

# 2020年中国彩妆市场分析报告- 市场规模现状与发展规划趋势

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《2020年中国彩妆市场分析报告-市场规模现状与发展规划趋势》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/467435467435.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

2020年1-6月，我国彩妆类GMV及线上销量同比增速稳步上升，6月彩妆类阿里系GMV为68.81亿元，较上年同期增加46.84%。6月份线上GMV前三为唇膏/口红、美容工具、粉底液，GMV分别为9.96/9.30/6.39亿元，合计占比达48%。相比去年，唇膏口红和美容工具占比略有下降，粉底液占比保持不变。散粉、眼影以及睫毛膏GMV规模占比仍较低。

2020年1-6月我国阿里系彩妆类GMV及线上销量单月同比增速

数据来源：公开资料整理

2020年6月我国阿里系彩妆类GMV规模占比

数据来源：公开资料整理

彩妆品类阿里系成交额增幅较高的有香水（+76.67%）和蜜粉/散粉（+72.94%），同时彩妆品类的均价和销量也在增长，6月均价同比增加25.18%，销量同比增加17.30%。销售量同比增长最高的为彩妆套装，增幅为110.08%，其次为蜜粉/散粉销量，同比增长49.55%。香水销量同比增长速度也交高，同比增长45.79%。

2020年6月阿里系主要彩妆品类成交额及同比增速

数据来源：公开资料整理

2020年6月阿里系主要彩妆品类销售量及同比增速

数据来源：公开资料整理

2020年6月阿里系主要彩妆品类均价及同比增速

数据来源：公开资料整理

6月阿里平台CR10品牌市占率达22.04%，较上年同期上升3.46%。其中有四个国产品牌，六个国际品牌。相较于上年同期，本月国内外知名品牌完美日记、圣罗兰、3CE、花西子、魅可稳居前十榜单；自然婷、植贝、阿玛尼、雅诗兰黛和nymy本月跻身前十。

2020年6月阿里系彩妆品牌GMV规模前十及市占率

数据来源：公开资料整理（MBM）

【报告大纲】第一章 彩妆行业相关概述

1.1 彩妆行业介绍

1.1.1 彩妆的定义

1.1.2 彩妆的主要作用

1.1.3 彩妆的分类

1.1.4 彩妆的产品特性

1.2 彩妆行业经营模式分析

1.2.1 生产模式

1.2.2 采购模式

1.2.3 销售模式

1.3 彩妆产业链发展分析

1.3.1 产业链简况

1.3.2 上游行业的影响

1.3.3 下游行业的影响

第二章 2017-2020年中国彩妆行业发展环境分析

2.1 彩妆行业政治法律环境（P）

2.1.1 行业主管部门分析

2.1.2 行业监管体制分析

2.1.3 行业相关政策法规分析

- 1、国家引导防晒类护肤品消费
- 2、国家规范化妆品产品技术要求
- 3、国家完善化妆品安全风险评估
- 4、国家调控化妆品检验机构建设
- 5、国家规范化妆品相关产品的命名
- 6、国家规范非特殊用途化妆品的管理
- 7、国家推进化妆品安全风险控制体系
- 8、《化妆品生产企业卫生规范》
- 9、《化妆品卫生监督条例》
- 10、《化妆品卫生监督条例实施细则》
- 11、《进出口化妆品监督检验管理办法》

2.2 彩妆行业经济环境分析（E）

2.2.1 宏观经济形势分析

2.2.2 居民收入分析

2.3 彩妆行业社会环境分析（S）

2.3.1 彩妆产业社会环境

2.3.2 社会环境对行业的影响

2.4 彩妆行业技术环境分析（T）

2.4.1 彩妆行业技术发展现状

2.4.2 彩妆行业的新技术

2.4.3 彩妆行业的新原料

2.4.4 彩妆技术开发研究方向

### 第三章 全球彩妆行业发展概述

#### 3.1 2017-2020年全球彩妆行业发展情况概述

##### 3.1.1 全球彩妆行业发展现状

##### 3.1.2 全球彩妆行业发展特征

##### 3.1.3 全球彩妆行业市场规模

#### 3.2 2017-2020年全球主要地区彩妆行业发展状况

##### 3.2.1 欧洲彩妆行业发展情况概述

##### 3.2.2 美国彩妆行业发展情况概述

##### 3.2.3 日韩彩妆行业发展情况概述

#### 3.3 2021-2026年全球彩妆行业趋势预测分析

##### 3.3.1 全球彩妆行业市场规模预测

##### 3.3.2 全球彩妆行业趋势预测分析

##### 3.3.3 全球彩妆行业发展趋势分析

#### 3.4 全球彩妆行业重点企业发展动态分析

### 第四章 中国彩妆行业发展概述

#### 4.1 中国彩妆行业发展状况分析

##### 4.1.1 中国彩妆行业发展阶段

##### 4.1.2 中国彩妆行业发展总体概况

##### 4.1.3 中国彩妆行业发展特点分析

#### 4.2 2017-2020年彩妆行业发展现状

##### 4.2.1 2017-2020年中国彩妆行业市场规模

##### 4.2.2 2017-2020年中国彩妆行业发展分析

##### 4.2.3 2017-2020年中国彩妆企业发展分析

#### 4.3 2021-2026年中国彩妆行业面临的困境及对策

##### 4.3.1 中国彩妆行业面临的困境及对策

###### 1、中国彩妆行业面临困境

###### 2、中国彩妆行业对策探讨

##### 4.3.2 中国彩妆企业发展困境及策略分析

###### 1、中国彩妆企业面临的困境

###### 2、中国彩妆企业的对策探讨

##### 4.3.3 国内彩妆企业的出路分析

### 第五章 中国彩妆所属行业市场运行分析

## 5.1 中国彩妆所属行业总体规模分析

### 5.1.1 企业数量结构分析

### 5.1.2 行业资产规模分析

## 5.2 中国彩妆所属行业产销与费用分析

### 5.2.1 产成品分析

### 5.2.2 销售收入分析

### 5.2.3 负债分析

### 5.2.4 利润规模分析

### 5.2.5 产值分析

### 5.2.6 销售成本分析

### 5.2.7 销售费用分析

### 5.2.8 管理费用分析

### 5.2.9 财务费用分析

### 5.2.10 其他运营数据分析

## 5.3 中国彩妆所属行业财务指标分析

### 5.3.1 行业盈利能力分析

### 5.3.2 行业偿债能力分析

### 5.3.3 行业营运能力分析

### 5.3.4 行业发展能力分析

## 第六章 行业消费者分析

### 6.1 消费群体变化分析

### 6.2 消费观念变化分析

#### 6.2.1 从“节约”到“时尚”

#### 6.2.2 从“关注质量”到“关注品牌文化”

#### 6.2.3 从“整齐划一”到“追求个性与自我”

### 6.3 不同人口特征城市居民彩妆购买比例

#### 6.3.1 不同年龄居民的彩妆购买分析

#### 6.3.2 不同学历居民的彩妆购买分析

#### 6.3.3 不同收入居民的彩妆购买分析

##### 1、低收入消费者行为研究

##### 2、高收入消费者行为研究

##### 3、不同收入居民彩妆购买分析

## 第七章 2017-2020年中国彩妆市场营销分析

## 7.1 中国彩妆行业主要市场渠道

### 7.1.1 销售渠道介绍

### 7.1.2 批发市场

### 7.1.3 零售终端市场

### 7.1.4 专业市场

## 7.2 彩妆市场营销概况

### 7.2.1 彩妆市场营销趋势透析

### 7.2.2 企业创新体验营销模式

### 7.2.3 彩妆软文营销的关键点

## 7.3 彩妆品牌营销渠道选择

### 7.3.1 核心销售渠道

### 7.3.2 品牌功效渠道

### 7.3.3 互动体验渠道

## 7.4 彩妆网络营销

### 7.4.1 彩妆网络营销特征和优势

### 7.4.2 中国彩妆网络营销的发展

### 7.4.3 彩妆网络营销体系日渐完善

### 7.4.4 彩妆网络营销存在的问题

### 7.4.5 彩妆网络营销策略建议

### 7.4.6 彩妆网络营销趋势分析

## 7.5 彩妆直销

### 7.5.1 彩妆直销的概述

### 7.5.2 直销企业“反周期”规律

### 7.5.3 彩妆直销企业两极化态势

### 7.5.4 网上直销成主流趋势

## 7.6 彩妆专卖店经营

### 7.6.1 彩妆专卖店市场现状

### 7.6.2 彩妆专卖成发展趋势

### 7.6.3 彩妆专卖店运营策略

### 7.6.4 彩妆专卖店前景展望

## 7.7 彩妆市场营销对策及建议

### 7.7.1 营销方式创新

### 7.7.2 做好渠道选择

### 7.7.3 推进内容营销

### 7.7.4 打造微关系营销

#### 7.7.5 关注农村市场

### 7.8 彩妆梯度营销渠道策略分析

#### 7.8.1 梯度营销的必要性

#### 7.8.2 渠道梯度

#### 7.8.3 目标消费者梯度

## 第八章 中国彩妆行业市场竞争格局分析

### 8.1 中国彩妆行业竞争格局分析

#### 8.1.1 彩妆行业区域分布格局

#### 8.1.2 彩妆行业企业规模格局

#### 8.1.3 彩妆行业企业性质格局

### 8.2 中国彩妆行业竞争五力分析

#### 8.2.1 彩妆行业上游议价能力

#### 8.2.2 彩妆行业下游议价能力

#### 8.2.3 彩妆行业新进入者威胁

#### 8.2.4 彩妆行业替代产品威胁

#### 8.2.5 彩妆行业现有企业竞争

### 8.3 中国彩妆行业竞争SWOT分析

#### 8.3.1 彩妆行业优势分析（S）

#### 8.3.2 彩妆行业劣势分析（W）

#### 8.3.3 彩妆行业机会分析（O）

#### 8.3.4 彩妆行业威胁分析（T）

### 8.4 中国彩妆行业投资兼并重组整合分析

#### 8.4.1 投资兼并重组现状

#### 8.4.2 投资兼并重组案例

### 8.5 中国彩妆行业重点企业竞争策略分析

## 第九章 中国彩妆行业领先企业竞争力分析

### 9.1 欧莱雅（中国）有限公司

#### 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

### 9.2 雅诗兰黛集团

#### 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

9.3 卡姿兰集团

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

9.4 克丽丝汀迪奥商业（上海）有限公司

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

9.5 宝洁（中国）有限公司

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

9.6 法国香奈儿（CHANEL）公司

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

第十章 2021-2026年中国彩妆行业发展趋势与前景分析

10.1 2021-2026年中国彩妆市场趋势预测

10.1.1 2021-2026年彩妆市场发展潜力

10.1.2 2021-2026年彩妆市场趋势预测展望

10.2 2021-2026年中国彩妆市场发展趋势预测

10.2.1 2021-2026年彩妆行业发展趋势

10.2.2 2021-2026年彩妆市场规模预测

10.2.3 2021-2026年彩妆行业应用趋势预测

10.3 2021-2026年中国彩妆行业供需预测

10.3.1 2021-2026年中国彩妆行业供给预测

10.3.2 2021-2026年中国彩妆行业需求预测

### 10.3.3 2021-2026年中国彩妆供需平衡预测

## 10.4 影响企业生产与经营的关键趋势

### 10.4.1 行业发展有利因素与不利因素

### 10.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测

### 10.4.3 科研开发趋势及替代技术进展

### 10.4.4 影响企业销售与服务方式的关键趋势

## 第十一章 2021-2026年中国彩妆行业投资分析

### 11.1 彩妆行业投资特性分析

#### 11.1.1 行业进入壁垒分析

##### 1、技术壁垒

##### 2、渠道壁垒

##### 3、品牌壁垒

#### 11.1.2 行业投资机会分析

##### 1、90后将带动行业消费增长

##### 2、渠道下沉扩大市场容量

##### 3、中国的高消费时代到来

##### 4、产业升级成本将会压缩

##### 5、网络市场加快市场开拓

### 11.2 彩妆行业投资前景分析

#### 11.2.1 行业政策波动风险

#### 11.2.2 行业技术落后风险

#### 11.2.3 行业市场竞争风险

#### 11.2.4 行业企业内部风险

#### 11.2.5 行业宏观经济波动风险

#### 11.2.6 行业产品结构变动风险

#### 11.2.7 行业其他相关风险

### 11.3 彩妆行业投资建议

#### 11.3.1 强化本土品牌的本土特色

#### 11.3.2 注重跟踪研发和合作研发策略

#### 11.3.3 从趋势性技术寻找市场机会

#### 11.3.4 积极申请专利技术学会自我保护

## 第十二章 2021-2026年中国彩妆企业投资规划建议与客户策略分析

### 12.1 彩妆企业投资前景规划背景意义

## 12.2 彩妆企业战略规划制定依据

### 12.2.1 国家政策支持

### 12.2.2 行业发展规律

### 12.2.3 企业资源与能力

### 12.2.4 可预期的战略定位

## 12.3 彩妆企业战略规划策略分析

### 12.3.1 战略综合规划

### 12.3.2 技术开发战略

### 12.3.3 区域战略规划

### 12.3.4 产业战略规划

### 12.3.5 营销品牌战略

### 12.3.6 竞争战略规划

## 第十三章 研究结论及建议

### 13.1 研究结论

### 13.2 建议

#### 13.2.1 行业投资策略建议

#### 13.2.2 行业投资方向建议

#### 13.2.3 行业投资方式建议

## 图表目录

图表 彩妆行业特点

图表 彩妆行业生命周期

图表 彩妆行业产业链分析

图表 2017-2020年彩妆行业市场规模分析

图表 2021-2026年彩妆行业市场规模预测

图表 中国彩妆行业盈利能力分析

图表 中国彩妆行业运营能力分析

图表 中国彩妆行业偿债能力分析

图表详见报告正文..... (GY YX)

## 【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年中国彩妆市场分析报告-市场规模现状与发展规划趋势

》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/467435467435.html>