-2015年中国消费者对眼霜需求要素

一、基础需求

二、特殊需求

第六章 2014-2015年中国眼霜品牌市场营销态势分析

第一节 雅诗兰黛

一、产品性价比分析

二、产品主流消费群体

三、口碑评价

四、营销策略

五、市场销售情况

第二节 欧莱雅

第三节 玉兰油

第四节 兰蔻

第五节 倩碧

第六节 雅芳

第七节 大宝

第八节 相宜本草

第九节 玫琳凯

第十节 薇姿

第七章 2014-2015年中国眼霜市场消费调研

第一节 2014-2015年中国消费者心理调研

一、女性消费者消费心理与行为分析

二、男性消费者心理与行为分析

三、消费者对眼霜需求因素分析

1、眼霜基础需求

2、眼霜特殊需求

第二节 2014-2015年中国眼霜市场划分及消费者分布研究

一、高端市场

二、中端市场

三、低端市场

第三节 2014-2015年中国眼霜消费者消费行为调研

一、中国消费者对眼霜认知情况调研

二、消费者购买眼霜渠道分布

三、消费者对眼霜品牌忠诚度分析

四、消费者对眼霜价格敏感度分析

五、中国重点城市前五大品牌构成

六、影响消费者选购护眼霜考虑因素分析

七、消费者对眼霜功能关注及占比（滋润、紧实、抗老化、抗敏）

第八章 2014-2015年中国眼霜行业市场竞争格局分析

第一节 2014-2015年中国护肤品行业整体竞争格局分析

一、激烈竞争导致行业集中度下滑

二、国内主要护肤品竞争手段分析

三、外资护肤品抢滩中低端市场

四、男性护肤品市场竞争日渐升温

五、品牌成为护肤品竞争突破点

第二节 2014-2015年中国眼霜市场竞争分析

一、眼霜新产品性价格分析

二、国内外品牌竞争力分析

三、生产工艺竞争

第三节 2014-2015年中国眼霜市场集中度分析

第四节 2014-2019年中国眼霜竞争趋势分析

第九章 2014-2015年全球十大品牌眼霜运行浅析

第一节 欧莱雅

一、企业概况

二、眼霜占企业份额

三、企业发展战略分析

第二节 雅芳公司

第三节 OLAY

第四节 雅诗兰黛

第五节 LANC?ME

第六节 CLINIQUE（倩碧）

第七节 VICHY（薇姿）

第八节 Neutrogena

第九节 丸美

第十章 2014-2015年中国眼霜行业主要国产品牌竞争力分析

第一节 普兰娜眼霜

第二节 兰亭的果酸/螺旋藻眼霜

第三节 大宝的眼袋霜

第四节 相宜中药舒缓眼膜

第五节 美目水晶

第六节 家化的玉泽眼贴膜

第七节 可采眼贴膜

第八节 一朵眼膜

第九节 佰草集

第十节 北海黑珍珠海洋生物科技有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一章2016-2022年中国眼霜市场前景展望与趋势预测分析

第一节2016-2022年中国护肤品产品市场发展方向分析（ZYCSM）

一、向高端产品方向渗透

二、向终端市场方向渗透

三、从价格优势竞争转向研发、渠道的竞争

第二节2016-2022年中国眼霜市场预测分析

一、眼霜市场容量预测分析

二、眼霜品牌消费前景预测分析

第三节2016-2022年中国眼霜市场盈利预测分析

第十二章2016-2022年中国眼霜市场投资战略研究

第一节2016-2022年中国眼霜行业投资概况

一、眼霜行业投资特性

二、眼霜具有良好的投资价值

三、眼霜投资环境分析

第二节2016-2022年中国眼霜投资机会分析

一、眼霜投资热点

二、眼霜投资吸引力分析

第三节 2016-2022年中国眼霜投资风险及防范

一、竞争风险分析

二、金融风险分析

三、政策风险分析

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201511/355384.html>