

# 2018-2023年中国彩妆产业市场竞争现状调查及未来发展方向研究报告

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《2018-2023年中国彩妆产业市场竞争现状调查及未来发展方向研究报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/302046302046.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

彩饰自古指覆彩于土木之上的华饰，是对建筑木构、墙面之类的粉刷、涂抹。现代彩妆作化妆技巧，是为了一门“形象美”的艺术，是利用化妆产品对面部进行修饰，“扬长补短”达到美化的效果。可以在很大程度上弥补女性身体和年龄缺陷所带来的美丽遗憾。

彩妆一般会跟化妆品密切关联，好的化妆品能够出色的表现出彩妆的魅力。

1. 化妆水：具有平衡皮肤酸碱值、补充角质水分、软化角质、收敛毛孔的功效。且能将残留在脸上的清洁品级多余得油脂清除干净，有再次清洁作用。

2. 乳液：保养品功能，能滋润皮肤使粉底易于推匀，依肌肤性质右分为干性、中性、混合性以及问题肌肤用。

3. 定妆：有分种肤质。再定妆之前使用可以使皮肤在短时间完全吸收养分，可以达到收缩毛孔以及抑制皮脂分泌量或是滋养肌肤，可以让底妆比较持久。

4. 隔离霜：在乳液之后粉底之前所使用的，他的作用是在隔离彩妆保护皮肤。若是易出油的人，在选用隔离霜尽量不要选用含油量过多的隔离霜，因为含油量过多的隔离霜会比较容易造成脱妆。

5. 调色乳：在粉底之前使用的，可以调整肌肤颜色所使用的，黄皮肤人可利用紫色调色乳会让皮肤变比较白透。有痘痘或红皮肤的人使用绿色调色乳可以缓和皮肤红的情况。有疤痕产生的色块时则可以使用蓝色或黄色的调色乳可以修饰色素沉淀的情况。

6. 有色粉底：主要针对皮肤颜色调整用，有紫、绿、粉红色等，产品有分为膏状、调状、液状、块状。

7. 粉底液：液态粉底，油份含量非常少。是所以粉底中最轻薄，遮盖力较差，适合一般淡妆时使用。呈现自然透明的感觉。

8. 粉底露：新产品，也是属于液态粉底。含油量非常少，妆感会比较自然，属性跟粉底液雷同。

9. 粉底霜：液状透明，透气性佳，对皮肤负担较轻的粉底，但是相对的遮盖力会比较不好，粉霜右细分无油性、防水性、一般性，若是比较容易出油的肌肤者，应选用无油性或防水性的粉霜。

10. 粉底膏：含油脂量较多，遮盖力也比粉霜强，适合春秋季节或是皮肤有瑕疵。黑斑。干性皮肤者使用。

11. 粉条：含油量多，具较强的遮盖力，化妆效果持久，因此适合快速化妆的场合，早期常用于新娘妆、摄影妆、晚宴妆以及戏剧化妆等，但是因为含油量较高且妆感显得较厚重，近这些年来渐不采用。

12. 遮瑕膏：是一种特别浓缩的粉底，黏性强，质地浓厚，专门遮盖住脸部黑斑、伤痕、胎记、或微血管浮现处，也可以使凹陷处或颜色较暗的部位变明亮。

13. 水粉饼：混合了粉霜和粉，适合油性肤质夏天使用，能使底妆较不容易脱落，具

有耐汗、耐水、耐油脂。抗uv的特性，适合新娘妆、舞台妆可擦于易流汗水的颈、背以及手臂上，使用时具有清凉干爽之感。

14. 两用粉饼：具有多项功能，可沾水或不沾水使用，是属于干湿两用的一项产品，他能让化妆比较持久，长时间不脱妆。但是像这一类的产品，比较不建议干性皮肤的人使用，因为它比较容易造成干性皮肤的人会有干涩紧绷的不舒服感，两用粉饼比较适合在一般简易补妆上使用。

15. 修容饼：眼色有分为深色及浅色的修饰粉，浅色的修容饼是使用在T字部位(额头、鼻梁、下巴、以及小脸颊的三角地区)，做立体的效果，深色的修容饼是使用在颧骨、下颊骨地区，做收缩的效果，使用修容饼来做修饰过后，脸部五官可以更加立体。

16. 蜜粉：松散粉末状，使用粉扑沾取或利用蜜粉刷沾取使用。它的作用是用来固定粉底、避免脸部反光，可以让妆持久，不容易脱落，更可以使皮肤看起来质感比较细致轻柔。

17. 腮红饼：腮红可以使脸色红润、健康。腮红的色系从橘色、粉红到桃色，都可配合口红色彩来做出最好的修容效果，有些化妆品公司所售的眼影也可以当作腮红使用，但是一般来讲会比较建议分开使用。因为腮红与眼影上的材质属性是不同的。做出来的效果也会大大不同。

18. 腮红膏：新新产品。近这些年来流行使用腮红膏，它可以使腮红效果更加持久，适合干性皮肤的人使用。他通常是使用在粉底之后涂抹，再加上蜜粉与腮红粉，可以加重腮红的持久度之外，还可以创造出比较自然的腮红。

19. 腮红笔：是属于铅笔状，功能与成分和一般腮红一样，也可以当作眼影、口红使用。是一项多功能的产品。但是像这一类的产品也不太适合干性皮肤的人，因为干性肤质的人，会有干涩紧绷的不舒服感。

20. 眼影粉：是目前最为普遍使用的一项产品，色彩比较丰富，附着力好，容易涂抹。以眼影刷或眼影棒沾取使用。

21. 眼影膏：油脂成分较多，比较容易附着在皮肤上，易上色、好推匀，以指腹轻推擦匀即可。使用眼影膏之后在叠上眼影粉可以让眼妆更持久。

22. 眼影笔：如铅笔形状，比较适合小面积涂抹，缺点是使用之后会有干涩紧绷感。

23. 眼线笔：如铅笔形状，将笔尖削尖或削扁使用，可以描绘出自然柔和的线条。由于笔心是固定的，比较不会因为手部稳定度不够，不能描绘出柔和的线条。所以像这一类的产品比较适合初学者使用。

24. 眼线饼：如水粉饼一般，将笔沾湿后沾取使用。

25. 眼线液：成分中含有胶状物，有防水的效果，所以就算遇到汗水或泪水也不会有晕开的情况发生。

26. 睫毛膏：可以让睫毛加长让眼睛看起来变大更加明亮有神。较为常见的是乳霜状或液态状的产品，这一类的产品大多是利用刷毛或刷棒来运用。大部分睫毛膏中都会添加3~4%的天然或合成短纤维，可以加长睫毛长度与浓度。

27. 睫毛胶：作用是黏取假睫毛。因为睫毛胶是直接接触眼睛部位，所以在品质上要相当注意，另外在选购睫毛胶需注意沾黏性，黏度太强或不够也不行。

28. 眉笔：描绘眉毛使用。使用前先将笔心削尖或削扁，画出来的眉毛形状会比较流畅。

29. 眉粉：如粉饼状，可使用眉刷沾取轻刷于眉毛，它可以补足眉笔颜色不均匀的缺点。

30. 护唇膏：富含油脂，护唇膏他可以保持唇部光泽，防止唇部干燥。脱皮，在抹唇膏之前使用，有保护唇部的作用。

31. 唇线笔：用来修饰唇部轮廓，让唇型轮廓干净明显。

32. 唇膏：有多种色彩的选择，可以增加唇部的色彩变化，美化唇部。

33. 唇彩：油亮晶莹的质感可以添加脸部的立体感。增加唇部的丰盈、透明保湿与光泽感，使用唇彩之后，再使用一层唇釉可以增加唇彩的持久度。

34. 唇釉：如水一般是无油成分的产品。大部分唇釉皆为透明的产品，可以增加唇部的光泽度。

35. 唇蜜：内含油的成分和细微亮粉，可以让唇部闪闪动人。

36. 指甲油：最近几年相当流行指甲彩绘，添加足部或手部的特殊风采。

我国彩妆产品销售渠道分布格局 资料来源：公开资料整理

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国彩妆产业市场竞争现状调查及未来发展方向研究报告》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。

公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说明书等等。

## 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 2015-2017年全球彩妆市场运行态势分析

### 第一节 2015-2017年全球彩妆市场运行环境

#### 第二节 2015-2017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及

##### 三、品牌彩色化妆品销售情况及占化妆品销售同比分析

###### 1、面部

###### 2、眼部

###### 3、唇部

###### 4、指甲

### 第三节 2015-2017年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 2015-2017年中国彩妆行业运行形势分析

### 第一节 2015-2017年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 2015-2017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

### 第三节 2015-2017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

## 第四章 2015-2017年中国彩妆行业运行经济规模指标监测与分析

### 第一节 2015-2017年中国彩妆行业总体数据分析

##### 一、2015年中国彩妆行业全部企业数据分析

## 二、2016年中国彩妆行业全部企业数据分析

## 三、2017年中国彩妆行业全部企业数据分析

### 第二节 2015-2017年中国彩妆行业不同规模企业数据分析

#### 一、2015年中国彩妆行业不同规模企业数据分析

#### 二、2016年中国彩妆行业不同规模企业数据分析

#### 三、2017年中国彩妆行业不同规模企业数据分析

### 第三节 2015-2017年中国彩妆行业不同所有制企业数据分析

#### 一、2015年中国彩妆行业不同所有制企业数据分析

#### 二、2016年中国彩妆行业不同所有制企业数据分析

#### 三、2017年中国彩妆行业不同所有制企业数据分析

## 第五章 2015-2017年中国彩妆细分市场运行透析

### 第一节 颊部彩妆市场分析

#### 一、颊部彩妆市场规模

#### 二、颊部彩妆品市场供需形势

#### 三、粉饼市场销售情况

#### 四、粉底液市场销售情况

### 第二节 唇部彩妆市场分析

#### 一、唇部彩妆市场规模

#### 二、口红市场销售情况及价格分析

#### 三、唇彩市场销售分析及价格分析

### 第三节 眼部彩妆市场分析

#### 一、眼部彩妆市场规模

#### 二、眼影市场销售情况及价格分析

#### 三、睫毛膏市场销售情况及价格分析

### 第四节 美甲用品发展分析

#### 一、中国美甲业已初具规模

#### 二、中国美甲消费市场亮点聚焦

#### 三、指甲油及其相关产品市场销售情况

## 第六章 2015-2017年中国彩妆区域市场运行探析

### 第一节 华北地区

#### 一、消费者消费意识形态

#### 二、国内外彩妆品品牌渗透情况

#### 三、市场销售动态

#### 四、区域潜在消费空间

### 第二节 东北地区

### 第三节 华东地区

### 第四节 华南地区

### 第五节 中南地区

### 第六节 西南地区

## 第七章 2015-2017年中国彩妆市场消费行业调研

### 第一节 2015-2017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 2015-2017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
  - 1、传统渠道
  - 2、大型美容院
- 六、消费者购买彩妆产品选择因素的调查

## 第八章 2015-2017年中国彩妆市场营销解析

### 第一节 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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 2015-2017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

#### 第九章 2015-2017年中国彩妆行业竞争格局分析

##### 第一节 2015-2017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

##### 第二节 2015-2017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

##### 第三节 2015-2017年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

#### 第十章 2015-2017年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

###### 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 (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

第十一章 2015-2017年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

## 第十二章 2017-2022年中国彩妆行业发展趋势预测分析

### 第一节 2017-2022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 2017-2022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 2017-2022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

## 第十三章 2017年中国彩妆行业投资环境分析

### 第一节 国内彩妆经济环境分析

#### 一、GDP历史变动轨迹分析

#### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

#### 三、2017年中国彩妆经济发展预测分析

### 第二节 中国彩妆行业政策环境分析

## 第十四章 2017-2022年中国彩妆行业投资机会与风险分析

### 第一节 2015-2017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

### 第二节 2017-2022年中国彩妆行业投资机会分析

#### 一、中国彩妆行业区域投资潜力分析

#### 二、中国彩妆行业投资吸引力分析

#### 三、中国彩妆行业投资效益分析

### 第三节 (济.研咨.询)2017-2022年中国彩妆行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、进退入风险
- 三、市场运营机制风险

图表详见正文（FSWJP）

特别说明：观研天下所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/302046302046.html>