

2020年中国彩妆产品行业分析报告- 市场竞争格局与发展趋势预测

报告大纲

一、报告简介

观研报告网发布的《2020年中国彩妆产品行业分析报告-市场竞争格局与发展趋势预测》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/463749463749.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

【报告大纲】

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

(3) 行业相关发展规划

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) 经济形势发展展望

(3) 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) 彩妆功效化

(2) 上妆简单化

(3) 产品个性化

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

(1) 高端化

(2) 细分化

(3) 多功能融合

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

(1) 品牌格局

(2) 市场规模

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

(1) 品牌格局

(2) 市场规模

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

(1) 品牌格局

(2) 市场规模

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

(1) 品牌格局

(2) 市场规模

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

(1) 品牌格局

(2) 市场规模

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 中国彩妆产品市场品牌格局

3.1.4 中国彩妆产品技术分析

3.2 中国境内市场彩妆产品包装、价格及营销现状分析

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 中国彩妆产品市场营销现状分析

3.3 中国境内市场彩妆产品消费者需求特征分析

3.3.1 中国境内市场彩妆价格分析

3.3.2 中国境内消费者特征调研

(1) 消费者年龄构成

(2) 消费者年龄构成

(3) 消费者收入情况

(4) 消费者职业构成

3.3.3 中国境内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

3.3.4 中国境内消费者产品偏好分析

(1) 消费者对产品类别偏好

(2) 消费者特殊偏好分析

3.4 中国跨境市场彩妆产品消费者需求分析

3.4.1 跨境市场彩妆产品价格分析

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) 不同类别产品竞争格局

(2) 不同价格区间竞争格局

(3) 营销平台竞争格局

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

(1) 不同类别产品竞争格局

(2) 不同价格区间竞争格局

(3) 不同地区品牌竞争格局

(4) 营销平台竞争格局

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

(1) 不同类别产品竞争格局

(2) 不同价格区间竞争格局

(3) 不同地区品牌竞争格局

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) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

5.1.2 植村秀(Shu Uemura)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

5.1.3 巴黎欧莱雅 (L'OREAL PARIS)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

5.1.4 雅诗兰黛 (EsteeLauder)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

5.1.5 资生堂 (Shiseido)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

5.1.6 爱茉莉太平洋集团

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

5.1.7 香奈儿 (CHANEL)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

5.1.8 迪奥 (Dior)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

5.2 国内彩妆产品领先品牌案例分析

5.2.1 珀莱雅 (PROYA)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

5.2.2 资生堂(中国)投资有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

5.2.3 高丝化妆品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

5.2.4 植美村

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

5.2.5 屈臣氏 (Watsons)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

5.2.6 雅芳（中国）有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

5.2.7 玫琳凯（中国）化妆品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

5.2.8 安利（中国）日用品有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品服务分析

(3) 企业发展现状分析

(4) 企业竞争优势分析

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

(1) 产品包装发展趋势

(2) 产品功效发展趋势

(3) 产品价格发展趋势

(4) 产品品类发展趋势

6.2.4 渠道发展趋势预测

(1) 零售渠道发展趋势

(2) 跨境渠道发展趋势

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

(1) 品牌策略

(2) 产品策略

(3) 渠道策略

图表目录

图表1：彩妆产品分类

图表2：护肤品行业的相关标准

图表3：2017-2020年国内彩妆行业相关政策列表

图表4：2017-2020年中国GDP增长趋势图（单位：万亿元，%）

图表5：中国主要经济指标预测（单位：%）

图表6：2017-2020年全国居民人均可支配收入情况（单位：元）

图表7：2020年全国居民人均消费支出及构成（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10：2017-2020年全球化妆品市场规模（单位：亿美元）

图表详见报告正文 · · · · · (GYSYL)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造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。《2020年中国彩妆产品行业分析报告-市场竞争格局与发展趋势预测》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。

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/463749463749.html>