

## 2019-2024 年中国彩妆行业市场深度调研与前景预测分析报告

### 内容概要：

消费升级与自我要求的提升，促使化妆步骤更加专业、精细，在彩妆中加入护肤的成份已成为国内外品牌彩妆的主要定律，产品的丰富，使得市场竞争的细分成为必然，消费者更青睐功能性彩妆的选择。

生活已进入快节奏的时代，人们的生活在追求美好的同时，也一直追求着简约，彩妆也是如此。用彩妆做一次妆容，至少需要花去一两个小时的时间，未来的彩妆产品要向简约化转变，让消费者化妆成为一种随时随地的便利。

创新驱动型的彩妆市场驱使彩妆网红们迅速尝鲜，将用户体验分享给更大的消费群，进一步促进了消费，彩妆消费的高频特性为电商渠道提供了崛起的机会。各种线上购物节和促销活动，加上便利的线上购买平台，强化了消费者的彩妆高频消费行为。

前海中泰咨询结合了大量一手市场调研数据以及已有的专业数据库、公开数据信息、合作资源渠道等数据信息资源，深入客观地对彩妆行业的基本概况、全球发展状况、宏观发展环境、行业发展状况、产品市场消费者需求分析、产品营销模式及渠道分析、竞争格局、细分市场状况、国内外重点企业经营情况、市场发展前景、发展趋势及投资潜力等重点内容进行了全面而系统的分析。

本研究报告数据主要依据于国家统计局、国家商务部、海关总署、国务院发展研究中心信息网、中国香料香精化妆品工业协会、中华工商业联合会、中国知网、前海中泰数据库以及国内外重点期刊杂志等渠道的基础信息，数据详实丰富、准确全面。本研究报告为彩妆行业相关企业、销售企业、科研单位、投资企业等准确了解彩妆行业现状和市场动态，把握企业定位和投资机遇提供投资决策参考依据，从而在竞争中赢得先机！

### ■ 基本信息

服务形式：电子版/印刷版  
交付方式：Email 或特快专递  
中文版价格：RMB 12800  
英文版价格：USD 10900  
  
服务热线：400-6630-998  
订购专线：0755-32919669  
订购传真：0755-61605116  
公司网址：www.qhztzx.com  
出版日期：动态更新

### ■ 核心竞争力

- 数据库资源：涵盖前海中泰数据库、中外文数据库、政府官方数据、合作伙伴资源共享数据库五大主要板块。
- 咨询经验丰富
- 专业咨询团队
- 社会公共资源
- 服务水平与质量
- 不断创新与探索

### ■ 核心业务

上市咨询 企业管理咨询  
行业研究 可行性研究报告  
园区规划 商业计划书  
产业规划 资金申请报告  
市场调研 投资价值分析报告  
招商策划 项目稳定回报论证  
数据分析 投资风险评估报告

## 2019-2024 年中国彩妆行业市场深度调研与前景预测分析报告

### ■ 报告目录

#### 第 1 章 中国彩妆行业发展综述

##### 1.1 彩妆的基本概述

###### 1.1.1 彩妆的定义

###### 1.1.2 彩妆的特点

###### 1.1.3 彩妆的分类

##### 1.2 彩妆主要产品介绍

###### 1.2.1 粉底

###### 1.2.2 眼影

###### 1.2.3 睫毛膏

###### 1.2.4 唇彩

#### 第 2 章 全球彩妆行业市场发展状况分析

##### 2.1 全球彩妆行业市场发展状况分析

###### 2.1.1 全球彩妆行业市场发展现状

###### 2.1.2 全球彩妆行业发展历程分析

###### 2.1.3 全球彩妆行业市场规模分析

###### 2.1.4 全球彩妆行业市场品牌格局

##### 2.2 韩国彩妆行业市场发展状况分析

###### 2.2.1 韩国彩妆行业市场现状分析

###### 2.2.2 韩国彩妆行业主要发展特征

###### 2.2.3 韩国彩妆行业主要代表品牌

##### 2.3 日本彩妆行业市场发展状况分析

###### 2.3.1 日本彩妆行业市场现状分析

###### 2.3.2 日本彩妆行业主要发展特征

###### 2.3.3 日本彩妆行业主要代表品牌

##### 2.4 法国彩妆行业市场发展状况分析

2.4.1 法国彩妆行业市场现状分析

2.4.2 法国彩妆行业主要发展特征

2.4.3 法国彩妆行业主要代表品牌

## 2.5 其他国家彩妆行业市场发展状况分析

2.5.1 美国彩妆行业市场发展状况分析

2.5.2 澳洲彩妆行业市场发展状况分析

## 第3章 中国彩妆行业发展环境 PEST 分析

### 3.1 中国彩妆行业政策环境分析

3.1.1 行业相关政策

3.1.2 行业相关标准

### 3.2 中国彩妆行业经济环境分析

3.2.1 中国 GDP 增长情况

3.2.2 工业经济发展形势

3.2.3 社会固定资产投资情况

3.2.4 全社会消费品零售总额

3.2.5 中国融资环境分析

### 3.3 中国彩妆行业社会环境分析

3.3.1 人口结构环境分析

3.3.2 居民人均可支配收入

3.3.3 居民消费水平情况

3.3.4 中国城镇化率水平

### 3.4 中国彩妆行业技术环境分析

3.4.1 行业技术水平现状

3.4.2 技术发展趋势分析

## 第4章 中国彩妆行业发展状况分析

### 4.1 中国彩妆行业发展状况分析

4.1.1 彩妆行业发展现状

4.1.2 彩妆行业发展阶段特征

4.1.3 彩妆行业区域分布分析

## 4.2 中国彩妆行业市场发展分析

- 4.2.1 彩妆市场快速发展动因分析
- 4.2.2 彩妆行业主要运营模式分析
- 4.2.3 彩妆行业市场运行特点分析
- 4.2.4 商业设计在彩妆行业的应用

## 4.3 中国彩妆行业市场品牌发展分析

- 4.3.1 中国彩妆市场主要代表品牌分析
- 4.3.2 影响彩妆品牌发展的基本因素分析
- 4.3.3 中国彩妆品牌发展面临的困难
- 4.3.4 中国彩妆品牌突破策略分析

## 4.4 彩妆行业发展存在的问题及措施建议

- 4.4.1 中国彩妆行业发展存在的主要问题
- 4.4.2 中国彩妆市场经销商关注程度较低
- 4.4.3 中国彩妆行业发展应遵循两大方向
- 4.4.4 中国彩妆行业市场发展的主要对策

# 第5章 中国彩妆行业产品市场消费者需求分析

## 5.1 中国境内市场彩妆产品消费者需求特征分析

### 5.1.1 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

### 5.1.2 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

### 5.1.3 消费者产品偏好分析

- (1) 消费者对产品功效需求
- (2) 消费者特别偏好分析

## 5.2 中国跨境市场彩妆产品消费者需求分析

- 5.2.1 跨境市场 TOP5 彩妆产品分析
- 5.2.2 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
- 5.2.3 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
- 5.2.4 跨境市场消费者产品偏好分析

## 第 6 章 彩妆行业产品营销模式及渠道分析

### 6.1 彩妆行业产品营销模式分析

- 6.1.1 彩妆化学品直销模式分析
- 6.1.2 彩妆化学品代理销售模式
- 6.1.3 彩妆化学品网络销售模式

### 6.2 中国彩妆产品包装、价格分析

- 6.2.1 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
- 6.2.2 中国彩妆产品市场价格分析

### 6.3 中国彩妆产品市场销售渠道分析

## 第 7 章 中国彩妆行业竞争格局分析

### 7.1 彩妆行业竞争格局分析

- 7.1.1 区域分布结构
- 7.1.2 市场集中度分析
- 7.1.3 行业竞争态势分析

### 7.2 彩妆行业波特五力竞争模型分析

- 7.2.1 现有企业间竞争

7.2.2 潜在进入者分析

7.2.3 替代品威胁分析

7.2.4 供应商议价能力

7.2.5 购买者议价能力

### 7.3 中国彩妆行业竞争策略分析

7.3.1 提高企业核心竞争力的对策

7.3.2 影响企业核心竞争力的因素及提升途径

7.3.3 提高企业竞争力的策略

## 第 8 章 中国彩妆行业产品细分市场发展状况分析

### 8.1 脸部彩妆市场发展分析

8.1.1 脸部彩妆市场发展现状

8.1.2 脸部彩妆市场产品分析

8.1.3 脸部彩妆市场发展规模分析

8.1.4 脸部彩妆市场竞争格局

(1) 脸部彩妆市场整体竞争格局

(2) BB 霜线上市场竞争格局

### 8.2 唇部彩妆市场发展分析

8.2.1 唇部彩妆市场发展现状

8.2.2 唇部彩妆市场产品分析

8.2.3 唇部彩妆市场发展规模分析

8.2.4 唇部彩妆市场竞争格局

### 8.3 眼部彩妆市场发展分析

8.3.1 眼部彩妆市场发展现状

8.3.2 眼部彩妆市场产品分析

8.3.3 眼部彩妆市场发展规模

8.3.4 眼部彩妆市场竞争格局

## 第 9 章 全球彩妆行业领先品牌企业经营分析

### 9.1 迪奥 (Dior)

9.1.1 企业发展概况

9.1.2 主要业务分析

9.1.3 经营情况分析

9.1.4 彩妆产品分析

9.1.5 在华竞争分析

## 9.2 香奈儿 (CHANEL)

9.2.1 企业发展概况

9.2.2 主要业务分析

9.2.3 经营情况分析

9.2.4 彩妆产品分析

9.2.5 在华竞争分析

## 9.3 SK-II

9.3.1 企业发展概况

9.3.2 主要业务分析

9.3.3 经营情况分析

9.3.4 彩妆产品分析

9.3.5 在华竞争分析

## 9.4 雅诗兰黛 (EsteeLauder)

9.4.1 企业发展概况

9.4.2 主要业务分析

9.4.3 经营情况分析

9.4.4 彩妆产品分析

9.4.5 在华竞争分析

## 9.5 科颜氏 (Kiehl's)

9.5.1 企业发展概况

9.5.2 主要业务分析

9.5.3 经营情况分析

9.5.4 彩妆产品分析

9.5.5 在华竞争分析

## 9.6 植村秀 (Shu Uemura)

9.6.1 企业发展概况

9.6.2 主要业务分析

9.6.3 经营情况分析

9.6.4 彩妆产品分析

9.6.5 在华竞争分析

## 9.7 蝶翠诗 (DHC)

9.7.1 企业发展概况

9.7.2 主要业务分析

9.7.3 经营情况分析

9.7.4 彩妆产品分析

9.7.5 在华竞争分析

## 9.8 资生堂 (Shiseido)

9.8.1 企业发展概况

9.8.2 主要业务分析

9.8.3 经营情况分析

9.8.4 彩妆产品分析

9.8.5 在华竞争分析

## 9.9 巴黎欧莱雅 (L' OREAL PARIS)

9.9.1 企业发展概况

9.9.2 主要业务分析

9.9.3 经营情况分析

9.9.4 彩妆产品分析

9.9.5 在华竞争分析

## 9.10 爱茉莉太平洋集团

9.10.1 企业发展概况

9.10.2 主要业务分析

9.10.3 经营情况分析

9.10.4 彩妆产品分析

9.10.5 在华竞争分析

# 第 10 章 中国彩妆行业领先品牌企业经营分析



## 10.1 韩束 (KanS)

- 10.1.1 企业发展概况
- 10.1.2 主要业务分析
- 10.1.3 经营情况分析
- 10.1.4 彩妆产品分析
- 10.1.5 发展优劣势分析

## 10.2 珀莱雅 (PROYA)

- 10.2.1 企业发展概况
- 10.2.2 主要业务分析
- 10.2.3 经营情况分析
- 10.2.4 彩妆产品分析
- 10.2.5 发展优劣势分析

## 10.3 植美村

- 10.3.1 企业发展概况
- 10.3.2 主要业务分析
- 10.3.3 经营情况分析
- 10.3.4 彩妆产品分析
- 10.3.5 发展优劣势分析

## 10.4 屈臣氏 (Watsons)

- 10.4.1 企业发展概况
- 10.4.2 主要业务分析
- 10.4.3 经营情况分析
- 10.4.4 彩妆产品分析
- 10.4.5 发展优劣势分析

## 10.5 卡姿兰

- 10.5.1 企业发展概况
- 10.5.2 主要业务分析
- 10.5.3 经营情况分析
- 10.5.4 彩妆产品分析
- 10.5.5 发展优劣势分析

## 第 11 章 中国彩妆行业发展趋势与前景预测

### 11.1 中国彩妆行业发展趋势分析

11.1.1 行业政策趋向

11.1.3 市场价格走势

11.1.4 彩妆发展趋势

### 11.2 中国彩妆行业市场前景展望

11.2.1 彩妆市场发展前景展望

11.2.2 彩妆行业市场规模预测

## 第 12 章 中国彩妆行业发展投资潜力分析

### 12.1 中国彩妆行业市场投资特性分析

12.1.1 行业周期分析

12.1.2 进入壁垒分析

12.1.3 盈利因素分析

12.1.4 成长性分析

### 12.2 中国彩妆行业市场投资潜力分析

12.2.1 行业发展影响因素分析

12.2.2 行业市场投资潜力分析

### 12.3 中国彩妆行业市场投资风险预警

12.3.1 政策风险及对策

12.3.2 技术风险及对策

12.3.3 供求风险及对策

12.3.4 竞争风险及对策

## ■ 图表目录

图表 1: 彩妆产品分类

图表 2: 全球彩妆产品发展历程分析

图表 3: 韩国主要彩妆品牌

图表 4: 日本主要彩妆品牌

- 图表 5: 中国彩产品相关标准
- 图表 6: 中国化妆品行业相关标准
- 图表 7: 2013-2018 年中国国内生产总值
- 图表 8: 2013-2018 年工业增加值及同比增速
- 图表 9: 2013-2018 年中国农村居民人均纯收入情况
- 图表 10: 2013-2018 年中国城镇居民人均可支配收入情况
- 图表 11: 2013-2018 年社会消费量零售总额
- 图表 12: 2013-2018 年中国城镇化率水平
- 图表 13: 我国彩妆产品主要代表品牌
- 图表 14: 消费者年龄构成
- 图表 15: 消费者收入构成
- 图表 16: 消费者职业构成
- 图表 17: 跨境市场消费者年龄构成
- 图表 18: 跨境市场消费者收入区间构成
- 图表 19: 跨境市场消费者职业构成
- 图表 20: 彩妆产品主要包装材质
- ... ..

更多图表详见报告原文或咨询客服。

如需了解报告详细内容, 请直接致电前海中泰咨询客服中心。

全国服务热线: **400-6630-998 0755-32919669**

QQ 在线咨询: **2013746518 3119207588**

订购传真: **0755-61605116**

电子邮箱: [service@qhztzx.com](mailto:service@qhztzx.com)

公司网站: [www.qhztzx.com](http://www.qhztzx.com)

大批量采购报告可享受会员特惠, 详情请来电咨询, 我们会竭诚为您服务!

**【版权声明】** 本报告由前海中泰咨询网出品, 版权归前海中泰(深圳)研究咨询控股有限公司所有, 拥有唯一著作权。前海中泰咨询网的咨询产品为有偿提供给购买该产品的客户使用, 并仅限于该客户内部使用。本报告及相关资料未经前海中泰(深圳)研究咨询控股有限公司书面授权许可, 任何网站或媒体不得复制、转载或引用。

## 前海中泰咨询研究报告订购协议

甲 方： \_\_\_\_\_  
企业负责人： \_\_\_\_\_ 先生 女士 职务： \_\_\_\_\_  
企业联系人： \_\_\_\_\_ 先生 女士 职务： \_\_\_\_\_  
手 机： \_\_\_\_\_ 企业传真： \_\_\_\_\_  
座 机： \_\_\_\_\_ 电子邮箱： \_\_\_\_\_  
地 址： \_\_\_\_\_

套餐一：5份报告，特惠订阅费用4.6万元 套餐二：10份报告，特惠订阅费用8.8万元  
套餐三：15份报告，特惠订阅费用12.5万元 套餐四：20份报告，特惠订阅费用16.5万元  
备注：原报告单份定价超过1万的不参与套餐优惠活动。

报告及套餐： \_\_\_\_\_ 份数： \_\_\_\_\_  
服务方式：全套版本（电子版+印刷版） 电子版（电子邮件发送） 印刷版本（免费快递）  
协议金额： \_\_\_\_\_ 付款日期： \_\_\_\_\_

乙 方：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司  
联系电话：**0755-32919669 400-6630-998（全国免费服务热线）** 传真：**0755-61605116**  
地 址：深圳市南山区中心路（深圳湾段）3019号天虹大厦16层（邮编：518000）  
汇款至 招商银行 汇款至 中国建设银行  
账户名：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司 账户名：深圳前海中泰产业研究院有限公司  
开户行：招商银行深圳泰然支行 开户行：中国建设银行深圳住房城市建设支行  
账 号：7559-3003-0010-902 账 号：4425-0100-0058-0000-0402

根据《中华人民共和国合同法》及其他有关法律、法规之规定，甲乙双方经过协商，确认根据下列条款订立合同，以资共同遵照执行。甲乙双方经友好协商达成以下协议：

- 1、本协议签订后2个工作日内，甲方支付款项至乙方账户；
- 2、乙方收到甲方款项后2个工作日内寄出正式发票，3-5个工作日内发送研究报告给甲方；
- 3、此研究报告的知识产权归乙方所有；
- 4、乙方授权甲方在其公司（集团）内独立使用该报告，未经乙方许可，甲方不得将报告的任何内容泄露给第三方，否则须承担由此给乙方造成的损失及相应的法律责任；
- 5、本协议一式两份，自双方签字盖章之日起生效，未尽事宜由双方协商解决。

甲方： \_\_\_\_\_ 乙方：前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司  
盖章： \_\_\_\_\_ 盖章： \_\_\_\_\_  
日期： \_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日 日期： \_\_\_\_\_ 年 \_\_\_\_\_ 月 \_\_\_\_\_ 日