2026-2031年中国彩妆产品市场需求与投资规划分析报告

目 录

CONTENTS

第1章：中国彩妆产品发展综述
1.1 彩妆产品概述
1.1.1 彩妆产品的概念分析
1.1.2 彩妆产品的类别分析
1.2 彩妆产品发展环境分析
1.2.1 行业政策环境分析
（1）行业相关标准
（2）行业相关政策
1.2.2 行业经济环境分析
（1）中国经济增长情况
（2）经济形势发展展望
（3）中国居民收支情况
1.2.3 行业社会环境分析
（1）从“节约”到“时尚”
（2）从“关注质量”到“关注品牌文化”
（3）“她经济”已经成为一种经济现象
1.2.4 行业技术环境分析
（1）彩妆功效化
（2）上妆简单化
（3）产品个性化
1.3 彩妆产品发展机遇与威胁分析
第2章：全球彩妆产品市场发展状况分析
2.1 全球彩妆市场发展现状分析
2.1.1 全球彩妆产品发展历程
2.1.2 全球彩妆市场规模分析
（1）全球化妆品市场规模分析
（2）全球彩妆市场规模分析
2.1.3 全球彩妆产品结构分析
2.2 全球彩妆市场竞争格局分析
2.2.1 全球彩妆市场竞争层次分析
2.2.2 全球彩妆产品市场品牌格局
2.2.3 全球主要彩妆品牌市场份额
2.3 主要国家彩妆市场发展分析
2.3.1 日本彩妆市场发展分析
（1）日本彩妆市场规模分析
（2）日本彩妆产品特点及代表品牌分析
（3）日本主要彩妆品牌与重点产品分析
（4）日本彩妆品牌市场份额
2.3.2 韩国彩妆市场发展分析
（1）韩国彩妆市场规模分析
（2）韩国彩妆产品特点及代表品牌分析
（3）韩国主要彩妆品牌与重点产品分析
（4）韩国彩妆品牌市场份额
2.3.3 法国彩妆市场发展分析
（1）法国彩妆市场规模分析
（2）法国彩妆产品特点及代表品牌分析
（3）法国主要彩妆品牌与重点产品分析
（4）法国彩妆品牌市场份额
2.3.4 美国彩妆市场发展分析
（1）美国彩妆市场规模分析
（2）美国彩妆产品特点及代表品牌分析

（3）美国主要彩妆品牌与重点产品分析
（4）美国彩妆品牌市场份额
2.4 全球彩妆市场投融资与研发分析
2.4.1 全球彩妆市场投资现状分析
2.4.2 全球彩妆市场融资现状分析
2.4.3 全球彩妆市场研发现状分析
2.5 全球彩妆市场发展前景分析
2.5.1 全球彩妆产品发展前景预测
2.5.2 全球彩妆产品发展趋势预测
（1）高端化
（2）细分化
（3）多功能融合
（4）定制化
第3章：中国彩妆产品市场发展现状分析
3.1 中国彩妆市场发展概况分析
3.1.1 中国彩妆市场发展总况
3.1.2 中国彩妆产品发展历程
3.1.3 2021-2025年中国彩妆大事记
3.2 中国彩妆市场总体发展规模
3.2.1 中国彩妆产品总体市场规模
（1）中国化妆品市场规模分析
（2）彩妆在中国化妆品的市场地位
（3）中国彩妆市场规模分析
3.2.2 中国人均彩妆产品消费金额
3.3 中国线上渠道彩妆发展规模
3.3.1 中国彩妆产品线上销售额
3.3.2 中国彩妆市场产品结构分析
（1）线上渠道彩妆消费品类结构
（2）淘系平台彩妆消费品类结构
3.4 中国彩妆产品竞争现状分析
3.4.1 中国彩妆市场竞争层次分析
3.4.2 中国彩妆产品市场品牌格局
3.4.3 中国主要彩妆品牌市场份额
3.5 中国彩妆市场技术现状与研发分析
3.5.1 中国彩妆产品技术现状分析
3.5.2 中国彩妆产品研发现状分析
第4章：中国彩妆产品营销与消费者需求分析
4.1 中国境内市场彩妆产品包装现状与趋势分析
4.1.1 中国彩妆产品包装现状分析
（1）产品包装材质分析
（2）产品包装材质分析
4.1.2 彩妆产品包装特色分析
4.1.3 中国彩妆产品包装趋势分析
4.2 中国境内市场彩妆产品价格及营销现状分析
4.2.1 中国彩妆产品市场价格体系分析
（1）唇釉
（2）隔离霜/妆前乳
（3）粉底液/膏/霜/粉条
（4）眼线笔/眼线液
（5）腮红/胭脂
（6）粉饼/蜜粉/散粉
（7）BB霜/CC霜
4.2.2 中国彩妆产品市场营销现状分析
（1）主要彩妆品牌营销概念分析
（2）主要彩妆品牌营销渠道分析
（3）中国彩妆产品营销趋势分析
4.3 中国境内市场彩妆产品消费者需求特征分析
4.3.1 中国境内市场彩妆价格分析
4.3.2 中国境内彩妆消费者特征调研

（1）消费者年龄构成
（2）消费者收入情况
（3）消费者职业构成
4.3.3 中国境内消费者购买特征分析
（1）消费者购买渠道
（2）消费者消费频次
（3）消费者购买影响因素
4.3.4 中国境内消费者产品偏好分析
（1）消费者对产品类别偏好
（2）消费者特殊偏好分析
4.4 中国跨境市场彩妆产品消费者需求特征分析
4.4.1 跨境市场彩妆产品价格分析
4.4.2 跨境市场彩妆消费者特征调研
（1）消费者年龄构成
（2）消费者收入情况
（3）消费者职业构成
（4）消费者性别比例
4.4.3 跨境市场消费者购买特征分析
（1）消费者购买方式
（2）消费者消费金额
（3）消费者购买影响因素
4.4.4 跨境市场消费者产品偏好分析
4.5 中国彩妆产品新兴营销渠道与趋势分析
4.5.1 网络直播+彩妆
（1）定义
（2）发展现状
4.5.2 KOL种草+彩妆
（1）定义
（2）发展现状
4.5.3 粉丝经济+彩妆
（1）定义
（2）发展现状
4.5.4 热门IP+彩妆
（1）定义
（2）发展现状
第5章：彩妆产品细分市场发展状况分析
5.1 脸部彩妆市场发展分析
5.1.1 脸部彩妆市场产品分析
5.1.2 脸部彩妆市场发展规模分析
（1）中国脸部彩妆总体市场规模
（2）中国脸部彩妆线上销售额
5.1.3 脸部彩妆市场竞争格局
（1）不同类别产品竞争格局
（2）竞争品牌分析
5.1.4 脸部彩妆市场发展前景与趋势
（1）市场前景预测
（2）市场趋势预测
5.2 唇部彩妆市场发展分析
5.2.1 唇部彩妆市场产品分析
5.2.2 唇部彩妆市场发展规模分析
（1）中国唇部彩妆总体市场规模
（2）中国唇部彩妆线上销售额
5.2.3 唇部彩妆市场竞争格局
（1）不同类别产品竞争格局
（2）不同价格区间竞争格局
（3）竞争品牌分析
5.2.4 唇部彩妆市场发展前景与趋势
（1）市场前景预测
（2）市场趋势预测

5.3 眼部彩妆市场发展分析
5.3.1 眼部彩妆市场产品分析
5.3.2 眼部彩妆市场发展规模
（1）中国眼部彩妆总体市场规模
（2）中国眼部彩妆线上销售额
5.3.3 眼部彩妆市场竞争格局
（1）不同类别产品竞争格局
（2）不同价格区间竞争格局
（3）竞争品牌分析
5.3.4 眼部彩妆市场发展前景与趋势
（1）市场前景预测
（2）市场趋势预测
第6章：国内外彩妆产品重点企业案例分析
6.1 国际领先彩妆产品品牌业务布局分析
6.1.1 欧莱雅集团（L’OREAL）
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业销售区域分布
（4）企业彩妆业务表现及集团地位
（5）企业彩妆业务布局及主要品牌
（6）企业彩妆业务在华业绩表现
6.1.2 雅诗兰黛集团（EsteeLauder）
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业销售区域分布
（4）企业彩妆业务表现及集团地位
（5）企业彩妆业务布局及主要品牌
（6）企业彩妆业务在华业绩表现
6.1.3 资生堂集团（Shiseido）
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业销售区域分布
（4）企业美妆业务表现及集团地位
（5）企业彩妆业务布局及主要品牌
（6）企业彩妆业务在华业绩表现
6.1.4 爱茉莉太平洋集团（AMORE PACIFIC）
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业销售区域分布
（4）企业美妆业务表现及集团地位
（5）企业彩妆业务布局及主要品牌
（6）企业彩妆业务在华业绩表现
6.1.5 香奈儿（CHANEL）
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业销售区域分布
（4）企业美妆业务表现及集团地位
（5）企业彩妆业务布局及主要品牌
（6）企业彩妆业务在华业绩表现
6.1.6 LVMH集团
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
（3）企业销售区域分布
（4）企业美妆业务表现及集团地位
（5）企业彩妆业务布局及主要品牌
（6）企业彩妆业务在华业绩表现
6.2 国内彩妆产品领先品牌案例分析
6.2.1 珀莱雅（PROYA）
（1）企业发展简况分析

（2）企业经营状况分析
（3）企业彩妆产品业务分析
（4）企业销售渠道与网络分析
（5）企业发展优劣势分析
6.2.2 毛戈平
（1）品牌发展简况分析
（2）品牌经营状况分析
（3）彩妆产品业务分析
（4）品牌销售渠道与网络
（5）品牌经营状况优劣势分析
6.2.3 完美日记
（1）品牌发展简况分析
（2）品牌经营状况分析
（3）彩妆产品业务分析
（4）品牌营销模式分析
（5）品牌经营状况优劣势分析
6.2.4 花西子
（1）品牌发展简况分析
（2）品牌经营状况分析
（3）彩妆产品业务分析
（4）品牌营销模式分析
（5）品牌经营状况优劣势分析
6.2.5 卡姿兰
（1）品牌发展简况分析
（2）品牌经营状况分析
（3）彩妆产品业务分析
（4）品牌销售渠道与网络
（5）品牌经营状况优劣势分析
6.2.6 橘朵
（1）品牌发展简况分析
（2）品牌经营状况分析
（3）彩妆产品业务分析
（4）品牌营销模式分析
（5）品牌经营状况优劣势分析
6.2.7 稚优泉
（1）品牌发展简况分析
（2）品牌经营状况分析
（3）彩妆产品业务分析
（4）品牌营销模式分析
（5）品牌经营状况优劣势分析
6.2.8 玛丽黛佳
（1）品牌发展简况分析
（2）品牌经营状况分析
（3）彩妆产品业务分析
（4）品牌营销模式分析
（5）品牌经营状况优劣势分析
第7章：中国彩妆产品市场投资潜力与策略规划
7.1 中国彩妆产品市场发展前景预测
7.1.1 彩妆产品市场发展动力分析
7.1.2 彩妆产品市场发展前景预测
7.2 中国彩妆产品市场发展趋势预测
7.2.1 市场整体趋势预测
7.2.2 品牌竞争格局预测
7.2.3 产品发展趋势预测
（1）产品包装发展趋势
（2）产品功效发展趋势
（3）产品价格发展趋势
（4）营销发展趋势
7.2.4 渠道发展趋势预测

（1）零售渠道发展趋势
（2）跨境渠道发展趋势
7.3 中国彩妆产品市场投资策略规划
7.3.1 投资价值分析
7.3.2 投资机会分析
7.3.3 投资策略与建议
（1）品牌策略
（2）产品策略
（3）渠道策略

图表目录

图表1：彩妆产品分类表
图表2：实施日期自2021-2025年彩妆行业的相关标准汇总
图表3：截至2025年国内彩妆行业相关重点政策汇总
图表4：2017-2025年中国国内生产总值及其增长速度（单位：万亿元，%）
图表5：中国社科院2020年1月发布主要经济指标增长预测（单位：%）
图表6：2025年全国两会公布经济发展目标（单位：%）
图表7：2019-2025年全国居民人均可支配收入情况（单位：元）
图表8：2019-2025年全国居民人均消费支出情况（单位：元）
图表9：2025年化妆品细分行业全网信息量对比情况（单位：亿条）
图表10：中国彩妆产品发展机遇与威胁分析
图表11：全球彩妆产品发展历程分析
图表12：2016-2025年全球化妆品市场规模及增长（单位：亿美元，%）
图表13：2016-2025年全球彩妆市场规模情况（单位：亿美元）
图表14：2025年全球彩妆市场产品结构（单位：%）
图表15：2025年全球彩妆市场分级品牌竞争情况
图表16：全球彩妆产品市场品牌格局
图表17：2021-2025年欧莱雅集团与雅诗兰黛集团市场份额占比情况
图表18：2021-2025年日本彩妆产品市场规模（单位：亿美元）
图表19：日本彩妆产品特点及代表品牌分析
图表20：2025年Cosme综合大赏榜单
图表21：2025年日本前十大彩妆企业市场份额（单位：%）
图表22：2019-2025年韩国彩妆产品市场规模（单位：亿美元）
图表23：韩国彩妆产品特点及代表品牌
图表24：韩国主要彩妆品牌及其产品
图表25：2025年韩国前十大彩妆企业市场份额（单位：%）
图表26：2019-2025年法国彩妆产品市场规模（单位：亿美元）
图表27：法国彩妆产品特点及代表品牌
图表28：法国主要彩妆品牌及其产品
图表29：2025年法国前五大彩妆企业市场份额（单位：%）
图表30：2019-2025年美国彩妆产品市场规模（单位：亿美元）
图表31：美国彩妆产品特点及代表品牌
图表32：美国主要彩妆品牌及其产品
图表33：2025年美国前十大彩妆企业市场份额（单位：%）
图表34：2025年全球彩妆行业中小品牌主要投资事件汇总
图表35：2025年全球彩妆行业中小品牌主要融资事件汇总
图表36：全球重点彩妆黑科技产品汇总
图表37：2026-2031年全球彩妆产品发展规模预测（单位：亿美元）
图表38：中国彩妆产品市场发展状态描述总结表
图表39：中国彩妆产品发展历程分析
图表40：2021-2025年中国彩妆大事记汇总
图表41：2017-2025年中国化妆品行业市场规模（单位：亿元）
图表42：2025年国内化妆品不同品类占比情况（单位：%）
图表43：2021-2025年中国彩妆市场规模情况（单位：亿元）
图表44：2025年各国人均彩妆产品消费金额对比（单位：元）

图表45：2021-2025年淘系平台彩妆销售额及增长情况（单位：亿元，%）
图表46：2021-2025年线上渠道彩妆细分品类销售额占比（单位：%）
图表47：2021-2025年淘系平台彩妆细分品类成交额占比（单位：%）
图表48：2025年中国彩妆市场分级品牌竞争情况
图表49：中国彩妆产品市场品牌格局
图表50：2021-2025年淘系平台主要彩妆品牌月度市场份额变化情况（单位：%）
图表51：化妆品原料供应商分布情况
图表52：化妆品研发介绍
图表53：2015-2025年欧莱雅研发投入增长情况（单位：亿欧元，%）
图表54：彩妆产品主要包装材质
图表55：主要彩妆产品的包装类型
图表56：故宫彩妆包装设计融合中国古典元素
图表57：2025年情人节部分彩妆包装案例
图表58：消费者对化妆品包装满意度情况（单位：%）
图表59：彩妆产品包装未来发展趋势
图表60：唇釉产品消费价格区间分布（单位：%）
图表61：隔离霜/妆前乳产品消费价格区间分布（单位：%）
图表62：粉底液/膏/霜/粉条产品消费价格区间分布（单位：%）
图表63：眼线笔/眼线液产品消费价格区间分布（单位：%）
图表64：腮红/胭脂产品消费价格区间分布（单位：%）
图表65：粉饼/蜜粉/散粉产品消费价格区间分布（单位：%）
图表66：BB霜/CC霜产品消费价格区间分布（单位：%）
图表67：主要彩妆品牌营销概念和特色汇总
图表68：中国彩妆营销发展历程
图表69：主要彩妆品牌营销渠道
图表70：中国境内市场彩妆产品价格情况（单位：元 / 件）
图表71：彩妆消费者年龄分布（单位：%）
图表72：消费者收入构成（月收入）（单位：%）
图表73：消费者职业构成（单位：%）
图表74：消费者购买渠道分布（单位：%）
图表75：消费者消费频次分布（单位：%）
图表76：消费者购买影响因素（单位：%）
图表77：彩妆品类声量占比（单位：%）
图表78：跨境市场彩妆产品价格情况
图表79：跨境市场消费者年龄构成（单位：%）
图表80：跨境市场消费者收入区间构成（单位：%）
图表81：跨境市场消费者职业构成（单位：%）
图表82：跨境市场消费者性别构成（单位：%）
图表83：跨境市场消费者购买方式构成（单位：%）
图表84：跨境市场消费者消费金额构成（单位：%）
图表85：跨境市场消费者购买影响因素（单位：%）
图表86：跨境市场消费者产品品类偏好（单位：%）
图表87：直播带货和传统电商决策路径变化
图表88：2025年双十一预售期间李佳琦直播中部分美妆品牌产品及口碑产品出现频次汇总（单位：次）
图表89：网红直播与传统电商购买转化率对比（单位：%）
图表90：美妆产品KOL种草全过程
图表91：完美日记在小红书投放达人占比情况（单位：%）
图表92：2025年双十一男明星带货能力（指数）情况
图表93：IP带动产品销量情况（单位：%）
图表94：彩妆行业热门IP运营案例
图表95：脸部彩妆主要产品分析
图表96：微博底妆功效讨论量TOP5
图表97：2021-2025年中国脸部彩妆市场发展规模（单位：亿元）
图表98：2021-2025年淘系平台脸部彩妆销售额及增长情况（单位：亿元，%）
图表99：脸部彩妆产品微博讨论量排名
图表100：2025年中国脸部彩妆市场代表性品牌对比分析（单位：元，件）
图表101：2026-2031年中国脸部彩妆市场规模预测（单位：亿元）
图表102：微博口红功效与质地讨论排行榜
图表103：微博口红功效与质地讨论排行榜

图表104：2021-2025年中国唇部彩妆市场发展规模（单位：亿元）
图表105：2021-2025年淘系平台唇部彩妆销售额及增长情况（单位：亿元，%）
图表106：中国唇部产品微博讨论量排行榜
图表107：唇部彩妆不同价格区间竞争格局（单位：%）
图表108：2025年天猫好货物推荐大赏“人气”唇部彩妆TOP8情况
图表109：2026-2031年中国唇部彩妆市场规模预测（单位：亿元）
图表110：眼部彩妆主要产品分析
图表111：眼影功效微博讨论量排行榜
图表112：2021-2025年中国眼部彩妆市场发展规模（单位：亿元）
图表113：2021-2025年淘系平台眼部彩妆销售额及增长情况（单位：亿元，%）
图表114：中国眼部彩妆产品微博讨论量排行榜
图表115：眼部彩妆不同价格区间竞争格局（单位：%）
图表116：2025年天猫好货物推荐大赏“人气”眼部彩妆TOP6情况
图表117：2026-2031年中国眼部彩妆市场规模预测（单位：亿元）
图表118：微博眼影质地讨论量情况（单位：%）
图表119：欧莱雅集团发展历程
图表120：2016-2025年欧莱雅集团营业收入情况（单位：亿欧元，%）
略·····完整目录请咨询客服

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！