

中国彩妆产品市场竞争格局与投资前景趋势预测报告2023-2029年

产品名称	中国彩妆产品市场竞争格局与投资前景趋势预测报告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

中国彩妆产品市场竞争格局与投资前景趋势预测报告2023-2029年.....[报告编号]372689[出版日期] 2023年6月[出版机构] 中研华泰研究院 [报告价格] 纸质版:6500元 电子版:6800元 纸质版+电子版:7000元 [交付方式] EMIL电子版或特快专递 [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 报告目录 第1章:中国彩妆产品发展综述1.1 彩妆产品概述1.1.1 彩妆产品的概念分析1.1.2 彩妆产品的类别分析1.2 彩妆产品发展环境分析1.2.1 行业政策环境分析(1) 行业相关标准(2) 行业相关政策1.2.2 行业经济环境分析(1) 中国经济增长情况(2) 经济形势发展展望(3) 中国居民收支情况1.2.3 行业社会环境分析(1) 从“节约”到“时尚”(2) 从“关注质量”到“关注品牌文化”(3) “她经济”已经成为一种经济现象1.2.4 行业技术环境分析(1) 彩妆功效化(2) 上妆简单化(3) 产品个性化1.3 彩妆产品发展机遇与威胁分析 第2章:全球彩妆产品市场发展状况分析2.1 全球彩妆市场发展现状分析2.1.1 全球彩妆产品发展历程2.1.2 全球彩妆市场规模分析(1) 全球化妆品市场规模分析(2) 全球彩妆市场规模分析2.1.3 全球彩妆产品结构分析2.2 全球彩妆市场竞争格局分析2.2.1 全球彩妆市场竞争层次分析2.2.2 全球彩妆产品市场品牌格局2.2.3 全球主要彩妆品牌市场份额2.3 主要国家彩妆市场发展分析2.3.1 日本彩妆市场发展分析(1) 日本彩妆市场规模分析(2) 日本彩妆产品特点及代表品牌分析(3) 日本主要彩妆品牌与重点产品分析(4) 日本彩妆品牌市场份额2.3.2 韩国彩妆市场发展分析(1) 韩国彩妆市场规模分析(2) 韩国彩妆产品特点及代表品牌分析(3) 韩国主要彩妆品牌与重点产品分析(4) 韩国彩妆品牌市场份额2.3.3 法国彩妆市场发展分析(1) 法国彩妆市场规模分析(2) 法国彩妆产品特点及代表品牌分析(3) 法国主要彩妆品牌与重点产品分析(4) 法国彩妆品牌市场份额2.3.4 美国彩妆市场发展分析(1) 美国彩妆市场规模分析(2) 美国彩妆产品特点及代表品牌分析(3) 美国主要彩妆品牌与重点产品分析(4) 美国彩妆品牌市场份额2.4 全球彩妆市场投融资与研发分析2.4.1 全球彩妆市场投资现状分析2.4.2 全球彩妆市场融资现状分析2.4.3 全球彩妆市场研发现状分析2.5 全球彩妆市场发展前景分析2.5.1 全球彩妆产品发展前景预测2.5.2 全球彩妆产品发展趋势预测(1) 高端化(2) 细分化(3) 多功能融合(4) 定制化 第3章:中国彩妆产品市场发展现状分析3.1 中国彩妆市场发展概况分析3.1.1 中国彩妆市场发展总况3.1.2 中国彩妆产品发展历程3.1.3 2021-2023年中国彩妆大事记3.2 中国彩妆市场总体发展规模3.2.1 中国彩妆产品总体市场规模(1) 中国化妆品市场规模分析(2) 彩妆在中国化妆品的市场地位(3) 中国彩妆市场规模分析3.2.2 中国人均彩妆产品消费金额3.3 中国线上渠道彩妆发展规模3.3.1 中国彩妆产品线上销售额3.3.2

中国彩妆市场产品结构分析(1)线上渠道彩妆消费品类结构(2)淘系平台彩妆消费品类结构3.4
中国彩妆产品竞争现状分析3.4.1中国彩妆市场竞争层次分析3.4.2中国彩妆产品市场品牌格局3.4.3
中国主要彩妆品牌市场份额3.5中国彩妆市场技术现状与研发分析3.5.1中国彩妆产品技术现状分析3.5.2
中国彩妆产品研发现状分析第4章：中国彩妆产品营销与消费者需求分析4.1
中国境内市场彩妆产品包装现状与趋势分析4.1.1
中国彩妆产品包装现状分析(1)产品包装材质分析(2)产品包装材质分析4.1.2
彩妆产品包装特色分析4.1.3中国彩妆产品包装趋势分析4.2
中国境内市场彩妆产品价格及营销现状分析4.2.1中国彩妆产品市场价格体系分析(1)唇釉(2)隔离霜/
妆前乳(3)粉底液/膏/霜/粉条(4)眼线笔/眼线液(5)腮红/胭脂(6)粉饼/蜜粉/散粉(7)BB霜/CC霜
4.2.2中国彩妆产品市场营销现状分析(1)主要彩妆品牌营销概念分析(2)主要彩妆品牌营销渠道分析
(3)中国彩妆产品营销趋势分析4.3中国境内市场彩妆产品消费者需求特征分析4.3.1
中国境内市场彩妆价格分析4.3.2
中国境内彩妆消费者特征调研(1)消费者年龄构成(2)消费者收入情况(3)消费者职业构成4.3.3
中国境内消费者**特征分析(1)消费者**渠道(2)消费者消费频次(3)消费者**影响因素4.3.4
中国境内消费者产品偏好分析(1)消费者对产品类别偏好(2)消费者特殊偏好分析4.4
中国跨境市场彩妆产品消费者需求特征分析4.4.1跨境市场彩妆产品价格分析4.4.2跨境市场彩妆消费者特
征调研(1)消费者年龄构成(2)消费者收入情况(3)消费者职业构成(4)消费者性别比例4.4.3
跨境市场消费者**特征分析(1)消费者**方式(2)消费者消费金额(3)消费者**影响因素4.4.4
跨境市场消费者产品偏好分析4.5中国彩妆产品新兴营销渠道与趋势分析4.5.1
网络直播+彩妆(1)定义(2)发展现状4.5.2KOL种草+彩妆(1)定义(2)发展现状4.5.3
**经济+彩妆(1)定义(2)发展现状4.5.4
热门IP+彩妆(1)定义(2)发展现状第5章：彩妆产品细分市场发展状况分析5.1
脸部彩妆市场发展分析5.1.1脸部彩妆市场产品分析5.1.2
脸部彩妆市场发展规模分析(1)中国脸部彩妆总体市场规模(2)中国脸部彩妆线上销售额5.1.3
脸部彩妆市场竞争格局(1)不同类别产品竞争格局(2)竞争品牌分析5.1.4
脸部彩妆市场发展前景与趋势(1)市场前景预测(2)市场趋势预测5.2唇部彩妆市场发展分析5.2.1
唇部彩妆市场产品分析5.2.2
唇部彩妆市场发展规模分析(1)中国唇部彩妆总体市场规模(2)中国唇部彩妆线上销售额5.2.3
唇部彩妆市场竞争格局(1)不同类别产品竞争格局(2)不同价格区间竞争格局(3)竞争品牌分析5.2.4
唇部彩妆市场发展前景与趋势(1)市场前景预测(2)市场趋势预测5.3眼部彩妆市场发展分析5.3.1
眼部彩妆市场产品分析5.3.2
眼部彩妆市场发展规模(1)中国眼部彩妆总体市场规模(2)中国眼部彩妆线上销售额5.3.3
眼部彩妆市场竞争格局(1)不同类别产品竞争格局(2)不同价格区间竞争格局(3)竞争品牌分析5.3.4
眼部彩妆市场发展前景与趋势(1)市场前景预测(2)市场趋势预测第6章：国内外彩妆产品重点企业
案例分析6.1国际彩妆产品品牌业务布局分析6.1.1***集团(L'OREAL)(1)企业发展简况分析(2)企
业经营情况分析(3)企业销售区域分布(4)企业彩妆业务表现及集团地位(5)企业彩妆业务布局及主
要品牌(6)企业彩妆业务在华业绩表现6.1.2****集团(EsteeLauder)(1)企业发展简况分析(2)企
业经营情况分析(3)企业销售区域分布(4)企业彩妆业务表现及集团地位(5)企业彩妆业务布局及主
要品牌(6)企业彩妆业务在华业绩表现6.1.3***集团(Shiseido)(1)企业发展简况分析(2)企业经
营情况分析(3)企业销售区域分布(4)企业彩妆业务表现及集团地位(5)企业彩妆业务布局及主
要品牌(6)企业彩妆业务在华业绩表现6.1.4***太平洋集团(AMOREPACIFIC)(1)企业发展简况分析(2)企
业经营情况分析(3)企业销售区域分布(4)企业彩妆业务表现及集团地位(5)企业彩妆业务布局及主
要品牌(6)企业彩妆业务在华业绩表现6.1.5***集团(CHANEL)(1)企业发展简况分析(2)企业经
营情况分析(3)企业销售区域分布(4)企业彩妆业务表现及集团地位(5)企业彩妆业务布局及主
要品牌(6)企业彩妆业务在华业绩表现6.1.6LVMH集团(1)企业发展简况分析(2)企业经营情况分析(3)企
业销售区域分布(4)企业彩妆业务表现及集团地位(5)企业彩妆业务布局及主要品牌(6)企业彩妆业
务在华业绩表现6.2国内彩妆产品品牌案例分析6.2.1***集团(PROYA)(1)企业发展简况分析(2)企业
经营状况分析(3)企业彩妆产品业务分析(4)企业销售渠道与网络分析(5)企业发展优劣势分析6.2.2毛
戈平(1)品牌发展简况分析(2)品牌经营状况分析(3)彩妆产品业务分析(4)品牌销售渠道与网络
(5)品牌经营状况优劣势分析6.2.3完美日记(1)品牌发展简况分析(2)品牌经营状况分析(3)彩
妆产品业务分析(4)品牌营销模式分析(5)品牌经营状况优劣势分析6.2.4花西子(1)品牌发展简况分析

(2) 品牌经营状况分析 (3) 彩妆产品业务分析 (4) 品牌营销模式分析 (5) 品牌经营状况优劣势分析6.2.5 *** (1) 品牌发展简况分析 (2) 品牌经营状况分析 (3) 彩妆产品业务分析 (4) 品牌销售渠道与网络 (5) 品牌经营状况优劣势分析6.2.6 橘朵 (1) 品牌发展简况分析 (2) 品牌经营状况分析 (3) 彩妆产品业务分析 (4) 品牌营销模式分析 (5) 品牌经营状况优劣势分析6.2.7 稚优泉 (1) 品牌发展简况分析 (2) 品牌经营状况分析 (3) 彩妆产品业务分析 (4) 品牌营销模式分析 (5) 品牌经营状况优劣势分析6.2.8 玛丽黛佳 (1) 品牌发展简况分析 (2) 品牌经营状况分析 (3) 彩妆产品业务分析 (4) 品牌营销模式分析 (5) 品牌经营状况优劣势分析 第7章：中国彩妆产品市场投资潜力与策略规划7.1 中国彩妆产品市场发展前景预测7.1.1 彩妆产品市场发展动力分析7.1.2 彩妆产品市场发展前景预测7.2 中国彩妆产品市场发展趋势预测7.2.1 市场整体趋势预测7.2.2 品牌竞争格局预测7.2.3 产品发展趋势预测 (1) 产品包装发展趋势 (2) 产品功效发展趋势 (3) 产品价格发展趋势 (4) 营销发展趋势7.2.4 渠道发展趋势预测 (1) 零售渠道发展趋势 (2) 跨境渠道发展趋势7.3 中国彩妆产品市场投资策略规划7.3.1 投资价值分析7.3.2 投资机会分析7.3.3 投资策略与建议 (1) 品牌策略 (2) 产品策略 (3) 渠道策略 图表目录 图表1：彩妆产品分类表 图表2：实施日期自2017-2023年彩妆行业的相关标准汇总表3：截至2023年国内彩妆行业相关重点政策汇总表4：2013-2023年中国国内生产总值及其增长速度 (单位：万亿元，%) 图表5：中国社科院2020年1月发布主要经济指标增长预测 (单位：%) 图表6：2023年全国两会公布经济发展目标 (单位：%) 图表7：2015-2023年全国居民人均可支配收入情况 (单位：元) 图表8：2015-2023年全国居民人均消费支出情况 (单位：元) 图表9：2023年化妆品细分行业全网信息量对比情况 (单位：亿条) 图表10：中国彩妆产品发展机遇与威胁分析 图表11：全球彩妆产品发展历程分析 图表12：2012-2023年全球化妆品市场规模及增长 (单位：亿美元，%) 图表13：2012-2023年全球彩妆市场规模情况 (单位：亿美元) 图表14：2023年全球彩妆市场产品结构 (单位：%) 图表15：2023年全球彩妆市场分级品牌竞争情况 图表16：全球彩妆产品市场品牌格局 图表17：2017-2023年***集团与****集团市场份额占比情况 图表18：2017-2023年日本彩妆产品市场规模 (单位：亿美元) 图表19：日本彩妆产品特点及代表品牌分析 图表20：2023年Cosme综合大赏榜单 图表21：2023年日本大彩妆企业市场份额 (单位：%) 图表22：2015-2023年韩国彩妆产品市场规模 (单位：亿美元) 图表23：韩国彩妆产品特点及代表品牌 图表24：韩国主要彩妆品牌及其产品 图表25：2023年韩国大彩妆企业市场份额 (单位：%) 图表26：2015-2023年法国彩妆产品市场规模 (单位：亿美元) 图表27：法国彩妆产品特点及代表品牌 图表28：法国主要彩妆品牌及其产品 图表29：2023年法国前五大彩妆企业市场份额 (单位：%) 图表30：2015-2023年美国彩妆产品市场规模 (单位：亿美元) 图表31：美国彩妆产品特点及代表品牌 图表32：美国主要彩妆品牌及其产品 图表33：2023年美国大彩妆企业市场份额 (单位：%) 图表34：2023年全球彩妆行业中小品牌主要投资事件汇总表 图表35：2023年全球彩妆行业中小品牌主要融资事件汇总表 图表36：全球重点彩妆黑科技产品汇总表 图表37：2023-2029年全球彩妆产品发展规模预测 (单位：亿美元) 图表38：中国彩妆产品市场发展状态描述总结表 图表39：中国彩妆产品发展历程分析 图表40：2021-2023年中国彩妆大事记汇总表 图表41：2013-2023年中国化妆品行业市场规模 (单位：亿元) 图表42：2023年国内化妆品不同品类占比情况 (单位：%) 图表43：2017-2023年中国彩妆市场规模情况 (单位：亿元) 图表44：2023年各国人均彩妆产品消费金额对比 (单位：元) 图表45：2021-2023年淘系平台彩妆销售额及增长情况 (单位：亿元，%) 图表46：2017-2023年线上渠道彩妆细分品类销售额占比 (单位：%) 图表47：2021-2023年淘系平台彩妆细分品类成交额占比 (单位：%) 图表48：2023年中国彩妆市场分级品牌竞争情况 图表49：中国彩妆产品市场品牌格局 图表50：2021-2023年淘系平台主要彩妆品牌月度市场份额变化情况 (单位：%) 图表51：化妆品原料供应商分布情况 图表52：化妆品研发介绍 图表53：2011-2023年**研发投入增长情况 (单位：亿欧元，%) 图表54：彩妆产品主要包装材质 图表55：主要彩妆产品的包装类型 图表56：故宫彩妆包装设计融合中国古典元素 图表57：2023年情人节部分彩妆包装案例 图表58：消费者对化妆品包装满意度情况 (单位：%) 图表59：彩妆产品包装未来发展趋势 图表60：唇釉产品消费价格区间分布 (单位：%) 图表61：隔离霜/妆前乳产品消费价格区间分布 (单位：%) 图表62：粉底液/膏/霜/粉条产品消费价格区间分布 (单位：%) 图表63：眼线笔/眼线液产品消费价格区间分布 (单位：%) 图表64：腮红/胭脂产品消费价格区间分布 (单位：%) 图表65：粉饼/蜜粉/散粉产品消费价格区间分布 (单位：%) 图表66：BB霜/CC霜产品消费价格区间分布 (单位：%) 图表67：主要彩妆品牌营销概念和特色汇总 图表68：中国彩妆营销发展历程 图表69：主要彩妆品牌营销渠道 图表70：中国境内市场彩妆产品价格情况 (单位：元/件) 图表71：彩妆消费者年龄分布 (单位：%) 图表72：消费者收入构成 (月收入) (单位：%) 图表73：消费者职业构成 (单位：%) 图表74：消费者**渠道分布 (单位：%) 图表75：消费者消费频次分布 (单位：%) 图表76：消费者**影响因素 (单位：%) 图表77：彩妆品类声量占比 (单位：%) 图表78：跨境市场彩妆产品价格情况 图表79：跨境市场消费者年龄构成 (单位：%) 图

表80：跨境市场消费者收入区间构成（单位：%） 图表81：跨境市场消费者职业构成（单位：%） 图表82：跨境市场消费者性别构成（单位：%） 图表83：跨境市场消费者**方式构成（单位：%） 图表84：跨境市场消费者消费金额构成（单位：%） 图表85：跨境市场消费者**影响因素（单位：%） 图表86：跨境市场消费者产品品类偏好（单位：%） 图表87：直播带货和传统电商决策路径变化 图表88：2023年双十一预售期间李佳琦直播中部分美妆品牌产品及口碑产品出现频次汇总（单位：次） 图表89：网红直播与传统电商**转化率对比（单位：%） 图表90：美妆产品KOL种草全过程