

# 中国彩妆行业运营策略及投资商机分析报告2023-2030年

产品名称	中国彩妆行业运营策略及投资商机分析报告2023-2030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

中国彩妆行业运营策略及投资商机分析报告2023-2030年

【全新修订】：2023年5月

【出版机构】：中赢信合研究网

【内容部分有删减·详细可参中赢信合研究网出版完整信息！】

【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】：何晶晶 顾佳

### 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 2022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 \*\*\*\* (Estelauder)

#### 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 2021年企业经营状况分析

#### 6.3.3 2022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 2022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 2022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 2023-2030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 2023-2030年中国彩妆行业预测分析

#### 7.3.1 2023-2030年中国彩妆行业影响因素分析

#### 7.3.2 2023-2030年中国彩妆市场规模预测

#### 7.3.3 2023-2030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 2010-2022年全球化妆品市场规模

图表2 2022年化妆品品牌市场

图表3 2022年全球化妆品市场区域格局

图表4 2016-2022年日本化妆品产销量

图表5 2017-2022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 2016-2022年中国化妆品产量

图表11 2022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 2020年中国化妆品消费人群占比按年龄分

图表16 2020年中国化妆品市场细分领域同比增速

图表17 2020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 2019年中国男性化妆品消费增速统计情况

图表20 2019年男性化妆品品类增速统计情况

图表21 2019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 2022年中国彩妆市场结构

图表24 2022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 2020年不同年龄群体美妆消费超过2000元的比例

图表28 2020年影响美妆产品选择的重要因素（按年龄分）

图表29 2020年常购买美妆产品的渠道（按年龄分）

图表30 2022年中国彩妆品牌竞争格局

图表31 2015-2022年中国美妆个护市场各渠道销售额占比

图表32 2011-2021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 2011-2021年中国彩妆行业集中度呈下降趋势

图表35 2011-2021年中国彩妆市场市占率TOP10

图表36 2021年中国彩妆市场TOP10品牌市占率变化情况

图表37 主要国内和国际彩妆品牌矩阵

图表38 2022年“彩妆套装”销售额Top10品牌销售情况

图表39 2022年彩妆套装价格分布情况（按销售额）

图表40 2022年彩妆套装价格分布情况（按销售量）

图表41 逸仙电商管理层在快消、电商运营等方面经验丰富

图表42 2022年完美日记旗舰店各品类销量占比

图表43 2022年天猫眼影盘销售额TOP5

图表44 2021年逸仙电商拥有DTC客户3230万人

图表45 2018-2022年逸仙电商各渠道营业收入

图表46 完美日记在小红书各类型达人（非素人）占比

图表47 完美日记在KOL投放上远超其他彩妆品牌

图表48 各彩妆所处价格带对比

图表49 花西子产品成分大多添加花草提取物

图表50 花西子产品开发流程

图表51 MGPIN产品可分为彩妆、护肤、工具三大系列

图表52 国货彩妆价格带与产品定位对比

图表53 国货品牌口红价格对比

图表54 毛戈平“气蕴东方”系列部分产品

图表55 MGPIN通过降低产品克重压低单价

图表56 2020-2022年MGPIN天猫旗舰店销售额

图表57 2019-2022年毛戈平曾11次登上微博热搜

图表58 2022年典型品类商业笔记数量

图表59 2022年护肤商业笔记/整体商业笔记平均互动量

图表60 2022年预估投放费用品牌信息排名

图表61 小红书官方上线的“品牌违规分”具体内容

图表62 \*\*发展历程分析

图表63 \*\*营销方式分析

图表64 2022年\*\*社交媒体营销话题

图表65 橘朵发展历程分析

图表66 2022年橘朵社交媒体营销话题内容及声量分布

图表67 \*\*\*发展历程分析

图表68 2022年\*\*\*社交媒体营销话题内容及声量分布

图表69 中国市场美妆新零售产业图谱

图表70 彩妆品牌主要销售渠道

图表71 美妆资讯获取渠道

图表72 美妆产业未来营销示意图

图表73 彩妆销售渠道未来发展示意图

图表74 “完美日记”线下门店分布情况

图表75 2019-2021年\*\*\*综合收益表

图表76 2019-2021年\*\*\*分部资料

图表77 2019-2021年\*\*\*收入分地区资料

图表78 2020-2022年\*\*\*综合收益表

图表79 2020-2022年\*\*\*分部资料

图表80 2022年\*\*\*收入分地区资料

图表81 2021-2022年\*\*\*综合收益表

图表82 2021-2022年\*\*\*分部资料

图表83 2021-2022年\*\*\*收入分地区资料

图表84 2020-2021财年\*\*\*\*综合收益表

图表85 2020-2021财年\*\*\*\*收入分产品资料

图表86 2020-2021财年\*\*\*\*收入分地区资料

图表87 2021-2022财年\*\*\*\*综合收益表

图表88 2021-2022财年\*\*\*\*收入分产品资料

图表89 2021-2022财年\*\*\*\*收入分地区资料

图表90 2022-2023财年\*\*\*\*综合收益表

图表91 2022-2023财年\*\*\*\*收入分产品资料

图表92 2022-2023财年\*\*\*\*收入分地区资料

图表93 2018-2020年\*\*\*太平洋综合收益表

图表94 2019-2021年\*\*\*太平洋综合收益表

图表95 2020-2022年\*\*\*太平洋综合收益表

图表96 2019-2021年\*\*\*综合收益表

图表97 2019-2021年\*\*\*收入分地区资料

图表98 2020-2022年\*\*\*综合收益表

图表99 2020-2022年\*\*\*收入分地区资料

图表100 2021-2022年\*\*\*综合收益表

图表101 2021-2022年\*\*\*收入分地区资料

图表102 2019-2021年LVMH综合收益表

图表103 2019-2021年LVMH收入分产品资料

图表104 2019-2021年LVMH收入分地区资料

图表105 2020-2022年LVMH综合收益表

图表106 2020-2022年LVMH收入分产品资料

图表107 2020-2022年LVMH收入分地区资料

图表108 2021-2022年LVMH收入分产品资料

图表109 国货彩妆市场竞争优势与发展机会分析情况

图表110 彩妆行业投资逻辑从营销驱动转变为营销、产品和消费者运营的综合竞争

图表111 营销、产品和消费者运营动态模型

图表112 重点公司盈利预测与估值表

图表113 2023-2030年中国彩妆市场规模预测

图表114 2023-2030年中国化妆品零售总额预测

图表115 化妆品生产车间环境要求