



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国眼影市场需求 及投资前景分析报告

一、调研说明

《2017-2022年中国眼影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/282030.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

用于对眼部周围的化妆，以色与影使之具有立体感。眼影有粉末状、棒状、膏状、眼影乳液状和铅笔状。颜色十分多样，眼影的首要作用就是要赋予眼部立体感、并透过色彩的张力，让整个脸庞迷媚动人。

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 2016年中国化妆品市场发展状况剖析22

第一节 2016年中国化妆品市场总体概况22

一、中国化妆品行业发展特征22

二、国内化妆品市场结构分析22 2015年我国化妆品市场构成情况

三、化妆品市场发展的总体概述24

2015年我国化妆品行业市场容量为3,156.3亿元，2011-2015年的年均复合增长率达到8.2%。

2011-2015年我国化妆品行业市场容量图

四、化妆品市场渠道呈现新特征26

五、化妆品网购市场27

第二节 2016年中国化妆品市场消费分析38

一、化妆品市场消费者的构成38

二、化妆品市场消费的特点39

三、化妆品市场居民消费的构成40

四、美容化妆品市场的消费状况调查40

五、女性购买化妆品的心理因素研究41

第三节 2016年中国化妆品包装行业运行情况分析45

一、化妆品包装的特性45

二、国内美容化妆品包装分析47

三、化妆品包装需标注所有成分	48
四、中草药成为化妆品包装禁用语惹争端	49
五、美容化妆品包装的发展走向	51
第四节 2016年中国化妆品市场存在的问题分析	52
一、中国化妆品市场面临的难题	52
二、国内美容化妆品市场的薄弱方面	54
三、中国化妆品市场产品质量堪忧	57
四、国内化妆品市场亟待整合	57
第五节 2016年中国化妆品市场发展的对策分析	58
一、中国化妆品市场发展的建议	58
二、国内化妆品市场的发展对策	59
三、化妆品企业发展要集体补标识规范课	60
四、化妆品行业地位提升的对策探讨	63
第二章 2016年中国眼影产业运行环境分析	67
第一节 2016年中国经济环境分析	67
一、国民经济运行情况GDP(季度更新)	67
二、消费价格指数CPI、PPI (按月度更新)	71
三、全国居民收入情况 (季度更新)	83
四、恩格尔系数 (年度更新)	85
五、工业发展形势 (季度更新)	88
第二节 2016年中国眼影所属产业政策环境分析	96
一、《化妆品生产企业卫生规范》	96
二、《化妆品卫生监督条例》	107
三、《化妆品卫生监督条例实施细则》	112
四、《进出口化妆品监督检验管理办法》	127
第三节 2016年中国眼影产业社会环境分析	131
一、人口环境分析	131
二、教育环境分析	132
三、文化环境分析	134
四、生态环境分析	134
五、中国城镇化率	135

六、居民的各种消费观念和习惯136

第三章 2016年中国眼影市场运行态势分析137

第一节 2016年中国眼影行业发展综述137

一、眼影市场发展特点分析137

二、眼影市场品牌分析137

三、眼影市场价格分析138

第二节 2016年中国眼影行业市场动态分析139

一、眼影排行榜139

二、网络最热卖日系眼影大评比141

第三节 2016年中国眼影产业发展存在问题分析145

第四章 2016年中国眼影产业市场供需态势分析146

第一节 2016年中国眼影市场供给状况分析146

一、中国眼影产品供给态势分析146

二、眼影促销现状分析146

三、眼影渠道分析146

第二节 2016年中国眼影市场需求态势分析147

一、中国眼影产品需求态势分析147

二、眼影价格需求分析148

三、眼影购买需求现状分析148

第三节 2016年中国眼影市场特征分析148

第五章 2016年中国眼影市场深度调查分析150

第一节 2016年中国眼影消费者调查分析150

一、眼影产品主要消费群体分析150

二、消费者使用眼影的场合分析150

三、消费者购买眼影的渠道分析151

四、消费者对彩妆产品价格偏好151

第二节 2016年中国眼影市场产品包装分析152

一、时尚潮流152

二、功用和风尚153

三、发展中的市场和营销渠道	153
四、配方和产品要求	154
第三节 2016年中国眼影品牌市场表现分析	155
一、品牌知晓率调查分析	155
二、各年龄段眼影的使用率分析	156
三、不同类别眼影产品市场中的品牌表现分析	156
四、各主要眼影产品市场表现分析	157
五、各主要眼影品牌使用率分析	159
第四节 2016年中国眼影市场营销策略分析	159
一、目标营销策略	159
二、不同渠道营销	161
三、服务营销策略	163
四、包装营销策略	164
五、保健式营销策略	165
六、俱乐部营销策略	166
第六章 2011-2016年中国化妆品制造行业数据监测分析	169
第一节 2011-2016年中国化妆品制造行业规模分析	169
一、企业数量增长分析	169
二、从业人数增长分析	169
三、资产规模增长分析	170
第二节 2016年中国化妆品制造行业结构分析	171
一、企业数量结构分析	171
二、销售收入结构分析	172
第三节 2011-2016年中国化妆品制造行业产值分析	173
一、产成品增长分析	173
二、工业销售产值分析	174
三、出口交货值分析	175
第四节 2011-2016年中国化妆品制造行业成本费用分析	175
一、销售成本统计	175
二、费用统计	176
第五节 2011-2016年中国化妆品制造行业盈利能力分析	177

一、主要盈利指标分析177

二、主要盈利能力指标分析177

第七章 2016年国际知名眼影品牌在华运行态势分析179

第一节 Kate眼影——嘉娜宝KaneBo旗下品牌179

一、公司基本概况179

二、在华情况179

三、竞争优劣势分析180

四、公司国际化战略发展分析180

第二节 M.A.C眼影——雅诗兰黛旗下品牌181

第三节 VOV眼影——韩国品牌185

第四节 ZA真皙眼影——资生堂控股186

第五节 欧莱雅L’OREAL187

第六节 迪奥Dior眼影——ChristianDior188

第七节 美宝莲眼影——法国欧莱雅集团旗下品牌188

第八节 露华浓Revlon189

第九节 雅芳AVOU190

第十节 卡姿兰Carslan190

第八章 2016年中国眼影生产企业竞争性财务指标分析192

第一节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司192

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第二节 雅芳(中国)制造有限公司198

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第三节 资生堂丽源化妆品有限公司205

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业经营优劣势分析

第四节 妮维雅(上海)有限公司212

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第五节 仙妮蕾德(中国)有限公司220

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第六节 漳浦彩露华化妆品有限公司227

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第七节 扬州市中汇化妆品有限公司233

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第八节 嘉兴市华盛化妆品有限公司240

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第九节 金华市佳隆日化有限公司247

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第十节 金华市东方秀日化有限公司254

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

第九章 2016年中国眼影产业市场竞争格局及策略分析261

第一节 2016年中国眼影市场竞争格局分析261

一、竞争格局多元化：独秀到百花齐放261

- 二、产品线强化：单一到多元262
- 三、产业链趋于完善：零散到系统263
- 第二节 2016年中国主要眼影品牌竞争分析263
 - 一、眼影市场主要品牌市场份额263
 - 二、眼影市场品牌消费忠诚度264
 - 三、品牌市场集中度分析264
- 第三节 2016年中国眼影市场竞争策略分析264
 - 一、发展触手可及的销售渠道264
 - 二、明星：品牌形象助推器265
 - 三、整体提升品牌价值266
- 第四节 2016年中国眼影行业企业竞争策略分析267
 - 一、增加研发投入和推出新品267
 - 二、市场细分267
 - 三、产品差异化268

- 第十章 2016年中国彩妆市场走势分析269
 - 第一节 2016年国际彩妆市场发展分析269
 - 一、世界彩妆市场发展回顾269
 - 二、国际彩妆新兴市场表现更胜一筹274
 - 三、世界彩妆细分产品发展状况276
 - 第二节 2016年中国彩妆市场发展概况277
 - 一、中国彩妆市场的格局277
 - 二、中国彩妆市场驶入快车道278
 - 三、国内彩妆市场的可喜变化279
 - 四、高档彩妆品渐走俏市场280
 - 第三节 2016年中国彩妆细分市场发展状况分析286
 - 一、颊部彩妆286
 - 二、唇部彩妆287
 - 三、眼部彩妆288
 - 四、美甲用品289
 - 第四节 2016年中国彩妆消费市场分析290
 - 一、彩妆产品主要消费群体290

- 二、消费者使用彩妆的场合291
- 三、消费者购买彩妆的渠道292
- 四、消费者对彩妆产品价格偏好292
- 五、影响消费者购买彩妆产品的因素293
- 六、中国彩妆消费市场的重要特点294
- 第五节 2016年中国国产彩妆存在的问题分析295
 - 一、国产彩妆发展中的问题295
 - 二、国内彩妆品牌发展的困局295
 - 三、国内彩妆产品包装单纯模仿国际品牌296
- 第六节 2016年中国彩妆企业发展策略分析297
 - 一、彩妆产品的包装策略297
 - 二、国产彩妆市场突围策略300
 - 三、中国彩妆企业的发展策略303

第十一章 2017-2022年中国眼影行业市场发展趋势分析305

第一节 2017-2022年中国眼影市场发展前景分析305

- 一、中国眼影市场潜力凸显305
- 二、外资品牌加快步伐305
- 三、本土厂商不甘落后306

第二节 2017-2022年中国眼影市场趋势预测分析307

- 一、眼影市场供给预测分析307
- 二、眼影市场需求预测分析307
- 三、眼影市场竞争格局预测分析308

第三节 2017-2022年中国眼影行业发展对策分析308

- 一、坚定走专卖店渠道为主，兼做小型商超308
- 二、依靠活动做促销310
- 三、利用培训提高销售人员的凝聚力和战斗力311
- 四、其它渠道312

第十二章 2017-2022年中国眼影行业投资前景及营销策略分析316(ZY WZY)

第一节 2017-2022年中国眼影行业投资特性分析316

- 一、产品市场多变性316

二、人才、技术、资金密集型行业	316
三、高市场集中度的行业	317
第二节 2017-2022年中国眼影行业投资机会分析	318
第三节 2017-2022年中国眼影行业投资风险分析	318
一、政策风险	318
二、市场风险	319
三、金融风险	319
四、技术风险	319
五、其他风险	323
第四节 2017-2022年中国眼影行业投资策略分析	324
一、产品定位策略	324
二、产品开发策略	325
三、渠道销售策略	325
四、品牌经营策略	326
五、服务策略	326
第五节 2017-2022年中国眼影市场竞争突破的关键分析	327
一、意识转型是首务	327
二、系统化规划是前提	327
三、差异化是核心	328
四、终端执行是重心	328

部分图表目录：

图表 1 中国化妆品市场销售渠道统计图	27
图表 2 化妆品资讯网站	34
图表 3 化妆品网购企业分类	37
图表 4 中国网络购物市场规模及其预测	38
图表 5 2011-2016年中国网络购物市场各商品品类市场份额	38
图表 6 2016年国内生产总值初步核算数据	67
图表 7 GDP环比增长速度	68
图表 8 2014-2016年我国国内生产总值及其增长速度	68
图表 9 2016年国内生产总值初步核算数据	70
图表 10 GDP环比增长速度	70

图表11 2016年全国居民消费价格涨跌幅度 72
图表12 2014-2016年我国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况 73
图表13 2014-2016年我国鲜菜、鲜果价格变动情况 73
图表14 2016年居民消费价格分类别同比涨跌幅 75
图表15 2016年居民消费价格分类别环比涨跌幅 76
图表16 2016年居民消费价格主要数据 76
图表17 2014-2016年工业生产者出厂价格涨跌幅 78
图表18 2014-2016年工业生产者购进价格涨跌幅 79
图表19 2014-2016年生产资料出厂价格涨跌幅 80
图表20 2014-2016年生活资料出厂价格涨跌幅 80
图表21 2016年工业生产者价格主要数据 81
图表 22 2014-2016年我国农村居民人均纯收入及其增长速度 84
图表 23 2014-2016年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 84
图表24 2014-2016年中国城乡居民恩格尔系数对比表 86
图表 25 2014-2016年规模以上工业增加值同比增长速度 88
图表 26 2016年规模以上工业生产主要数据 89
图表 27 2014-2016年我国发电量日均产量及同比增速 91
图表 28 2014-2016年我国钢材日均产量及同比增速 92
图表 29 2014-2016年我国水泥日均产量及同比增速 92
图表 30 2014-2016年我国原油加工量日均产量及同比增速 93
更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/282030.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。