

2012-2016年中国彩妆市场行情动态及投资方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年中国彩妆市场行情动态及投资方向研究报告》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/122195.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

第一章、彩妆相关概述

第一节、彩妆基本介绍

一、彩妆的概念及作用

二、彩妆用品简介

第二节、主要彩妆产品介绍

一、粉底

二、眼影

三、睫毛膏

四、唇彩

第二章、化妆品行业发展分析

第一节、国际化妆品行业发展综述

一、日本化妆品企业大力开拓中老年消费市场

二、韩国化妆品产业发展回顾

三、德国化妆品行业天然产品发展态势良好

四、意大利化妆品市场发展简况

五、俄罗斯化妆品市场运行状况

第二节、中国化妆品行业发展概况

一、我国化妆品行业发展综述

二、我国化妆品行业OEM生产节奏加快

三、我国化妆品零售终端市场呈现新特点

四、我国化妆品市场掀起营养护肤新潮

五、化妆品行业大牌网络销售状况分析

六、我国化妆品网购市场增添新力量

第三节、2009-2011年中国化妆品行业发展分析

一、2009年我国化妆品市场发展特点

二、2010年我国化妆品市场发展状况

三、2010年我国化妆品网络市场零售特点分析

四、2011年我国化妆品市场发展分析

五、2011年我国化妆品市场发展动态

第四节、化妆品行业发展存在的问题及措施建议

一、我国化妆品行业发展存在的主要问题

二、我国本土化妆品企业存在的深层次问题

三、中国化妆品行业发展的主要对策

四、我国化妆品行业网络推广的措施

五、我国化妆品企业拓展农村市场的营销建议

第三章、彩妆行业发展分析

第一节、彩妆行业发展概况

一、中国彩妆市场发展概况

二、国内彩妆行业主要运营模式分析

三、彩妆主要细分市场概述

四、国内彩妆市场运行特点分析

五、我国低价彩妆市场运行概况

六、商业设计在彩妆行业的应用分析

第二节、2010年中国彩妆市场运行解析

一、2010年中国彩妆市场运行特点分析

二、2010年我国彩妆市场网络调查分析

三、2010年彩妆网络市场BB霜热销

四、2010年我国男性彩妆市场运行状况

第三节、2011年中国彩妆市场运行解析

一、2011年中国彩妆市场发展盘点

二、2011年我国彩妆市场关注度分析

三、2011年BB霜市场分析

第四节、彩妆市场消费分析

一、彩妆市场消费者综况

二、彩妆市场消费者满意度情况分析

三、大学生彩妆市场消费状况

四、我国彩妆市场主要品种消费概况

第五节、彩妆市场的品牌发展分析

一、我国彩妆市场对品牌的需求强劲

二、影响彩妆品牌发展的基本因素分析

三、我国彩妆品牌发展面临的困难

四、我国彩妆品牌突破策略

第六节、彩妆行业发展存在的问题及措施建议

一、我国彩妆行业发展存在的主要问题

二、我国彩妆市场经销商关注程度较低

三、我国彩妆行业发展应遵循两大方向

四、我国彩妆市场的发展对策

第四章、彩妆市场竞争分析

第一节、彩妆市场竞争概况

- 一、我国彩妆市场洋土品牌竞争分析
- 二、产品差异化成为彩妆市场的竞争重点
- 三、护肤品牌竞争焦点转向彩妆市场
- 四、2010年我国彩妆市场竞争继续升级

第二节、中国网络彩妆市场SWOT分析

- 一、优势
- 二、劣势
- 三、机会
- 四、威胁

第三节、中国彩妆市场竞争策略及趋势

- 一、提升本土彩妆企业竞争力的措施
- 二、本土彩妆品牌应对洋品牌的竞争策略
- 三、未来彩妆行业竞争趋势

第五章、彩妆市场营销分析

第一节、中国彩妆市场营销总述

- 一、影响彩妆市场营销的主要因素
- 二、彩妆市场战略营销分析
- 三、彩妆市场品牌复合营销战略案例分析
- 四、我国彩妆市场区域营销案例解析

第二节、彩妆市场营销渠道分析

- 一、我国彩妆终端市场销售渠道探析
- 二、中国彩妆市场零售渠道发展概况
- 三、国内彩妆市场日化渠道营销分析

第三节、彩妆市场活动促销分析

- 一、彩妆市场活动促销概述
- 二、彩妆市场活动促销成功的必备条件
- 三、彩妆促销现场挽留顾客的法则
- 四、彩妆市场促销成功的主要因素

第四节、彩妆市场营销存在的问题及策略分析

- 一、彩妆市场销售的突出问题
- 二、我国彩妆市场的营销策略
- 三、我国彩妆市场终端销售形式的选择建议
- 四、提高我国彩妆市场销量的要点分析

第六章、重点彩妆企业及品牌

第一节、欧莱雅 (L'OREAL)

- 一、集团简介
- 二、HR (赫莲娜)
- 三、巴黎欧莱雅
- 四、兰蔻
- 五、Maybelline (美宝莲)
- 六、Shuemura (植村秀)
- 七、欧莱雅的“金字塔”运营战略分析

第二节、宝洁 (P&G)

- 一、公司简介
- 二、ANNASUI (安娜苏)
- 三、Covergirl (封面女郎)

第三节、雅诗兰黛

- 一、公司简介
- 二、BOBBIBROW (芭比布朗)
- 三、M.A.C. (魅可)
- 四、雅诗兰黛彩妆加紧拓展在华市场

第四节、雅芳

- 一、公司简介
- 二、雅芳的品牌介绍
- 三、雅芳彩妆启用移动式体验营销

第五节、资生堂

- 一、公司简介
- 二、Za (姬芮)
- 三、Maquillage (心机彩妆) 助资生堂再度崛起
- 四、Maquillage (心机彩妆) 登陆中国市场

第六节、爱茉莉太平洋集团

- 一、公司简介
- 二、ETUDE (爱丽)
- 三、兰芝

第七节、其他彩妆品牌

- 一、迪奥
- 二、MISSHA
- 三、露华浓
- 四、Artistry (雅姿)

五、玫琳凯

六、RIMMEL (芮谜)

七、卡姿兰

八、巧迪尚惠

九、色彩地带

第七章、彩妆市场投资分析及未来发展预测

第一节、彩妆市场投资分析

一、化妆品产业的赢利模式剖析

二、未来彩妆市场投资空间大

三、适合亚洲肤质的创新彩妆品成投资生产热点

四、男士彩妆市场投资前景看好

第二节、彩妆市场未来发展预测

一、我国化妆品行业未来发展几大方向

二、中国彩妆市场未来发展方向探析

三、未来彩妆产品发展方向

四、2012-2016年中国彩妆行业预测分析

附录

附录一：化妆品标识管理规定

附录二：化妆品卫生监督条例实施细则

附录三：化妆品生产企业卫生规范

图表目录：

图表 2010年最热卖护肤品品牌Top10

图表 2010年最热卖化妆品类型Top10

图表 中国一类彩妆市场增速情况

图表 网民关注的彩妆品牌排行

图表 彩妆产品点击排行

图表 彩妆品搜索指数

图表 彩妆品牌关注度排行

图表 Top5彩妆品牌分月检索量

图表 彩妆产品类型关注度排行

图表 彩妆产品类型分月检索量

图表 Onlylady美容天后评选粉底排名

图表 Onlylady美容天后评选防晒隔离类排名

图表 Onlylady美容天后评选睫毛膏排名

图表 彩妆品网民省份分布

图表 彩妆品牌关注度排行

图表 彩妆品牌月度检索量变化

图表 彩妆品牌关注度排行

图表 彩妆品牌月度检索量变化

图表 2010年最受欢迎女士彩妆品牌Top10

图表 2010年最受欢迎男性彩妆品牌Top7

图表 2010年最受欢迎男性彩妆类型Top10

图表 消费者对目前使用的彩妆满意度

图表 不同彩妆购买力的消费群体满意度

图表 消费者不同的彩妆品牌使用满意度

图表 消费者对不同的彩妆产品使用满意度

图表 消费者对彩妆不满的原因

图表 大学生彩妆月消费情况

图表 大学生彩妆使用情况

图表 大学生彩妆品牌选购情况

图表 彩妆子类重要性及变化情况

图表 中国彩妆零售渠道市场份额变化情况

图表 2011年彩妆品牌关注度排行

图表 2011年彩妆产品类别关注度

图表 2011年彩妆产品关注度排行

图表 兰芝发展历程

图表 2012-2016年中国化妆品行业市场规模预测

图表 2012-2016年中国彩妆行业市场规模预测

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/122195.html>