

中国美妆工具市场竞争现状及前景规模调查报告2023-2028年

产品名称	中国美妆工具市场竞争现状及前景规模调查报告 2023-2028年
公司名称	北京中研智业信息咨询有限公司
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（ 注册地址）
联系电话	010-57126768 15263787971

产品详情

中国美妆工具市场竞争现状及前景规模调查报告2023-2028年【报告编号】：398842【出版时间】：2023年5月【出版机构】：中研智业研究院【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+电子】：7000元
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)***1)企业简介2)企业经营状况3)企业业务架构4)企业销售区域分布5)企业美妆工具业务布局6)企业在华投资布局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(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9.2.3 上海震亮化妆品有限公司：玛丽黛佳(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)企业美妆工具业务发展优劣势分析9.2.4 广州卡迪莲化妆品科技有限公司：*** (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)企业美妆工具业务生产端布局状况3)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9.2.5 上海橘宜化妆品有限公司：橘朵(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)企业美妆工具业务发展优劣势分析9.2.6 上海丰邑信息科技发展有限公司(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(4)企业美妆工具业务发展优劣势分析9.2.7 上海沁颖化妆品有限公司(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(3)企业美妆工具业务布局及发展状况(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9.2.8 广州上野美妆用品有限公司(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)企业美妆工具业务生产端布局状况3)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9.2.9 中山尚洋科技股份有限公司(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(5)企业美妆工具业务发展优劣势分析9.2.10 雅香丽化妆用品(深圳)有限公司(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)企业美妆工具业务生产端布局状况3)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31：2022年中国消费者通过不同方式购物频率情况（单位：%）

图表32：2022年中国消费者不同品类商品购物方式选择（单位：%）

图表33：2022年中国消费者品牌忠诚度影响因素调查（单位：%）

图表34：2022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48：2022年人均彩妆消费额（单位：美元）

图表49：2022年全球各地区美妆市场份额（单位：%）

图表50：2022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63：2022年***集团产品结构——按销售收入（单位：%）

图表64：2022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68：2023-2028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91：2021-2022年中国线上各平台美妆销售额及增长情况（单位：亿元，%）
图表92：2021-2022年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96：2018-2022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101：2022年中国美妆消费者线下美妆产品**意愿度（单位：%）
图表102：2022年中国美妆消费者品牌偏好（单位：%）
图表103：2022年中国美妆消费者化妆品**频率和消费水平（单位：%）
图表104：2022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105：2012-2022年中国化妆品行业下游市场需求结构（单位：%）
图表106：2019-2022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118：2022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