

# 中国彩妆产品市场专项调查与投资规划研究报告(2015-2020)

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国彩妆产品市场专项调查与投资规划研究报告(2015-2020)》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/201274201274.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

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

随着人们对护肤的重视，化妆品行业取得了飞速发展，而随着护肤品市场的逐渐饱和，很多企业开始转战彩妆市场。我国彩妆消费还远低于国际水平，而随着人们观念的转变，彩妆产品需求也正在不断扩大。

自1995年美宝莲彩妆开始进驻中国市场，这也是最早在国内设立专柜的彩妆品牌，此后随着观念的转变，彩妆逐渐被国人所接受，国内日化企业也开始进军彩妆市场。从2000年到我国彩妆销售额不断上涨，且连续多年增长率超过两位数。 ，全国重点大型零售企业彩妆品零售额实现同比增长24.77%，增速高于护肤品5.83个百分点。

中国的彩妆市场还尚未完全开发。目前外资品牌主要占据和开发的是高端产品，而对中低档大众消费市场涉足较少，这在无形中给国内厂家发展大众品牌带来良好的发展机遇。中国市场幅员辽阔，不同地域消费者的消费特征也不尽相同，不同年龄、职业、收入的消费群也存在差异，这给不同的彩妆品牌带来了不同的发展空间。短时间内，彩妆品牌将进一步丰富，市场表现为多品牌格局，明显领先的品牌尚未出现，但个别细分品类的领先态势已经开始出现。

随着市场经济的发展和职场文化的日益国际化，已经有越来越多的中国女性开始认同将化淡妆作为一种基本礼仪，对彩妆的需求量正在持续飞速增长。彩妆作为化妆品市场发展势头迅猛的一支生力军，具有相当大的市场发展潜力。

中国报告网发行的报告书《中国彩妆产品市场专项调查与投资规划研究报告(2015-2020)》主要研究行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。

调研方式和数据来源：中国报告网有自己独立研发部门。部门成员分别擅长在中国宏观经济、食品、医药、机械、IT通讯、能源化工等领域进行深入调查研究。定期不定期采访各行业资深人士，并进行约稿。各行业公开信息：业内企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；数据部分来自国家统计局数据，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 全球彩妆市场运行态势分析

### 第一节 全球彩妆市场运行环境

### 第二节 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及

#### 三、品牌彩色化妆品销售情况及占化妆品销售同比分析

### 第三节 部分国家地区彩妆市场运行分析

#### 一、欧美

#### 二、巴西

#### 三、亚洲

## 第三章 中国彩妆行业运行形势分析

### 第一节 中国彩妆市场发展概况

#### 一、中国彩妆市场的格局

#### 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

### 第二节 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

### 第三节 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

## 第四章 中国彩妆所属行业数据监测分析

### 第一节 中国彩妆所属行业总体数据分析

### 第二节 中国彩妆所属行业不同规模企业数据分析

### 第三节 中国彩妆所属行业不同所有制企业数据分析

## 第五章 中国彩妆市场格局分析

### 第一节 中国彩妆行业竞争现状分析

#### 第二节 中国彩妆行业集中度分析

##### 一、中国彩妆行业市场集中度分析

##### 二、中国彩妆行业企业集中度分析

##### 三、中国彩妆行业区域集中度分析

### 第三节 中国彩妆行业存在的问题

## 第六章 中国彩妆行业竞争格局分析

### 第一节 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

### 第二节 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

### 第三节 中国彩妆市场的竞争策略解读

#### 一、国内彩妆市场应远离价格战

#### 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

## 第七章 中国彩妆市场消费行业调研

### 第一节 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 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

## 第八章 中国彩妆市场营销解析

### 第一节 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 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 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

## 第九章 国际彩妆品牌国内市场运行浅析

### 第一节 欧莱雅 (L'Orea)

- 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

### 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 (Estee lauder)

- 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The Make up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

#### 第二节 雅芳（中国）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

#### 第三节 资生堂丽源化妆品有限公司

##### 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

#### 第四节 松泽化妆品（深圳）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

#### 第五节 苏州尚美国际化妆品有限公司

##### 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

### 第六节 文登夏福美容用品有限公司

#### 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

### 第七节 上海卓多姿中信化妆品有限公司

#### 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

### 第八节 美科化妆品（上海）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

### 第九节 坤斯化妆品（深圳）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

### 第十节 四川艾丽碧丝（集团）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 2015-2020年中国彩妆行业发展趋势预测分析

第一节 2015-2020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 2015-2020年中国彩妆市场发展趋势展望

一、中国彩妆市场潜力巨大

二、彩妆市场总体发展趋势

三、彩妆原料往安全、天然、滋养方向发展

第三节 2015-2020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

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/201274201274.html>