

2023-2028 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 8600

服务热线：400-6630-998

订购专线：0755-32919669

订购邮箱：service@qhztzx.com

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

产业研究 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

上市咨询 企业管理咨询

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

2023-2028 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：中国国内生产总值

图表 8：中国工业增加值及同比增速

图表 9：中国农村居民人均纯收入情况

图表 10：中国城镇居民人均可支配收入情况

图表 11：中国社会消费量零售总额

图表 12：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：3119207588

电子邮箱：service@qhztzx.com

公司网站：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。