

2020-2026年中国彩妆产品 行业分析与发展趋势研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2020-2026年中国彩妆产品行业分析与发展趋势研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202008/182576.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、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。

随着生活水平的提高，彩妆类化妆品被越来越多的时尚人士使用，其安全性也备受关注。化妆作为一种礼节及形象塑造的理念，已经被越来越多的中国大众所接受。中国彩妆市场已逐渐成形，并进入了加速发展阶段。相对于以前以口红、胭脂为主体的彩妆市场结构，睫毛膏、眼影和指甲油的市场占有比例都在快速增长。除一、二线城市的市场外，三、四级的县城和乡镇低端彩妆市场及电子商务的发展极大地扩大了彩妆的适用范围。伴随着彩妆市场的普遍化、年轻化以及男性彩妆市场的开辟，彩妆使用人群越来越广泛。国内彩妆品占化妆品比例约为 10%，而国外成熟市场一般占 30%~50%。但是“网购产品”及“三无产品”等产品的质量监管存在困难，产品质量安全性难以保证。因此，基于彩妆的这种发展背景，相关部门更需加强监管力度，以保证这一逐渐成为必需品的产品的安全性。

中企顾问网发布的《2020-2026年中国彩妆产品行业分析与发展趋势研究报告》共六章。首先介绍了彩妆产品相关概念及发展环境，接着分析了中国彩妆产品规模及消费需求，然后对中国彩妆产品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国彩妆产品面临的机遇及发展前景。您若想对中国彩妆产品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 中国彩妆产品发展综述

1.1 彩妆产品概述

1.1.1 彩妆产品的概念分析

1.1.2 彩妆产品的类别分析

1.2 彩妆产品发展环境分析

1.2.1 行业政策环境分析

- (1) 行业相关标准
- (2) 行业相关政策
- 1.2.2 行业经济环境分析
 - (1) 中国经济增长情况及其未来走势
 - (2) 中国居民收入情况
- 1.2.3 行业社会环境分析
 - (1) 从“节约”到“时尚”;
 - (2) 从“关注质量”到“关注品牌文化”;
 - (3) “她经济”已经成为一种经济现象
- 1.2.4 行业技术环境分析
- 1.3 彩妆产品发展机遇与威胁分析

第二章 全球彩妆产品市场发展状况分析

2.1 全球彩妆产品市场发展状况与前景趋势分析

2.1.1 全球彩妆产品发展历程分析

2.1.2 全球彩妆产品市场规模分析

2.1.3 全球彩妆产品市场品牌格局

2.1.4 全球彩妆产品发展前景预测

2.1.5 全球彩妆产品发展趋势预测

2.2 日本彩妆产品市场发展状况分析

2.2.1 日本彩妆产品市场现状分析

2.2.2 日本彩妆产品特点及代表品牌分析

2.2.3 日本彩妆产品市场发展趋势分析

2.3 韩国彩妆产品市场发展状况分析

2.3.1 韩国彩妆产品市场现状分析

2.3.2 韩国彩妆产品特点及代表品牌分析

2.3.3 韩国彩妆产品市场发展趋势分析

2.4 法国彩妆产品市场发展状况分析

2.4.1 法国彩妆产品市场现状分析

2.4.2 法国彩妆产品特点及代表品牌分析

2.4.3 法国彩妆产品市场发展趋势分析

2.5 美国彩妆产品市场发展状况分析

- 2.5.1 美国彩妆产品市场现状分析
- 2.5.2 美国彩妆产品市场发展趋势分析
- 2.6 澳洲彩妆产品市场发展状况分析
- 2.6.1 澳洲彩妆产品市场现状分析
- 2.6.2 澳洲彩妆产品市场发展趋势分析

第三章 中国彩妆产品市场发展与消费者需求分析

- 3.1 中国彩妆产品市场发展状况分析
 - 3.1.1 中国彩妆产品市场发展总况
 - 3.1.2 中国彩妆产品市场规模分析
 - 3.1.3 中国彩妆产品配方技术特点及代表品牌
- 3.2 中国境内市场彩妆产品包装、价格及营销渠道分析
 - 3.2.1 中国彩妆产品包装分析
 - (1) 产品包装材质分析
 - (2) 产品包装趋势分析
 - 3.2.2 中国彩妆产品市场价格分析
 - (1) 唇釉
 - (2) 隔离霜/妆前乳
 - (3) 粉底液/膏/粉条
 - (4) 眼线笔/眼线液
 - (5) 腮红/胭脂
 - (6) 粉饼/蜜粉/散粉
 - (7) BB霜/CC霜
 - 3.2.3 中国彩妆产品市场销售渠道分析
- 3.3 中国境内市场彩妆产品消费者需求特征分析
 - 3.3.1 消费者特征调研
 - (1) 消费者年龄构成
 - (2) 消费者收入情况
 - (3) 消费者职业构成
 - 3.3.2 消费者购买特征分析
 - (1) 消费者购买渠道
 - (2) 消费者消费频次

- (3) 消费者购买影响因素
- 3.3.3 消费者产品偏好分析
 - (1) 消费者对产品功效需求
 - (2) 消费者特别偏好分析
- 3.4 中国跨境市场彩妆产品消费者需求分析
 - 3.4.1 跨境市场TOP5彩妆产品分析
 - 3.4.2 跨境市场消费者特征调研
 - (1) 消费者年龄构成
 - (2) 消费者收入情况
 - (3) 消费者职业构成
 - (4) 消费者性别比例
 - 3.4.3 跨境市场消费者购买特征分析
 - (1) 消费者购买方式
 - (2) 消费者消费金额
 - (3) 消费者购买影响因素
 - 3.4.4 跨境市场消费者产品偏好分析

第四章 彩妆产品细分市场发展状况分析

- 4.1 脸部彩妆市场发展分析
 - 4.1.1 脸部彩妆市场产品分析
 - 4.1.2 脸部彩妆市场发展规模分析
 - 4.1.3 脸部彩妆市场竞争格局
 - (1) 脸部彩妆市场整体竞争格局
 - (2) BB霜线上市场竞争格局
 - 4.1.4 脸部彩妆市场发展前景与趋势
 - (1) 市场前景预测
 - (2) 市场趋势预测
- 4.2 唇部彩妆市场发展分析
 - 4.2.1 唇部彩妆市场产品分析
 - 4.2.2 唇部彩妆市场发展规模分析
 - 4.2.3 唇部彩妆市场竞争格局
 - 4.2.4 唇部彩妆市场发展前景与趋势

- (1) 市场前景预测
- (2) 市场趋势预测
- 4.3 眼部彩妆市场发展分析
 - 4.3.1 眼部彩妆市场产品分析
 - 4.3.2 眼部彩妆市场发展规模
 - 4.3.3 眼部彩妆市场竞争格局
 - 4.3.4 眼部彩妆市场发展前景与趋势
 - (1) 市场前景预测
 - (2) 市场趋势预测

第五章 国内外彩妆产品领先企业案例分析

5.1 国际领先彩妆产品品牌业务布局分析

5.1.1 蝶翠诗（DHC）

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

5.1.2 植村秀（Shu Uemura）

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

5.1.3 巴黎欧莱雅（L'OREAL PARIS）

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

5.1.4 雅诗兰黛（EsteeLauder）

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

5.1.5 资生堂（Shiseido）

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

5.1.6 爱茉莉太平洋集团

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

5.1.7 香奈儿（CHANEL）

- (1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

5.1.8 迪奥 (Dior)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

5.1.9 SK-II

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

5.2 国内彩妆产品领先品牌案例分析

5.2.1 植美村

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业发展优劣势分析

5.2.2 屈臣氏 (Watsons)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业发展优劣势分析

5.2.3 珀莱雅 (PROYA)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业发展优劣势分析

5.2.4 韩束 (KanS)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业发展优劣势分析

5.2.5 卡姿兰

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业发展优劣势分析

第六章 中国彩妆产品市场投资潜力与策略规划 ()

6.1 中国彩妆产品市场发展前景预测

6.1.1 彩妆产品市场发展动力分析

6.1.2 彩妆产品市场发展前景预测
6.2 中国彩妆产品市场发展趋势预测
6.2.1 市场整体趋势预测
6.2.2 品牌竞争格局预测
6.2.3 产品发展趋势预测
6.2.4 渠道发展趋势预测
6.3 中国彩妆产品市场投资策略规划
6.3.1 投资价值分析
6.3.2 投资机会分析
6.3.3 投资策略与建议

图表目录：

图表 1：彩妆产品分类

图表 2：中国彩产品相关标准汇总

图表 3：中国化妆品行业相关标准汇总

图表 4：2013-2019年中国国内生产总值及其增长速度（单位：万亿元，%）

图表 5：2019年主要经济指标预测（单位：%）

图表 6：2013-2019年中国农村居民人均纯收入变化情况（单位：元）

图表 7：2013-2019年中国城镇居民人均可支配收入变化情况（单位：元）

图表 8：中国彩妆产品发展机遇与威胁分析

图表 9：全球彩妆产品发展历程分析

图表 10：2013-2019年全球彩妆产品市场规模及增长率（单位：亿美元，%）

图表 11：全球彩妆品牌在中国市场份额TOP10

图表 12：2019年唇部彩妆品牌TOP10（按中国地区市场份额排名）（单位：%）

图表 13：2020-2026年全球彩妆产品发展规模预测（单位：亿美元，%）

图表 14：日本主要彩妆品牌及其产品

图表 15：2013-2019年日本彩妆产品市场规模测算（单位：亿美元，%）

图表 16：日本彩妆产品特点及代表品牌分析

图表 17：2020-2026年日本彩妆产品市场规模（单位：亿美元，%）

图表 18：韩国主要彩妆品牌

图表 19：2013-2019年韩国彩妆产品市场规模测算（单位：亿美元，%）

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202008/182576.html>