

中国彩妆行业运营模式发展态势与市场趋势研究 分析报告

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《中国彩妆行业运营模式发展态势与市场趋势研究分析报告》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/226287226287.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

第一章 彩妆相关概述

1.1 化妆品的相关概述

1.1.1 化妆品的定义

1.1.2 化妆品的分类

1.1.3 化妆品的主要作用

1.1.4 化妆品的发展历程

1.2 彩妆及其产品简释

1.2.1 彩妆的概念及作用

1.2.2 彩妆用品简介

1.3 主要彩妆产品介绍

1.3.1 粉底的定义及成分

1.3.2 眼影的概念及作用

1.3.3 睫毛膏的概念及发展历史

1.3.4 唇彩的相关概述

第二章 2013-2015年中国彩妆行业市场发展环境分析

2.1 2015年中国宏观经济环境分析

2.1.1 2015年中国gdp增长情况分析

2.1.2 2015年中国居民消费价格走势

2.1.3 2015年城乡居民收入与消费分析

2.1.4 2015年中国社会消费品零售总额

2.1.5 2015年全社会固定资产投资分析

2.1.6 2015年进出口总额及增长率分析

2.2 2013-2015年中国彩妆行业政策环境分析

2.2.1 化妆品卫生规范

2.2.2 化妆品评审和命名新政策解读

2.2.3 化妆品广告管理办法

2.3 2013-2015年中国彩妆行业社会环境分析

2.3.1 2015年中国人口及分布总体情况

2.3.2 2015年中国女性人口及年龄分布

2.3.3 女性化妆品消费观念变革

第三章 2013-2015年中国彩妆市场运行分析

3.1 2013-2015年中国彩妆市场概况

3.1.1 2013-2015年中国彩妆市场规模

3.1.2 2015年中国彩妆市场结构

3.1.3 2013-2015年中国彩妆市场的新变化

3.1.4 2015年中国高档彩妆品走俏市场

3.2 2015年中国彩妆市场关注度分析

3.2.1 2015年彩妆品牌关注度

3.2.2 2015年彩妆产品类型关注度

3.3 2015年中国彩妆品消费市场调查

3.3.1 中国彩妆市场消费者调查分析

3.3.2 中国彩妆消费者生活态度分析

3.3.3 中国彩妆消费者体育及休闲活动

第四章 2013-2015年中国彩妆主要细分市场发展分析

4.1 2013-2015年中国颊部彩妆市场分析

4.1.1 2015年中国颊部彩妆市场规模

4.1.2 2015年中国颊部彩妆品牌竞争状况

4.1.3 2015年中国腮红市场消费调研分析

4.1.4 2015年中国粉底市场消费调研分析

4.1.5 2015年中国粉底液市场消费调研分析

4.2 2013-2015年中国眼部彩妆市场发展分析

4.2.1 2015年中国眼部彩妆市场规模

4.2.2 2015年中国眼部彩妆品牌竞争状况

4.2.3 2015年中国眼影市场消费调研分析

4.2.4 2015年中国睫毛膏市场消费调研分析

4.3 2013-2015年中国唇部彩妆市场分析

4.3.1 2015年中国唇部彩妆市场规模

4.3.2 2015年中国唇部彩妆品牌竞争状况

4.3.3 2015年中国唇彩市场需求状况分析

4.3.4 2015年中国唇膏市场消费调研分析

4.4 2013-2015年中国美甲用品市场分析

4.4.1 2015年中国美甲用品市场规模

4.4.2 2013-2015年中国美甲用品品牌竞争分析

4.4.3 2015年中国指甲油市场消费调研分析

第五章 2015年中国唇用化妆品进出口分析(33041000)

5.1 2013-2015年中国唇用化妆品进出口总体情况

5.1.1 2013-2015年中国唇用化妆品进口情况

5.1.2 2013-2015年中国唇用化妆品出口情况

5.2 2015年中国主要省市唇用化妆品进出口情况

5.2.1 2015年中国主要省市唇用化妆品进口状况

5.2.2 2015年中国主要省市唇用化妆品出口状况

5.3 2015年中国唇用化妆品进出口流向情况

5.3.1 2015年中国唇用化妆品进口流向

5.3.2 2015年中国唇用化妆品出口流向

5.4 2015年中国唇用化妆品进出口均价分析

第六章 2015年中国眼用化妆品进出口分析(33042000)

6.1 2015年中国眼用化妆品进出口总体情况

6.1.1 2013-2015年中国眼用化妆品进口情况

6.1.2 2013-2015年中国眼用化妆品出口情况

6.2 2015年中国主要省市眼用化妆品进出口情况

6.2.1 2015年中国主要省市眼用化妆品进口状况

6.2.2 2015年中国主要省市眼用化妆品出口状况

6.3 2015年中国眼用化妆品进出口流向情况

6.3.1 2015年中国眼用化妆品进口流向

6.3.2 2015年中国眼用化妆品出口流向

6.4 2015年中国眼用化妆品进出口均价分析

第七章 2015年中国指(趾)甲化妆品进出口分析(33043000)

7.1 2015年中国指(趾)甲化妆品进出口总体情况

7.1.1 2013-2015年中国指(趾)甲化妆品进口情况

7.1.2 2013-2015年中国指(趾)甲化妆品出口情况

7.2 2015年中国主要省市指(趾)甲化妆品进出口情况

7.2.1 2015年中国主要省市指(趾)甲化妆品进口状况

7.2.2 2015年中国主要省市指(趾)甲化妆品出口状况

7.3 2015年中国指(趾)甲化妆品进出口流向情况

7.3.1 2015年中国指(趾)甲化妆品进口流向

7.3.2 2015年中国指(趾)甲化妆品出口流向

7.4 2015年中国指(趾)甲化妆品进出口均价分析

第八章 2013-2015年中国彩妆市场竞争格局分析

8.1 2013-2015年中国彩妆市场竞争

8.1.1 中国彩妆市场竞争概况

8.1.2 2015年中国彩妆厂商竞争格局

8.1.3 2015年中国彩妆品牌竞争分析

8.2 国际知名彩妆品牌提升竞争力的经验借鉴

- 8.2.1 artdeco彩妆品牌竞争力提升的经验借鉴
- 8.2.2 markwins彩妆品牌竞争力提升的经验借鉴
- 8.2.3 其他国际彩妆品牌对中国本土企业提升竞争力的启示
- 8.3 化妆品行业市场竞争新动向
- 第九章 彩妆市场营销策略分析
 - 9.1 中国彩妆市场营销基本概述
 - 9.1.1 彩妆营销的误区
 - 9.1.2 彩妆营销的特点
 - 9.2 彩妆营销策略分析
 - 9.2.1 定位策略
 - 9.2.2 贴身跟进大牌的市场战术
 - 9.2.3 品质优先的诚信策略
 - 9.2.4 人性化营销策略
 - 9.2.5 体验式营销策略
 - 9.3 彩妆活动促销方式简析
 - 9.3.1 活动促销对彩妆品牌发展的意义
 - 9.3.2 保障彩妆活动促销成功的条件
 - 9.3.3 吸引顾客的法则
 - 9.3.4 促使活动成功的三要素
- 第十章 世界彩妆企业旗下品牌分析
 - 10.1 法国欧莱雅(l'oreal)
 - 10.1.1 企业简介
 - 10.1.2 欧莱雅在中国的发展
 - 10.1.3 2015年企业经营状况
 - 10.1.4 2015年企业经营状况
 - 10.1.5 2015年美宝莲在中国的发展现状
 - 10.2 美国宝洁(p&g , procter&gamble)
 - 10.2.1 企业简介
 - 10.2.2 2015年企业经营状况
 - 10.2.3 宝洁公司在中国的营销策略分析
 - 10.3 美国雅诗兰黛(esteelauder)
 - 10.3.1 企业及品牌简介
 - 10.3.2 雅诗兰黛发展简史
 - 10.3.3 雅诗兰黛的产品与服务
 - 10.3.4 2014财年企业经营情况

10.4 日本资生堂(shiseido)

10.4.1 企业简介

10.4.2 资生堂历史

10.4.3 2014财年企业经营状况

10.5.4 资生堂品牌线路

10.4.5 资生堂在日本推出低端彩妆品牌

第十一章 2013-2015年中国彩妆重点品牌和企业分析

11.1 玫琳凯(中国)化妆品有限公司

11.1.1 企业基本情况

11.1.2 2015年企业经营状况

11.1.3 玫琳凯中国抢占电子商务先机

11.2 雅芳(中国)制造有限公司

11.2.1 企业基本情况

11.2.2 2015年企业经营状况

11.2.3 雅芳中国转型之殇

11.3 资生堂丽源化妆品有限公司

11.3.1 企业基本情况

11.3.2 2015年企业经营状况

11.3.3 资生堂丽源再登行业效益十佳榜

第十二章 2015-2020年中国彩妆市场前景及发展趋势

12.1 中国化妆品市场的发展前景及趋势

12.1.1 化妆品行业发展总趋势

12.1.2 2015-2016年中国化妆品市场趋势预测

12.1.3 化妆品连锁专卖将逐步取代单体店

12.1.4 2015-2020年中国化妆品行业市场规模预测

12.2 2015-2020年中国彩妆市场的前景及发展趋势预测

12.2.1 中国低价彩妆市场潜力巨大

12.2.2 未来彩妆产品的发展方向

12.2.3 特许经营模式将成中国彩妆市场新亮点

12.2.4 彩妆原料往安全、天然、滋养方向发展

12.3 2015-2020年中国彩妆市场规模预测分析

12.3.1 2015-2020年中国彩妆总体市场规模预测

12.3.2 2015-2020年中国眼部彩妆总体市场规模预测

12.3.3 2015-2020年中国颊部彩妆总体市场规模预测

12.3.4 2015-2020年中国唇部彩妆总体市场规模预测

12.3.5 2015-2020年中国美甲产品总体市场规模预测

图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/226287226287.html>