

2021-2026年中国眼影市场调查研究及行业投资潜力预测报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2021-2026年中国眼影市场调查研究及行业投资潜力预测报告》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/channel/cosmetics/668563.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

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。

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 2020年中国化妆品市场发展状况剖析

第一节 2020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 2020年中国化妆品市场消费分析

- 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 2020年中国化妆品包装所属行业运行情况分析

- 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 2020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 2020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 2020年中国眼影产业运行环境分析
- 第一节 2020年中国经济环境分析
- 一、国民经济运行情况GDP(季度更新)
- 二、消费价格指数CPI、PPI（按月度更新）
- 三、全国居民收入情况（季度更新）
- 四、恩格尔系数（年度更新）
- 五、工业发展形势（季度更新）
- 第二节 2020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 2020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 2020年中国眼影市场运行态势分析
- 第一节 2020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 2020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 2020年中国眼影产业发展存在问题分析
- 第四章 2020年中国眼影产业市场供需态势分析
- 第一节 2020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 2020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 2020年中国眼影市场特征分析

第五章 2020年中国眼影市场深度调查分析

第一节 2020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 2020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 2020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、各主要眼影产品市场表现分析

五、各主要眼影品牌使用率分析

第四节 2020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 2016-2020年中国化妆品制造所属行业数据监测分析

第一节 2016-2020年中国化妆品制造所属行业规模分析

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 2020年中国化妆品制造所属行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、销售收入结构分析

第三节 2016-2020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 2016-2020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 2016-2020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Kane Bo旗下品牌

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 M.A.C眼影——雅诗兰黛旗下品牌

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 VOV眼影——韩国品牌

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 ZA真皙眼影——资生堂控股

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 欧莱雅L'OREAL

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

三、企业经营优劣势分析

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、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第二节 雅芳(中国)制造有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第三节 资生堂丽源化妆品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第四节 妮维雅(上海)有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第五节 仙妮蕾德（中国）有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第六节 漳浦彩露华化妆品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第七节 扬州市中汇化妆品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第八节 嘉兴市华盛化妆品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业经营情况分析

三、企业经营优劣势分析

第九节 金华市佳隆日化有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第十节 金华市东方秀日化有限公司

- 一、企业发展简况分析
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经营优劣势分析

第九章 2020年中国眼影产业市场竞争格局及策略分析

第一节 2020年中国眼影市场竞争格局分析

- 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 2020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、眼影市场品牌消费忠诚度
- 三、品牌市场集中度分析

第三节 2020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 2020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 2020年中国彩妆市场走势分析

第一节 2020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 2020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 2020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

第三节 2020年中国彩妆消费市场分析

- 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 2020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 2020年中国彩妆企业发展策略分析

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

第十一章 2021-2026年中国眼影行业市场发展趋势分析

第一节 2021-2026年中国眼影市场发展前景分析

- 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 2021-2026年中国眼影市场趋势预测分析

- 一、眼影市场供给预测分析
- 二、眼影市场需求预测分析
- 三、眼影市场竞争格局预测分析

第三节 2021-2026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 2021-2026年中国眼影行业投资前景及营销策略分析 (AK HT)

第一节 2021-2026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 2021-2026年中国眼影行业投资机会分析

第三节 2021-2026年中国眼影行业投资风险分析

- 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 2021-2026年中国眼影行业投资策略分析

- 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 2021-2026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

详细请访问：<https://www.huaon.com/channel/cosmetics/668563.html>