

2020-2026年中国彩妆行业市场现状调研及投资机会预测报告

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现状调研及投资机会预测报告》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/201910/792298.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。

市场规模方面，大众市场2019年达到401亿美元；高端及奢侈市场19年分别达到205亿美元和220亿美元。大众市场占比逐年走低，从15年64%下滑到19年49%；高端及奢侈市场规模占比稳步提升，合计占比从15年的36%上升到19年51%，未来有望继续扩大。增速方面，大众市场近年来增速保持平稳，18和19年增速保持在7%左右；高端及奢侈市场保持快速增长趋势，18和19年增速保持在30%左右。预计国内化妆品及个护市场将保持高端化趋势，高端及奢侈市场份额有望持续提升。

中国大众市场占比逐年下降，高端及奢侈市场占比提升

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现状调研及投资机会预测报告》共十六章。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：

第一部分彩妆行业现状篇

第一章彩妆产业概述

第一节彩妆基础概述

一、彩妆特点及类型划分

二、彩妆用品

1、粉底

2、眼影

3、睫毛膏

4、唇彩

第二节彩妆产业链分析

第三节彩妆行业发展成熟度分析

第二章2019年国内外化妆品行业发展分析

第一节国际化妆品行业发展综述

- 一、国际化妆品的区域市场发展综述
- 二、国际化妆品市场发展状况
- 三、国际化妆品原料市场的新趋势
- 四、国际化妆品产品研发潮流

第二节中国化妆品行业发展概况

- 一、我国化妆品行业发展综述
- 二、我国化妆品行业OEM生产节奏加快
- 三、我国化妆品零售终端市场呈现新特点
- 四、我国化妆品市场掀起营养护肤新潮
- 五、化妆品行业大牌网络销售状况分析
- 六、我国化妆品网购市场增添新力量
- 七、我国化妆品网络市场零售特点分析

第三节化妆品行业发展存在的问题及措施建议

- 一、我国化妆品行业发展存在的主要问题
- 二、我国本土化妆品企业存在的深层次问题
- 三、中国化妆品行业发展的主要对策
- 四、我国化妆品行业网络推广的措施
- 五、我国化妆品企业拓展农村市场的营销建议

第三章2019年全球彩妆市场运行态势分析

第一节2019年全球彩妆市场运行环境分析

第二节2019年全球彩妆市场运行透视

- 一、全球彩妆市场呈上升势头
- 二、全球彩妆市场规模分析
- 三、品牌彩色化妆品销售情况及占化妆品销售同比分析

1、眼部

2、唇部

第三节2019年部分国家地区彩妆市场运行分析

- 一、日本
- 二、欧美
- 三、巴西

第四章2019年中国彩妆行业运行形势分析

第一节2019年中国彩妆市场发展概况

- 一、中国彩妆市场的格局

彩妆品牌竞争激烈，头部品牌市占率波动较大，各品牌表现不一，整体集中度呈现上升趋势，CR10从15年的41.6%上升到19年的48.4%。新锐品牌快速崛起，其中完美日记19年市占率达4%位列第六。

2015-2019年中国前10彩妆品牌市占率市占率(%) 2015 2016 2017 2018 2019
美宝莲 17.4 15.7 13.1 11.29 11.29
DIOR 3.13 4.44 7.62 6.62
巴黎欧莱雅 9.48 5.57 7.76 4.4
圣罗兰 0.51 1.12 2.24 2.25
Mac 1.21 6.2 2.23 4.4
完美日记 1.72 4.44
Giorgio Armani 0.81 1.11 6.2 6.3 6.6
兰蔻 22.42 6.33 5.5
卡姿兰 54.94 5.43
Chanel 2.22 1.12 5.2 8.2 8.8

数据来源：公开资料整理

二、中国彩妆市场驶入快车道

三、国内彩妆市场的可喜变化

四、高档彩妆品渐走俏市场

五、国内彩妆行业主要运营模式分析

六、我国低价彩妆市场运行概况

七、我国彩妆网络市场运行解析

第二节 2019年中国彩妆市场的品牌发展分析

一、我国彩妆市场对品牌的需求强劲

二、影响彩妆品牌发展的基本因素分析

三、我国彩妆品牌发展面临的困难

四、我国彩妆品牌突破策略

第三节 2019年中国彩妆消费市场分析

一、中国彩妆消费市场亮点聚焦

二、彩妆市场结构和价格走势分析

三、最佳彩妆类产品研究

四、彩妆市场消费者满意度情况分析

五、我国彩妆市场主要品种消费概况

第四节 2019年中国国产彩妆存在的问题分析

一、国内彩妆品牌发展的困局

二、国内彩妆产品包装单纯模仿国际品牌

第五章 2015-2019年中国彩妆所属行业数据监测分析

第一节 2015-2019年中国化妆品制造所属行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2019年中国化妆品制造所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

二、销售收入结构分析

1、不同类型分析

2、不同所有制分析

第三节2015-2019年中国化妆品制造所属行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节2015-2019年中国化妆品制造所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节2015-2019年中国化妆品制造所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第六章2019年中国彩妆细分市场运行透析

第一节颊部彩妆市场分析

第二节唇部彩妆市场分析

第三节眼部彩妆市场分析

第四节美甲用品发展分析

第七章2015-2019年中国彩妆化妆品细分产品所属行业进出口贸易数据监测

第一节2015-2019年中国香粉数据统计情况

一、香粉进出口数量分析

二、香粉进出口金额分析

第二节2015-2019年中国唇用化妆品进出口数据统计情况

一、唇用化妆品进出口数量分析

二、唇用化妆品进出口金额分析

第三节2015-2019年中国眼用化妆品进出口数据统计情况

一、眼用化妆品进出口数量分析

二、眼用化妆品进出口金额分析

第四节2015-2019年中国指(趾)甲化妆品进出口数据统计情况

一、指(趾)甲化妆品进出口数量分析

二、指(趾)甲化妆品进出口金额分析

第八章2019年中国彩妆区域市场运行探析

第一节华北地区

第二节东北地区

第三节华东地区

第四节华中地区

第五节华南地区

第六节西南地区

第七节西北地区

第九章2019年中国彩妆市场消费行业调研

第一节2019年中国彩妆市场消费者研究

一、中国彩妆消费者收入分析

二、彩妆目标客户群体职业分布

三、彩妆市场消费需求分析

第二节2019年中国彩妆市场消费者消费行业调研

一、消费者彩妆产品使用频次

二、消费者彩妆产品品牌忠诚度分析

三、消费者彩妆产品价格敏感度分析

四、消费者对国内外品牌彩妆产品满意度调研

五、消费者彩妆购买渠道调查分布

六、消费者购买彩妆产品选择因素的调查

第十章2019年中国彩妆市场营销解析

第一节2019年中国彩妆化妆品营销概述

一、彩妆化妆品营销特点

二、中国彩妆活动促销的注意事项

第二节2019年中国重点彩妆品牌营销案例

一、美宝莲与娥佩兰的营销对比分析

二、卡姿兰彩妆的营销法宝

三、贝优婷市场营销经验解析

四、中国丽立美彩妆品牌营销成功启示

第三节2019年彩妆活动促销的注意事项解读

一、活动促销对彩妆品牌发展的意义

二、保障彩妆活动促销成功的条件

三、吸引顾客的法则

四、促使活动成功的三要素

第四节2019年彩妆业营销的问题与策略透析

一、厂商利用护肤品渠道做彩妆存在的问题

二、彩妆市场营销战略

三、化妆品专卖店彩妆营销策略

第二部分彩妆行业竞争篇

第十一章2019年中国彩妆行业竞争格局分析

第一节2019年中国彩妆市场竞争概况

- 一、我国彩妆市场洋土品牌竞争分析
- 二、产品差异化成为彩妆市场的竞争重点
- 三、护肤品牌竞争焦点转向彩妆市场
- 四、贸易战下彩妆市场竞争形势出现新变化
- 五、我国彩妆市场竞争继续升级
- 六、中国彩妆市场SWOT分析

第二节2019年国际品牌彩妆企业在中国市场的发展动态

- 一、跨国彩妆品牌在中国市场竞争激烈
- 二、韩国谜尚在中国彩妆市场的竞争情况

第三节2019年中国彩妆市场国产与外资品牌的竞争分析

- 一、中国彩妆市场竞争升级
- 二、彩妆市场外资与本土品牌的竞争加剧
- 三、彩妆品牌在中国各区域市场竞争力排名

第四节2019年中国彩妆市场的竞争策略解读

- 一、本土彩妆品牌应对洋品牌的竞争策略
- 二、国内彩妆企业打造品牌的五大策略
- 三、彩妆市场竞争力提升的四个关键点
- 四、未来彩妆行业竞争趋势

第十二章国际彩妆品牌国内市场运行浅析

第一节欧莱雅（L'Oreal）

- 一、公司简介
- 二、欧莱雅经营状况分析
- 三、美宝莲积极培养中国消费市场
- 四、美宝莲产品高端品质大众化消费

第二节宝洁（P&G）

- 一、公司简介
- 二、宝洁经营状况分析
- 三、宝洁调整产品结构重点布局彩妆市场
- 四、宝洁封面女郎彩妆启动中国市场

第三节丝芙兰（Sephora）

- 一、公司简介

- 二、丝芙兰在中国加快开店速度
- 三、丝芙兰化妆品连锁店的创新经营模式

第四节雅诗兰黛 (Estelauder)

- 一、公司简介
- 二、雅诗兰黛经营状况分析
- 三、雅诗兰黛加快彩妆市场扩张步伐

第五节资生堂 (SHISEIDO)

- 一、公司简介
- 二、资生堂经营状况分析
- 三、资生堂在日本推出低端彩妆品牌
- 四、资生堂推出TheMakeup彩妆

第六节雅芳 (AVON)

- 一、公司简介
- 二、雅芳经营状况分析
- 三、雅芳化妆品的销售渠道剖析
- 四、雅芳旗下彩妆品牌UP2U撤出中国市场

第十三章中国彩妆行业优势企业竞争性财务数据分析

第一节玫琳凯(中国)化妆品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业最新发展动向分析
- 四、企业获得荣誉分析
- 五、企业直销网点分析

第二节雅芳 (中国) 有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业慈善公益分析
- 四、企业获得荣誉分析
- 五、企业最新发展动向分析

第三节资生堂丽源化妆品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业获得荣誉分析
- 五、企业最新发展动向分析

第四节松泽化妆品（深圳）有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业经营分析

第五节苏州尚美国际化妆品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营分析
- 三、企业品牌结构分析
- 四、企业研发能力分析

第六节文登夏福美容用品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业盈利能力分析

第七节索芙特股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业成长能力分析
- 七、企业获得荣誉分析
- 八、企业最新发展动向分析

第八节上海家化联合股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业运营能力分析
- 五、企业偿债能力分析
- 六、企业成长能力分析
- 七、企业获得荣誉分析
- 八、企业最新发展动向分析

第九节广州市浪奇实业股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主营业务分析
- 三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业成长能力分析

七、企业获得荣誉分析

八、企业最新发展动向分析

第十节河南瑞贝卡发制品股份有限公司

一、企业概况

二、企业主营业务分析

三、企业盈利能力分析

四、企业运营能力分析

五、企业偿债能力分析

六、企业成长能力分析

七、企业获得荣誉分析

八、企业最新发展动向分析

第三部分彩妆行业前景篇

第十四章2020-2026年中国彩妆行业发展趋势预测分析

第一节2020-2026年中国化妆品市场的发展前景预测

一、中国化妆品市场的发展潜力极大

二、男士化妆品市场商机显现

三、化妆品业未来发展十大趋势

第二节2020-2026年中国彩妆市场发展趋势展望

一、中国彩妆市场未来发展方向探析

二、未来彩妆产品发展方向

三、彩妆原料往安全、天然、滋养方向发展

第三节2020-2026年中国彩妆市场预测分析

第四节2020-2026年中国彩妆业发展战略研究

一、对中国彩妆品牌的战略思考

二、彩妆企业经营管理策略

第十五章2019年中国彩妆行业投资环境分析

第一节2019年中国宏观经济环境分析

一、国民经济运行情况GDP

二、消费价格指数CPI、PPI

三、全国居民收入情况

四、恩格尔系数

五、工业发展形势

第二节2019年中国彩妆行业政策环境分析

- 一、《化妆品卫生规范》
- 二、《日用化妆品说明标准》
- 三、《化妆品广告管理办法》

第三节2019年中国彩妆行业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、中国城镇化率

第十六章2020-2026年中国彩妆行业投资机会与风险分析（ZY LII）

第一节2019年中国彩妆投资概况

- 一、彩妆投资有利因素
- 二、彩妆投资价值研究
- 三、化妆品产业的赢利模式剖析

第二节2020-2026年中国彩妆行业投资机会分析

- 一、未来彩妆市场投资空间大
- 二、化妆品行业投资成瞩目热点
- 三、男士彩妆市场投资前景看好
- 四、中国彩妆行业投资效益分析

第三节2020-2026年中国彩妆行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、管理风险
- 三、政策、行业风险（ZY LII）

第四节投资建议

部分图表目录：

图表：中国化妆品产业链情况

图表：2020-2026年全球儿童护理产品市场规模预测

图表：2020-2026年全球药妆市场规模预测

图表：2015-2019年全球彩妆市场规模情况

图表：2015-2019年日用化学产品制造业企业数量情况

图表：2015-2019年日用化学产品制造业从业人员情况

图表：2015-2019年日用化学产品制造业资产增值情况

图表：日用化学产品制造业

图表：2019年日用化学产品制造业不同所有制企业数量结构情况

图表：日用化学产品制造业

图表：2019年日用化学产品制造业

图表：2015-2019年日用化学产品制造业产成品情况及增长情况

图表：2015-2019年日用化学产品制造业工业销售产值及增长情况

图表：2015-2019年日用化学产品制造业出口交货值及增长情况

图表：2015-2019年日用化学产品制造业销售成本情况

图表：2015-2019年日用化学产品制造业费用情况

图表：2015-2019年日用化学产品制造业利润总额情况

图表：2015-2019年日用化学产品制造业利润总额同比增长情况

图表：2015-2019年唇用化妆品进出口数量情况

图表：2015-2019年唇用化妆品进出口金额情况

图表：2015-2019年唇用化妆品进出口数量情况

图表：2015-2019年唇用化妆品进出口金额情况

图表：2015-2019年唇用化妆品进出口数量情况

图表：2015-2019年唇用化妆品进出口金额情况

图表：2015-2019年唇用化妆品进出口数量情况

图表：2015-2019年唇用化妆品进出口金额情况

图表：2015-2019年华北地区日用化学产品制造业产成品情况

图表：2015-2019年华北地区日用化学产品制造业资产情况

图表：2015-2019年华北地区日用化学产品制造业主营业务收入情况

图表：2015-2019年华北地区日用化学产品制造业利润情况

图表：2015-2019年东北地区日用化学产品制造业产成品情况

图表：2015-2019年东北地区日用化学产品制造业资产情况

图表：2015-2019年东北地区日用化学产品制造业主营业务收入情况

图表：2015-2019年东北地区日用化学产品制造业利润情况

图表：2015-2019年华东地区日用化学产品制造业产成品情况

图表：2015-2019年华东地区日用化学产品制造业资产情况

图表：2015-2019年华东地区日用化学产品制造业主营业务收入情况

图表：2015-2019年华东地区日用化学产品制造业利润情况

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201910/792298.html>