

# 2021-2027年中国眼影市场 分析与投资前景研究报告

## 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

《2021-2027年中国眼影市场分析与投资前景研究报告》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/report/4932713VH7.html>

【报告价格】纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8200元

【出版日期】2021-01-21

【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《2021-2027年中国眼影市场分析与投资前景研究报告》介绍了眼影行业相关概述、中国眼影产业运行环境、分析了中国眼影行业的现状、中国眼影行业竞争格局、对中国眼影行业做了重点企业经营状况分析及中国眼影产业发展前景与投资预测。您若想对眼影产业有个系统的了解或者想投资眼影行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

眼影是彩妆的一种，用于涂抹在眼睑（即眼皮）和眼角上，产生阴影和色调反差。眼影有粉末状、棒状、膏状、乳液状、铅笔状和亮片状。颜色十分多样，包括蓝、青、绿、棕、茶、褐、和紫色等，其他供调色有黑、白、红和黄色等。

我国化妆品行业虽然消费人群庞大，但人均消费却远低于国际水平。通过与发达国家比较可知，未来化妆品市场的消化能力有望增大，行业高成长窗口或已开启。其中彩妆的差距最大，人均消费仅为欧美人均的9%，未来市场提升的空间也最大。预测，未来五年内，彩妆市场有望可维持12%的复合增速高速增长，到2023年我国彩妆行业市场规模将突破650亿元。

## 报告目录：

### 第一章2015-2019年中国化妆品市场发展状况剖析

#### 第一节2015-2019年中国化妆品市场总体概况

- 一、中国化妆品行业发展特征
- 二、国内化妆品市场结构分析
- 三、化妆品市场发展的总体概述
- 四、化妆品市场渠道呈现新特征
- 五、化妆品网购市场

#### 第二节2015-2019年中国化妆品市场消费分析

2018年全年全国化妆品零售额达到了2619亿元，同比增加9.6%，高于同期社会消费品零售总额增速0.6个百分点。截止至2019年6月全国化妆品零售额为265亿元，同比增长22.5%。累计方面，2019年全国化妆品零售额达到1462亿元，与去年同期相比增长13.2%。

- 一、化妆品市场消费者的构成
- 二、化妆品市场消费的特点
- 三、化妆品市场居民消费的构成
- 四、美容化妆品市场的消费状况调查
- 五、女性购买化妆品的心理因素研究

#### 第三节2015-2019年中国化妆品包装行业运行情况分析

- 一、化妆品包装的特性
- 二、国内美容化妆品包装分析
- 三、化妆品包装需标注所有成分
- 四、中草药成为化妆品包装禁用语惹争端
- 五、美容化妆品包装的发展走向
- 第四节2015-2019年中国化妆品市场存在的问题分析
  - 一、中国化妆品市场面临的难题
  - 二、国内美容化妆品市场的薄弱方面
  - 三、中国化妆品市场产品质量堪忧
  - 四、国内化妆品市场亟待整合
- 第五节2015-2019年中国化妆品市场发展的对策分析
  - 一、中国化妆品市场发展的建议
  - 二、国内化妆品市场的发展对策
  - 三、化妆品企业发展要集体补标识规范课
  - 四、化妆品行业地位提升的对策探讨

## 第二章2015-2019年中国眼影产业运行环境分析

- 第一节2015-2019年中国经济环境分析
  - 一、国民经济运行情况GDP
  - 二、消费价格指数CPI、PPI
  - 三、全国居民收入情况
  - 四、恩格尔系数
  - 五、工业发展形势
- 第二节2015-2019年中国眼影所属产业政策环境分析
  - 一、《化妆品生产企业卫生规范》
  - 二、《化妆品卫生监督条例》
  - 三、《化妆品卫生监督条例实施细则》
  - 四、《进出口化妆品监督检验管理办法》
- 第三节2015-2019年中国眼影产业社会环境分析
  - 一、人口环境分析
  - 二、教育环境分析
  - 三、文化环境分析

#### 四、生态环境分析

#### 五、中国城镇化率

#### 六、居民的各种消费观念和习惯

### 第三章2015-2019年中国眼影市场现状分析

#### 第一节2015-2019年中国眼影行业发展综述

##### 一、眼影市场发展特点分析

##### 二、眼影市场品牌分析

##### 三、眼影市场价格分析

#### 第二节2015-2019年中国眼影行业市场动态分析

##### 一、眼影排行榜

##### 二、网络最热卖日系眼影大评比

##### 三、秋季美妆必备：3D豹纹眼影

#### 第三节2015-2019年中国眼影产业发展存在问题分析

### 第四章2015-2019年中国眼影产业市场供需态势分析

#### 第一节2015-2019年中国眼影市场供给状况分析

##### 一、中国眼影产品供给态势分析

##### 二、眼影促销现状分析

##### 三、眼影渠道分析

#### 第二节2015-2019年中国眼影市场需求态势分析

##### 一、中国眼影产品需求态势分析

##### 二、眼影价格需求分析

##### 三、眼影购买需求现状分析

#### 第三节2015-2019年中国眼影市场特征分析

### 第五章2015-2019年中国眼影市场现状分析调查分析

#### 第一节2015-2019年中国眼影消费者调查分析

##### 一、眼影产品主要消费群体分析

##### 二、消费者使用眼影的场合分析

##### 三、消费者购买眼影的渠道分析

##### 四、消费者对彩妆产品价格偏好

## 第二节2015-2019年中国眼影市场产品包装分析

- 一、时尚潮流
- 二、功用和风尚
- 三、发展中的市场和营销渠道
- 四、配方和产品要求

## 第三节2015-2019年中国眼影品牌市场表现分析

- 一、品牌知晓率调查分析
- 二、各年龄段眼影的使用率分析
- 三、不同类别眼影产品市场中的品牌表现分析
- 四、各主要眼影品牌代表性产品市场表现分析
- 五、各主要眼影品牌的类别使用率分析

## 第四节2015-2019年中国眼影市场营销策略分析

- 一、目标营销策略
- 二、不同渠道营销
- 三、服务营销策略
- 四、包装营销策略
- 五、保健式营销策略
- 六、俱乐部营销策略

## 第六章2015-2019年中国化妆品制造所属行业数据监测分析

### 第一节2015-2019年中国化妆品制造行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、从业人数增长分析
- 三、资产规模增长分析

### 第二节2015-2019年中国化妆品制造行业结构分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、销售收入结构分析

### 第三节2015-2019年中国化妆品制造所属行业产值分析

- 一、产成品增长分析
- 二、工业销售产值分析
- 三、出口交货值分析

### 第四节2015-2019年中国化妆品制造所属行业成本费用分析

一、销售成本统计

二、费用统计

第五节2015-2019年中国化妆品制造所属行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第七章 国际知名眼影品牌在华运行态势分析

第一节Kate眼影——嘉娜宝KaneBo旗下品牌

一、公司基本概况

二、在华销售情况

三、竞争优劣势分析

四、公司国际化战略发展分析

第二节M.A.C眼影——雅诗兰黛旗下品牌

第三节VOV眼影——韩国品牌

第四节ZA真皙眼影——资生堂控股

第五节欧莱雅L'OREAL

第六节迪奥Dior眼影——ChristianDior

第七节美宝莲眼影——法国欧莱雅集团旗下品牌

第八节露华浓Revlon

第九节雅芳AVOU

第十节卡姿兰Carslan

第八章 中国眼影生产企业竞争性财务指标分析

第一节玫琳凯（中国）化妆品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节雅芳（中国）制造有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第三节资生堂丽源化妆品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第四节妮维雅（上海）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第五节仙妮蕾德（中国）有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

### 第六节漳浦彩露华化妆品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析



## 六、企业成长能力分析

### 第七节扬州市中汇化妆品有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第八节嘉兴市华盛化妆品有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第九节金华市佳隆日化有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

### 第十节金华市东方秀日化有限公司

#### 一、企业概况

#### 二、企业主要经济指标分析

#### 三、企业盈利能力分析

#### 四、企业偿债能力分析

#### 五、企业运营能力分析

#### 六、企业成长能力分析

## 第九章2015-2019年中国眼影产业发展销售预测及策略分析

### 第一节2015-2019年中国眼影发展销售预测分析

一、竞争格局多元化：独秀到百花齐放

二、产品线强化：单一到多元

三、产业链趋于完善：零散到系统

## 第二节2015-2019年中国主要眼影品牌竞争分析

一、眼影市场主要品牌市场份额

二、眼影市场主要品牌消费忠诚度

三、品牌市场集中度分析

## 第三节2015-2019年中国眼影市场竞争策略分析

一、发展触手可及的销售渠道

二、明星：品牌形象助推器

三、整体提升品牌价值

## 第四节2015-2019年中国眼影行业企业竞争策略分析

一、增加研发投入和推出新品

二、市场细分

三、产品差异化

## 第十章2015-2019年中国彩妆市场走势分析

### 第一节2015-2019年国际彩妆市场发展分析

一、世界彩妆市场发展回顾

二、国际彩妆新兴市场表现更胜一筹

三、世界彩妆细分产品发展状况

### 第二节2015-2019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

### 第三节2015-2019年中国彩妆细分市场发展状况分析

一、颊部彩妆

二、唇部彩妆

三、眼部彩妆

四、美甲用品

### 第四节2015-2019年中国彩妆消费市场调研

- 一、彩妆产品主要消费群体
- 二、消费者使用彩妆的场合
- 三、消费者购买彩妆的渠道
- 四、消费者对彩妆产品价格偏好
- 五、影响消费者购买彩妆产品的因素
- 六、中国彩妆消费市场的重要特点

#### 第五节2015-2019年中国国产彩妆存在的问题分析

- 一、国产彩妆发展中的问题
- 二、国内彩妆品牌发展的困局
- 三、国内彩妆产品包装单纯模仿国际品牌

#### 第六节2015-2019年中国彩妆企业投资策略分析

- 一、彩妆产品的包装策略
- 二、国产彩妆市场突围策略
- 三、中国彩妆企业的投资策略

### 第十一章2021-2027年中国眼影行业市场发展趋势分析

#### 第一节2021-2027年中国眼影市场前景预测分析

- 一、中国眼影市场潜力凸显
- 二、外资品牌加快步伐
- 三、本土厂商不甘落后

#### 第二节2021-2027年中国眼影市场前景预测分析

- 一、眼影市场供给预测分析
- 二、眼影行业现状分析分析
- 三、眼影发展销售预测预测分析

#### 第三节2021-2027年中国眼影行业发展对策分析

- 一、坚定走专卖店渠道为主，兼做小型商超
- 二、依靠活动做促销
- 三、利用培训提高销售人员的凝聚力和战斗力
- 四、其它渠道

### 第十二章2021-2027年中国眼影行业行业前景调研及营销策略分析

#### 第一节2021-2027年中国眼影行业投资特性分析

一、产品市场多变性

二、人才、技术、资金密集型行业

三、高市场集中度的行业

第二节2021-2027年中国眼影行业投资机会分析

第三节2021-2027年中国眼影行业投资前景分析

一、政策风险

二、市场风险

三、金融风险

四、技术风险

五、其他风险

第四节2021-2027年中国眼影行业投资趋势分析分析

一、产品定位策略

二、产品开发策略

三、渠道销售策略

四、品牌经营策略

五、服务策略

第五节2021-2027年中国眼影市场竞争突破的关键分析

一、意识转型是首务

二、系统化规划是前提

三、差异化是核心

四、终端执行是重心

第六节建议

部分图表目录：

图表2015-2019年中国GDP总量及增长趋势图

图表2019年中国月度CPI、PPI指数走势图

图表2015-2019年我国城镇居民可支配收入增长趋势图

图表2015-2019年我国农村居民人均纯收入增长趋势图

图表2015-2019中国城乡居民恩格尔系数走势图

图表2015-2019年我国工业增加值增速统计

图表2015-2019年我国全社会固定资产投资额走势图

图表2015-2019年我国财政收入支出走势图单位：亿元

图表近期人民币汇率中间价（对美元）

图表2015-2019年中国货币供应量月度数据统计

图表2015-2019年中国外汇储备走势图

图表2015-2019年央行存款利率调整统计表

图表2015-2019年央行贷款利率调整统计表

图表我国近几年存款准备金率调整情况统计表

图表2015-2019年中国社会消费品零售总额增长趋势图

图表2015-2019年我国货物进出口总额走势图

图表2015-2019年中国货物进口总额和出口总额走势图

图表2015-2019年我国人口及其自然增长率变化情况

图表各年龄段人口比重变化情况

图表2015-2019年我国普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数走势图

图表2015-2019年我国广播和电视节目综合人口覆盖率走势图

图表2015-2019年中国城镇化率走势图

图表2015-2019年我国研究与试验发展（R&D）经费支出走势图

图表不同地区消费者影响眼影购买的因素分析

图表不同年龄消费者影响眼影购买的因素分析

图表消费者购买眼影的主要场所

图表消费者购买不同眼影的主要场所

图表消费者购买眼影的价格范围

图表不同人群购买眼影的价格范围

图表消费者购买眼影的价格范围

更多图表见正文&hellip;&hellip;

详细请访问：<http://www.bosidata.com/report/4932713VH7.html>