



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国眼霜市场需求 及投资前景分析报告

一、调研说明

《2016-2022年中国眼霜市场需求及投资前景分析报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/281333.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.com

联系人：刘老师

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、摘要、目录、图表

根据不同类型产品、不同季节、不同地区，针对消费者的喜好和需要进行必要的市场细分，实施品牌战略是企业发展的必然选择。对于大部分品牌而言，走专业化道路，实施市场补缺的战略将是务实的，在明确的有竞争力的占位的基础上，品牌之间的比拼更多地发生在市场操作层面，这要求不同的品牌应该选取适合自己的差别化途径，以差别化的市场策略赢得市场的主动。

2011-2014年中国护肤品市场结构（亿元）

年份	合计	面膜	美白	防晒	其他
2010年	641	49.7	530	26.1	55.2
2011年	732	59	580	30	63
2012年	834	67.6	652	34.8	79.6
2013年	937	78.7	720	40.6	97.7
2014年	1055	90.2	792	46.5	126.3

资料来源：公开资料整理

由于生活水平的提高和经济的快速发展，眼霜行业的市场容量越来越大。2016-2022年我国眼霜市场容量预测

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。

报告目录：

第一章 眼霜相关概述 1

第一节 护肤品简述 1

一、护肤品的分类及作用 1

二、护肤品的历史沿革 1

三、各种护肤品理化指标 3

第二节 眼霜基础阐述 5

一、眼霜的成份 5

二、眼霜的分类 7

1、眼部卸妆产品 7

2、眼部基础护理产品 7

3、眼部特殊护理 7

第三节 眼霜品种 8

一、眼膜 8

二、眼胶	8
三、眼霜	9

第二章 2013-2015年世界眼霜市场运行态势分析 10

第一节 2013-2015年世界护肤品业运行概况 10

- 一、国际护肤品市场品牌分析 10
- 二、护肤品市场呈现两大新潮流 20

第二节 2013-2015年世界眼霜市场动态分析 25

- 一、眼霜全球化背景下的新探索 25
- 二、全球热卖：医生品牌抗过敏眼霜效果评测 28
- 三、妮维雅掀起高性价比眼霜的购买热潮 35

第三节 2013-2015年主要国家及地区眼霜行业发展现状分析 37

一、美国 37

在美国的护肤品市场中，聚焦的新亮点可谓是放在了眼霜这一领域。各大护肤品专家也开始关注眼霜；同时，眼霜行业也可以加入各种科技元素，可以让消费者在短短的几分钟时间内拥有堪比大牌带来的眼霜效果。各种眼霜新品不断推出，同时潮流领域也不断的推崇，预计在未来的几年内美国市场的眼霜热度依然不会衰退。

据Euromonitor统计：Estée Lauder Cos Inc是美国市场第一大护肤品生产商，占美国市场份额占比达到13%。旗下主要品牌有Estée Lauder，Clinique Origins，and La Mer brands.当中倩碧Clinique市场份额占比达到7%。美国护肤品市场主要生厂商

序号 生产商
 1 Estée Lauder Cos Inc 2 L Brands Inc 3 L'Oréal USA Inc 4 Procter
 & Gamble Co 资料来源：Euromonitor

根据美国海关统计数据：2014年美国护肤品进口数量为15.24万吨，进口总金额为38.51亿美元；出口总金额为42.51亿美元，同比增长约为10%。2009-2014年美国护肤品进出口数据统计

年度	贸易	金额：美元	数量：千克
2009	进口	\$1,919,107,999	79,095,591
2009	出口	\$2,778,512,004	
2010	进口	\$2,220,516,030	98,983,949
2010	出口	\$3,102,858,571	182,294,200
2011	进口	\$2,605,849,391	116,866,637
2011	出口	\$3,323,460,427	226,589,387
2012	进口	\$3,058,281,674	131,056,973
2012	出口	\$3,709,547,788	
2013	进口	\$3,408,878,930	146,345,078
2013	出口	\$4,080,982,807	
2014	进口	\$3,851,364,481	152,403,242
2014	出口	\$4,296,565,295	0

资料来源：美国海关

二、欧洲 39

在欧洲，眼霜是护肤类产品中用量最大的一类，占到面部护理品的50%左右。在抗衰老产品类别中，尽管不断有新产品推出，而且还有大量关于抗衰老这一话题的报道，但在欧洲只有8%左右的人普遍使用抗衰老产品。市场分析家认为，欧洲面部护肤品市场在其达到饱和之前仍有发展的潜力。总之，今后几年是欧洲眼霜产品销量较为关键的几年。大量新产品上市，消费者与经销商对眼霜市场持乐观态度。眼霜的种类遍布欧洲各个国家，制造商和营销商都在尽其所能地吸引新的客户并推动这一市场的增长。 2010-2014年欧盟护肤品进出口数据

年度	贸易	金额：美元	数量：千克	2010	进口	\$2,193,776,756	122,379,291	2010	出口
		\$7,019,341,007	307,368,790	2011	进口	\$2,453,771,880	124,434,238	2011	出口
		\$8,465,735,788	319,652,132	2012	进口	\$2,478,949,954	132,681,881	2012	出口
		\$8,140,122,254	331,389,345	2013	进口	\$2,732,262,044	141,849,895	2013	出口
		\$9,075,811,210	365,936,993	2014	进口	\$3,019,251,514	143,785,932	2014	出口
		\$9,742,445,078	381,018,476	资料来源：各国海关					

三、日本 39

四、韩国 41

第四节 2016-2022年世界眼霜行业发展趋势分析 43

第三章 2014-2015年中国眼霜市场运行环境分析 46

第一节 国内宏观经济环境分析 46

一、GDP历史变动轨迹分析 46

二、固定资产投资历史变动轨迹分析 47

三、2016年中国宏观经济发展预测分析 48

第二节 2014-2015年中国眼霜市场相关政策分析 50

一、眼霜市场政策监管 50

二、护肤品产业政策分析 50

三、化妆品产业政策分析 51

四、其它相关法律法规 53

第三节 2014-2015年中国眼霜社会环境分析 55

第四章 2013-2015年中国护肤品产业运行态势分析 65

第一节 中国护肤品市场品牌发展历程分析 65

一、第一阶段：上海品牌垄断国内市场	65
二、第二阶段：跨国公司抢滩中国，土洋品牌泾渭分明	65
三、第三阶段：本土品牌专业细分市场突围	65
四、第四阶段：跨国品牌中低端延伸，本土品牌中高端跨越	66
第二节 2013-2015年中国护肤品市场发展概况分析	67
一、医学护肤品市场扩大	67
二、护肤品市场寻求品牌突围	68
三、植物护肤品市场潜力无限	69
第三节 2013-2015年中国护肤品市场的发展态势分析	70
一、众多品牌瓜分市场	70
二、市场细分已成必然	71
三、专业护肤品企业出现	71
四、高档护肤品发展迅速	71
第四节 2013-2014年中国的护肤品市场发展特点分析	73
一、男士护肤品市场发展迅猛，但市场培育成熟还需要时间	73
二、“无添加、有机化妆品”成为主流概念之一	75
三、连锁专卖店成为护肤品销售的主流渠道之一	76
四、老年护肤品潜力尚未开发	77
五、防晒、美白等基础护肤出现新的发展趋势	79
第五章 2013-2015中国眼霜市场动态分析	80
第一节 2013-2015中国眼霜行业市场新亮点呈现	80
一、眼霜种类繁多	80
二、眼霜价格两极分化严重	80
三、眼霜行业地区发展水平不平衡	80
第二节 2013-2015中国眼霜行业价格水平分析	81
一、低价位	81
二、中高价位	82
第三节 2013-2015中国眼霜消费人群分析	82
第四节 2013-2015国消费者对眼霜需求要素	83
一、基础需求	83
二、特殊需求	84

第六章 2014-2015年中国眼霜品牌市场营销态势分析 85

第一节 雅诗兰黛 85

一、产品性价比分析 85

二、产品主流消费群体 86

三、口碑评价 86

四、营销策略 86

五、市场销售情况 88

第二节 欧莱雅 93

第三节 玉兰油 96

第四节 兰蔻 101

第五节 倩碧 105

第六节 雅芳 108

第七节 大宝 117

第八节 相宜本草 121

第九节 玫琳凯 124

第十节 薇姿 133

第七章 2013-2015年中国眼霜市场消费调研 138

第一节 2013-2015年中国消费者心理调研 138

一、女性消费者消费心理与行为分析 138

二、男性消费者心理与行为分析 140

三、消费者对眼霜需求因素分析 141

1、眼霜基础需求 141

2、眼霜特殊需求 142

第二节 2013-2015年中国眼霜市场划分及消费者分布研究 142

一、高端市场 142

二、中端市场 143

三、低端市场 143

第三节 2013-2014年中国眼霜消费者消费行为调研 144

一、中国消费者对眼霜认知情况调研 144

二、消费者购买眼霜渠道分布 144

- 三、消费者对眼霜品牌忠诚度分析 145
- 四、消费者对眼霜价格敏感度分析 145
- 五、中国重点城市前五大品牌构成 146
- 六、影响消费者选购护眼霜考虑因素分析 147
- 七、消费者对眼霜功能关注及占比（滋润、紧实、抗老化、抗敏） 148

第八章 2014-2015年中国眼霜行业市场竞争格局分析 149

第一节 2014-2015年中国护肤品行业整体竞争格局分析 149

- 一、激烈竞争导致行业集中度下滑 149
- 二、国内主要护肤品竞争手段分析 150
- 三、外资护肤品抢滩中低端市场 153
- 四、男性护肤品市场竞争日渐升温 154
- 五、品牌成为护肤品竞争突破点 154

第二节 2014-2015年中国眼霜市场竞争分析 156

- 一、眼霜新产品价格分析 156
- 二、国内外品牌竞争力分析 157
- 三、生产工艺竞争 158

第三节 2014-2015年中国眼霜市场集中度分析 159

第四节 2016-2022年中国眼霜竞争趋势分析 160

第九章 2013-2015年全球十大品牌眼霜运行浅析 162

第一节 欧莱雅 162

- 一、企业概况 162
- 二、眼霜占企业份额 163
- 三、企业发展战略分析 164

第二节 雅芳公司 165

第三节 OLAY 170

第四节 雅诗兰黛 177

第五节 LANCOME 182

第六节 CLINIQUE（倩碧） 183

第七节 VICHY（薇姿） 184

第八节 NEUTROGENA 185

第九节 丸美 186

第十章 2015年中国眼霜行业主要国产品牌竞争力分析 189

第一节 普兰娜眼霜 189

第二节 兰亭的果酸/螺旋藻眼霜 190

第三节 大宝的眼袋霜 192

第四节 相宜中药舒缓眼膜 194

第五节 美目水晶 195

第六节 家化的玉泽眼贴膜 198

第七节 可采眼贴膜 198

第八节 一朵眼膜 199

第九节 佰草集 201

第十节 北海黑珍珠海洋生物科技有限公司 201

一、企业概况 201

二、企业主要经济指标分析 202

三、企业盈利能力分析 203

四、企业偿债能力分析 203

五、企业运营能力分析 203

六、企业成长能力分析 203

第十一章 2016-2022年中国眼霜市场前景展望与趋势预测分析 205

第一节 2016-2022年中国护肤品产品市场发展方向分析 205

一、向高端产品方向渗透 205

二、向终端市场方向渗透 205

三、从价格优势竞争转向研发、渠道的竞争 206

第二节 2016-2022年中国眼霜市场预测分析 207

一、眼霜市场容量预测分析 207

二、眼霜品牌消费前景预测分析 207

第三节 2016-2022年中国眼霜市场盈利预测分析 208

第十二章 2016-2022年中国眼霜市场投资战略研究 209

第一节 2016-2022年中国眼霜行业投资概况 209

- 一、眼霜行业投资特性 209
- 二、眼霜具有良好的投资价值 209
- 三、眼霜投资环境分析 210
- 第二节 2016-2022年中国眼霜投资机会分析 211
- 一、眼霜投资热点 211
- 二、眼霜投资吸引力分析 211
- 第三节 2016-2022年中国眼霜投资风险及防范 212
- 一、竞争风险分析 212
- 二、金融风险分析 213
- 三、政策风险分析 213

图表目录：

- 图表：国内生产总值同比增长速度
- 图表：全国粮食产量及其增速
- 图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）
- 图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）
- 图表：进出口总额（亿美元）
- 图表：广义货币（M2）增长速度（%）
- 图表：居民消费价格同比上涨情况
- 图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）
- 图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）
- 图表：农村居民人均收入实际增长速度
- 图表：人口及其自然增长率变化情况
- 图表：2015年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）
- 图表：2015年房地产开发投资同比增速（%）
- 图表：2015-2020年中国GDP增长预测
- 图表：国内外知名机构对2015-2020年中国GDP增速预测
- 图表：眼霜行业产业链
- 图表。。。。。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/281333.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;
数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;
服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;
良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。