

# 2017-2022年中国眼影行业市场分析预测及投资前景评估报告

报告大纲

## 一、报告简介

华经情报网发布的《2017-2022年中国眼影行业市场分析预测及投资前景评估报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/313291.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

用于对眼部周围的化妆，以色与影使之具有立体感。眼影有粉末状、棒状、膏状、眼影乳液状和铅笔状。颜色十分多样，眼影的首要作用就是要赋予眼部立体感、并透过色彩的张力，让整个脸庞迷媚动人。

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：

### 第一章 2016年中国化妆品市场发展状况剖析22

#### 第一节 2016年中国化妆品市场总体概况22

##### 一、中国化妆品行业发展特征22

##### 二、国内化妆品市场结构分析22 2015 年我国化妆品市场构成情况

##### 三、化妆品市场发展的总体概述24

2015 年我国化妆品行业市场容量为3,156.3亿元，2011-2015 年的年均复合增长率达到8.2%。 2011-2015 年我国化妆品行业市场容量图

##### 四、化妆品市场渠道呈现新特征26

##### 五、化妆品网购市场27

#### 第二节 2016年中国化妆品市场消费分析38

##### 一、化妆品市场消费者的构成38

##### 二、化妆品市场消费的特点39

##### 三、化妆品市场居民消费的构成40

##### 四、美容化妆品市场的消费状况调查40

##### 五、女性购买化妆品的心理因素研究41

#### 第三节 2016年中国化妆品包装行业运行情况分析45

##### 一、化妆品包装的特性45

##### 二、国内美容化妆品包装分析47

##### 三、化妆品包装需标注所有成分48

##### 四、中草药成为化妆品包装禁用语惹争端49

##### 五、美容化妆品包装的发展走向51

#### 第四节 2016年中国化妆品市场存在的问题分析52

- 一、中国化妆品市场面临的难题52
- 二、国内美容化妆品市场的薄弱方面54
- 三、中国化妆品市场产品质量堪忧57
- 四、国内化妆品市场亟待整合57
- 第五节 2016年中国化妆品市场发展的对策分析58
  - 一、中国化妆品市场发展的建议58
  - 二、国内化妆品市场的发展对策59
  - 三、化妆品企业发展要集体补标识规范课60
  - 四、化妆品行业地位提升的对策探讨63

## 第二章 2016年中国眼影产业运行环境分析67

- 第一节 2016年中国经济环境分析67
  - 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)67
  - 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）71
  - 三、全国居民收入情况（季度更新）83
  - 四、恩格尔系数（年度更新）85
  - 五、工业发展形势（季度更新）88
- 第二节 2016年中国眼影所属产业政策环境分析96
  - 一、《化妆品生产企业卫生规范》96
  - 二、《化妆品卫生监督条例》107
  - 三、《化妆品卫生监督条例实施细则》112
  - 四、《进出口化妆品监督检验管理办法》127
- 第三节 2016年中国眼影产业社会环境分析131
  - 一、人口环境分析131
  - 二、教育环境分析132
  - 三、文化环境分析134
  - 四、生态环境分析134
  - 五、中国城镇化率135
  - 六、居民的各种消费观念和习惯136

## 第三章 2016年中国眼影市场运行态势分析137

- 第一节 2016年中国眼影行业发展综述137
  - 一、眼影市场发展特点分析137
  - 二、眼影市场品牌分析137
  - 三、眼影市场价格分析138

## 第二节 2016年中国眼影行业市场动态分析139

### 一、眼影排行榜139

### 二、网络最热卖日系眼影大评比141

## 第三节 2016年中国眼影产业发展存在问题分析145

## 第四章 2016年中国眼影产业市场供需态势分析146

### 第一节 2016年中国眼影市场供给状况分析146

#### 一、中国眼影产品供给态势分析146

#### 二、眼影促销现状分析146

#### 三、眼影渠道分析146

### 第二节 2016年中国眼影市场需求态势分析147

#### 一、中国眼影产品需求态势分析147

#### 二、眼影价格需求分析148

#### 三、眼影购买需求现状分析148

### 第三节 2016年中国眼影市场特征分析148

## 第五章 2016年中国眼影市场深度调查分析150

### 第一节 2016年中国眼影消费者调查分析150

#### 一、眼影产品主要消费群体分析150

#### 二、消费者使用眼影的场合分析150

#### 三、消费者购买眼影的渠道分析151

#### 四、消费者对彩妆产品价格偏好151

### 第二节 2016年中国眼影市场产品包装分析152

#### 一、时尚潮流152

#### 二、功用和风尚153

#### 三、发展中的市场和营销渠道153

#### 四、配方和产品要求154

### 第三节 2016年中国眼影品牌市场表现分析155

#### 一、品牌知晓率调查分析155

#### 二、各年龄段眼影的使用率分析156

#### 三、不同类别眼影产品市场中的品牌表现分析156

#### 四、各主要眼影产品市场表现分析157

#### 五、各主要眼影品牌使用率分析159

### 第四节 2016年中国眼影市场营销策略分析159

#### 一、目标营销策略159

- 二、不同渠道营销161
- 三、服务营销策略163
- 四、包装营销策略164
- 五、保健式营销策略165
- 六、俱乐部营销策略166

## 第六章 2011-2016年中国化妆品制造行业数据监测分析169

### 第一节 2011-2016年中国化妆品制造行业规模分析169

- 一、企业数量增长分析169
- 二、从业人数增长分析169
- 三、资产规模增长分析170

### 第二节 2016年中国化妆品制造行业结构分析171

- 一、企业数量结构分析171
- 二、销售收入结构分析172

### 第三节 2011-2016年中国化妆品制造行业产值分析173

- 一、产成品增长分析173
- 二、工业销售产值分析174
- 三、出口交货值分析175

### 第四节 2011-2016年中国化妆品制造行业成本费用分析175

- 一、销售成本统计175
- 二、费用统计176

### 第五节 2011-2016年中国化妆品制造行业盈利能力分析177

- 一、主要盈利指标分析177
- 二、主要盈利能力指标分析177

## 第七章 2016年国际知名眼影品牌在华运行态势分析179

### 第一节 Kate眼影——嘉娜宝KaneBo旗下品牌179

- 一、公司基本概况179
- 二、在华情况179
- 三、竞争优劣势分析180
- 四、公司国际化战略发展分析180

### 第二节 M.A.C眼影——雅诗兰黛旗下品牌181

### 第三节 VOV眼影——韩国品牌185

### 第四节 ZA真皙眼影——资生堂控股186

### 第五节 欧莱雅L'OREAL187

第六节 迪奥Dior眼影——ChristianDior188

第七节 美宝莲眼影——法国欧莱雅集团旗下品牌188

第八节 露华浓Revlon189

第九节 雅芳AVOU190

第十节 卡姿兰Carslan190

第八章 2016年中国眼影生产企业竞争性财务指标分析192

第一节 玫琳凯（中国）化妆品有限公司192

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第二节 雅芳(中国)制造有限公司198

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第三节 资生堂丽源化妆品有限公司205

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第四节 妮维雅(上海)有限公司212

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第五节 仙妮蕾德（中国）有限公司220

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第六节 漳浦彩露华化妆品有限公司227

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

第七节 扬州市中汇化妆品有限公司233

（1）企业发展简况分析

（2）企业经营情况分析

（3）企业经营优劣势分析

## 第八节 嘉兴市华盛化妆品有限公司240

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

## 第九节 金华市佳隆日化有限公司247

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

## 第十节 金华市东方秀日化有限公司254

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业经营优劣势分析

## 第九章 2016年中国眼影产业市场竞争格局及策略分析261

### 第一节 2016年中国眼影市场竞争格局分析261

- 一、竞争格局多元化：独秀到百花齐放261
- 二、产品线强化：单一到多元262
- 三、产业链趋于完善：零散到系统263

### 第二节 2016年中国主要眼影品牌竞争分析263

- 一、眼影市场主要品牌市场份额263
- 二、眼影市场品牌消费忠诚度264
- 三、品牌市场集中度分析264

### 第三节 2016年中国眼影市场竞争策略分析264

- 一、发展触手可及的销售渠道264
- 二、明星：品牌形象助推器265
- 三、整体提升品牌价值266

### 第四节 2016年中国眼影行业企业竞争策略分析267

- 一、增加研发投入和推出新品267
- 二、市场细分267
- 三、产品差异化268

## 第十章 2016年中国彩妆市场走势分析269

### 第一节 2016年国际彩妆市场发展分析269

- 一、世界彩妆市场发展回顾269
- 二、国际彩妆新兴市场表现更胜一筹274

- 三、世界彩妆细分产品发展状况276
- 第二节 2016年中国彩妆市场发展概况277
  - 一、中国彩妆市场的格局277
  - 二、中国彩妆市场驶入快车道278
  - 三、国内彩妆市场的可喜变化279
  - 四、高档彩妆品渐走俏市场280
- 第三节 2016年中国彩妆细分市场发展状况分析286
  - 一、颊部彩妆286
  - 二、唇部彩妆287
  - 三、眼部彩妆288
  - 四、美甲用品289
- 第四节 2016年中国彩妆消费市场分析290
  - 一、彩妆产品主要消费群体290
  - 二、消费者使用彩妆的场合291
  - 三、消费者购买彩妆的渠道292
  - 四、消费者对彩妆产品价格偏好292
  - 五、影响消费者购买彩妆产品的因素293
  - 六、中国彩妆消费市场的重要特点294
- 第五节 2016年中国国产彩妆存在的问题分析295
  - 一、国产彩妆发展中的问题295
  - 二、国内彩妆品牌发展的困局295
  - 三、国内彩妆产品包装单纯模仿国际品牌296
- 第六节 2016年中国彩妆企业发展策略分析297
  - 一、彩妆产品的包装策略297
  - 二、国产彩妆市场突围策略300
  - 三、中国彩妆企业的发展策略303
  
- 第十一章 2017-2022年中国眼影行业市场发展趋势分析305
- 第一节 2017-2022年中国眼影市场发展前景分析305
  - 一、中国眼影市场潜力凸显305
  - 二、外资品牌加快步伐305
  - 三、本土厂商不甘落后306
- 第二节 2017-2022年中国眼影市场趋势预测分析307
  - 一、眼影市场供给预测分析307
  - 二、眼影市场需求预测分析307

### 三、眼影市场竞争格局预测分析308

#### 第三节 2017-2022年中国眼影行业发展对策分析308

一、坚定走专卖店渠道为主，兼做小型商超308

二、依靠活动做促销310

三、利用培训提高销售人员的凝聚力和战斗力311

四、其它渠道312

## 第十二章 2017-2022年中国眼影行业投资前景及营销策略分析316(ZY WZY)

### 第一节 2017-2022年中国眼影行业投资特性分析316

一、产品市场多变性316

二、人才、技术、资金密集型行业316

三、高市场集中度的行业317

### 第二节 2017-2022年中国眼影行业投资机会分析318

### 第三节 2017-2022年中国眼影行业投资风险分析318

一、政策风险318

二、市场风险319

三、金融风险319

四、技术风险319

五、其他风险323

### 第四节 2017-2022年中国眼影行业投资策略分析324

一、产品定位策略324

二、产品开发策略325

三、渠道销售策略325

四、品牌经营策略326

五、服务策略326

### 第五节 2017-2022年中国眼影市场竞争突破的关键分析327

一、意识转型是首务327

二、系统化规划是前提327

三、差异化是核心328

四、终端执行是重心328

### 部分图表目录：

图表 1 中国化妆品市场销售渠道统计图 27

图表 2 化妆品资讯网站 34

图表 3 化妆品网购企业分类 37

- 图表 4中国网络购物市场规模及其预测 38
  - 图表 5 2011-2016年中国网络购物市场各商品品类市场份额 38
  - 图表 6 2016年国内生产总值初步核算数据 67
  - 图表7 GDP环比增长速度 68
  - 图表8 2014-2016年我国国内生产总值及其增长速度 68
  - 图表9 2016年国内生产总值初步核算数据 70
  - 图表10 GDP环比增长速度 70
  - 图表11 2016年全国居民消费价格涨跌幅度 72
  - 图表12 2014-2016年我国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况 73
  - 图表13 2014-2016年我国鲜菜、鲜果价格变动情况 73
  - 图表14 2016年居民消费价格分类别同比涨跌幅 75
  - 图表15 2016年居民消费价格分类别环比涨跌幅 76
  - 图表16 2016年居民消费价格主要数据 76
  - 图表17 2014-2016年工业生产者出厂价格涨跌幅 78
  - 图表18 2014-2016年工业生产者购进价格涨跌幅 79
  - 图表19 2014-2016年生产资料出厂价格涨跌幅 80
  - 图表20 2014-2016年生活资料出厂价格涨跌幅 80
  - 图表21 2016年工业生产者价格主要数据 81
  - 图表 22 2014-2016年我国农村居民人均纯收入及其增长速度 84
  - 图表 23 2014-2016年我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 84
  - 图表24 2014-2016年中国城乡居民恩格尔系数对比表 86
  - 图表 25 2014-2016年规模以上工业增加值同比增长速度 88
  - 图表 26 2016年规模以上工业生产主要数据 89
  - 图表 27 2014-2016年我国发电量日均产量及同比增速 91
  - 图表 28 2014-2016年我国钢材日均产量及同比增速 92
  - 图表 29 2014-2016年我国水泥日均产量及同比增速 92
  - 图表 30 2014-2016年我国原油加工量日均产量及同比增速 93
- 更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/313291.html>