

2020年中国美妆市场分析报告- 行业发展现状与运营规划研究

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《2020年中国美妆市场分析报告-行业发展现状与运营规划研究》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：<https://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/459304459304.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: sales@chinabaogao.com

联系人：客服

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，页面图表可能存在缺失；格式美观性可能有欠缺，实际报告排版规则、美观；可联系客服索取更完整的目录大纲。

二、报告目录及图表目录

【报告大纲】

第一章 美妆行业相关概述

1.1 美妆基本介绍

1.1.1 美妆的定义

1.1.2 美妆产品的分类

1.1.3 美妆产品主要作用

1.2 美妆行业发展进程

1.2.1 改革开放前

1.2.2 改革开放第一阶段

1.2.3 改革开放第二阶段

1.2.4 改革开放第三阶段

1.2.5 改革开放第四阶段

1.3 美妆产业链分析

第二章 2017-2020年中国美妆市场发展分析

2.1 2017-2020年中国美妆市场运行情况

2.1.1 市场发展规模

2.1.2 市场运行态势

2.1.3 市场消费特征

2.1.4 市场集中度分析

2.1.5 品牌竞争格局

2.1.6 市场发展热点

2.2 2017-2020年美妆外资品牌在华发展情况分析

2.2.1 外资美妆品牌销售分析

2.2.2 外资品牌消费者满意度

2.2.3 外资品牌在华布局动态

2.3 中国美妆行业线上营销分析

2.3.1 线上营销发展形势

2.3.2 线上营销现状分析

2.3.3 电商平台痛点分析

2.3.4 电商平台发展策略

2.4 中国美妆行业品牌跨界营销分析

- 2.4.1 美妆行业联合跨界发展现状
- 2.4.2 美妆行业联合跨界价值分析
- 2.4.3 美妆行业联合跨界发展展望
- 2.5 中国美妆新零售市场发展分析
 - 2.5.1 美妆新零售产业链分析
 - 2.5.2 新零售重新定义美妆行业
 - 2.5.3 美妆新零售消费者属性分析
 - 2.5.4 美妆新零售消费者产品需求
 - 2.5.5 美妆新零售消费者消费渠道
 - 2.5.6 美妆新零售典型案例分析
 - 2.5.7 美妆新零售未来发展趋势
- 2.6 中国高端美妆品牌营销策略分析
 - 2.6.1 高端美妆品牌营销现状
 - 2.6.2 营销策略影响因素分析
 - 2.6.3 品牌营销策略提升建议

第三章 2017-2020年中国电商平台美妆品牌发展分析

- 3.1 美妆电商平台分析
 - 3.1.1 美妆电商平台占比分析
 - 3.1.2 美妆电商平台类型细分
 - 3.1.3 综合性平台的特殊性
- 3.2 电商平台美妆品牌建设现状分析
 - 3.2.1 现状特点分析
 - 3.2.2 障碍和难点分析
 - 3.2.3 发展对策分析
- 3.3 电商平台美妆品牌的竞争态势分析
 - 3.3.1 品牌竞争力分析
 - 3.3.2 竞争环境的演变
 - 3.3.3 竞争者特点分析
 - 3.3.4 未来竞争趋势分析
- 3.4 电商平台美妆品牌的客户体验分析
 - 3.4.1 客户体验对象人群分析
 - 3.4.2 客户体验构成要素分析
 - 3.4.3 客户体验过程详细分析
- 3.5 电商平台美妆品牌建设的目标分析

3.5.1 制造品牌差异化

3.5.2 提高消费者忠诚度

3.5.3 弥补品牌力透支

第四章 2017-2020年中国美妆产品网络市场调查分析

4.1 2017-2020年中国美妆产品整体关注度分析

4.1.1 行业搜索关注趋势

4.1.2 细分品类关注趋势

4.1.3 高端品牌关注趋势

4.1.4 品牌发源地分布情况

4.2 2017-2020年美妆产品细分品类关注度分析

4.2.1 护肤类产品

4.2.2 彩妆类产品

4.2.3 香氛类产品

4.2.4 美发护发类产品

4.3 2017-2020年美妆产品消费者行为特征分析

4.3.1 美妆产品主要用户群

4.3.2 消费者行为偏好分析

4.3.3 消费者集中区域分析

4.3.4 男士消费者用户特征

第五章 中国化妆品行业发展分析

5.1 2017-2020年中国化妆品行业发展综述

5.1.1 行业发展历程

5.1.2 行业发展现状

5.1.3 销售渠道分析

5.1.4 进口及贸易法规

5.2 2017-2020年中国化妆品市场发展分析

5.2.1 市场规模分析

5.2.2 人均消费水平

5.2.3 企业竞争态势

5.2.4 品牌竞争格局

5.2.5 品牌集中度分析

5.3 中国化妆品行业财务状况分析

5.3.1 经营状况分析

5.3.2 盈利能力分析

5.3.3 营运能力分析

5.3.4 成长能力分析

5.3.5 现金流量分析

5.4 中国化妆品进出口数据分析

5.4.1 中国化妆品进口分析

5.4.2 中国化妆品出口分析

5.4.3 中国化妆品贸易顺逆差分析

5.5 中国化妆品市场消费行为分析

5.5.1 消费人群偏好

5.5.2 消费群体结构

5.5.3 消费年龄结构

5.5.4 品类需求分析

5.5.5 男性消费偏好

5.5.6 产品成分关注

5.6 中国化妆品行业发展存在的问题分析

5.6.1 面临国际化挑战

5.6.2 产品质量安全问题

5.6.3 产品原料发展较弱

5.6.4 法律法规亟待完善

5.7 中国化妆品市场发展的对策

5.7.1 促进行业发展

5.7.2 培育品牌力度

5.7.3 规范产品标识

5.7.4 提升行业地位

第六章 2017-2020年中国护肤品市场分析

6.1 2017-2020年中国护肤品市场发展综述

6.1.1 护肤品分类

6.1.2 市场总体概况

6.1.3 市场发展规模

6.1.4 产品选择分析

6.1.5 购买渠道分析

6.2 2017-2020年护肤品市场竞争分析

6.2.1 市场竞争特征

6.2.2 品牌集中度分析

6.2.3 产品品牌排行

6.2.4 市场竞争态势

6.3 2017-2020年国内滋润护肤品市场发展分析

6.3.1 面膜市场发展现状

6.3.2 润唇膏品牌销售现状

6.3.3 护手霜市场销售现状

6.4 护肤品行业发展前景分析

6.4.1 市场前景预测

6.4.2 绿色生态护肤品

6.4.3 茶系列护肤品

6.4.4 精华液护肤品

第七章 2017-2020年中国彩妆行业发展分析

7.1 2017-2020年中国彩妆行业发展综述

7.1.1 发展动力分析

7.1.2 市场发展规模

7.1.3 彩妆市场结构

7.2 2017-2020年中国彩妆细分市场发展分析

7.2.1 细分市场规模

7.2.2 男性彩妆消费

7.2.3 口红经济分析

7.2.4 底妆产品销量

7.2.5 眼妆产品销量

7.3 2017-2020年中国彩妆市场消费行为分析

7.3.1 消费年龄结构

7.3.2 消费主力分析

7.3.3 男性彩妆消费

7.3.4 彩妆明星效应

7.4 2017-2020年中国彩妆市场品牌发展分析

7.4.1 彩妆品牌竞争

7.4.2 品牌营销现状

7.4.3 品牌需求强劲

7.4.4 品牌塑造因素

7.5 中国彩妆行业未来发展趋势分析

7.5.1 彩妆行业发展趋势

7.5.2 本土彩妆行业展望

7.5.3 彩妆行业发展方向

第八章 2017-2020年其他热点美妆产品发展分析

8.1 香水

8.1.1 市场发展综述

8.1.2 市场销售规模

8.1.3 品牌竞争格局

8.1.4 小众品牌发展

8.1.5 本土品牌机会

8.1.6 未来发展展望

8.2 护发素

8.2.1 护发素总类介绍

8.2.2 护发用品市场概况

8.2.3 国内护发市场规模

8.2.4 护发品牌竞争层次

8.2.5 护发素品牌介绍

8.3 染发剂

8.3.1 染发剂市场概况

8.3.2 染发剂市场规模

8.3.3 染发剂发展特点

8.3.4 染发剂市场创新

8.3.5 染发剂发展趋势

8.4 美白产品

8.4.1 市场特点分析

8.4.2 产品品牌排行

8.4.3 原料组成结构

8.4.4 产品功能评价

8.5 祛斑产品市场

8.5.1 产品主要特点

8.5.2 消费者行为分析

8.5.3 行业发展趋势

第九章 国外主要美妆企业运营分析

9.1 欧莱雅 (LOREAL)

- 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 美国宝洁公司 (Procter & Gamble)

- 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 雅诗兰黛 (Estee lauder)

- 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 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

9.5 爱茉莉集团 (AmorePacific Group)

- 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 国内主要美妆企业运营分析

10.1 霸王国际 (集团) 控股有限公司

- 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

10.2 上海家化联合股份有限公司

- 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

10.3 珀莱雅化妆品股份有限公司

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

10.4 御家汇股份有限公司

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

第十一章 2021-2026年中国美妆行业发展趋势及前景预测

11.1 中国美妆行业发展趋势分析

11.1.1 细分市场趋势

11.1.2 个性化定制趋势

11.1.3 渠道趋势剖析

11.1.4 消费需求趋势

11.2 中国美妆市场发展潜力分析

11.2.1 未来市场空间

11.2.2 市场消费潜力

11.2.3 企业发展前景

11.3 2021-2026年中国美妆行业预测分析

11.3.1 2021-2026年中国美妆行业影响因素分析

11.3.2 2021-2026年中国美妆行业市场规模预测

图表目录

图表1 美妆产业链图谱

图表2 2020年中美市场集中度对比（CR10）

图表3 2017-2020年中国美妆高端市场CR10

图表4 2017-2020年中国美妆大众市场CR10

图表5 2017-2020年高端化妆品市场TOP40相对占有率

图表6 2017-2020年大众化妆品市场CR30中本土品牌的市占率

图表7 2020年护肤品市场品牌格局

图表8 2020年彩妆市场品牌格局

图表9 2017-2020年电商相对渗透率及增速

图表10 2020年全渠道消费者vs线下消费者人均消费金额倍数

图表11 2017-2020年线上线下同时购买该品类的消费者

图表12 品牌x泛IP营销模式

图表13 2020年联合跨界产品流量走势

图表14 2017-2020年联合跨界相关消费趋势

图表15 2017-2020年联合跨界人均消费走势

图表详见报告正文..... (GY YXY)

【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年中国美妆市场分析报告-行业发展现状与运营规划研究》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统计数据，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：<https://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/459304459304.html>