

2023-2029年中国彩妆产品 产业发展现状与投资战略报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2023-2029年中国彩妆产品产业发展现状与投资战略报告》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.cction.com/report/202304/351282.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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。

二、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2023-2029年中国彩妆产品产业发展现状与投资战略报告》共六章。首先介绍了彩妆产品行业市场发展环境、彩妆产品整体运行态势等，接着分析了彩妆产品行业市场运行的现状，然后介绍了彩妆产品市场竞争格局。随后，报告对彩妆产品做了重点企业经营状况分析，最后分析了彩妆产品行业发展趋势与投资预测。您若想对彩妆产品产业有个系统的了解或者想投资彩妆产品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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。

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）中国经济增长情况及其未来走势

（2）中国居民收入情况

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

1.3 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 全球彩妆产品市场发展状况与前景趋势分析

2.1.1 全球彩妆产品发展历程分析

2.1.2 全球彩妆产品市场规模分析

2.1.3 全球彩妆产品市场品牌格局

2.1.4 全球彩妆产品发展前景预测

2.1.5 全球彩妆产品发展趋势预测

2.2 日本彩妆产品市场发展状况分析

2.2.1 日本彩妆产品市场现状分析

2.2.2 日本彩妆产品特点及代表品牌分析

2.2.3 日本彩妆产品市场发展趋势分析

2.3 韩国彩妆产品市场发展状况分析

2.3.1 韩国彩妆产品市场现状分析

2.3.2 韩国彩妆产品特点及代表品牌分析

2.3.3 韩国彩妆产品市场发展趋势分析

2.4 法国彩妆产品市场发展状况分析

2.4.1 法国彩妆产品市场现状分析

2.4.2 法国彩妆产品特点及代表品牌分析

2.4.3 法国彩妆产品市场发展趋势分析

2.5 美国彩妆产品市场发展状况分析

2.5.1 美国彩妆产品市场现状分析

2.5.2 美国彩妆产品市场发展趋势分析

2.6 澳洲彩妆产品市场发展状况分析

2.6.1 澳洲彩妆产品市场现状分析

2.6.2 澳洲彩妆产品市场发展趋势分析

第3章：中国彩妆产品市场发展与消费者需求分析

3.1 中国彩妆产品市场发展状况分析

3.1.1 中国彩妆产品市场发展总况

3.1.2 中国彩妆产品市场规模分析

3.1.3 中国彩妆产品配方技术特点及代表品牌

3.2 中国境内市场彩妆产品包装、价格及营销渠道分析

3.2.1 中国彩妆产品包装分析

(1) 产品包装材质分析

(2) 产品包装趋势分析

3.2.2 中国彩妆产品市场价格分析

(1) 唇釉

(2) 隔离霜/妆前乳

(3) 粉底液/膏/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

3.2.3 中国彩妆产品市场销售渠道分析

3.3 中国境内市场彩妆产品消费者需求特征分析

3.3.1 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

3.3.2 消费者购买特征分析

(1) 消费者购买渠道

(2) 消费者消费频次

(3) 消费者购买影响因素

3.3.3 消费者产品偏好分析

(1) 消费者对产品功效需求

(2) 消费者特别偏好分析

3.4 中国跨境市场彩妆产品消费者需求分析

3.4.1 跨境市场TOP5彩妆产品分析

3.4.2 跨境市场消费者特征调研

(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

3.4.3 跨境市场消费者购买特征分析

(1) 消费者购买方式

(2) 消费者消费金额

(3) 消费者购买影响因素

3.4.4 跨境市场消费者产品偏好分析

第4章：彩妆产品细分市场发展状况分析

4.1 脸部彩妆市场发展分析

4.1.1 脸部彩妆市场产品分析

4.1.2 脸部彩妆市场发展规模分析

4.1.3 脸部彩妆市场竞争格局

(1) 脸部彩妆市场整体竞争格局

(2) BB霜线上市场竞争格局

4.1.4 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

4.2 唇部彩妆市场发展分析

4.2.1 唇部彩妆市场产品分析

4.2.2 唇部彩妆市场发展规模分析

4.2.3 唇部彩妆市场竞争格局

4.2.4 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

4.3 眼部彩妆市场发展分析

4.3.1 眼部彩妆市场产品分析

4.3.2 眼部彩妆市场发展规模

4.3.3 眼部彩妆市场竞争格局

4.3.4 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5章：国内外彩妆产品领先企业案例分析

5.1 国际领先彩妆产品品牌业务布局分析

5.1.1 蝶翠诗（DHC）

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业彩妆产品业务布局分析
- (4) 企业销售区域分布
- (5) 企业在华竞争分析

5.1.2 植村秀(Shu Uemura)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业彩妆产品业务布局分析
- (4) 企业销售区域分布
- (5) 企业在华竞争分析

5.1.3 巴黎欧莱雅 (L'OREAL PARIS)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业彩妆产品业务布局分析
- (4) 企业销售区域分布
- (5) 企业在华竞争分析

5.1.4 雅诗兰黛 (EsteeLauder)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业彩妆产品业务布局分析
- (4) 企业销售区域分布
- (5) 企业在华竞争分析

5.1.5 资生堂 (Shiseido)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业彩妆产品业务布局分析
- (4) 企业销售区域分布
- (5) 企业在华竞争分析

5.1.6 爱茉莉太平洋集团

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析

- (3) 企业底妆产品业务布局分析
- (4) 企业销售区域分布
- (5) 企业在华竞争分析

5.1.7 香奈儿 (CHANEL)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业彩妆产品业务布局分析
- (4) 企业销售区域分布
- (5) 企业在华竞争分析

5.1.8 迪奥 (Dior)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业底妆产品业务布局分析
- (4) 企业销售区域分布
- (5) 企业在华竞争分析

5.1.9 SK-II

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业底妆产品业务布局分析
- (4) 企业销售区域分布
- (5) 企业在华竞争分析

5.2 国内彩妆产品领先品牌案例分析

5.2.1 植美村

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业底妆产品业务布局分析
- (4) 企业销售渠道与网络分析
- (5) 企业发展优劣势分析

5.2.2 屈臣氏 (Watsons)

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (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

5.2.3 珀莱雅 (PROYA)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(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

5.2.4 韩束 (KanS)

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业彩妆产品业务布局分析

(4) 企业销售渠道与网络分析

(5) 企业发展优劣势分析

5.2.5 卡姿兰

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业彩妆产品业务布局分析

(4) 企业销售渠道与网络分析

(5) 企业发展优劣势分析

第6章：中国彩妆产品市场投资潜力与策略规划

6.1 中国彩妆产品市场发展前景预测

6.1.1 彩妆产品市场发展动力分析

6.1.2 彩妆产品市场发展前景预测

6.2 中国彩妆产品市场发展趋势预测

6.2.1 市场整体趋势预测

6.2.2 品牌竞争格局预测

6.2.3 产品发展趋势预测

6.2.4 渠道发展趋势预测

6.3 中国彩妆产品市场投资策略规划

6.3.1 投资价值分析

6.3.2 投资机会分析

6.3.3 投资策略与建议

部分图表目录

图表1：彩妆产品分类

图表2：中国彩产品相关标准汇总

图表3：中国化妆品行业相关标准汇总

图表4：2019-2022年中国国内生产总值及其增长速度（单位：万亿元，%）

图表5：2022年主要经济指标预测（单位：%）

图表6：2019-2022年中国农村居民人均纯收入变化情况（单位：元）

图表7：2019-2022年中国城镇居民人均可支配收入变化情况（单位：元）

图表8：中国彩妆产品发展机遇与威胁分析

图表9：全球彩妆产品发展历程分析

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202304/351282.html>