

# 中国美妆行业竞争态势与未来发展趋势分析报告2022-2028年

产品名称	中国美妆行业竞争态势与未来发展趋势分析报告 2022-2028年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号中国铁建大厦
联系电话	010-56231698 18766830652

## 产品详情

中国美妆行业竞争态势与未来发展趋势分析报告2022-2028年.....【报告编号】 349521【出版日期】 2022年8月【出版机构】 中研华泰研究院【交付方式】 EMIL电子版或特快专递【报告价格】 纸质版:6500元 电子版:6800元 纸质版+电子版:7000元【联系人员】

刘亚 免费售后服务一年，具体内容及订购流程欢迎咨询客服人员 章 美妆行业相关概述1.1 美妆基本介绍1.1.1 美妆的定义1.1.2 美妆产品的分类1.1.3 美妆产品主要作用1.2 美妆行业发展进程1.2.1 改革开放前1.2.2 改革开放阶段（1978-1987年）1.2.3 改革开放第二阶段（1988-1997年）1.2.4 改革开放第三阶段（1998-2007年）1.2.5 改革开放第四阶段（2008-2018年）第二章 2020-2022年中国美妆市场发展分析2.1 2020-2022年中国美妆市场运行情况2.1.1 行业驱动因素2.1.2 市场发展现状2.1.3 市场发展规模2.1.4 电商市场规模2.1.5 国货品牌海外布局2.1.6 市场消费特征2.1.7 市场销售渠道2.1.8 行业投融资情况2.2 2020-2022年美妆产业链发展分析2.2.1 产业链发展综况2.2.2 供应链发展状况2.2.3 品牌端发展状况2.2.4 渠道端发展状况2.3 2020-2022年美妆品牌营销模式分析2.3.1 丸美2.3.2 上海家化2.3.3 玛丽黛佳2.3.4 珀莱雅2.3.5 完美日记2.4 2020-2022年美妆外资品牌在华发展情况分析2.4.1 外资美妆品牌销售情况2.4.2 外资品牌消费者满意度2.4.3 外资品牌在华布局动态2.5 中国美妆行业品牌跨界营销分析2.5.1 跨界营销发展背景2.5.2 跨界营销相关概述2.5.3 跨界营销典型案例2.5.4 跨界营销发展问题2.5.5 跨界营销发展策略2.6 新零售环境下美妆连锁品牌集合店发展分析2.6.1 新零售美妆集合店基本介绍2.6.2 传统美妆集合店存在的问题2.6.3 新零售美妆集合店发展背景2.6.4 新零售美妆集合店发展特征2.6.5 新零售美妆集合店竞争分析2.6.6 新零售美妆集合店存在问题2.6.7 新零售美妆集合店策略建议2.7 中国高端美妆品牌营销策略分析2.7.1 高端美妆品牌营销现状2.7.2 营销策略影响因素分析2.7.3 品牌营销策略提升建议2.7.4 品牌新媒体营销新思路第三章 2020-2022年中国电商平台美妆品牌发展分析3.1 美妆电商平台分析3.1.1 美妆电商平台占比分析3.1.2 美妆电商平台类型细分3.1.3 综合性平台的特殊性3.2 电商平台美妆品牌建设现状分析3.2.1 现状特点分析3.2.2 障碍和难点分析3.2.3 发展对策分析3.3 电商平台美妆品牌的竞争态势分析3.3.1 品牌竞争力分析3.3.2 竞争环境的演变3.3.3 竞争者特点分析3.3.4 未来竞争趋势分析3.4 电商平台美妆品牌的客户体验分析3.4.1 客户体验对象人群分析3.4.2 客户体验构成要素分析3.4.3 客户体验过程详细分析3.5 电商平台美妆品牌建设的目标分析3.5.1 制造品牌差异化3.5.2 提高消费者忠诚度3.5.3 弥补品牌力透支第四章 2020-2022年中国美妆产品网络市场调查分析4.1 2020-2022年中国美妆产品整体关注度分析4.1.1

抖音美妆作品数量情况4.1.2 抖音细分品类关注趋势4.1.3 抖音美妆成分关注情况4.2  
2020-2022年美妆产品细分品类关注度分析4.2.1 护肤类产品4.2.2 彩妆类产品4.2.3 香氛类产品4.3  
2020-2022年男士美妆产品关注度分析4.3.1 男士彩妆关注产品分布4.3.2 男士美妆使用关注点4.3.3  
男士彩妆受资本青睐4.4 中国美妆产品Z世代用户画像行为洞察4.4.1 美妆消费人群年龄分布4.4.2  
美妆用户性别结构分布4.4.3 美妆用户城市分布情况4.4.4 美妆消费用户渠道选择4.4.5  
美妆消费用户时长分布4.4.6 美妆用户产品选择偏好第五章 2020-2022年中国化妆品行业发展分析5.1  
2020-2022年中国化妆品行业发展综述5.1.1 行业发展历程5.1.2 行业政策环境5.1.3 行业发展成就5.1.4  
人才需求5.1.5 行业进入壁垒5.1.6 行业产业链分析5.2 2020-2022年中国化妆品市场发展分析5.2.1  
市场规模分析5.2.2 人均消费水平5.2.3 线上交易规模5.2.4 产业园区分布5.2.5 品牌市场份额5.2.6  
市场集中度分析5.2.7 企业布局状况5.2.8 行业竞争状态5.3 化妆品行业上市公司财务状况分析5.3.1  
上市公司规模5.3.2 上市公司分布5.3.3 经营状况分析5.3.4 盈利能力分析5.3.5 营运能力分析5.3.6  
成长能力分析5.3.7 现金流量分析5.4 2020-2022年中国化妆品进出口数据分析5.4.1 进出口总量数据分析5.4.2  
主要贸易国进出口情况分析5.4.3 主要省市进出口情况分析5.5 中国化妆品市场消费行为分析5.5.1  
产品需求因素5.5.2 新品牌接受意愿5.5.3 场景体验偏好5.5.4 品牌消费偏好5.5.5 购买频次偏好5.5.6  
消费金额偏好5.5.7 消费决策因素5.5.8 种草途径偏好5.6 中国化妆品行业发展存在的问题分析5.6.1  
行业监管体系问题5.6.2 配套技术不完善5.6.3 行业发展不平衡5.6.4 同质化竞争严重5.7  
中国化妆品市场发展的对策5.7.1 法律法规方面5.7.2 行业监管方面5.7.3 科学技术方面5.7.4  
渠道创新方面5.7.5 品牌建设方面5.7.6 区域建设方面5.7.7 人才培养方面5.7.8 其他需考虑的方面第六章  
2020-2022年中国护肤品市场分析6.1 2020-2022年中国护肤品市场发展综述6.1.1 护肤品分类6.1.2  
市场驱动因素6.1.3 市场发展规模6.1.4 高端护肤品规模6.1.5 销售渠道分析6.1.6 消费者护肤分析6.1.7  
男性护肤品市场6.2 2020-2022年护肤品市场竞争分析6.2.1 市场竞争特征6.2.2 产品竞争格局6.2.3  
品牌竞争力分析6.2.4 产品品牌排行6.2.5 市场竞争态势6.3 功能性护肤市场发展分析6.3.1 市场规模状况6.3.2  
融资布局加快6.3.3 融资特点分析6.4 2020-2022年国内滋润护肤品市场发展分析6.4.1 面膜市场发展状况6.4.2  
洗面奶市场运行分析6.4.3 祛痘类护肤品市场6.4.4 护手霜市场发展现状6.5 护肤品行业发展前景分析6.5.1  
市场提升空间6.5.2 市场前景预测6.5.3 绿色生态护肤品6.5.4 茶系列护肤品6.5.5 精华液护肤品6.5.6  
护肤品发展趋势第七章 2020-2022年中国彩妆行业发展分析7.1 2020-2022年中国彩妆行业发展综述7.1.1  
行业发展阶段7.1.2 行业发展动力7.1.3 市场发展规模7.1.4 彩妆产品结构7.1.5 市场融资状况7.2  
2020-2022年中国彩妆细分市场发展分析7.2.1 细分品类占比7.2.2 口红经济分析7.2.3 底妆产品销量7.2.4  
眼妆市场分析7.3 2020-2022年中国彩妆市场消费行为分析7.3.1 消费性别结构7.3.2 消费年龄结构7.3.3  
消费城市分布7.3.4 收入水平分布7.4 2020-2022年中国彩妆市场品牌发展分析7.4.1 彩妆品牌竞争7.4.2  
市场竞争格局7.4.3 品牌营销现状7.4.4 品牌塑造因素7.5 中国彩妆行业未来发展趋势分析7.5.1  
彩妆行业发展趋势7.5.2 本土彩妆行业展望7.5.3 彩妆行业发展方向第八章  
2020-2022年其他热点美妆产品发展分析8.1 香水8.1.1 市场发展综述8.1.2 市场发展规模8.1.3  
市场竞争格局8.1.4 购买路径分析8.1.5 购买影响要素8.1.6 进出口数据分析8.1.7 市场品牌融资8.1.8  
企业布局动态8.1.9 未来发展趋势8.2 护发素8.2.1 护发素总类介绍8.2.2 护发用品市场概况8.2.3  
国内护发市场规模8.2.4 国内护发市场结构8.2.5 护发市场竞争格局8.2.6 护发用户人群分布8.2.7  
护发品进出口数据8.2.8 护发市场发展趋势8.3 染发剂8.3.1 染发剂的类型8.3.2 染发市场规模8.3.3  
染发市场热度8.3.4 市场消费状况8.3.5 染发品牌介绍8.3.6 产品质量问题8.3.7 产品发展方向8.4 美白产品8.4.1  
产品内涵介绍8.4.2 产品原料分析8.4.3 市场发展规模8.4.4 产品品牌排行8.4.5 产品安全风险8.4.6  
产品监管变化8.4.7 产品选购要点8.5 祛斑产品8.5.1 产品主要特点8.5.2 产品主要成分8.5.3 产品用户行为8.5.4  
行业竞争格局8.5.5 行业发展问题8.5.6 购买要点分析8.5.7 行业发展趋势第九章  
2019-2022年国外主要美妆企业运营分析9.1 欧莱雅 (LOREAL) 9.1.1 企业发展概况9.1.2 企业经营状况9.1.3  
企业研发体系9.1.4 旗下主要品牌9.1.5 在华市场占有率9.2 美国宝洁公司 (Procter&Gamble) 9.2.1  
企业发展概况9.2.2 企业经营状况9.2.3 主要产品销售9.2.4 多品牌营销战略9.3 雅诗兰黛 (Estelauder) 9.3.1  
企业发展概况9.3.2 企业经营状况9.3.3 旗下主要品牌9.3.4 中国市场发展9.4 资生堂 (Shiseido) 9.4.1  
企业发展概况9.4.2 企业经营状况9.4.3 旗下主要品牌9.4.4 企业营销策略9.4.5 中国市场战略9.5  
爱茉莉太平洋集团 (AmorePacificGroup) 9.5.1 企业发展概况9.5.2 企业经营状况9.5.3 海外市场扩张9.5.4  
中国市场发展第十章 2018-2022年国内主要美妆企业运营分析10.1 霸王国际 (集团) 控股有限公司10.1.1  
企业发展概况10.1.2 企业经营状况10.1.3 企业主要业务10.1.4 科研投入情况10.2  
上海家化联合股份有限公司10.2.1 企业发展概况10.2.2 经营效益分析10.2.3 业务经营分析10.2.4  
财务状况分析10.2.5 核心竞争力分析10.2.6 公司发展战略10.2.7 未来前景展望10.3

珀莱雅化妆品股份有限公司10.3.1 企业发展概况10.3.2 经营效益分析10.3.3 业务经营分析10.3.4  
财务状况分析10.3.5 核心竞争力分析10.3.6 公司发展战略10.3.7 未来前景展望10.4  
水羊集团股份有限公司10.4.1 企业发展概况10.4.2 经营效益分析10.4.3 业务经营分析10.4.4  
财务状况分析10.4.5 核心竞争力分析10.4.6 公司发展战略10.4.7 未来前景展望第十一章  
2022-2028年中国美妆行业发展趋势及前景预测11.1 中国美妆行业发展趋势分析11.1.1  
政策监管助推行业发展11.1.2 消费升级推动需求增长11.1.3 本土品牌抢占美妆市场11.1.4  
美妆集合店发展新动向11.2 中国美妆市场发展潜力分析11.2.1 市场发展展望11.2.2 市场消费潜力11.2.3  
企业发展前景11.3 对2022-2028年中国美妆行业预测分析11.3.1  
2022-2028年中国美妆行业影响因素分析11.3.2 2022-2028年中国美妆市场规模预测图表目录图表1  
中国美妆行业发展驱动力图表2 2015-2020年中国美妆市场规模图表3  
2015-2020年中国美妆电商线上渗透率图表4 2015-2020年中国美妆电商市场规模图表5  
中国美妆品牌电商服务行业市场规模及渗透率图表6 美妆产品传统购买流程图表7  
美妆产品红人电商购买流程图表8 2021年国内美妆行业融资交易汇总（一）图表9  
2021年国内美妆行业融资交易汇总（二）图表10 2021年国内美妆行业融资交易汇总（三）图表11  
2021年国内美妆行业融资交易汇总（四）图表12 2021年国内美妆行业融资交易汇总（五）图表13  
2021年国内美妆行业融资交易汇总（六）图表14 2021年国内美妆行业季度融资次数和融资金额图表15  
2021年国内美妆行业融资交易数量及金额图表16 2021年国内美妆行业交易轮次分布图表17  
2021年国内美妆行业各季度融资交易轮次分布图表18 2021年国内美妆行业融资交易金额分布图表19  
2021年国内美妆行业融资交易金额季度分布图表20 2021年国内美妆行业融资交易品类分布图表21  
2021年国内美妆行业融资重点品类月度分布图表22 中国美妆产业链各环节毛利率图表23  
主要美妆代工行业巨头图表24 部分国货护肤品牌产品定位图表25 部分国货彩妆品牌产品定位图表26  
2021年上海家化主营业务收入按渠道拆分图表27 2021年珀莱雅主营业务收入按渠道拆分图表28  
2019-2022年屈臣氏的百度指数数据图表29 电商平台消费者体验路径图图表30  
传统消费者决策路径图图表31 电商平台消费者决策路径图图表32 互联网营销转化率漏斗图图表33  
电商消费者CRM客户管理周期图图表34 2020-2022年抖音美妆视频发布量趋势图图表35  
2020-2022年抖音美妆视频播放量趋势图图表36 2021年抖音美妆内容作者数量趋势图图表37  
2021年抖音美妆内容企业好数量趋势图图表38 2020-2022年抖音美妆视频播放量趋势图图表39  
2020-2022年抖音美妆相关内容搜索量变化趋势图图表40 2021年抖音功效相关内容播放量示意图图表41  
2021年抖音美妆功效相关内容搜索量图表42 2021年抖音美妆功效内容播放量排名示意图图表43  
2021年美妆成分内容播放量排名示意图图表44 2021年抖音美妆功效内容搜索量排名图表45  
2021年抖音美妆成分内容搜索量排名示意图图表46 2021年抖音典型成分与品牌关联度分布示意图图表47  
2021年抖音护肤二级品类播放量分布趋势图图表48 2021年抖音护肤搜索热词图表49  
2021年护肤品类直播商品曝光量top排名示意图图表50 2021年抖音彩妆二级品类播放量分布趋势图图表51  
2021年抖音彩妆搜索热词图表52 2021年彩妆行业直播间商品曝光量top5排名示意图图表53  
2021年香氛品牌融资事件图表54 2021年抖音美妆男性用户关注美妆品类top10示意图图表55  
蜂鸟问卷《男性化妆态度调查报告》态度统计图表56 2013-2022年无性别彩妆品牌成立动态图表57  
2010-2022中国男士彩妆品牌成立时间图表58 2020-2022年中国男士彩妆品牌融资动态图表59  
2020年中国美妆护肤女性年龄分布图表60 2020年Z世代美妆护肤性别结构图表61  
2020中国美妆护肤女性城市分布图表62 2020年Z世代美妆护肤品购买渠道图表63  
2020年Z世代使用彩妆品频率图表64 2020年Z世代平均每天化妆时长