

2024-2030年中国彩妆销售行业市场竞争力分析及 发展前景展望报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2024-2030年中国彩妆销售行业市场竞争力分析及发展前景展望报告》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.chyxx.com/research/1136492.html>

报告价格：电子版: 9800元 纸介版：9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.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

为方便行业人士或投资者更进一步了解彩妆行业现状与前景，智研咨询特推出《2024-2030年中国彩妆销售行业市场竞争力分析及发展前景展望报告》（以下简称《报告》）。报告对中国彩妆市场做出全面梳理和深入分析，是智研咨询多年连续追踪、实地走访、调研和分析成果的呈现

为确保彩妆行业数据精准性以及内容的可参考价值，智研咨询研究团队通过上市公司年报、厂家调研、经销商座谈、专家验证等多渠道开展数据采集工作，并对数据进行多维度分析，以求深度剖析行业各个领域，使从业者能够从多种维度、多个侧面综合了解2022年彩妆行业的发展态势，以及创新前沿热点，进而赋能彩妆从业者抢跑转型赛道。

化妆品指以涂抹、喷洒或者其他类似方法，撒布于人体表面任何部位（皮肤、毛发、指甲、口唇等），以达到护肤、美容、修饰、清洁、消除不良气味目的的日用化学工业产品。根据用途的不同，化妆品可分彩妆类、护肤类、治疗类、清洁类、护发类、美发类、固发类、美体类等。彩妆产品主要指用于脸部、眼部、唇部等部位的美容化妆品，其主要作用是利用色彩变化，赋予皮肤色彩，修整肤色或加强眼、鼻部位的阴影，以增加立体感。

彩妆的名称和使用目的具备多样化的特征，不同的彩妆品具备差异化的感官要求。按照使用部位的不同，彩妆可分为面部、眼部、唇部和指甲彩妆品。

1、面部彩妆品

面部彩妆品主要包括粉饼、粉底霜等香粉及粉底类制品；以调整皮肤颜色、抑制汗液和皮脂、改善面部轮廓等为使用目的；应易于涂抹并在面部均匀分布，能形成平滑的覆盖层，且不会聚集在皱纹和毛孔内；使用后无异物感。

2、眼部彩妆品

眼部彩妆品主要包括眼影、睫毛膏、眼线液和眉笔等产品；以使眼睛轮廓分明、延长睫毛、修饰眼眉等为使用目的；使用时能均匀附着，不会结块和粘连；涂抹干燥后不会感到脆硬，不易被泪水冲散，具有一定的耐久性，且较易卸妆。

3、唇部彩妆品

唇膏类彩妆品主要包括口红、唇膏和唇线笔等产品；以防止唇部干裂、滋养唇部并赋予色彩等为使用目的。该产品应具有鲜艳均匀的色泽，表面光滑，膏体无气孔和颗粒；涂抹时流畅平滑，具有较好的附着力，能保持较长时间。彩妆大致分为脸部用彩妆、眼部用彩妆、唇部用彩妆和其它。

根据国家统计局的数据，2022年限上单位化妆品类商品零售类值为3935.6亿元，比2021年下降2.2%；2023年年限上单位化妆品类商品零售类值为4141.7亿元，比2022年增加5.2%。作为化妆品三大细分品类之一，2022中国彩妆行业规模为649亿元，同比下降1.1%。疫情期间消费者出行场景减少，彩妆消费受冲击。长期来看，未来消费者求美需求持续增长背景

下，彩妆市场有望维持稳健增长，初步测算2023年中国彩妆行业市场规模将超过700亿元。就细分产品而言，2022年面部彩妆规模为309亿元，唇部彩妆规模为214.9亿元，眼部彩妆规模为105.2亿元。

与传统线下购买渠道相比，线上电商渠道有着省时、省力以及省钱的竞争优势。网购已成为年轻消费群体追求时尚、便捷和品质生活不可或缺的组成部分。电商渠道的崛起，加速了我国彩妆消费的普及与渗透，提升了国人对彩妆产品的消费意愿。另一方面，线上销售也存在着用户体验较差的缺点，消费者更倾向于在线上购买其熟悉的品牌及性能的产品。对彩妆产品品牌形象的树立更多的需要借助实体店的宣传及服务。线下体验、线上购买将成为未来彩妆产品线上线下相结合的重要销售方式。数据显示，电商是彩妆最主要的销售渠道，占整体份额的51%；商超百货、日化药店和专业美妆店等瓜分剩下的49%。

现代化妆品产品起源于欧洲。行业发展早期，来自欧美的化妆品占据了全球主要市场，占据了行业竞争的有利位置。从整体看，外资品牌创立历史、在国内经营时间均长于国货，消费者对海蓝之谜、迪奥、雅诗兰黛、赫莲娜、兰蔻等外资大牌的熟悉度、认同度高，在我国彩妆市场占有率较高，特别是在高端市场。近年来国货品牌争相把握国潮风尚，打造差异化品牌定位，通过营销和明星单品逐渐深入消费者心智，推动市场份额上升。在这种趋势下，完美日记（逸仙电商）、花西子和毛戈平等新兴彩妆品牌逐渐发展起来。

在颜值经济的推动下，中国消费者更加注重自身颜值气质的提升，同时，国家经济的快速发展也让消费者更加追求品质化和个性化的消费，彩妆产品单价低但却能满足消费者个性化品质生活的追求，因此近年来我国彩妆市场景气度不断提升，特别是在彩妆消费低线化、年轻化以及渠道多元化的推动下，我国彩妆市场的将继续保持蓬勃发展趋势。

Z时代已经成为驱动彩妆市场发展的重要消费群体，为了契合Z世代在追求品质的基础上乐于尝鲜的消费习惯，大多美妆品牌以“品质+新、奇、特”为原则，让产品始终处于不断更新淘汰升级的动态中。我国彩妆行业发展趋势如下：

1、国产彩妆打造差异化品牌形象，定位东方审美优势显现

随着国内市场以Z世代为代表的新一代消费者群体民族自信与文化认同感增强，国潮文化日趋流行，东方审美逐渐深入消费者心智。以花西子、彩棠、毛戈平为代表的国货品牌洞察流行趋势，定位东方审美，结合国潮风尚进行差异化营销和产品研发设计，差异化品牌定位吸引消费者目光，契合消费者个性化审美诉求。

2、养肤类底妆产品深受消费者认可，产品功效化、护肤化成为行业趋势

据抖音电商发布的《2022美妆趋势洞察报告》，2022年以来养肤彩妆的内容播放量及搜索规模一路走高，消费者越来越关注底妆的护肤功效。各品牌推出养肤类底妆产品表现优异，截止2023年7月1日，天猫粉底液热销TOP10中添加养肤成分的单品达7件，抖音粉底液热卖金榜TOP10中添加养肤成分的单品达6件。同时，根据用户说统计，2021年至2022年淘宝

天猫养肤粉底液销售额为15.82亿元，同增2.11%，市场渗透率高达21.64%。以底妆为代表的面部彩妆产品功效化、护肤化契合消费者需求，同时成为品牌打造产品独特竞争力的一大趋势。

《2024-2030年中国彩妆销售行业市场竞争力分析及发展前景展望报告》是智研咨询重要成果，是智研咨询引领行业变革、寄情行业、践行使命的有力体现，更是彩妆领域从业者把脉行业不可或缺的重要工具。智研咨询已经形成一套完整、立体的智库体系，多年来服务政府、企业、金融机构等，提供科技、咨询、教育、生态、资本等服务。

报告目录：

第一章彩妆销售行业发展综述

1.1彩妆销售行业定义及分类

1.1.1行业定义

1.1.2行业主要产品分类

1.1.3行业主要商业模式

1.2彩妆销售行业特征分析

1.2.1产业链分析

1.2.2彩妆销售行业在国民经济中的地位

1.2.3彩妆销售行业生命周期分析

(1)行业生命周期理论基础

(2)彩妆销售行业生命周期

1.3最近3-5年中国彩妆销售行业经济指标分析

1.3.1赢利性

1.3.2成长速度

1.3.3附加值的提升空间

1.3.4进入壁垒/退出机制

1.3.5风险性

1.3.6行业周期

1.3.7竞争激烈程度指标

1.3.8行业及其主要子行业成熟度分析

第二章彩妆销售行业运行环境分析

2.1彩妆销售行业政治法律环境分析

2.1.1行业管理体制分析

2.1.2行业主要法律法规

2.1.3行业相关发展规划

2.2彩妆销售行业经济环境分析

- 2.2.1国际宏观经济形势分析
- 2.2.2国内宏观经济形势分析
- 2.2.3产业宏观经济环境分析
- 2.3彩妆销售行业社会环境分析
 - 2.3.1彩妆销售产业社会环境
 - 2.3.2社会环境对行业的影响
 - 2.3.3彩妆销售产业发展对社会发展的影响
- 2.4彩妆销售行业技术环境分析
 - 2.4.1彩妆销售技术分析
 - 2.4.2彩妆销售技术发展水平
 - 2.4.3行业主要技术发展趋势
- 第三章我国彩妆销售行业运行分析
 - 3.1我国彩妆销售行业发展状况分析
 - 3.1.1我国彩妆销售行业发展阶段
 - 3.1.2我国彩妆销售行业发展总体概况
 - 3.1.3我国彩妆销售行业发展特点分析
 - 3.2 2019 -2023年彩妆销售行业发展现状
 - 3.2.1 2019-2023年我国彩妆销售行业市场规模
 - 3.2.2 2019- 2023年我国彩妆销售行业发展分析
 - 3.2.3 2019-2023年中国彩妆销售企业发展分析
 - 3.3区域市场分析
 - 3.3.1区域市场分布总体情况
 - 3.3.2 2019-2023年重点省市市场分析
 - 3.4 彩妆销售细分产品/服务市场分析
 - 3.4.1 细分产品/服务特色
 - 3.4.2 2019-2023年细分产品/服务市场规模及增速
 - 3.4.3重点细分产品/服务市场前景预测
 - 3.5彩妆销售产品/服务价格分析
 - 3.5.1 2019-2023年彩妆销售价格走势
 - 3.5.2影响彩妆销售价格的关键因素分析
 - (1)成本
 - (2)供需情况
 - (3)关联产品
 - (4)其他
 - 3.5.3 2024-2030年彩妆销售产品/服务价格变化趋势

3.5.4主要彩妆销售企业价位及价格策略

第四章我国彩妆销售所属行业整体运行指标分析

4.1 2019-2023年中国彩妆销售所属行业总体规模分析

4.1.1企业数量结构分析

4.1.2人员规模状况分析

4.1.3行业资产规模分析

4.1.4行业市场规模分析

4.2 2019-2023年中国彩妆销售所属行业产销情况分析

4.2.1我国彩妆销售所属行业工业总产值

4.2.2我国彩妆销售所属行业工业销售产值

4.2.3我国彩妆销售所属行业产销率

4.3 2019-2023年中国彩妆销售所属行业财务指标总体分析

4.3.1行业盈利能力分析

4.3.2行业偿债能力分析

4.3.3行业营运能力分析

4.3.4行业发展能力分析

第五章我国彩妆销售行业供需形势分析

5.1彩妆销售行业供给分析

5.1.1 2019-2023年彩妆销售行业供给分析

5.1.2 2024-2030年彩妆销售行业供给变化趋势

5.1.3彩妆销售行业区域供给分析

5.2 2019-2023年我国彩妆销售行业需求情况

5.2.1彩妆销售行业需求市场

5.2.2彩妆销售行业客户结构

5.2.3彩妆销售行业需求的地区差异

5.3彩妆销售市场应用及需求预测

5.3.1彩妆销售应用市场总体需求分析

(1)彩妆销售应用市场需求特征

(2)彩妆销售应用市场需求总规模

5.3.2 2024-2030年彩妆销售行业领域需求量预测

(1) 2024-2030年彩妆销售行业领域需求产品/服务功能预测

(2) 2024-2030年彩妆销售行业领域需求产品/服务市场格局预测

5.3.3重点行业彩妆销售产品/服务需求分析预测

第六章彩妆销售行业产业结构分析

6.1彩妆销售产业结构分析

6.1.1市场细分充分程度分析

6.1.2各细分市场领先企业排名

6.1.3各细分市场占总市场的结构比例

6.1.4领先企业的结构分析(所有制结构)

6.2产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

6.2.1产业价值链的构成

6.2.2产业链条的竞争优势与劣势分析

6.3产业结构发展预测

6.3.1产业结构调整指导政策分析

6.3.2产业结构调整中消费者需求的引导因素

6.3.3中国彩妆销售行业参与国际竞争的战略市场定位

6.3.4产业结构调整方向分析

第七章我国彩妆销售行业产业链分析

7.1彩妆销售行业产业链分析

7.1.1产业链结构分析

7.1.2主要环节的增值空间

7.1.3与上下游行业之间的关联性

7.2彩妆销售上游行业分析

7.2.1彩妆销售产品成本构成

7.2.2 2019-2023年上游行业发展现状

7.2.3 2024-2030年上游行业发展趋势

7.2.4.上游供给对彩妆销售行业的影响

7.3彩妆销售下游行业分析

7.3.1彩妆销售下游行业分布

7.3.2 2019- 2023年下游行业发展现状

7.3.3 2024-2030年下游行业发展趋势

7.3.4下游需求对彩妆销售行业的影响

第八章我国彩妆销售行业渠道分析及策略

8.1彩妆销售行业渠道分析

8.1.1渠道形式及对比

8.1.2各类渠道对彩妆销售行业的影响

8.1.3主要彩妆销售企业渠道策略研究

8.1.4各区域主要代理商情况

8.2彩妆销售行业用户分析

8.2.1用户认知程度分析

8.2.2用户需求特点分析

8.2.3用户购买途径分析

8.3彩妆销售行业营销策略分析

8.3.1中国彩妆销售营销概况

8.3.2彩妆销售营销策略探讨

8.3.3彩妆销售营销发展趋势

第九章我国彩妆销售行业竞争形势及策略

9.1行业总体市场竞争状况分析

9.1.1彩妆销售行业竞争结构分析

(1)现有企业间竞争

(2)潜在进入者分析

(3)替代品威胁分析

(4)供应商议价能力

(5)客户议价能力

(6)竞争结构特点总结

9.1.2彩妆销售行业企业间竞争格局分析

9.1.3彩妆销售行业集中度分析

9.1.4彩妆销售行业SWOT分析

9.2中国彩妆销售行业竞争格局综述

9.2.1彩妆销售行业竞争概况

(1) 中国彩妆销售行业竞争格局

(2)彩妆销售行业未来竞争格局和特点

(3)彩妆销售市场进入及竞争对手分析

9.2.2中国彩妆销售行业竞争力分析

(1)我国彩妆销售行业竞争力剖析

(2)我国彩妆销售企业市场竞争的优势

(3)国内彩妆销售企业竞争能力提升途径

第十章彩妆销售行业领先企业经营形势分析

10.1丝芙兰(上海)化妆品销售有限公司

10.1.1企业概况

10.1.2企业优势分析

10.1.3产品/服务特色

10.1.4公司经营状况

10.1.5公司发展规划

10.2广州逸仙电子商务有限公司

10.2.1企业概况

10.2.2企业优势分析

10.2.3产品/服务特色

10.2.4公司经营状况

10.2.5公司发展规划

10.3欧莱雅(中国)有限公司

10.3.1企业概况

10.3.2企业优势分析

10.3.3产品/服务特色

10.3.4公司经营状况

10.3.5公司发展规划

10.4广州卡迪莲化妆品科技有限公司

10.4.1企业概况

10.4.2企业优势分析

10.4.3产品/服务特色

10.4.4公司经营状况

10.4.5公司发展规划

10.5上海震亮化妆品有限公司

10.5.1企业概况

10.5.2企业优势分析

10.5.3产品/服务特色

10.5.4公司经营状况

10.5.5公司发展规划

10.6伊势半(上海)化妆品商贸有限公司

10.6.1企业概况

10.6.2企业优势分析

10.6.3产品/服务特色

10.6.4公司经营状况

10.6.5公司发展规划

第十一章2024-2030年彩妆销售行业投资前景

11.1 2024-2030年彩妆销售市场发展前景

11.1.1 2024-2030年彩妆销售市场发展潜力

11.1.2 2024-2030年彩妆销售市场发展前景展望

11.1.3 2024-2030年彩妆销售细分行业发展前景分析

11.2 2024-2030年彩妆销售市场发展趋势预测

- 11.2.1 2024- 2030年彩妆销售行业发展趋势
- 11.2.2 2024-2030年彩妆销售市场规模预测
- 11.2.3 2024-2030年彩妆销售行业应用趋势预测
- 11.2.4 2024-2030年细分市场发展趋势预测
- 11.3 2024 2030年中国彩妆销售行业供需预测
- 11.3.1 2024-2030年中国彩妆销售行业供给预测
- 11.3.2 2024-2030年中国彩妆销售行业需求预测
- 11.3.3 2024-2030年中国彩妆销售供需平衡预测
- 11.4 影响企业生产与经营的关键趋势
- 11.4.1 市场整合成长趋势
- 11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
- 11.4.3 企业区域市场拓展的趋势
- 11.4.4 科研开发趋势及替代技术进展
- 11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势
- 第十二章 2024-2030年彩妆销售行业投资机会与风险
- 12.1 彩妆销售行业投融资情况
- 12.1.1 行业资金渠道分析
- 12.1.2 固定资产投资分析
- 12.1.3 兼并重组情况分析
- 12.2 2024-2030年彩妆销售行业投资机会
- 12.2.1 产业链投资机会:
- 12.2.2 细分市场投资机会
- 12.2.3 重点区域投资机会
- 12.3 2024-2030年彩妆销售行业投资风险及防范
- 12.3.1 政策风险及防范
- 12.3.2 技术风险及防范
- 12.3.3 供求风险及防范
- 12.3.4 宏观经济波动风险及防范
- 12.3.5 关联产业风险及防范
- 12.3.6 产品结构风险及防范
- 12.3.7 其他风险及防范
- 第十三章 彩妆销售行业投资战略研究
- 13.1 彩妆销售行业发展战略研究
- 13.1.1 战略综合规划
- 13.1.2 技术开发战略

- 13.1.3业务组合战略
- 13.1.4区域战略规划
- 13.1.5产业战略规划
- 13.1.6营销品牌战略
- 13.1.7竞争战略规划
- 13.2对我国彩妆销售品牌的战略思考
 - 13.2.1彩妆销售品牌的重要性
 - 13.2.2彩妆销售实施品牌战略的意义
 - 13.2.3彩妆销售企业品牌的现状分析
 - 13.2.4我国彩妆销售企业的品牌战略
 - 13.2.5彩妆销售品牌战略管理的策略
- 13.3彩妆销售经营策略分析
 - 13.3.1彩妆销售市场细分策略
 - 13.3.2彩妆销售市场创新策略
 - 13.3.3品牌定位与品类规划
 - 13.3.4彩妆销售新产品差异化战略
- 13.4彩妆销售行业投资战略研究
 - 13.4.1 2023年彩妆销售行业投资战略
 - 13.4.2 2024-2030年彩妆销售行业投资战略
 - 13.4.3 2024-2030年细分行业投资战略
- 第十四章研究结论及投资建议
 - 14.1彩妆销售行业研究结论
 - 14.2彩妆销售行业投资价值评估
 - 14.3彩妆销售行业投资建议
 - 14.3.1行业发展策略建议
 - 14.3.2行业投资方向建议
 - 14.3.3行业投资方式建议
- 图表目录：部分
 - 图表1：彩妆产品分类
 - 图表2：彩妆销售产业链
 - 图表3：行业相关政策
 - 图表4：部分省市化妆品行业相关政策
 - 图表5：2015-2023年国内彩妆产品市场规模走势图
 - 图表6：2015-2023年我国彩妆销售规模分渠道统计图
 - 图表7：国内彩妆市场主要参与者情况

图表8：2015-2023年我国各区域彩妆市场规模走势图

图表9：2017-2023年彩妆行业高端及大众产品市场规模及增速

图表10：2023-2030年彩妆行业高端及大众产品市场规模及增速

图表11：2015-2023年中国彩妆销售行业规模及占比护肤品比重情况

图表12：2015-2023年中国彩妆销售细分产品应用市场规模走势

图表13：2015-2023年中国彩妆销售国内外产品规模走势

图表14：2023年我国彩妆细分市场占比

图表15：2024-2030年中国彩妆行业市场规模预测

图表16：2024-2030年中国彩妆细分市场预测

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/1136492.html>