

中国彩妆行业竞争现状分析及未来发展趋势报告2023-2029年

产品名称	中国彩妆行业竞争现状分析及未来发展趋势报告 2023-2029年
公司名称	北京中研华泰信息技术研究院销售部
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	北京市朝阳区北苑东路19号院4号楼27层2708
联系电话	18766830652 18766830652

产品详情

中国彩妆行业竞争现状分析及未来发展趋势报告2023-2029年*****

****【报告编号】365686【出版日期】2023年3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 第一章 彩妆相关概述1.1

彩妆基本介绍1.1.1 彩妆概念界定1.1.2 彩妆注意事项1.2 彩妆产品相关介绍1.2.1 彩妆产品功效1.2.2

彩妆产品分类1.2.3 产品主要成分第二章 2021-2023年化妆品行业发展分析2.1

2021-2023年国际化妆品行业发展综合分析2.1.1 国际市场发展现状2.1.2 国际市场区域格局2.1.3

国际市场专利技术2.1.4 美国化妆品行业发展2.1.5 日本化妆品行业发展2.2

2021-2023年中国化妆品行业发展综述2.2.1 行业发展历程2.2.2 行业发展现状2.2.3 销售渠道分析2.2.4

化妆品相关政策2.3 2021-2023年中国化妆品市场发展分析2.3.1 市场规模分析2.3.2 人均消费水平2.3.3

市场产量分析2.3.4 市场份额分析2.3.5 市场集中度分析2.3.6 进口规模情况2.4

2021-2023年中国化妆品市场消费行为分析2.4.1 消费人群偏好2.4.2 消费群体结构2.4.3 消费年龄结构2.4.4

品类需求分析2.4.5 男性消费偏好2.4.6 产品成分关注2.5 中国化妆品行业发展存在的问题分析2.5.1

假冒伪劣化妆品问题2.5.2 法律法规相对滞后2.5.3 缺少**检验机构2.5.4 行业协会主要问题2.6

中国化妆品行业发展对策建议2.6.1 建立安全风险监测体系2.6.2 打造高质量监管专业团队2.6.3

建立产品安全评估体系2.6.4 帮助行业协会发挥职能作用2.6.5 构建并完善信息共享机制2.6.6

健全安全技术法规标准2.6.7 建立上市前期化妆品许可备案第三章 2021-2023年中国彩妆行业发展分析3.1

2021-2023年中国彩妆行业发展综述3.1.1 发展动力分析3.1.2 市场发展规模3.1.3 市场结构分析3.2

2021-2023年中国彩妆细分市场发展分析3.2.1 细分市场规模3.2.2 男性彩妆消费3.2.3 口红经济分析3.2.4

底妆产品销量3.2.5 眼妆产品销量3.3 2021-2023年中国彩妆市场消费行为分析3.3.1 消费年龄结构3.3.2

消费主力分析3.3.3 彩妆明星效应3.4 2021-2023年中国彩妆市场品牌发展分析3.4.1 彩妆品牌竞争3.4.2

品牌需求强劲3.4.3 品牌塑造因素第四章 2021-2023年中国彩妆市场竞争分析4.1

2021-2023年中国彩妆市场销售竞争分析4.1.1 销售渠道竞争4.1.2 细分市场竞争4.1.3 国产替代情况4.2

2021-2023年中国彩妆市场竞争格局分析4.2.1 市场集中程度4.2.2 品牌竞争格局4.2.3 价格竞争分析4.3

中国本土彩妆品牌竞争现状分析4.3.1 玛丽黛佳4.3.2 完美日记4.3.3 花西子4.3.4 毛戈平第五章

2021-2023年中国彩妆市场营销综合分析5.1 中国化妆品销售渠道综合分析5.1.1 行业分销渠道类型5.1.2

分销渠道影响因素5.1.3 销售渠道发展问题5.1.4 渠道创新发展建议5.1.5 国产品牌营销策略5.2

中国彩妆行业营销现状分析5.2.1 营销方式演变分析5.2.2 彩妆营销数据5.2.3 社交营销分析5.2.4 全域营销分析5.2.5 “化妆品+IP”营销5.2.6 数字化营销分析5.2.7 联名营销发展分析5.2.8 文化营销现状分析5.3 中国彩妆市场新零售销售分析5.3.1 美妆新零售图谱5.3.2 销售渠道分布5.3.3 营销传播方式5.3.4 市场偏好现状5.3.5 产业升级路径5.3.6 渠道营销多元5.3.7 品牌营销方向5.3.8 新零售营销案例5.3.9 新零售营销策略5.4 中国彩妆企业战略营销分析5.4.1 战略营销意义5.4.2 战略营销模式5.4.3 战略营销重点5.5 中国彩妆营销典型品牌案例分析——完美日记5.5.1 主要营销理论5.5.2 营销现状分析5.5.3 营销困境分析5.5.4 营销优化策略第六章 2021-2023年国际重点彩妆企业分析6.1 *** (LOREAL) 6.1.1 企业发展概况6.1.2 2021年企业经营状况分析6.1.3 2022年企业经营状况分析6.1.4 2023年企业经营状况分析6.2 **** (EsteeLauder) 6.2.1 企业发展概况6.2.2 2022财年企业经营状况分析6.2.3 2023财年企业经营状况分析6.2.4 2023财年企业经营状况分析6.3 ***太平洋 (AmorePacific) 6.3.1 企业发展概况6.3.2 2020年企业经营状况分析6.3.3 2021年企业经营状况分析6.3.4 2022年企业经营状况分析6.4 *** (Shiseido) 6.4.1 企业发展概况6.4.2 2021年企业经营状况分析6.4.3 2022年企业经营状况分析6.4.4 2023年企业经营状况分析6.5 酩悦?轩尼诗 - 路易?威登集团 (LVMH) 6.5.1 企业发展概况6.5.2 2021年企业经营状况分析6.5.3 2022年企业经营状况分析6.5.4 2023年企业经营状况分析第七章 2023-2029年中国彩妆行业投资分析及未来发展预测7.1 中国彩妆行业投资潜力分析7.1.1 彩妆行业投资机会7.1.2 彩妆行业投资逻辑7.1.3 彩妆行业投资建议7.1.4 彩妆行业投资风险7.2 中国彩妆行业未来发展趋势分析7.2.1 彩妆行业发展方向7.2.2 本土彩妆行业展望7.2.3 彩妆行业发展趋势7.3 2023-2029年中国彩妆行业预测分析7.3.1 2023-2029年中国彩妆行业影响因素分析7.3.2 2023-2029年中国彩妆市场规模预测7.3.3 2023-2029年中国化妆品零售总额预测 附录 附录一：化妆品生产经营监督管理办法 附录二：化妆品生产质量管理规范 附录三：化妆品检验机构资质认定条件（征求意见稿） 图表目录 图表1 2010-2021年全球化妆品市场规模 图表2 2021年化妆品品牌市场 图表3 2021年全球化妆品市场区域格局 图表4 2016-2021年日本化妆品产销量 图表5 2017-2021年日本化妆品细分产品销售收入 图表6 中国化妆品KA渠道劣势 图表7 中国本土化妆品品牌进驻百货渠道壁垒 图表8 中国化妆品CS渠道优势 图表9 2020-2022年全国化妆品零售总额 图表10 2016-2021年中国化妆品产量 图表11 2021年中国化妆品进口金额 图表12 2022年中国消费者对新款化妆品的态度调查 图表13 中国化妆品行业消费群体结构 图表14 不同年龄段护肤化妆习惯占比 图表15 2019年中国化妆品消费人群占比按年龄分 图表16 2019年中国化妆品市场细分领域同比增速 图表17 2019年中国化妆品市场细分领域同比增速 图表18 2017-2023年全球男士化妆品行业市场规模统计情况及预测 图表19 2018年中国男性化妆品消费增速统计情况 图表20 2018年男性化妆品品类增速统计情况 图表21 2018年中国男性化妆品细分产品关注度统计情况 图表22 2015-2025年中国彩妆市场规模 图表23 2021年中国彩妆市场结构 图表24 2021年中国彩妆市场细分品类规模 图表25 2016-2023年中国男性护肤品市场规模及预测 图表26 2022年“6?18”购物节天猫男士护理产品销量排行 图表27 2019年不同年龄群体美妆消费超过2000元的比例 图表28 2019年影响美妆产品选择的重要因素（按年龄分） 图表29 2019年*常购买美妆产品的渠道（按年龄分） 图表30 2021年中国彩妆品牌竞争格局 图表31 2015-2021年中国美妆个护市场各渠道销售额占比 图表32 2011-2020年中国高端/大众彩妆市场规模及增速 图表33 2018-2021各国彩妆品牌在中国市占率变化 图表34 2011-2020年中国彩妆行业集中度呈下降趋势