

# 2013-2017年中国彩妆市场 监测及投资前景研究报告

## 报告目录及图表目录

博思数据研究中心编制

[www.bosidata.com](http://www.bosidata.com)

# 报告报价

《2013-2017年中国彩妆市场监测及投资前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.bosidata.com/rihua1303/278029GGKP.html>

【报告价格】纸介版7000元 电子版7200元 纸介+电子7500元

【出版日期】2013-03-08

【交付方式】Email电子版/特快专递

【订购电话】全国统一客服务热线：400-700-3630(免长话费) 010-57272732/57190630

博思数据研究中心

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

# 说明、目录、图表目录

## 报告说明:

博思数据发布的《2013-2017年中国彩妆市场监测及投资前景研究报告》共十五章。报告依据国家统计局、国家信息中心、国际组织、相关行业协会、博思数据库等权威机构的数据。内容严谨，数据翔实，结合丰富的图表，可以直观的看到彩妆行业的发展动态竞争格局等信息。对我国彩妆行业市场环境与发展前景、市场竞争格局与动态、市场需求供给与产销状况、投资风险与规避经营、未来行业趋势与规划建议等进行深入研究，并列举彩妆行业市场行业内重点企业状况，竞争优势等。报告深入揭示了彩妆市场潜在需求和机会，为投资者选择恰当的投资时机和投资决策，为公司领导层做战略规划提供准确的行业市场情报及科学的决策依据，对银行信贷部门也具有重要的参考价值！

通过《2013-2017年中国彩妆市场监测及投资前景研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

随着人们对护肤的重视，化妆品行业取得了飞速发展，而随着护肤品市场的逐渐饱和，很多企业开始转战彩妆市场。我国彩妆消费还远低于国际水平，而随着人们观念的转变，彩妆产品需求也正在不断扩大。

自1995年美宝莲彩妆开始进驻中国市场，这也是最早在国内设立专柜的彩妆品牌，此后随着观念的转变，彩妆逐渐被国人所接受，国内日化企业也开始进军彩妆市场。从2000年到2011年我国彩妆销售额不断上涨，且连续多年增长率超过两位数。2011年，全国重点大型零售企业彩妆品零售额实现同比增长 24.77%，增速高于护肤品5.83个百分点。

中国的彩妆市场还尚未完全开发。目前外资品牌主要占据和开发的是高端产品，而对中低档大众消费市场涉足较少，这在无形中给国内厂家发展大众品牌带来良好的发展机遇。中国市场幅员辽阔，不同地域消费者的消费特征也不尽相同，不同年龄、职业、收入的消费群也存在差异，这给不同的彩妆品牌带来了不同的发展空间。短时间内，彩妆品牌将进一步丰富，市场表现为多品牌格局，明显领先的品牌尚未出现，但个别细分品类的领先态势已经开始出现。

随着市场经济的发展和职场文化的日益国际化，已经有越来越多的中国女性开始认同将化淡妆作为一种基本礼仪，对彩妆的需求量正在持续飞速增长。彩妆作为化妆品市场发展势头迅猛的一支生力军，具有相当大的市场发展潜力。

## 第一章 彩妆产业概述

## 第一节 彩妆基础概述

### 一、彩妆特点及类型划分

### 二、彩妆用品

#### 1、粉底

#### 2、眼影

#### 3、睫毛膏

#### 4、唇彩

## 第二节 彩妆产业链分析

## 第三节 彩妆行业发展成熟度分析

## 第二章 2011-2012年全球彩妆市场运行态势分析

### 第一节 2011-2012年全球彩妆市场运行环境

### 第二节 2011-2012年全球彩妆市场运行透视

#### 一、全球彩妆市场呈上升势头

#### 二、全球彩妆市场规模分析及

#### 三、品牌彩妆化妆品销售情况及占化妆品销售同比分析

##### 1、面部

##### 2、眼部

##### 3、唇部

##### 4、指甲

### 第三节 2011-2012年部分国家地区彩妆市场运行分析

#### 一、欧美

#### 二、巴西

#### 三、亚洲

## 第三章 2011-2012年中国彩妆行业运行形势分析

### 第一节 2011-2012年中国彩妆市场发展概况

#### 一、中国彩妆市场的格局

#### 二、中国彩妆市场驶入快车道

#### 三、国内彩妆市场的可喜变化

#### 四、高档彩妆品渐走俏市场

### 第二节 2011-2012年中国彩妆消费市场分析

一、中国彩妆消费市场亮点聚焦

二、彩妆市场结构和价格走势分析

三、最佳彩妆类产品研究

第三节 2011-2012年中国国产彩妆存在的问题分析

一、国内彩妆品牌发展的困局

二、国内彩妆产品包装单纯模仿国际品牌

第四章 2010-2010年中国彩妆行业运行经济指标监测与分析

第一节 2010-2012年中国彩妆行业总体数据分析

一、2010年中国彩妆行业全部企业数据分析

二、2011年中国彩妆行业全部企业数据分析

三、2012年中国彩妆行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国彩妆行业不同规模企业数据分析

一、2010年中国彩妆行业不同规模企业数据分析

二、2011年中国彩妆行业不同规模企业数据分析

三、2012年中国彩妆行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国彩妆行业不同所有制企业数据分析

一、2010年中国彩妆行业不同所有制企业数据分析

二、2011年中国彩妆行业不同所有制企业数据分析

三、2012年中国彩妆行业不同所有制企业数据分析

第五章 2011-2012年中国彩妆细分市场运行透析

第一节 颊部彩妆市场分析

一、颊部彩妆市场规模

二、颊部彩妆品市场供需形势

三、粉饼市场销售情况

四、粉底液市场销售情况

第二节 唇部彩妆市场分析

一、唇部彩妆市场规模

二、口红市场销售情况及价格分析

三、唇彩市场销售分析及价格分析

第三节 眼部彩妆市场分析

- 一、眼部彩妆市场规模
- 二、眼影市场销售情况及价格分析
- 三、睫毛膏市场销售情况及价格分析
- 第四节 美甲用品发展分析
  - 一、中国美甲业已初具规模
  - 二、中国美甲消费市场亮点聚焦
  - 三、指甲油及其相关产品市场销售情况

## 第六章 2006-2011年中国彩妆化妆品细分产品进出口贸易数据监测

### 第一节 2006-2011年中国香粉进出口数据统计情况（33049100）

- 一、2006-2011年中国香粉出口量及金额统计
- 二、2006-2011年中国香粉进口量及金额统计
- 三、2006-2011年中国香粉进出口价格分析

### 第二节 2006-2011年中国唇用化妆品进出口数据统计情况（33041000）

- 一、2006-2011年中国唇用化妆品出口量及金额统计
- 二、2006-2011年中国唇用化妆品进口量及金额统计
- 三、2006-2011年中国唇用化妆品进出口价格分析

### 第三节 2006-2011年中国眼用化妆品进出口数据统计情况（33042000）

- 一、2006-2011年中国眼用化妆品出口量及金额统计
- 二、2006-2011年中国眼用化妆品进口量及金额统计
- 三、2006-2011年中国眼用化妆品进出口价格分析

### 第四节 2006-2011年中国指(趾)甲化妆品进出口数据统计情况（33043000）

- 一、2006-2011年中国指(趾)甲化妆品出口量及金额统计
- 二、2006-2011年中国指(趾)甲化妆品进口量及金额统计
- 三、2006-2011年中国指(趾)甲化妆品进出口价格分析

## 第七章 2011-2012年中国彩妆区域市场运行探析

### 第一节 华北地区

- 一、消费者消费意识形态
- 二、国内外彩妆品品牌渗透情况
- 三、市场销售动态
- 四、区域潜在消费空间

## 第二节 东北地区

## 第三节 华东地区

## 第四节 华南地区

## 第五节 中南地区

## 第六节 西南地区

# 第八章 2011-2012年中国彩妆市场消费行业调研

## 第一节 2011-2012年中国彩妆市场消费者研究

### 一、中国彩妆消费者收入分析

### 二、彩妆目标客户群体职业分布

### 三、彩妆市场消费需求分析

## 第二节 2011-2012年中国彩妆市场消费者消费行业调研

### 一、消费者彩妆产品使用频次

### 二、消费者彩妆产品品牌忠诚度分析

### 三、消费者彩妆产品价格敏感度分析

### 四、消费者对国内外品牌彩妆产品满意度调研

### 五、消费者彩妆购买渠道调查分布

#### 一、传统渠道

#### 二、大型美容院

### 六、消费者购买彩妆产品选择因素的调查

# 第九章 2011-2012年中国彩妆市场营销解析

## 第一节 2011-2012年中国彩妆化妆品营销概述

### 一、彩妆化妆品营销特点

### 二、中国彩妆活动促销的注意事项

## 第二节 2011-2012年中国重点彩妆品牌营销案例

### 一、美宝莲与娥佩兰的营销对比分析

### 二、卡姿兰彩妆的营销法宝

### 三、贝优婷营销经验解析

### 四、中国丽立美彩妆品牌营销成功启示

## 第三节 2011-2012年彩妆活动促销的注意事项解读

### 一、活动促销对彩妆品牌发展的意义

二、保障彩妆活动促销成功的条件

三、吸引顾客的法则

四、促使活动成功的三要素

第四节 2011-2012年彩妆业营销的问题与策略透析

一、厂商利用护肤品渠道做彩妆存在的问题

二、彩妆市场营销战略

三、化妆品专卖店彩妆营销策略

第十章 2011-2012年中国彩妆行业竞争格局分析

第一节 2011-2012年国际品牌彩妆企业在中国市场的发展动态

一、跨国彩妆品牌在中国市场竞争激烈

二、韩国谜尚在中国彩妆市场的竞争情况

第二节 2011-2012年中国彩妆市场国产与外资品牌的竞争分析

一、中国彩妆市场竞争升级

二、彩妆市场外资与本土品牌的竞争加剧

三、彩妆品牌在中国各区域市场竞争力排名

第三节 2011-2012年中国彩妆市场的竞争策略解读

一、国内彩妆市场应远离价格战

二、国内彩妆企业打造品牌的五大策略

三、彩妆市场竞争力提升的四个关键点

第十一章 2011-2012年国际彩妆品牌国内市场运行浅析

第一节 欧莱雅（L'Oréal）

一、公司简介

二、欧莱雅经营状况分析

三、美宝莲积极培养中国消费市场

四、美宝莲产品高端品质大众化消费

第二节 宝洁（P&G）

一、公司简介

二、宝洁经营状况分析

三、宝洁调整产品结构重点布局彩妆市场

四、宝洁封面女郎彩妆启动中国市场



### 第三节 丝芙兰（Sephora）

#### 一、公司简介

#### 二、丝芙兰在中国加快开店速度

#### 三、丝芙兰化妆品连锁店的创新经营模式

### 第四节 雅诗兰黛（Estelauder）

#### 一、公司简介

#### 二、雅诗兰黛经营状况分析

#### 三、雅诗兰黛加快彩妆市场扩张步伐

### 第五节 资生堂（SHISEIDO）

#### 一、公司简介

#### 二、资生堂经营状况分析

#### 三、资生堂在日本推出低端彩妆品牌

#### 四、资生堂推出The Make up彩妆

### 第六节 雅芳（AVON）

#### 一、公司简介

#### 二、雅芳经营状况分析

#### 三、雅芳化妆品的销售渠道剖析

#### 四、雅芳旗下彩妆品牌UP2U撤出中国市场

## 第十二章 中国彩妆行业优势企业竞争性财务数据分析

### 第一节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司

#### 一、企业基本概况

#### 二、企业销售收入及盈利水平分析

#### 三、企业资产及负债情况分析

#### 四、企业成本费用情况

### 第二节 雅芳（中国）有限公司

#### 一、企业基本概况

#### 二、企业销售收入及盈利水平分析

#### 三、企业资产及负债情况分析

#### 四、企业成本费用情况

### 第三节 资生堂丽源化妆品有限公司

#### 一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

#### 第四节 松泽化妆品（深圳）有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

#### 第五节 苏州尚美国际化妆品有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

#### 第六节 文登夏福美容用品有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

#### 第七节 上海卓多姿中信化妆品有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

#### 第八节 美科化妆品（上海）有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

#### 第九节 坤斯化妆品（深圳）有限公司

一、企业基本概况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

#### 四、企业成本费用情况

#### 第十节 四川艾丽碧丝（集团）有限公司

##### 一、企业基本概况

##### 二、企业销售收入及盈利水平分析

##### 三、企业资产及负债情况分析

##### 四、企业成本费用情况

#### 第十一节 略&hellip;&hellip;

### 第十三章 2013-2017年中国彩妆行业发展趋势预测分析

#### 第一节 2013-2017年中国化妆品市场的发展前景预测

##### 一、中国化妆品市场的发展潜力极大

##### 二、男士化妆品市场商机显现

##### 三、化妆品业未来发展十大趋势

#### 第二节 2013-2017年中国彩妆市场发展趋势展望

##### 一、中国彩妆市场潜力巨大

##### 二、彩妆市场总体发展趋势

##### 三、彩妆原料往安全、天然、滋养方向发展

#### 第三节 2013-2017年中国彩妆业发展战略研究

##### 一、对中国彩妆品牌的战略思考

##### 二、彩妆企业经营管理策略

### 第十四章 2011-2012年中国彩妆行业投资环境分析

#### 第一节 2011-2012年中国彩妆行业经济环境分析

##### 一、GDP历史变动轨迹分析

##### 二、固定资产投资历史变动轨迹分析

##### 三、2013年中国宏观经济发展预测分析

#### 第二节 2011-2012年中国彩妆行业政策环境分析

##### 一、《化妆品卫生规范》

##### 二、《日用化妆品说明标准》

##### 三、《化妆品广告管理办法》

#### 第三节 2011-2012年中国彩妆行业社会环境分析

##### 一、居民消费观念

- 二、中西文化交流
- 三、现代人的审美观

## 第十五章 2013-2017年中国彩妆行业投资机会与风险分析

### 第一节 2011-2012年中国彩妆投资概况

- 一、彩妆投资有利因素
- 二、彩妆投资价值研究

### 第二节 2013-2017年中国彩妆行业投资机会分析

- 一、中国彩妆行业区域投资潜力分析
- 二、中国彩妆行业投资吸引力分析
- 三、中国彩妆行业投资效益分析

### 第三节 2013-2017年中国彩妆行业投资风险分析

- 一、市场竞争风险
- 二、进退入风险
- 三、市场运营机制风险

### 第四节 博思数据投资建议

#### 图表目录：（部分）

图表：2002-2012年全球彩妆市场规模及增长率

图表：2012年1季度中国彩妆产品关注度

图表：2012年4月中国彩妆品牌关注度

图表：2012年5月中国彩妆产品关注度

图表：2012年6月中国彩妆品牌关注度

图表：2012年7月中国彩妆产品关注度

图表：中国化妆品制造业不同规模企业分布结构图

图表：中国化妆品制造业不同所有制企业比例分布图

图表：2012年中国化妆品制造业利润总额增长幅度最快的省市统计表 单位：千元

图表：2012年中国化妆品制造业利润总额增长最快省市变化趋势图

图表：2012年1-11月华北地区彩妆行业所属行业发展现状分析 单位：个、千元

图表：2012年1-11月华北地区彩妆行业所属行业市场需求情况 单位：千元、%

图表：2012年1-11月华北地区彩妆行业所属行业市场资产情况 单位：千元、%

图表：2012年1-11月华北地区彩妆行业所属行业利润分析 单位：千元、%

图表：2012年1-11月华北地区彩妆行业所属行业资产结构分析 单位：千元

图表：2012年1-11月华北地区彩妆行业所属行业成本费用分析 单位：千元

图表：2012年1-11月东北地区彩妆行业所属行业发展现状分析 单位：个、千元

图表：2012年1-11月东北地区彩妆行业所属行业市场需求情况 单位：千元、%

图表：2012年1-11月东北地区彩妆行业所属行业市场资产情况 单位：千元、%

图表：2012年1-11月东北地区彩妆行业所属行业利润分析 单位：千元、%

图表：2012年1-11月东北地区彩妆行业所属行业资产结构分析 单位：千元、%

图表：2012年1-11月东北地区彩妆行业所属行业成本费用分析 单位：千元、%

图表：2012年1-11月华东地区彩妆行业所属行业发展现状分析 单位：个、千元

图表：2012年1-11月华东地区彩妆行业所属行业市场需求情况 单位：千元、%

图表：2012年1-11月华东地区彩妆行业所属行业市场资产情况 单位：千元、%

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

图表：2012年中国彩妆行业不同收入水平消费者偏好调查

图表：2012年中国彩妆行业不同年龄的消费者偏好调查

图表：2012年中国彩妆行业不同地区的消费者偏好调查

图表：2012年客户购买彩妆影响因素的调查

图表：2012年消费者对彩妆产品的品牌偏好调查

图表：2012年消费者对彩妆品牌的首要认知渠道

图表：2012年消费者经常购买彩妆品牌调查

图表：2012年彩妆行业品牌忠诚度调查

图表：2012年十大彩妆品牌排行

图表：2012年十大腮红品牌排行

图表：2011年和2002年上半年中国化妆品品牌市场占有率对比图

图表：2012年中国化妆品生产企业分布图

图表：2012年彩妆行业竞争格局

图表：金融危机后彩妆行业竞争格局

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司销售收入情况

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司盈利指标情况

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司盈利能力情况

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司资产运行指标状况

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司资产负债能力指标分析

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司成本费用构成情况

图表：雅芳（中国）有限公司销售收入情况

图表：雅芳（中国）有限公司盈利指标情况

图表：雅芳（中国）有限公司盈利能力情况

图表：雅芳（中国）有限公司资产运行指标状况

图表：雅芳（中国）有限公司资产负债能力指标分析

图表：雅芳（中国）有限公司成本费用构成情况

图表：资生堂丽源化妆品有限公司销售收入情况

图表：资生堂丽源化妆品有限公司盈利指标情况

图表：资生堂丽源化妆品有限公司盈利能力情况

图表：资生堂丽源化妆品有限公司资产运行指标状况

图表：资生堂丽源化妆品有限公司资产负债能力指标分析

图表：资生堂丽源化妆品有限公司成本费用构成情况

图表：松泽化妆品（深圳）有限公司销售收入情况

图表：松泽化妆品（深圳）有限公司盈利指标情况

图表：松泽化妆品（深圳）有限公司盈利能力情况

图表：松泽化妆品（深圳）有限公司资产运行指标状况

图表：松泽化妆品（深圳）有限公司资产负债能力指标分析

图表：松泽化妆品（深圳）有限公司成本费用构成情况

图表：苏州尚美国际化妆品有限公司销售收入情况

图表：苏州尚美国际化妆品有限公司盈利指标情况

图表：苏州尚美国际化妆品有限公司盈利能力情况

图表：苏州尚美国际化妆品有限公司资产运行指标状况

图表：苏州尚美国际化妆品有限公司资产负债能力指标分析

图表：苏州尚美国际化妆品有限公司成本费用构成情况

图表：文登夏福美容用品有限公司销售收入情况

图表：文登夏福美容用品有限公司盈利指标情况

图表：文登夏福美容用品有限公司盈利能力情况

图表：文登夏福美容用品有限公司资产运行指标状况

图表：文登夏福美容用品有限公司资产负债能力指标分析

图表：文登夏福美容用品有限公司成本费用构成情况

图表：上海卓多姿中信化妆品有限公司销售收入情况

图表：上海卓多姿中信化妆品有限公司盈利指标情况

图表：上海卓多姿中信化妆品有限公司盈利能力情况

图表：上海卓多姿中信化妆品有限公司资产运行指标状况

图表：上海卓多姿中信化妆品有限公司资产负债能力指标分析

图表：上海卓多姿中信化妆品有限公司成本费用构成情况

图表：美科化妆品（上海）有限公司销售收入情况

图表：美科化妆品（上海）有限公司盈利指标情况

图表：美科化妆品（上海）有限公司盈利能力情况

图表：美科化妆品（上海）有限公司资产运行指标状况

图表：美科化妆品（上海）有限公司资产负债能力指标分析

图表：美科化妆品（上海）有限公司成本费用构成情况

图表：坤斯化妆品（深圳）有限公司销售收入情况

图表：坤斯化妆品（深圳）有限公司盈利指标情况

图表：坤斯化妆品（深圳）有限公司盈利能力情况

图表：坤斯化妆品（深圳）有限公司资产运行指标状况

图表：坤斯化妆品（深圳）有限公司资产负债能力指标分析

图表：坤斯化妆品（深圳）有限公司成本费用构成情况

图表：四川艾丽碧丝（集团）有限公司销售收入情况

图表：四川艾丽碧丝（集团）有限公司盈利指标情况

图表：四川艾丽碧丝（集团）有限公司盈利能力情况

图表：四川艾丽碧丝（集团）有限公司资产运行指标状况

图表：四川艾丽碧丝（集团）有限公司资产负债能力指标分析

图表：四川艾丽碧丝（集团）有限公司成本费用构成情况

图表：彩妆技术创新风险的因素表

图表：技术战略与通用企业战略的关系

图表：技术战略的功能与任务

图表：BCG矩阵区投入情况

图表：BCG矩阵模型

图表：区域发展战略咨询流程图

图表：区域SWOT分析图

图表：略&hellip;&hellip;

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

详细请访问：<http://www.bosidata.com/rihua1303/278029GGKP.html>