



艾凯咨询
ICAN Consulting

2009-2010中国彩妆市场分析及 发展趋势展望报告

一、调研说明

《2009-2010中国彩妆市场分析及发展趋势展望报告》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/74016.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

第一章 彩妆的相关概述

一、彩妆及其产品概况

(一) 彩妆的概念及作用

(二) 彩妆用品简介

二、主要彩妆产品

(一) 粉底的定义及成分

(二) 眼影的概念及作用

(三) 睫毛膏的概念及发展历史

(四) 唇彩的相关概述

第二章 2008年世界彩妆行业发展现状

一、2008年世界彩妆行业概况

(一) 世界彩妆市场供需现状

(二) 国际彩妆新兴市场表现更胜一筹

(三) 世界彩妆细分产品发展状况

二、2008年世界彩妆主要地区运行情况

(一) 欧洲

(二) 亚太地区

(三) 拉美地区

(四) 非洲

三、2009-2010年世界彩妆行业发展趋势

(一) 自然成分VS高性能技术

(二) 传递创新

(三) 创新品牌挑战主流品牌

第三章 2008年中国彩妆行业发展环境

一、2008年中国经济发展环境

(一) 2008年中国宏观经济运行情况

(二) 全球金融危机对中国产业格局影响

(三) 中国应对金融危机的措施

二、2008年中国彩妆行业发展政策环境

(一) 行业政策

(二) WTO背景下市场的开放

(三) 相关行业标准

三、2008年中国彩妆行业发展社会环境

(一) 居民消费水平

(二) 细分产品零售市场

第四章 2008年中国彩妆行业发展形势

一、2008年中国彩妆市场概况

(一) 中国彩妆市场发展

(二) 中国彩妆市场驶入快车道

(三) 国内彩妆市场的可喜变化

(四) 高档彩妆品渐走俏市场

二、2008年彩妆细分市场发展状况

(一) 颊部彩妆

(二) 唇部彩妆

(三) 眼部彩妆

(四) 美甲用品

三、2008年中国国产彩妆存在的问题

(一) 国产彩妆发展中的问题

(二) 国内彩妆品牌发展的困局

(三) 国内彩妆产品包装单纯模仿国际品牌

四、2008年中国彩妆市场及企业发展策略

(一) 彩妆产品的包装策略

(二) 国产彩妆市场突围策略

(三) 中国彩妆企业的发展策略

第五章 2008年中国彩妆行业市场运行动态

一、2008年中国彩妆市场动态

(一) 矿物质粉走俏08彩妆市场

(二) 欧洲顶级彩妆品牌ARTDECO (雅蔻) 登陆津城

(三) M.A.C推出蔚蓝情挑彩妆系列

(四) 娇兰08夏季彩妆及妆容发布

二、三大化妆品公司制胜中国之道

(一) 雅芳：构筑全方位的分销网络

(二) 欧莱雅：打造差异化的品牌金字塔

(三) 资生堂：坚守高品质的产品定位

三、2008年最佳彩妆类产品研究

(一) 最佳时尚睫毛膏：Lancome 魔法睛彩睫毛膏

(二) 最佳时尚粉底：Dior 凝脂粉底液

(三) 最佳时尚眼影：Estee Lauder纯色晶亮眼影

(四) 最佳时尚指甲油：Guerlain 亮彩指甲油

(五) 最佳功能性睫毛膏：HR 无限浓密睫毛膏

(六) 最佳时尚唇膏：YSL我的口红

(七) 最佳中档粉底：Aupres 美肌活现乳粉SPF15

(八) 最佳中档唇彩：L'oreal液体唇膏

(九) 最佳中档口红：羽西流光溢彩唇膏

(十) 最佳年轻粉底：Maybelline 净柔粉底

第六章 2008年中国彩妆行业市场消费调查

一、2008年中国主要彩妆产品消费

(一) 唇部彩妆

(二) 睫毛膏

(三) 颊部彩妆

(四) 美甲用品

二、2008年中国彩妆产品消费者调查

(一) 消费者彩妆产品使用频次及场合调查

(二) 化妆花费时间调查

(三) 消费者彩妆购买渠道调查

(四) 消费者彩妆产品花费调查

(五) 消费者拥有最多的彩妆产品

(六) 化妆参考最多的模范妆容

三、2008年中国女性彩妆行为调查结果

- (一) 彩妆消费人群的"低龄化"
- (二) 眼部是女性妆容的重点
- (三) 网络取代传统

四、上海女性彩妆消费

第七章 2008年中国彩妆市场营销策略

一、2008年中国化妆品营销策略

- (一) 目标营销策略
- (二) 不同渠道营销
- (三) 服务营销策略
- (四) 包装营销策略
- (五) 保健式营销策略
- (六) 俱乐部营销策略
- (七) 连锁式营销策略

二、重点彩妆品牌营销案例

- (一) 美宝莲与娥佩兰的营销对比
- (二) 卡姿兰彩妆的营销法宝
- (三) 贝优婷营销经验解析
- (四) 中国丽立美彩妆品牌营销成功启示

三、2008年中国彩妆活动促销的注意事项

- (一) 活动促销对彩妆品牌发展的意义
- (二) 保障彩妆活动促销成功的条件
- (三) 吸引顾客的法则
- (四) 促使活动成功的三要素

四、2008年中国彩妆业营销的问题及策略

- (一) 厂商利用护肤品渠道做彩妆存在的问题
- (二) 彩妆市场营销战略
- (三) 化妆品专卖店彩妆营销策略

第八章 2008年中国彩妆行业市场竞争格局

一、国际品牌彩妆企业在中国市场的发展动态

- (一) 跨国彩妆品牌在中国市场竞争激烈
- (二) 韩国谜尚在中国彩妆市场的竞争情况
- 二、2008年彩妆市场国产与外资品牌的竞争
 - (一) 中国彩妆市场竞争升级
 - (二) 彩妆市场外资与本土品牌的竞争加剧
 - (三) 彩妆品牌在中国市场竞争力排名
- 三、2008年彩妆市场的竞争策略
 - (一) 国内彩妆市场应远离价格战
 - (二) 国内彩妆企业打造品牌的五大策略
 - (三) 彩妆市场竞争力提升的四个关键点

第九章 2008年重点彩妆企业及旗下品牌

一、欧莱雅 (L'Orea)

- (一) 集团概况
- (二) 欧莱雅发展中国市场的营销策略综述
- (三) 欧莱雅发展超市渠道四品牌首先进入

二、宝洁 (P&G)

- (一) 公司基本概况
- (二) 美国宝洁舍小利而得大益的发展策略
- (三) 宝洁公司在中国的乡村化策略
- (四) 宝洁公司在中国投资状况

三、丝芙兰 (Sephora)

- (一) 企业基本概况
- (二) 企业未来发展新动向

四、雅诗兰黛 (Estelauder)

- (一) 企业基本概况
- (二) 企业未来发展新动向

五、资生堂 (SHISEIDO)

- (一) 公司基本概况
- (二) 资生堂发展中国男士化妆品市场
- (三) 资生堂全面抢占中国市场

六、雅芳 (AVON)

(一) 公司基本概况

(二) 雅芳将中国市场作为独立的业务区

(三) 雅芳营销转型后的发展概况

七、植村秀 (Shu uemura)

(一) 企业基本概况

(二) 企业经营销售产品情况

(三) 企业发展动向

八、爱丽 (ETUDE)

(一) 企业基本概况

(二) 企业未来发展新动向

九、天使色彩

(一) 企业基本概况

(二) 企业未来发展新动向

十、色彩地带

(一) 企业基本概况

(二) 企业未来发展新动向

第十章 2008年中国化妆品行业市场运行走势

一、2008年中国化妆品市场概况

(一) 化妆品市场消费呈现新特征

(二) 中国化妆品市场主要品牌

(三) 中国化妆品行业管理模式探讨

二、2008年中国化妆品行业

(一) 中国化妆品行业总体运行情况

(二) 中国化妆品消费行为

(三) 2007-2008年中国化妆品地区市场发展状况

三、2008年化妆品行业的问题及解决策略

(一) 本土化妆品业面临的深层问题

(二) 化妆品消费市场存在的问题

(三) 中国化妆品行业提高竞争力的策略

第十一章 2009-2010年中国彩妆的市场发展及投资

一、2009-2010年中国化妆品市场的发展前景及趋势

(一) 中国化妆品市场的发展潜力极大

(二) 男士化妆品市场商机显现

(三) 化妆品业未来发展十大趋势

二、2009-2010年中国彩妆市场的前景及发展趋势

(一) 中国彩妆市场潜力巨大

(二) 彩妆市场总体发展趋势

(三) 彩妆原料往安全、天然、滋养方向发展

三、2009-2010年中国彩妆行业市场投资

(一) 中国彩妆行业市场投资环境

(二) 中国彩妆行业市场投资机会

(三) 中国彩妆行业市场投资风险

图表目录 (部分) :

图表 : 2008年中国GDP增长情况

图表 : 2001-2008年中国工业增加值与发电量

图表 : 2005-2008年中国投资、消费、出口走势

图表 : 2001-2008年中国CPI、PPI走势

图表 : 2001-2008年中国进出口走势

图表 : 2001-2008年中国失业率走势

图表 : 2007-2008年中国货币供应量

图表 : 2008年1-9月份我国部分行业调整变化 (同比增长率%)

图表 : 2008年1-9月份我国周期性行业调整变化 (同比增长率%)

图表 : 2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长 (同比增长率%)

图表 : 近期公布的刺激经济的政策一览表

图表 : 提高出口退税率的清单

图表 : 略……

更多图表见报告正文

详细请访问 : <https://www.icandata.com/view/74016.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。