

中国美妆工具行业竞争力调研及投资盈利分析报告2023年

产品名称	中国美妆工具行业竞争力调研及投资盈利分析报告2023年
公司名称	鸿晟信合研究网
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区日坛北路19号楼9层(08)(朝外孵化器0530)
联系电话	18513627985 18513627985

产品详情

2023-2030年中国美妆工具行业竞争力调研及投资盈利分析报告

【全新修订】：2023年3月

【出版机构】：中赢信息网

【内容部分有删减·详细可参中赢信息网出版完整信息！】

【报告价格】：[纸质版]:6500元 [电子版]:6800元 [纸质+电子]:7000元 (可以优惠)

【服务形式】：文本+电子版+光盘

【联系人】：杨晶晶 顾佳

报告目录

第1章：美妆工具行业综述及数据来源说明

1.1 美妆工具行业界定

1.1.1 美妆的界定

1.1.2 美妆工具的界定

1.1.3 《国民经济行业分类与代码》中美妆工具行业归属

1.1.4 美妆工具的分类

1.2 本报告研究范围界定说明

1.3 本报告数据来源及统计标准说明

1.3.1 本报告数据来源

1.3.2 本报告研究方法及统计标准说明

第2章：中国美妆工具行业宏观环境分析（PEST）

2.1 中国美妆工具行业政策（Policy）环境分析

2.1.1 中国美妆工具行业监管体系及机构介绍

（1）中国美妆工具行业主管部门

（2）中国美妆工具行业自律组织

2.1.2 中国美妆工具行业标准体系建设现状（国家/地方/行业/团体/企业标准）

（1）中国美妆工具标准体系建设

（2）中国美妆工具现行标准汇总

1) 国家标准

2) 企业标准

2.1.3 国家层面美妆工具行业政策规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类）

2.1.4 31省市美妆工具行业政策规划汇总及解读（指导类/支持类/限制类）

(1) 31省市美妆工具行业政策规划汇总

(2) 31省市美妆工具行业发展目标解读

2.1.5 国家重点规划/政策对美妆工具行业发展的影响

(1) 《化妆品监督管理条例》

(2) 《化妆品功效宣称评价规范》

(3) 《化妆品注册备案管理办法》

(4) 《化妆品行业“十四五”发展规划》

2.1.6 政策环境对美妆工具行业发展的影响总结

2.2 中国美妆工具行业经济（Economy）环境分析

2.2.1 中国宏观经济发展现状

(1) 中国GDP及增长情况

(2) 中国居民消费价格（CPI）

(3) 中国工业经济增长情况

(4) 中国社会消费品零售情况

2.2.2 中国宏观经济发展展望

(1) 国际机构对中国GDP增速预测

(2) 国内机构对中国宏观经济指标增速预测

2.2.3 中国美妆工具行业发展与宏观经济相关性分析

2.3 中国美妆工具行业社会（Society）环境分析

2.3.1 中国美妆工具行业社会环境分析

（1）中国人口规模及增速

（2）中国居民人均可支配收入

（3）中国居民人均消费支出及结构

1) 中国居民人均消费支出

2) 中国居民消费结构变化

（4）中国居民消费习惯变化

1) 线上渠道成为主要的购物渠道

2) 体验式消费需求增加

3) 对国产品牌的倾向性更高

2.3.2 社会环境对美妆工具行业发展的影响总结

2.4 中国美妆工具行业技术（Technology）环境分析

2.4.1 中国美妆工具行业关键技术分析

2.4.2 中国美妆工具行业科研投入状况（研发力度及强度）

2.4.3 中国美妆工具行业科研创新成果（专利、科研成果转化等）

(1) 中国美妆工具行业专利申请

(2) 中国美妆工具行业专利公开

(3) 中国美妆工具行业热门申请人

(4) 中国美妆工具行业热门技术

2.4.4 技术环境对美妆工具行业发展的影响总结

第3章：全球美妆工具行业发展现状调研及市场趋势洞察

3.1 全球美妆工具行业发展历程介绍

3.2 全球美妆工具行业宏观环境背景

3.2.1 全球美妆工具行业经济环境概况

(1) 全球宏观经济整体发展情况

(2) 全球宏观经济发展展望

3.2.2 全球美妆工具行业政法环境概况

3.3 全球美妆工具行业市场规模

3.4 全球美妆工具行业区域发展格局及重点区域市场研究

3.4.1 全球美妆工具行业区域发展格局

(1) 全球各地区美妆市场份额

3.4.2 重点区域一：美国美妆工具市场分析

3.4.3 重点区域二：法国美妆工具市场分析

3.5 全球美妆工具行业市场竞争格局及重点企业案例研究

3.5.1 全球美妆工具行业市场竞争格局

3.5.2 全球美妆工具企业兼并重组状况

3.5.3 全球美妆工具行业重点企业案例

(1)

1) 企业简介

2) 企业经营情况

3) 企业业务架构

4) 品牌经营状况分析

5) 企业美妆工具业务布局

6) 企业在华投资布局

(2)

2) 企业经营状况

4) 企业销售区域分布

3.6 全球美妆工具行业发展趋势预判及市场前景预测

3.6.1 全球美妆工具行业发展趋势预判（疫情影响等）

3.6.2 全球美妆工具行业市场前景预测

第4章：中国美妆工具行业企业大数据全景分析

4.1 中国美妆工具行业市场主体类型及入场方式

4.1.1 中国美妆工具行业市场主体类型（投资/经营/服务/中介主体）

4.1.2 中国美妆工具行业企业入场方式（自建/并购/战略合作等）

4.2 中国美妆工具行业历年注册企业特征分析

4.2.1 中国美妆工具行业历年新增企业数量

4.2.2 中国美妆工具行业注册企业经营状态

4.2.3 中国美妆工具行业企业注册资本分布

4.2.4 中国美妆工具行业注册企业省市分布

4.2.5 中国美妆工具行业31省市企业平均注册资本

第5章：中国美妆工具行业市场供需状况及发展痛点分析

5.1 中国美妆工具行业发展历程

5.2 中国美妆工具行业对外贸易状况

5.2.1 中国美妆工具行业进出口统计说明

5.2.2 中国美妆工具行业进出口贸易概况（过去5年数据）

5.2.3 中国美妆工具行业进口贸易状况（过去5年数据）

（1）美妆工具行业进口贸易规模

(2) 美妆工具行业进口价格水平

(3) 美妆工具行业进口产品结构

5.2.4 中国美妆工具行业出口贸易状况（过去5年数据）

(1) 美妆工具行业出口贸易规模

(2) 美妆工具行业出口价格水平

(3) 美妆工具行业出口产品结构

5.2.5 中国美妆工具行业进出口贸易影响因素及发展趋势

5.3 中国美妆工具行业市场供给状况

5.3.1 中国美妆工具行业市场供给能力分析

5.3.2 中国美妆工具行业市场供给水平分析

5.4 中国美妆工具行业市场需求状况

5.4.1 中国美妆行业销售额

5.4.2 中国美妆工具行业主要企业销售收入汇总

5.5 中国美妆工具行业市场规模体量测算

5.5.1 中国化妆品行业市场规模

5.5.2 中国美妆工具行业市场规模

5.6 中国美妆工具行业市场发展痛点分析

第6章：中国美妆工具需求特征与营销渠道分析

6.1 中国美妆工具行业需求特征分析

6.1.1 中国美妆人群用户画像分布

(1) 性别分布

(2) 地区分布

(3) 兴趣偏好

1) 美妆产品意愿度

2) 消费者品牌偏好

3) 消费者化妆品频次和消费水平

4) 影响因素及种草途径

6.1.2 中国美妆工具行业销售渠道结构特点

6.1.3 中国美妆工具行业价格结构特点

6.2 中国美妆工具行业营销渠道分析

6.2.1 中国美妆工具行业营销渠道构成

6.2.2 中国主要美妆工具品牌营销渠道布局

6.2.3 中国美妆工具行业营销趋势分析

6.3 中国美妆工具产品新兴营销渠道与趋势分析

6.3.1 网络直播+美妆工具

6.3.2 KOL种草+美妆工具

6.3.3 热门IP+美妆工具

第7章：中国美妆工具行业市场竞争状况及融资并购分析

7.1 中国美妆工具行业市场竞争布局状况

7.1.1 中国美妆工具行业竞争者入场进程

7.1.2 中国美妆工具行业竞争者省市分布热力图

7.2 中国美妆工具行业市场竞争格局分析

7.2.1 中国美妆工具行业企业竞争集群分布

(1) 产品布局

(2) 价格布局

7.2.2 中国美妆工具行业企业竞争格局分析

(1) 中国美妆工具行业企业竞争层次

(2) 中国美妆工具品牌排名

7.3 中国美妆工具行业波特五力模型分析

7.3.1 中国美妆工具行业供应商的议价能力

7.3.2 中国美妆工具行业对消费者的议价能力

7.3.3 中国美妆工具行业新进入者威胁

7.3.4 中国美妆工具行业替代品威胁

7.3.5 中国美妆工具行业现有企业竞争

7.3.6 中国美妆工具行业竞争状态总结

7.4 中国美妆工具行业投融资、兼并与重组状况

7.4.1 中国美妆工具行业投融资发展状况

(1) 中国美妆工具行业投融资概述

1) 美妆工具行业资金来源

2) 美妆工具行业投融资主体构成

(2) 中国美妆工具行业投融资事件汇总

(3) 中国美妆工具行业投融资解析 (热门领域/融资轮次/对外投资等)

1) 投融资所处阶段

2) 投融资领域分布

3) 投融资区域分布

4) 投融资阶段分布

(4) 中国美妆工具行业投融资趋势预测

7.4.2 中国美妆工具行业兼并与重组状况

(1) 中国美妆工具行业兼并与重组事件汇总

(2) 中国美妆工具行业兼并与重组类型及动因

(3) 中国美妆工具行业兼并与重组案例分析

1)

2)

(4) 中国美妆工具行业兼并与重组趋势预判

1) 化妆品行业兼并与重组整体趋势预判

2) 化妆品行业兼并与重组类型及动因趋势预判

第8章：中国美妆工具行业细分产品市场发展状况

8.1 中国美妆工具行业细分市场结构

8.2 中国美妆工具市场分析：底妆工具

8.2.1 底妆工具产品介绍

8.2.2 底妆工具市场发展现状

8.3 中国美妆工具市场分析：眼妆市场

8.3.1 眼妆工具市场概述

8.3.2 眼妆工具市场发展现状

(1) 眉笔市场

(2) 眼线市场

8.4 中国美妆工具市场分析：唇妆工具

8.4.1 唇妆工具市场概述

8.4.2 唇妆工具市场发展现状

第9章：中国美妆工具行业代表性企业布局案例研究

9.1 中国美妆工具代表性企业布局梳理及对比

9.2 中国美妆工具代表性企业布局案例分析

9.2.1 广州逸仙电子商务有限公司：完美日记

（1）企业发展历程及基本信息

1) 企业发展历程

2) 企业基本信息

3) 企业股权结构

（2）企业业务架构及经营情况

1) 企业整体业务架构

2) 企业整体经营情况

（3）企业美妆工具业务布局及发展状况

1) 企业美妆工具产品类型/型号/品牌

2) 企业美妆工具业务销售及应用领域

（4）企业美妆工具业务新发展动向追踪

(5) 企业美妆工具业务发展优劣势分析

9.2.2 杭州花凝香生物科技有限公司：花西子

9.2.3 上海震亮化妆品有限公司：玛丽黛佳

(4) 企业美妆工具业务发展优劣势分析

9.2.4 广州卡迪莲化妆品科技有限公司：

2) 企业美妆工具业务生产端布局状况

3) 企业美妆工具业务销售及应用领域

9.2.5 上海橘宜化妆品有限公司：橘朵

9.2.6 上海丰邑信息科技发展有限公司

9.2.7 上海沁颖化妆品有限公司

9.2.8 广州上野美妆用品有限公司

9.2.9 中山尚洋科技股份有限公司

1) 企业美妆工具业务科研投入及创新成果追踪

2) 企业美妆工具业务其他相关布局动态追踪

9.2.10 雅香丽化妆用品（深圳）有限公司

第10章：中国美妆工具行业市场前景预测及发展趋势预判

10.1 中国美妆工具行业SWOT分析

10.2 中国美妆工具行业发展潜力评估

10.2.1 中国美妆工具行业生命发展周期

10.2.2 中国美妆工具行业发展潜力评估

10.3 中国美妆工具行业发展前景预测（未来5年数据预测）

10.4 中国美妆工具行业发展趋势预判

第11章：中国美妆工具行业投资战略规划策略及建议

11.1 中国美妆工具行业进入与退出壁垒

11.1.1 美妆工具行业进入壁垒分析

（1）规模和资金壁垒

（2）客户关系壁垒

（3）研发与设计壁垒

11.1.2 美妆工具行业退出壁垒分析

（1）沉没成本壁垒

（2）解雇费用壁垒

11.2 中国美妆工具行业投资风险预警

11.3 中国美妆工具行业投资价值评估

11.4 中国美妆工具行业投资机会分析

11.5 中国美妆工具行业投资策略与建议

11.6 中国美妆工具行业可持续发展建议

图表目录

图表1：《国民经济行业分类与代码》中美妆工具行业归属

图表2：美妆工具的分类

图表3：本报告研究范围界定

图表4：本报告数据资料来源汇总

图表5：本报告的主要研究方法及统计标准说明

图表6：中国美妆工具行业监管体系

图表7：中国美妆工具行业主管部门

图表8：中国美妆工具行业自律组织

图表9：中国美妆工具标准体系建设

图表10：截至2023年2月中国美妆工具现行国家标准汇总

图表11：截至2023年2月中国美妆工具现行企业标准汇总

图表12：截至2022年中国美妆工具行业发展政策汇总

图表13：31省市美妆工具行业政策规划汇总

图表14：中国主要省份美妆工具发展路径解读

图表15：《化妆品监督管理条例》政策解读

图表16：《化妆品功效宣称评价规范》政策解读

图表17：《化妆品注册备案管理办法》政策解读

图表18：《化妆品行业“十四五”发展规划》政策解读

图表19：政策环境对美妆工具行业发展的影响总结

图表20：2010-2022年中国GDP增长走势图（单位：万亿元，%）

图表21：2019-2022年中国CPI变化情况（单位：%）

图表22：2010-2022年中国全部工业增加值及增速（单位：万亿元，%）

图表23：2010-2022年中国社会消费品零售总额及增速（单位：万亿元，%）

图表24：部分国际机构对2023年中国GDP增速的预测（单位：%）

图表25：2023年中国宏观经济核心指标预测（单位：%）

图表26：中国美妆工具行业市场规模与国内生产总值相关性分析

图表27：2010-2022年中国人口规模及自然增长率（单位：万人，‰）

图表28：2010-2022年中国居民人均可支配收入（单位：元）

图表29：2010-2022年中国居民人均消费支出（单位：元）

图表30：2013-2022年中国居民人均消费支出结构（单位：%）

图表31：2021年中国消费者通过不同方式购物频率情况（单位：%）

图表32：2021年中国消费者不同品类商品购物方式选择（单位：%）

图表33：2021年中国消费者品牌忠诚度影响因素调查（单位：%）

图表34：2021年中国消费者国内外品牌偏好调研（单位：%）

图表35：社会环境对美妆工具行业发展的影响分析

图表36：尚洋科技美妆工具生产关键技术

图表37：中国美妆工具行业代表性企业科研投入状况（单位：亿元，%）

图表38：2013-2022年中国美妆工具行业专利申请量（单位：件）

图表39：2013-2023年中国美妆工具行业专利公开量（单位：件）

图表40：中国美妆工具行业热门申请人TOP10（单位：件）

图表41：中国美妆工具行业热门技术（单位：件）

图表42：技术环境对美妆工具行业发展的影响总结

图表43：全球彩妆产品发展历程分析

图表44：2017-2022年世界及主要经济体GDP同比增长率（单位：%）

图表45：2022-2023年全球主要经济体经济增速预测（单位：%）

图表46：全球化妆品行业政法环境概况

图表47：2020-2022年全球美妆工具行业市场规模（单位：亿美元）

图表48：2021年人均彩妆消费额（单位：美元）

图表49：2021年全球各地区美妆市场份额（单位：%）

图表50：2021年美国主要美妆工具品牌份额（单位：%）

图表51：法国主要美妆工具品牌及其产品

图表52：全球化妆品企业竞争层次分析

图表53：全球美妆工具企业兼并重组状况

图表54：集团发展历程

图表55：2017-2022财年集团营业收入情况（单位：亿美元，%）

图表56：2017-2022财年集团净利润变动情况（单位：亿美元，%）

图表57：2022年财年集团产品构成情况——按销售收入（单位：%）

图表58：集团旗下品牌情况

图表59：美妆工具产品

图表60：集团发展历程

图表61：2017-2022年集团营业收入变动情况（单位：亿欧元，%）

图表62：2011-2022年集团净收入变动情况（单位：亿欧元，%）

图表63：2021年集团产品结构——按销售收入（单位：%）

图表64：2021年集团营业收入区域构成（单位：%）

图表65：美妆工具产品

图表66：截至2023年集团旗下品牌在中国主要社交媒体量（单位：万人）

图表67：全球美妆工具行业发展趋势预判

图表68：2023-2030年全球美妆工具行业市场前景预测（单位：亿美元）

图表69：中国美妆工具行业市场主体类型构成

图表70：中国美妆工具行业企业入场方式

图表71：2000-2023年中国美妆工具行业历年新增企业数量（单位：家）

图表72：截至2023年2月中国美妆工具行业注册企业经营状态（单位：家，%）

图表73：截至2023年2月中国美妆工具行业企业注册资本分布（单位：家）

图表74：截至2023年2月中国美妆工具行业注册企业省市分布

图表75：截至2023年2月中国美妆工具行业31省市企业平均注册资本（单位：万元）

图表76：中国美妆工具发展历程

图表77：中国美妆工具行业进出口商品名称及HS编码

图表78：2018-2022年中国美妆工具行业进出口总额（单位：亿元）

图表79：2018-2022年中国美妆工具进口数量（单位：支，千克）

图表80：2018-2022年中国美妆工具进口金额（单位：亿元）

图表81：2018-2022年中国美妆工具进口价格水平（单位：元/支，元/千克）

图表82：2022年中国美妆工具行业进口产品结构（按进口金额）（单位：%）

图表83：2018-2022年中国美妆工具出口数量（单位：支，千克）

图表84：2018-2022年中国美妆工具出口金额（单位：亿元）

图表85：2018-2022年中国美妆工具出口价格水平（单位：元/支，元/千克）

图表86：2022年中国美妆工具行业出口产品结构（按金额）（单位：%）

图表87：中国美妆工具行业进出口贸易影响因素及发展趋势分析

图表88：中国化妆品进出口贸易发展趋势预判

图表89：中国主要美妆工具品牌经营的美妆工具类型及价格水平

图表90：中国美妆工具行业代表性企业产量

图表91：2021年8月-2022年7月中国线上各平台美妆销售额及增长情况（单位：亿元，%）

图表92：2021年8月-2022年7月中国线上美妆各子类增长及占比情况（单位：亿元，%）

图表93：2022年中国美妆工具行业主要企业销售收入（单位：亿元）

图表94：2017-2022年中国化妆品零售总额（单位：亿元）

图表95：2018-2022年中国彩妆市场规模（单位：亿元）

图表96：2017-2021年中国线上渠道彩妆细分品类销售额占比（单位：%）

图表97：2017-2022年中国美妆工具市场规模（单位：亿元）

图表98：中国美妆工具行业市场发展痛点分析

图表99：2019-2022年中国美妆行业消费者性别分布（单位：%）

图表100：2022年美妆行业分城市等级关注度占比（单位：%）

图表101：2021年中国美妆消费者线下美妆产品意愿度（单位：%）

图表102：2021年中国美妆消费者品牌偏好（单位：%）

图表103：2021年中国美妆消费者化妆品频率和消费水平（单位：%）

图表104：2021年中国美妆消费者化妆品的影响因素及种草途径（单位：%）

图表105：2011-2021年中国化妆品行业下游市场需求结构（单位：%）

图表106：2019-2021年淘宝天猫美妆工具成交成品价格分布（单位：%）

图表107：中国美妆工具零售渠道布局历程

图表108：中国美妆工具品牌营销渠道布局情况

图表109：中国美妆工具行业营销趋势

图表110：直播带货和传统电商决策路径变化

图表111：美妆工具产品KOL种草全过程

图表112：KOL营销+美妆工具营销思路案例（一）

图表113：KOL营销+美妆工具营销思路案例（二）

图表114：2022年IP授权产品与同类产品的销售额差别（单位：%）

图表115：中国美妆工具行业竞争者入场进程

图表116：中国美妆工具行业竞争者区域分布热力图

图表117：中国美妆工具行业代表性企业品牌业务竞争力评价

图表118：2021年中国美妆工具代表性企业品牌的价格区间及档位情况（单位：元）

图表119：中国面膜行业竞争层次概览

图表120：2023年中国美妆工具品牌排名

略