



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2022年中国彩妆市场需求 及投资前景分析报告

# 一、调研说明

《2017-2022年中国彩妆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/284580.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

彩妆主要包括脸部化妆品、眼部化妆品、唇部产品、美甲产品和彩妆套装五大类。统计数据显示，2015年我国彩妆市场容量为251.0亿元，占化妆品整体市场7.2%的份额；其中脸部化妆品、眼部化妆品、唇部产品、美甲产品和彩妆套装分别为122.0亿元、53.9亿元、62.9亿元、4.6亿元和7.6亿元。2011-2015年彩妆市场的年均复合增长率为10.8%。 2011-2015年我国彩妆市场容量图

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 彩妆相关概述 14

#### 1.1 化妆品的相关概述 14

##### 1.1.1 化妆品的定义 14

##### 1.1.2 化妆品的分类 15

##### 1.1.3 化妆品的主要作用 17

##### 1.1.4 化妆品的发展历程 18

#### 1.2 彩妆及其产品简释 23

##### 1.2.1 彩妆的概念及作用 23

##### 1.2.2 彩妆用品简介 24

#### 1.3 主要彩妆产品介绍 27

##### 1.3.1 粉底的定义及成分 27

##### 1.3.2 眼影的概念及作用 28

##### 1.3.3 睫毛膏的概念及发展历史 28

##### 1.3.4 唇彩的相关概述 30

### 第二章 2014-2016年中国彩妆行业市场发展环境分析 32

#### 2.1 2016年中国宏观经济环境分析 32

##### 2.1.1 2016年中国gdp增长情况分析 32

2.1.2	2016年中国居民消费价格走势	32
2.1.3	2016年城乡居民收入与消费分析	33
2.1.4	2016年中国社会消费品零售总额	35
2.1.5	2016年全社会固定资产投资分析	35
2.1.6	2016年进出口总额及增长率分析	36
2.2	2014-2016年中国彩妆行业政策环境分析	37
2.2.1	化妆品卫生规范	37
2.2.2	化妆品评审和命名新政策解读	37
2.2.3	化妆品广告管理办法	39
2.3	2014-2016年中国彩妆行业社会环境分析	41
2.3.1	2016年中国人口及分布总体情况	41
2.3.2	2016年中国女性人口及年龄分布	42
2.3.3	女性化妆品消费观念变革	43
2.4	2016年中国化妆品行业发展分析	47
2.4.1	2016年中国化妆品市场概况	47
2.4.2	2014年中国化妆品行业发展概况	50
2.4.3	2015年中国化妆品行业发展概况	53
2.4.4	2016年中国化妆品行业发展概况	56

### 第三章 2014-2016年中国彩妆市场运行分析 59

3.1	2014-2016年中国彩妆市场概况	59
3.1.1	2014-2016年中国彩妆市场规模	59
3.1.2	2016年中国彩妆市场结构	59
3.1.3	2014-2016年中国彩妆市场的新变化	60
3.1.4	2016年中国高档彩妆品走俏市场	65
3.2	2016年中国彩妆市场关注度分析	66
3.2.1	2016年彩妆品牌关注度	66
3.2.2	2016年彩妆产品类型关注度	66
3.3	2016年中国彩妆品消费市场调查	67
3.3.1	中国彩妆市场消费者调查分析	67
3.3.2	中国彩妆消费者生活态度分析	69
3.3.3	中国彩妆消费者体育及休闲活动	72

### 3.4 中国彩妆市场运作模式分析 73

#### 3.4.1 流通型彩妆运作模式 73

#### 3.4.2 辐射型彩妆运作模式 74

#### 3.4.3 代理型彩妆运作模式 74

#### 3.4.4 终端型彩妆运作模式 75

### 3.5 2014-2016年中国国产彩妆市场现状及问题分析 76

#### 3.5.1 国产彩妆市场发展现状 76

2016年一季度，随着素颜风盛行加之气温逐渐走高，BB类产品的销量直线上升。 2016年一季度彩妆产品销量月变化图

#### 3.5.2 国产彩妆发展中的问题 76

#### 3.5.3 国产彩妆品牌发展的困局 77

#### 3.5.4 国产彩妆产品包装单纯模仿国际品牌 78

## 第四章 2014-2016年中国彩妆主要细分市场发展分析 82

### 4.1 2014-2016年中国颊部彩妆市场分析 82

#### 4.1.1 2016年中国颊部彩妆市场规模 82

#### 4.1.2 2016年中国颊部彩妆品牌竞争状况 82

#### 4.1.3 2016年中国腮红市场消费调研分析 84

#### 4.1.4 2016年中国粉底市场消费调研分析 85

#### 4.1.5 2016年中国粉底液市场消费调研分析 87

### 4.2 2014-2016年中国眼部彩妆市场发展分析 88

#### 4.2.1 2016年中国眼部彩妆市场规模 88

#### 4.2.2 2016年中国眼部彩妆品牌竞争状况 88

#### 4.2.3 2016年中国眼影市场消费调研分析 90

#### 4.2.4 2016年中国睫毛膏市场消费调研分析 91

### 4.3 2014-2016年中国唇部彩妆市场分析 93

#### 4.3.1 2016年中国唇部彩妆市场规模 93

#### 4.3.2 2016年中国唇部彩妆品牌竞争状况 93

#### 4.3.3 2016年中国唇彩市场需求状况分析 95

#### 4.3.4 2016年中国唇膏市场消费调研分析 96

### 4.4 2014-2016年中国美甲用品市场分析 97

#### 4.4.1 2016年中国美甲用品市场规模 97

4.4.2 2014-2016年中国美甲用品品牌竞争分析 98

4.4.3 2016年中国指甲油市场消费调研分析 100

## 第五章 2016年中国唇用化妆品进出口分析102

5.1 2014-2016年中国唇用化妆品进出口总体情况 102

5.1.1 2014-2016年中国唇用化妆品进口情况 102

5.1.2 2014-2016年中国唇用化妆品出口情况 103

5.2 2016年中国主要省市唇用化妆品进出口情况 104

5.2.1 2016年中国主要省市唇用化妆品进口状况 104

5.2.2 2016年中国主要省市唇用化妆品出口状况 105

5.3 2016年中国唇用化妆品进出口流向情况 106

5.3.1 2016年中国唇用化妆品进口流向 106

5.3.2 2016年中国唇用化妆品出口流向 107

5.4 2016年中国唇用化妆品进出口均价分析 108

## 第六章 2016年中国眼用化妆品进出口分析110

6.1 2016年中国眼用化妆品进出口总体情况 110

6.1.1 2014-2016年中国眼用化妆品进口情况 110

6.1.2 2014-2016年中国眼用化妆品出口情况 111

6.2 2016年中国主要省市眼用化妆品进出口情况 112

6.2.1 2016年中国主要省市眼用化妆品进口状况 112

6.2.2 2016年中国主要省市眼用化妆品出口状况 113

6.3 2016年中国眼用化妆品进出口流向情况 114

6.3.1 2016年中国眼用化妆品进口流向 114

6.3.2 2016年中国眼用化妆品出口流向 115

6.4 2016年中国眼用化妆品进出口均价分析 116

## 第七章 2016年中国指(趾)甲化妆品进出口分析118

7.1 2016年中国指(趾)甲化妆品进出口总体情况 118

7.1.1 2014-2016年中国指(趾)甲化妆品进口情况 118

7.1.2 2014-2016年中国指(趾)甲化妆品出口情况 119

7.2 2016年中国主要省市指(趾)甲化妆品进出口情况 120

7.2.1 2016年中国主要省市指(趾)甲化妆品进口状况 120

7.2.2 2016年中国主要省市指(趾)甲化妆品出口状况 121

7.3 2016年中国指(趾)甲化妆品进出口流向情况 122

7.3.1 2016年中国指(趾)甲化妆品进口流向 122

7.3.2 2016年中国指(趾)甲化妆品出口流向 122

7.4 2016年中国指(趾)甲化妆品进出口均价分析 123

第八章 2014-2016年中国彩妆市场竞争格局分析 125

8.1 2014-2016年中国彩妆市场竞争 125

8.1.1 中国彩妆市场竞争概况 125

8.1.2 2016年中国彩妆厂商竞争格局 126

8.1.3 2016年中国彩妆品牌竞争分析 127

8.2 国际知名彩妆品牌提升竞争力的经验借鉴 130

8.2.1 artdeco彩妆品牌竞争力提升的经验借鉴 130

8.2.2 markwins彩妆品牌竞争力提升的经验借鉴 131

8.2.3 其他国际彩妆品牌对中国本土企业提升竞争力的启示 132

8.3 化妆品行业市场竞争新动向 132

第九章 彩妆市场营销策略分析 134

9.1 中国彩妆市场营销基本概述 134

9.1.1 彩妆营销的误区 134

9.1.2 彩妆营销的特点 135

9.2 彩妆营销策略分析 136

9.2.1 定位策略 136

9.2.2 贴身跟进大牌的市场--- 137

9.2.3 品质优先的诚信策略 137

9.2.4 人性化营销策略 137

9.2.5 体验式营销策略 138

9.3 彩妆活动促销方式简析 141

9.3.1 活动促销对彩妆品牌发展的意义 141

9.3.2 保障彩妆活动促销成功的条件 141

9.3.3 吸引顾客的法则 143

9.3.4 促使活动成功的三要素	143
9.4 重点彩妆品牌营销案例	145
9.4.1 美宝莲与娥佩兰的营销对比分析	145
9.4.2 卡姿兰彩妆的营销法宝	146
9.5 彩妆市场营销的创新	148
9.5.1 彩妆产品组合创新	148
9.5.2 彩妆营销渠道创新	149
第十章 2014-2016年世界彩妆企业旗下品牌分析	150
10.1 法国欧莱雅(l'oreal)	150
10.1.1 企业简介	150
10.1.2 欧莱雅在中国的发展	151
10.1.3 2016年企业经营状况	153
10.1.4 2016年企业经营状况	155
10.1.5 2016年美宝莲在中国的发展现状	155
10.2 美国宝洁(p&g , procter&gamble)	156
10.2.1 企业简介	156
10.2.2 2016年企业经营状况	158
10.2.3 宝洁公司在中国的营销策略分析	159
10.3 美国雅诗兰黛(esteelauder)	161
10.3.1 企业及品牌简介	161
10.3.2 雅诗兰黛发展简史	162
10.3.3 雅诗兰黛的产品与服务	163
10.3.4 2016年企业经营情况	168
10.4 日本资生堂(siseido)	170
10.4.1 企业简介	170
10.4.2 资生堂历史	171
10.4.3 2016年企业经营状况	172
10.5.4 资生堂品牌线路	174
10.4.5 资生堂在日本推出低端彩妆品牌	175
10.5 美国雅芳(avon)	175
10.5.1 企业简介	175



10.5.2	2016年企业经营状况	176
10.5.3	雅芳的产品简介	178
10.5.4	雅芳营销模式转型	179
10.5.5	2016年雅芳新一代彩妆上市	180
10.6	法国丝芙兰(sepura)	181
10.6.1	公司简介	181
10.6.2	丝芙兰在中国的发展	182
10.6.3	丝芙兰化妆品连锁店的创新经营模式	182
10.7	其他彩妆品牌	185
10.7.1	植村秀(su uemura)	185
10.7.2	爱丽(etude)	186
10.7.3	天使色彩	186
10.7.4	色彩地带	187
10.7.5	卡姿兰	188
10.7.6	伊卡露诗	189
第十一章	2014-2016年中国彩妆重点品牌和企业分析	191
11.1	玫琳凯(中国)化妆品有限公司	191
11.1.1	企业基本情况	191
11.1.2	2016年企业经营状况	191
11.1.3	玫琳凯中国抢占电子商务先机	193
11.2	雅芳(中国)制造有限公司	194
11.2.1	企业基本情况	194
11.2.2	2016年企业经营状况	195
11.2.3	雅芳中国转型之殇	196
11.3	资生堂丽源化妆品有限公司	198
11.3.1	企业基本情况	198
11.3.2	2016年企业经营状况	201
11.3.3	资生堂丽源再登行业效益十佳榜	203
11.4	苏州尚美国际化妆品有限公司	203
11.4.1	企业基本情况	203
11.4.2	2016年企业经营状况	204

11.5 松泽化妆品(深圳)有限公司 205

11.5.1 企业基本情况 205

11.5.2 2016年企业经营状况 206

11.6 其他品牌介绍 207

11.6.1 巧迪尚惠 207

11.6.2 雅美姿 209

11.6.3 蓝色之恋 209

第十二章 2017-2022年中国彩妆市场前景及发展趋势 211(AK WZY)

12.1 中国化妆品市场的发展前景及趋势 211

12.1.1 化妆品行业发展总趋势 211

12.1.2 2017-2022年中国化妆品市场趋势预测 213

12.1.3 化妆品连锁专卖将逐步取代单体店 213

12.1.4 2017-2022年中国化妆品行业市场规模预测 216

12.2 2017-2022年中国彩妆市场的前景及发展趋势预测 216

12.2.1 中国低价彩妆市场潜力巨大 216

12.2.2 未来彩妆产品的发展方向 217

12.2.3 特许经营模式将成中国彩妆市场新亮点 218

12.2.4 彩妆原料往安全、天然、滋养方向发展 219

12.3 2017-2022年中国彩妆市场规模预测分析 220

12.3.1 2017-2022年中国彩妆总体市场规模预测 220

12.3.2 2017-2022年中国眼部彩妆总体市场规模预测 221

12.3.3 2017-2022年中国颊部彩妆总体市场规模预测 221

12.3.4 2017-2022年中国唇部彩妆总体市场规模预测 222

12.3.5 2017-2022年中国美甲产品总体市场规模预测 222

部分图表目录：

图表 1 化妆品分类(按使用目的分) 14

图表 2 化妆品分类(按使用部位分) 15

图表 3 化妆品分类(按剂型分) 15

图表 4 化妆品分类(按年龄分) 16

图表 5 化妆品分类(按产品特点分) 16

图表 6 粉底的成分和作用 27

图表15 2014-2016年中国国内生产总值及增长速度 31

图表16 2014-2016年中国居民消费价格指数变化趋势图 32

图表17 2014-2016年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图 33

图表18 2014-2016年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图 33

图表19 2014-2016年中国城镇居民消费与恩格尔系数 33

图表20 2014-2016年中国农村居民家庭恩格尔系数 34

图表21 2014-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度 34

图表22 2014-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图 35

图表23 2014-2016年中国进出口总额及增长速度 35

图表 13 2016年中国人口数及其构成情况 40

图表 14 2014-2016年中国城市人口及所占比例趋势图 41

图表 15 2014-2016年间主要年份中国女性人口数量及比重 41

图表 16 2016年中国女性人口年龄分布 41

图表 17 2016年中国女性人口年龄分布结构图 42

图表 18 2014-2016年中国化妆品市场规模增长趋势图 46

图表 19 2014-2016年中国高档化妆品市场规模及增长率 48

图表 20 2014年中国化妆品行业经济指标统计 49

图表 21 2014年中国化妆品行业前五省区企业数量排名 51

图表 22 2014年中国化妆品行业前五省区工业总产值排名 51

图表 23 2014年中国化妆品行业前五省区资产总计排名 51

图表 24 2014年中国化妆品行业前五省区销售收入排名 52

图表 25 2014年中国化妆品行业前五省区利润总额排名 52

图表 26 2015年中国化妆品行业经济指标统计 53

图表 27 2015年中国化妆品行业前五省区企业数量排名 54

图表 28 2015年中国化妆品行业前五省区资产总计排名 54

图表 29 2015年中国化妆品行业前五省区销售收入排名 54

图表 30 2015年中国化妆品行业前五省区利润总额排名 55

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/284580.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](http://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。