

2021年中国口红市场分析报告- 市场运营态势与发展前景研究

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2021年中国口红市场分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/531134531134.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

中国彩妆市场尤其口红市场正面临着巨大的发展空间，希望中国的民族彩妆品牌不要被乱花迷眼，拨云见日，修炼自己的核心竞争力，深挖自身的优势，通过营销手段的创意、色彩的创新，并借助新媒体和新零售工具，在中国的彩妆大潮中能勇立潮头，打造出属于中国人自己的世界级彩妆品牌，让“中国红”的口红红遍全世界。

2021年中国口红行业重点关注趋势 资料来源：知网、观研天下数据中心整理

1、口红市场的消费会呈现出越来越明显的消费分级现象

伴随着中高端人士的消费升级，高端口红市场会迅速增长。随着我国彩妆产品消费者结构升级，高品质的口红将成为口红市场消费的主流，然而高端彩妆领域国际品牌占据明显优势，本土品牌要想打破国际品牌在高端领域的垄断难度很大，因此建议国产彩妆品牌暂时避其锋芒，聚焦中低端市场，先修炼好内功，再徐徐图谋高端市场。

但是随着更多“00后”消费者的加入，她们需要更多性价比高的入门级口红来让其完成从“菜鸟”到美妆行家的转变，因此入门级彩妆口红市场份额也将持续扩大，那么随之而来的结果就是国产彩妆品牌市场份额会不断提高。国产彩妆品牌卡姿兰、玛丽黛佳、完美日记等领导品牌在品牌创立伊始，都是从入门级的低端彩妆起家，通过高性价比占领了市场。在站稳脚跟后，再慢慢往中端彩妆市场发展，目前，它们通过创新的营销和不弱于国际一线品牌的色彩创意，逐步往中端彩妆市场迈进，逐步蚕食外资品牌原来占据优势的终端彩妆市场。尤其以完美日记为代表，越来越多的低价位国货美妆品牌变成新锐的个性潮牌，它们更加偏社交玩法，创造了属于自己的发展奇迹。

2、直播等可视化的新媒体和电商渠道将成为彩妆营销最为重要的阵地

有购买彩妆产品需求但缺乏专业知识的消费者群体倾向于寻求专业人士的帮助，而社交媒体上的美妆博主作为消费者日常生活中最容易接触到的专业人士，成为她们的首选。因此，Youtube上的美妆博主动辄拥有上百万甚至上千万忠实粉丝的拥趸。这些美妆博主在各自的粉丝群里发挥“意见领袖”的作用，她们的推荐在很大程度上影响了消费者的购买行为。

目前在国内运营的美妆自媒体号超过百万数量，另外，小红书、直播平台、抖音等催生了大批网红IP美妆品牌的诞生，并且企业与“网红”IP的签约授权，深度合作成为常态化。这些美妆博主们“粉丝经济”强大，她们的推荐在很大程度上影响了消费者的购买行为。尤其随着智能手机和各类社交、即时聊天工具的普及，自拍等消费者形象展示的频次增加，颜值的重要性被提升到新高度；彩妆对快速提升外在形象方面的功能被强化。圣罗兰星辰口红的快速蹿红，就反映了中国社交媒体的火爆。

经历2018年口红的火爆销售后，天猫给出一个肯定的趋势：互联网已经变成购买口红（彩妆）的主力渠道，到2021年可能成为最大的一个销售工具，同比竞争力超过50%。如今，这个数据在25%左右。

据CNPP进行的调研，根据4万以上的网民对200多口红品牌的投票显示得到目前，迪奥、香奈儿和纪梵希占据前三。这份投票对新消费者有极大的参考意义，能对新消费者的决策产生重要影响。

2020年中国口红品牌TOP10 资料来源：CNPP

3、安全、环保将成口红消费者愈加关注的焦点

近年来，随着人们生活的水平的提高，消费者对健康越来越关注，有机唇膏/口红作为“可以吃的口红”具有较快的增长趋势和较好的市场前景，而且对孕妇和下一代的关怀还催生了孕妇专用款。面对竞争激烈的美妆市场，有机唇膏/口红细分市场潜力巨大。

另外，随着消费者环保意识的增强，消费者在购买彩妆产品时也越来越关注产品本身的环保性能。全球范围内，消费者青睐那些负责任的品牌。通过避免浪费来减少碳生成是彩妆品牌可以创新的一个领域，使用竹子、椰子壳和米糠等替代材料，已成为包装行业的增长趋势。这类包装除了吸引寻求环保的消费者之外，也在以塑料和玻璃为包装的货架上显得与众不同。

消费者的需求不断变化，向健康、安全、便捷的方向不断转变，企业只有抓住市场趋势，提供满足消费者需求的产品，才能在市场竞争中快速发展。

4、消费者偏好多用途彩妆产品

近年来，随着人们生活的水平的提高，消费者对健比起使用多款不同功能的化妆品，消费者更愿意使用一款集多功能于一身的化妆品，简化化妆步骤。数据显示，67%的中国女性希望简化化妆步骤，41%的美国女性化妆品用户会对多用途美容产品感兴趣，集护肤和化妆于一体的彩妆会受到越来越多消费者的青睐。从迪奥变色唇膏在全球的畅销可以发现，集唇膏、唇膜、变色、防晒、防敏、腮红、眼影等多功能于一身的口红越来越受消费者的追捧。

。

5、口红产品逐渐精细化、个性化，通过黑科技来提升口红消费体验将成为一个重要的趋势

口红不再只跟“红”有关。相比于品牌，口红品类的扩张更令人眼花缭乱。所谓“口红”，早已分化成唇釉、唇彩、唇膏、润唇膏等多个种类，按质地可分为固态、啫喱、水液、L液、油质、膏状等，按妆效可分为哑光、水光、丝绒，按功效可分为遮瑕、修护、滋润、提亮肤色、变色、防晒、防敏等。作为典型的可选消费品，口红从单一到多元，从“标品”到“非标品”，几乎将精细化、个性化做到了极致。对于线上购物一直存在的缺乏亲身体验问题，现代科技给出了解决方案。利用人脸识别技术和AR技术，一些APP通过美妆相机的功能实现虚拟口红试色，线下购物体验也在同步改善。

6、跨界、限量成为潮流

最近几年，跨界款、限量款成为潮流，尤其诸多口红品牌的跨界案例均可作为M B A的经典营销案例，例如故宫口红、颐和园口红、大英博物馆口红。通过跨界订制，一方面，可以更好地提升口红的品牌价值和品牌价值；另一方面，通过限量收藏也为跨界的口红品牌带

来了不菲的销售业绩，因此，跨界款、限量款可为口红品牌方带来经济和文化的双重收益，还可以让彩妆品牌的粉丝获得收藏的机会。

7、从口红的规格来看，规格越小越畅销

根据调研发现，高达30%的口红爱好者会根据自己的服饰来搭配口红，甚至重度的口红爱好者会出现有多少套衣服配多少支口红的现象，而且消费者对口红的忠诚度不高，经常喜新厌旧，因此导致很多口红还没有用完就已经被丢弃或束之高阁，对于频繁更换口红的消费者而言也是一笔不小的损失。而小规格口红的出现就很好地满足了她们对服饰的多色彩搭配，同时也能很好地满足她们的喜新厌旧，还能节约支出。因此，近两年来不少大牌尝试推出的小份装单品，备受市场追捧。

中国报告网是观研天下集团旗下的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2021年中国口红市场分析报告-市场运营态势与发展前景研究》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。

它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

【报告大纲】

第一章 2017-2020年中国口红行业发展概述

第一节 口红行业发展情况概述

- 一、口红行业相关定义
- 二、口红行业基本情况介绍
- 三、口红行业发展特点分析
- 四、口红行业经营模式
 - 1、生产模式
 - 2、采购模式
 - 3、销售模式
- 五、口红行业需求主体分析

第二节 中国口红行业上下游产业链分析

- 一、产业链模型原理介绍
- 二、口红行业产业链条分析
- 三、产业链运行机制
 - 1、沟通协调机制
 - 2、风险分配机制
 - 3、竞争协调机制
- 四、中国口红行业产业链环节分析
 - 1、上游产业
 - 2、下游产业

第三节 中国口红行业生命周期分析

- 一、口红行业生命周期理论概述
- 二、口红行业所属的生命周期分析

第四节 口红行业经济指标分析

- 一、口红行业的赢利性分析
- 二、口红行业的经济周期分析
- 三、口红行业附加值的提升空间分析

第五节 中国口红行业进入壁垒分析

- 一、口红行业资金壁垒分析
- 二、口红行业技术壁垒分析
- 三、口红行业人才壁垒分析
- 四、口红行业品牌壁垒分析
- 五、口红行业其他壁垒分析

第二章 2017-2020年全球口红行业市场发展现状分析

第一节 全球口红行业发展历程回顾

第二节 全球口红行业市场区域分布情况

第三节 亚洲口红行业地区市场分析

- 一、亚洲口红行业市场现状分析
- 二、亚洲口红行业市场规模与市场需求分析
- 三、亚洲口红行业市场前景分析

第四节 北美口红行业地区市场分析

- 一、北美口红行业市场现状分析
- 二、北美口红行业市场规模与市场需求分析
- 三、北美口红行业市场前景分析

第五节 欧洲口红行业地区市场分析

- 一、欧洲口红行业市场现状分析
- 二、欧洲口红行业市场规模与市场需求分析
- 三、欧洲口红行业市场前景分析

第六节 2021-2026年世界口红行业分布走势预测

第七节 2021-2026年全球口红行业市场规模预测

第三章 中国口红产业发展环境分析

第一节 我国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、社会固定资产投资分析
- 四、全社会消费品口红总额
- 五、城乡居民收入增长分析
- 六、居民消费价格变化分析
- 七、对外贸易发展形势分析

第二节 中国口红行业政策环境分析

- 一、行业监管体制现状
- 二、行业主要政策法规

第三节 中国口红产业社会环境发展分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析
- 四、生态环境分析
- 五、消费观念分析

第四章 中国口红行业运行情况

第一节 中国口红行业发展状况情况介绍

一、行业发展历程回顾

二、行业创新情况分析

三、行业发展特点分析

第二节 中国口红行业市场规模分析

第三节 中国口红行业供应情况分析

第四节 中国口红行业需求情况分析

第五节 我国口红行业细分市场分析

一、细分市场一

二、细分市场二

三、其它细分市场

第六节 中国口红行业供需平衡分析

第七节 中国口红行业发展趋势分析

第五章 中国口红所属行业运行数据监测

第一节 中国口红所属行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、行业资产规模分析

第二节 中国口红所属行业产销与费用分析

一、流动资产

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

第三节 中国口红所属行业财务指标分析

一、行业盈利能力分析

二、行业偿债能力分析

三、行业营运能力分析

四、行业发展能力分析

第六章 2017-2020年中国口红市场格局分析

第一节 中国口红行业竞争现状分析

一、中国口红行业竞争情况分析

二、中国口红行业主要品牌分析

第二节 中国口红行业集中度分析

一、中国口红行业市场集中度影响因素分析

二、中国口红行业市场集中度分析

第三节 中国口红行业存在的问题

第四节 中国口红行业解决问题的策略分析

第五节 中国口红行业钻石模型分析

一、生产要素

二、需求条件

三、支援与相关产业

四、企业战略、结构与竞争状态

五、政府的作用

第七章 2017-2020年中国口红行业需求特点与动态分析

第一节 中国口红行业消费市场动态情况

第二节 中国口红行业消费市场特点分析

一、需求偏好

二、价格偏好

三、品牌偏好

四、其他偏好

第三节 口红行业成本结构分析

第四节 口红行业价格影响因素分析

一、供需因素

二、成本因素

三、渠道因素

四、其他因素

第五节 中国口红行业价格现状分析

第六节 中国口红行业平均价格走势预测

一、中国口红行业价格影响因素

二、中国口红行业平均价格走势预测

三、中国口红行业平均价格增速预测

第八章 2017-2020年中国口红行业区域市场现状分析

第一节 中国口红行业区域市场规模分布

第二节 中国华东地区口红市场分析

一、华东地区概述

二、华东地区经济环境分析

三、华东地区口红市场规模分析

四、华东地区口红市场规模预测

第三节 华中地区市场分析

一、华中地区概述

二、华中地区经济环境分析

三、华中地区口红市场规模分析

四、华中地区口红市场规模预测

第四节 华南地区市场分析

一、华南地区概述

二、华南地区经济环境分析

三、华南地区口红市场规模分析

四、华南地区口红市场规模预测

第九章 2017-2020年中国口红行业竞争情况

第一节 中国口红行业竞争结构分析（波特五力模型）

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 中国口红行业SCP分析

一、理论介绍

二、SCP范式

三、SCP分析框架

第三节 中国口红行业竞争环境分析（PEST）

一、政策环境

二、经济环境

三、社会环境

四、技术环境

第十章 口红行业企业分析（随数据更新有调整）

第一节 企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

- 1、主要经济指标情况
- 2、企业盈利能力分析
- 3、企业偿债能力分析
- 4、企业运营能力分析
- 5、企业成长能力分析

四、公司优劣势分析

第二节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第三节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第四节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第五节 企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

第十一章 2021-2026年中国口红行业发展前景分析与预测

第一节 中国口红行业未来发展前景分析

- 一、口红行业国内投资环境分析
- 二、中国口红行业市场机会分析
- 三、中国口红行业投资增速预测

第二节 中国口红行业未来发展趋势预测

第三节 中国口红行业市场发展预测

- 一、中国口红行业市场规模预测
- 二、中国口红行业市场规模增速预测
- 三、中国口红行业产值规模预测
- 四、中国口红行业产值增速预测
- 五、中国口红行业供需情况预测
- 第四节 中国口红行业盈利走势预测
 - 一、中国口红行业毛利润同比增速预测
 - 二、中国口红行业利润总额同比增速预测

第十二章 2021-2026年中国口红行业投资风险与营销分析

第一节 口红行业投资风险分析

- 一、口红行业政策风险分析
- 二、口红行业技术风险分析
- 三、口红行业竞争风险分析
- 四、口红行业其他风险分析

第二节 口红行业应对策略

- 一、把握国家投资的契机
- 二、竞争性战略联盟的实施
- 三、企业自身应对策略

第十三章 2021-2026年中国口红行业发展战略及规划建议

第一节 中国口红行业品牌战略分析

- 一、口红企业品牌的重要性
- 二、口红企业实施品牌战略的意义
- 三、口红企业品牌的现状分析
- 四、口红企业的品牌战略
- 五、口红品牌战略管理的策略

第二节 中国口红行业市场重点客户战略实施

- 一、实施重点客户战略的必要性
- 二、合理确立重点客户
- 三、对重点客户的营销策略
- 四、强化重点客户的管理
- 五、实施重点客户战略要重点解决的问题

第三节 中国口红行业战略综合规划分析

- 一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第四节 口红行业竞争力提升策略

一、口红行业产品差异性策略

二、口红行业个性化服务策略

三、口红行业的促销宣传策略

四、口红行业信息智能化策略

五、口红行业品牌化建设策略

六、口红行业专业化治理策略

第十四章 2021-2026年中国口红行业发展策略及投资建议

第一节 中国口红行业产品策略分析

一、服务产品开发策略

二、市场细分策略

三、目标市场的选择

第二节 中国口红行业营销渠道策略

一、口红行业渠道选择策略

二、口红行业营销策略

第三节 中国口红行业价格策略

第四节 观研天下行业分析师投资建议

一、中国口红行业重点投资区域分析

二、中国口红行业重点投资产品分析

图表详见正文

更多好文每日分享，欢迎关注公众号

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/531134531134.html>