

2017-2022年中国彩妆市场运营态势及行业发展趋势研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国彩妆市场运营态势及行业发展趋势研究报告》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/201612/476251.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

彩妆主要包括脸部化妆品、眼部化妆品、唇部产品、美甲产品和彩妆套装五大类。统计数据显示，2015年我国彩妆市场容量为251.0亿元，占化妆品整体市场7.2%的份额；其中脸部化妆品、眼部化妆品、唇部产品、美甲产品和彩妆套装分别为122.0亿元、53.9亿元、62.9亿元、4.6亿元和7.6亿元。2011-2015年彩妆市场的年均复合增长率为10.8%。

2011-2015年我国彩妆市场容量图

智研咨询发布的《2017-2022年中国彩妆市场运营态势及行业发展趋势研究报告》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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2016年中国化妆品行业发展分析 47
 - 2.4.1 2016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 2014-2016年中国彩妆市场运行分析 59
 - 3.1 2014-2016年中国彩妆市场概况 59
 - 3.1.1 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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

2016年一季度，随着素颜风盛行加之气温逐渐走高，BB类产品的销量直线上升。

2016年一季度彩妆产品销量月变化图

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 2014-2016年中国彩妆主要细分市场发展分析 82

4.1 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2014-2016年中国唇用化妆品进出口总体情况 102

5.1.1 2014-2016年中国唇用化妆品进口情况 102

5.1.2 2014-2016年中国唇用化妆品出口情况 103

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	2014-2016年中国眼用化妆品进口情况	110
6.1.2	2014-2016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	2014-2016年中国指(趾)甲化妆品进口情况	118
7.1.2	2014-2016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	2014-2016年中国彩妆市场竞争格局分析	125
8.1	2014-2016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 2014-2016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 2014-2016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 2017-2022年中国彩妆市场前景及发展趋势	211(ZY WZY)
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 2017-2022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 2017-2022年中国化妆品行业市场规模预测	216
12.2 2017-2022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 2017-2022年中国彩妆市场规模预测分析	220
12.3.1 2017-2022年中国彩妆总体市场规模预测	220
12.3.2 2017-2022年中国眼部彩妆总体市场规模预测	221
12.3.3 2017-2022年中国颊部彩妆总体市场规模预测	221
12.3.4 2017-2022年中国唇部彩妆总体市场规模预测	222
12.3.5 2017-2022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 2014-2016年中国国内生产总值及增长速度 31
 - 图表16 2014-2016年中国居民消费价格指数变化趋势图 32
 - 图表17 2014-2016年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图 33
 - 图表18 2014-2016年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图 33
 - 图表19 2014-2016年中国城镇居民消费与恩格尔系数 33
 - 图表20 2014-2016年中国农村居民家庭恩格尔系数 34
 - 图表21 2014-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度 34
 - 图表22 2014-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图 35
 - 图表23 2014-2016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 2014-2016年中国城市人口及所占比例趋势图 41
 - 图表 15 2014-2016年间主要年份中国女性人口数量及比重 41
 - 图表 16 2016年中国女性人口年龄分布 41
 - 图表 17 2016年中国女性人口年龄分布结构图 42
 - 图表 18 2014-2016年中国化妆品市场规模增长趋势图 46
 - 图表 19 2014-2016年中国高档化妆品市场规模及增长率 48
 - 图表 20 2014年中国化妆品行业经济指标统计 49
 - 图表 21 2014年中国化妆品行业前五省区企业数量排名 51
 - 图表 22 2014年中国化妆品行业前五省区工业总产值排名 51
 - 图表 23 2014年中国化妆品行业前五省区资产总计排名 51
 - 图表 24 2014年中国化妆品行业前五省区销售收入排名 52
 - 图表 25 2014年中国化妆品行业前五省区利润总额排名 52
 - 图表 26 2015年中国化妆品行业经济指标统计 53
 - 图表 27 2015年中国化妆品行业前五省区企业数量排名 54
 - 图表 28 2015年中国化妆品行业前五省区资产总计排名 54
 - 图表 29 2015年中国化妆品行业前五省区销售收入排名 54
 - 图表 30 2015年中国化妆品行业前五省区利润总额排名 55
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201612/476251.html>