



艾凯咨询
ICAN Consulting

2015-2020年中国彩妆市场运行 态势及投资战略研究报告

一、调研说明

《2015-2020年中国彩妆市场运行态势及投资战略研究报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/247737.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.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、摘要、目录、图表

第一章 彩妆相关概述 14

1.1 化妆品的相关概述 14

1.1.1 化妆品的定义 14

1.1.2 化妆品的分类 15

1.1.3 化妆品的主要作用 17

1.1.4 化妆品的发展历程 18

1.2 彩妆及其产品简释 23

1.2.1 彩妆的概念及作用 23

1.2.2 彩妆用品简介 24

1.3 主要彩妆产品介绍 27

1.3.1 粉底的定义及成分 27

1.3.2 眼影的概念及作用 28

1.3.3 睫毛膏的概念及发展历史 28

1.3.4 唇彩的相关概述 30

第二章 2013-2014年中国彩妆行业市场发展环境分析 32

2.1 2014年中国宏观经济环境分析 32

2.1.1 2014年中国gdp增长情况分析 32

2.1.2 2014年中国居民消费价格走势 32

2.1.3 2014年城乡居民收入与消费分析 33

2.1.4 2014年中国社会消费品零售总额 35

2.1.5 2014年全社会固定资产投资分析 35

2.1.6 2014年进出口总额及增长率分析 36

2.2 2013-2014年中国彩妆行业政策环境分析 37

2.2.1 化妆品卫生规范 37

2.2.2 化妆品评审和命名新政策解读 37

2.2.3 化妆品广告管理办法 39

2.3 2013-2014年中国彩妆行业社会环境分析 41

2.3.1 2014年中国人口及分布总体情况 41

2.3.2 2014年中国女性人口及年龄分布 42

2.3.3 女性化妆品消费观念变革 43

2.4 2013-2014年中国化妆品行业发展分析 47

2.4.1 2014年中国化妆品市场概况 47

2.4.2 2013年中国化妆品行业发展概况 50

2.4.3 2014年中国化妆品行业发展概况 53

2.4.4 2014年中国化妆品行业发展概况 56

第三章 2013-2014年中国彩妆市场运行分析 59

3.1 2013-2014年中国彩妆市场概况 59

3.1.1 2008-2014年中国彩妆市场规模 59

3.1.2 2014年中国彩妆市场结构 59

3.1.3 2013-2014年中国彩妆市场的新变化 60

3.1.4 2014年中国高档彩妆品走俏市场 65

3.2 2014年中国彩妆市场关注度分析 66

3.2.1 2014年彩妆品牌关注度 66

3.2.2 2014年彩妆产品类型关注度 66

3.3 2014年中国彩妆品消费市场调查 67

3.3.1 中国彩妆市场消费者调查分析 67

3.3.2 中国彩妆消费者生活态度分析 69

3.3.3 中国彩妆消费者体育及休闲活动 72

3.4 中国彩妆市场运作模式分析 73

3.4.1 流通型彩妆运作模式 73

3.4.2 辐射型彩妆运作模式 74

3.4.3 代理型彩妆运作模式 74

3.4.4 终端型彩妆运作模式 75

3.5 2013-2014年中国国产彩妆市场现状及问题分析 76

3.5.1 国产彩妆市场发展现状 76

3.5.2 国产彩妆发展中的问题 76

3.5.3 国产彩妆品牌发展的困局 77

3.5.4 国产彩妆产品包装单纯模仿国际品牌 78

第四章 2013-2014年中国彩妆主要细分市场发展分析 82

4.1 2013-2014年中国颊部彩妆市场分析 82

4.1.1 2014年中国颊部彩妆市场规模 82

4.1.2	2014年中国颊部彩妆品牌竞争状况	82
4.1.3	2014年中国腮红市场消费调研分析	84
4.1.4	2014年中国粉底市场消费调研分析	85
4.1.5	2014年中国粉底液市场消费调研分析	87
4.2	2013-2014年中国眼部彩妆市场发展分析	88
4.2.1	2014年中国眼部彩妆市场规模	88
4.2.2	2014年中国眼部彩妆品牌竞争状况	88
4.2.3	2014年中国眼影市场消费调研分析	90
4.2.4	2014年中国睫毛膏市场消费调研分析	91
4.3	2013-2014年中国唇部彩妆市场分析	93
4.3.1	2014年中国唇部彩妆市场规模	93
4.3.2	2014年中国唇部彩妆品牌竞争状况	93
4.3.3	2014年中国唇彩市场需求状况分析	95
4.3.4	2014年中国唇膏市场消费调研分析	96
4.4	2013-2014年中国美甲用品市场分析	97
4.4.1	2014年中国美甲用品市场规模	97
4.4.2	2008-2014年中国美甲用品品牌竞争分析	98
4.4.3	2014年中国指甲油市场消费调研分析	100

第五章 2014年中国唇用化妆品进出口分析102

5.1	2013-2014年中国唇用化妆品进出口总体情况	102
5.1.1	2013-2014年中国唇用化妆品进口情况	102
5.1.2	2013-2014年中国唇用化妆品出口情况	103
5.2	2014年中国主要省市唇用化妆品进出口情况	104
5.2.1	2014年中国主要省市唇用化妆品进口状况	104
5.2.2	2014年中国主要省市唇用化妆品出口状况	105
5.3	2014年中国唇用化妆品进出口流向情况	106
5.3.1	2014年中国唇用化妆品进口流向	106
5.3.2	2014年中国唇用化妆品出口流向	107
5.4	2014年中国唇用化妆品进出口均价分析	108

第六章 2014年中国眼用化妆品进出口分析110

6.1	2014年中国眼用化妆品进出口总体情况	110
-----	---------------------	-----

6.1.1 2013-2014年中国眼用化妆品进口情况	110
6.1.2 2013-2014年中国眼用化妆品出口情况	111
6.2 2014年中国主要省市眼用化妆品进出口情况	112
6.2.1 2014年中国主要省市眼用化妆品进口状况	112
6.2.2 2014年中国主要省市眼用化妆品出口状况	113
6.3 2014年中国眼用化妆品进出口流向情况	114
6.3.1 2014年中国眼用化妆品进口流向	114
6.3.2 2014年中国眼用化妆品出口流向	115
6.4 2014年中国眼用化妆品进出口均价分析	116
第七章 2014年中国指(趾)甲化妆品进出口分析	118
7.1 2014年中国指(趾)甲化妆品进出口总体情况	118
7.1.1 2013-2014年中国指(趾)甲化妆品进口情况	118
7.1.2 2013-2014年中国指(趾)甲化妆品出口情况	119
7.2 2014年中国主要省市指(趾)甲化妆品进出口情况	120
7.2.1 2014年中国主要省市指(趾)甲化妆品进口状况	120
7.2.2 2014年中国主要省市指(趾)甲化妆品出口状况	121
7.3 2014年中国指(趾)甲化妆品进出口流向情况	122
7.3.1 2014年中国指(趾)甲化妆品进口流向	122
7.3.2 2014年中国指(趾)甲化妆品出口流向	122
7.4 2014年中国指(趾)甲化妆品进出口均价分析	123
第八章 2013-2014年中国彩妆市场竞争格局分析	125
8.1 2013-2014年中国彩妆市场竞争	125
8.1.1 中国彩妆市场竞争概况	125
8.1.2 2014年中国彩妆厂商竞争格局	126
8.1.3 2014年中国彩妆品牌竞争分析	127
8.2 国际知名彩妆品牌提升竞争力的经验借鉴	130
8.2.1 artdeco彩妆品牌竞争力提升的经验借鉴	130
8.2.2 markwins彩妆品牌竞争力提升的经验借鉴	131
8.2.3 其他国际彩妆品牌对中国本土企业提升竞争力的启示	132
8.3 化妆品行业市场竞争新动向	132
第九章 彩妆市场营销策略分析	134
9.1 中国彩妆市场营销基本概述	134

- 9.1.1 彩妆营销的误区 134
- 9.1.2 彩妆营销的特点 135
- 9.2 彩妆营销策略分析 136
 - 9.2.1 定位策略 136
 - 9.2.2 贴身跟进大牌的市场--- 137
 - 9.2.3 品质优先的诚信策略 137
 - 9.2.4 人性化营销策略 137
 - 9.2.5 体验式营销策略 138
- 9.3 彩妆活动促销方式简析 141
 - 9.3.1 活动促销对彩妆品牌发展的意义 141
 - 9.3.2 保障彩妆活动促销成功的条件 141
 - 9.3.3 吸引顾客的法则 143
 - 9.3.4 促使活动成功的三要素 143
- 9.4 重点彩妆品牌营销案例 145
 - 9.4.1 美宝莲与娥佩兰的营销对比分析 145
 - 9.4.2 卡姿兰彩妆的市场营销法宝 146
- 9.5 彩妆市场营销的创新 148
 - 9.5.1 彩妆产品组合创新 148
 - 9.5.2 彩妆营销渠道创新 149

第十章 2013-2014年世界彩妆企业旗下品牌分析 150

- 10.1 法国欧莱雅(L'oreal) 150
 - 10.1.1 企业简介 150
 - 10.1.2 欧莱雅在中国的发展 151
 - 10.1.3 2014年企业经营状况 153
 - 10.1.4 2014年企业经营状况 155
 - 10.1.5 2014年美宝莲在中国的发展现状 155
- 10.2 美国宝洁(p&g , procter&gamble) 156
 - 10.2.1 企业简介 156
 - 10.2.2 2014年企业经营状况 158
 - 10.2.3 宝洁公司在中国的营销策略分析 159
- 10.3 美国雅诗兰黛(esteelauder) 161

10.3.1 企业及品牌简介	161
10.3.2 雅诗兰黛发展简史	162
10.3.3 雅诗兰黛的产品与服务	163
10.3.4 2014财年企业经营情况	168
10.4 日本资生堂(shiseido)	170
10.4.1 企业简介	170
10.4.2 资生堂历史	171
10.4.3 2014财年企业经营状况	172
10.5.4 资生堂品牌线路	174
10.4.5 资生堂在日本推出低端彩妆品牌	175
10.5 美国雅芳(avon)	175
10.5.1 企业简介	175
10.5.2 2014年企业经营状况	176
10.5.3 雅芳的产品简介	178
10.5.4 雅芳营销模式转型	179
10.5.5 2014年雅芳新一代彩妆上市	180
10.6 法国丝芙兰(sephora)	181
10.6.1 公司简介	181
10.6.2 丝芙兰在中国的发展	182
10.6.3 丝芙兰化妆品连锁店的创新经营模式	182
10.7 其他彩妆品牌	185
10.7.1 植村秀(shu uemura)	185
10.7.2 爱丽(etude)	186
10.7.3 天使色彩	186
10.7.4 色彩地带	187
10.7.5 卡姿兰	188
10.7.6 伊卡露诗	189
 第十一章 2013-2014年中国彩妆重点品牌和企业分析	 191
11.1 玫琳凯(中国)化妆品有限公司	191
11.1.1 企业基本情况	191
11.1.2 2014年企业经营状况	191

11.1.3 玫琳凯中国抢占电子商务先机	193
11.2 雅芳(中国)制造有限公司	194
11.2.1 企业基本情况	194
11.2.2 2014年企业经营状况	195
11.2.3 雅芳中国转型之殇	196
11.3 资生堂丽源化妆品有限公司	198
11.3.1 企业基本情况	198
11.3.2 2014年企业经营状况	201
11.3.3 资生堂丽源再登行业效益十佳榜	203
11.4 苏州尚美国际化妆品有限公司	203
11.4.1 企业基本情况	203
11.4.2 2014年企业经营状况	204
11.5 松泽化妆品(深圳)有限公司	205
11.5.1 企业基本情况	205
11.5.2 2014年企业经营状况	206
11.6 其他品牌介绍	207
11.6.1 巧迪尚惠	207
11.6.2 雅美姿	209
11.6.3 蓝色之恋	209
第十二章 2015-2020年中国彩妆市场前景及发展趋势	211
12.1 中国化妆品市场的发展前景及趋势	211
12.1.1 化妆品行业发展总趋势	211
12.1.2 2012-2013年中国化妆品市场趋势预测	213
12.1.3 化妆品连锁专卖将逐步取代单体店	213
12.1.4 2015-2020年中国化妆品行业市场规模预测	216
12.2 2015-2020年中国彩妆市场的前景及发展趋势预测	216
12.2.1 中国低价彩妆市场潜力巨大	216
12.2.2 未来彩妆产品的发展方向	217
12.2.3 特许经营模式将成中国彩妆市场新亮点	218
12.2.4 彩妆原料往安全、天然、滋养方向发展	219
12.3 2015-2020年中国彩妆市场规模预测分析	220
12.3.1 2015-2020年中国彩妆总体市场规模预测	220

12.3.2 2015-2020年中国眼部彩妆总体市场规模预测	221
12.3.3 2015-2020年中国颊部彩妆总体市场规模预测	221
12.3.4 2015-2020年中国唇部彩妆总体市场规模预测	222
12.3.5 2015-2020年中国美甲产品总体市场规模预测	222

图表目录：

图表 1 化妆品分类(按使用目的分)	14
图表 2 化妆品分类(按使用部位分)	15
图表 3 化妆品分类(按剂型分)	15
图表 4 化妆品分类(按年龄分)	16
图表 5 化妆品分类(按产品特点分)	16
图表 6 粉底的成分和作用	27
图表15 2011-2014年中国国内生产总值及增长速度	31
图表16 2011-2014年中国居民消费价格指数变化趋势图	32
图表17 2011-2014年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图	33
图表18 2011-2014年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图	33
图表19 2011-2014年中国城镇居民消费与恩格尔系数	33
图表20 2011-2014年中国农村居民家庭恩格尔系数	34
图表21 2011-2014年中国社会消费品零售总额及增长速度	34
图表22 2011-2014年中国全社会固定资产投资增长趋势图	35
图表23 2011-2014年中国进出口总额及增长速度	35
图表 13 2014年中国人口数及其构成情况	40
图表 14 2011-2014年中国城市人口及所占比例趋势图	41
图表 15 2011-2014年间主要年份中国女性人口数量及比重	41
图表 16 2013年中国女性人口年龄分布	41
图表 17 2013年中国女性人口年龄分布结构图	42
图表 18 2011-2014年中国化妆品市场规模增长趋势图	46
图表 19 2011-2014年中国高档化妆品市场规模及增长率	48
图表 20 2013年中国化妆品行业经济指标统计	49
图表 21 2013年中国化妆品行业前五省区企业数量排名	51
图表 22 2013年中国化妆品行业前五省区工业总产值排名	51
图表 23 2013年中国化妆品行业前五省区资产总计排名	51

图表 24 2013年中国化妆品行业前五省区销售收入排名 52

图表 25 2013年中国化妆品行业前五省区利润总额排名 52

图表 26 2014年中国化妆品行业经济指标统计 53

图表 27 2014年中国化妆品行业前五省区企业数量排名 54

图表 28 2014年中国化妆品行业前五省区资产总计排名 54

图表 29 2014年中国化妆品行业前五省区销售收入排名 54

图表 30 2014年中国化妆品行业前五省区利润总额排名 55

图表 31 2014年中国化妆品行业经济指标统计 55

图表 46 2014年中国化妆品行业前五省区企业数量排名 56

图表 47 2014年中国化妆品行业前五省区资产总计排名 57

图表 48 2014年中国化妆品行业前五省区销售收入排名 57

图表 36 2011-2014年中国彩妆市场规模及增长率 58

图表 37 2013年中国彩妆市场结构(单位：亿元) 59

图表 38 2014年中国彩妆市场结构(单位：亿元) 59

图表 39 2011-2014年中国高档彩妆品市场份额 64

图表 40 2014年彩妆品牌关注度排行 65

图表 41 2014年彩妆产品类型关注度排行 65

图表 42 中国30大城市彩妆市场需求总体状况 66

图表 43 中国30大城市彩妆品牌渗透率总体情况 66

图表 44 中国30大城市消费者最经常使用的彩妆品牌总体情况 67

图表 45 中国彩妆消费者的品牌观 68

图表 46 中国彩妆消费者的广告观 68

图表 47 中国彩妆消费者的购物投资观 69

图表 48 中国彩妆消费者的饮食生活观 69

图表 49 中国彩妆消费者的个性时尚观 70

图表 50 中国彩妆消费者的工作成就观 70

图表 51 中国彩妆消费者的科技环保观 70

图表 52 中国彩妆消费者参加体育运动所占份额 71

图表 53 中国彩妆消费者参加休闲活动所占份额 72

图表 54 2011-2014年中国颊部彩妆市场规模及增长率 81

图表 55 2011-2014年中国颊部彩妆品牌市场占有率统计 82

图表 56 2013年中国颊部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额 83

图表 57 2014年中国颊部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额 83

图表 58 2014年中国30座城市腮红市场需求分析 83

图表 59 2014年中国30座城市粉底市场需求分析 85

图表 60 2014年中国30座城市粉底液市场需求分析 86

图表 61 2011-2014年中国眼部彩妆市场规模及增长率 87

图表 62 2011-2014年中国眼部彩妆品牌市场占有率统计 88

图表 63 2013年中国眼部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额 89

图表 64 2014年中国眼部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额 89

图表 65 2014年中国30座城市眼影市场需求分析 89

图表 66 2014年中国30座城市睫毛膏市场需求分析 91

图表 67 2011-2014年中国唇部彩妆市场规模及增长率 92

图表 68 2011-2014年中国唇部彩妆品牌市场占有率统计 92

图表 69 2013年中国唇部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额 93

图表 70 2014年中国唇部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额 94

图表 71 2014年中国30座城市唇彩市场需求分析 94

图表 72 2014年中国30座城市唇膏市场需求分析 95

图表 73 2011-2014年中国美甲用品市场规模及增长率 97

图表 74 2011-2014年中国美甲用品品牌市场占有率 97

图表 75 2013年中国美甲用品市场份额排名前十位的品牌份额 98

图表 76 2014年中国美甲用品市场份额排名前十位的品牌份额 99

图表 77 2014年中国30座城市指甲油市场需求分析 99

图表 78 2011-2014年中国唇用化妆品进口数量统计 101

图表 79 2011-2014年中国唇用化妆品进口数量增长趋势图 101

图表 80 2011-2014年中国唇用化妆品进口金额统计 102

图表 81 2011-2014年中国唇用化妆品进口金额增长趋势图 102

图表 82 2011-2014年中国唇用化妆品出口数量统计 102

图表 83 2011-2014年中国唇用化妆品出口数量增长趋势图 103

图表 84 2011-2014年中国唇用化妆品出口金额统计 103

图表 85 2011-2014年中国唇用化妆品出口金额增长趋势图 103

图表 86 2014年h中国主要省市(分海关)唇用化妆品进口统计 104

图表 87 2014年h中国主要省市(分海关)唇用化妆品出口统计 104

图表 88 2014年中国唇用化妆品进口来源地情况 105

图表 89 2014年1-9月中国唇用化妆品出口流向情况 106

图表 90 2011-2014年中国唇用化妆品进出口均价情况 107

图表 91 2011-2014年中国唇用化妆品进出口均价趋势图 108

图表 92 2011-2014年中国眼用化妆品进口数量统计 109

图表 93 2011-2014年中国眼用化妆品进口数量增长趋势图 109

图表 94 2011-2014年中国眼用化妆品进口金额统计 110

图表 95 2011-2014年中国眼用化妆品进口金额增长趋势图 110

图表 96 2011-2014年中国眼用化妆品出口数量统计 110

图表 97 2011-2014年中国眼用化妆品出口数量增长趋势图 111

图表 98 2011-2014年中国眼用化妆品出口金额统计 111

图表 99 2011-2014年中国眼用化妆品出口金额增长趋势图 111

图表 100 2014年h中国主要省市(分海关)眼用化妆品进口统计 112

图表 101 2014年h中国主要省市(分海关)眼用化妆品出口统计 112

图表 102 2014年中国眼用化妆品进口来源地情况 113

图表 103 2014年1-9月中国眼用化妆品出口流向情况 114

图表 104 2011-2014年中国眼用化妆品进出口均价情况 115

图表 105 2011-2014年中国眼用化妆品进出口均价趋势图 116

图表 106 2011-2014年中国指(趾)甲化妆品进口数量统计 117

图表 107 2011-2014年中国指(趾)甲化妆品进口数量增长趋势图 117

图表 108 2011-2014年中国指(趾)甲化妆品进口金额统计 118

图表 109 2011-2014年中国指(趾)甲化妆品进口金额增长趋势图 118

图表 110 2011-2014年中国指(趾)甲化妆品出口数量统计 118

图表 111 2011-2014年中国指(趾)甲化妆品出口数量增长趋势图 119

图表 112 2011-2014年中国指(趾)甲化妆品出口金额统计 119

图表 113 2011-2014年中国指(趾)甲化妆品出口金额增长趋势图 119

图表 114 2014年h中国主要省市(分海关)指(趾)甲化妆品进口统计 120

图表 115 2014年h中国主要省市(分海关)指(趾)甲化妆品出口统计 120

图表 116 2014年中国指(趾)甲化妆品进口来源地情况 121

图表 117 2014年1-9月中国指(趾)甲化妆品出口流向情况 121

图表 118 2011-2014年中国指(趾)甲化妆品进出口均价情况 122

图表 119 2011-2014年中国指(趾)甲化妆品进出口均价趋势图 123

图表 120 2014年中国彩妆市场品牌竞争概况 124

图表 121 2011-2014年中国彩妆市场厂商市场份额 125

图表 122 2013年市场份额排名前十位的彩妆生产企业占比 126

图表 123 2014年市场份额排名前十位的彩妆生产企业占比 126

图表 124 2011-2014年中国彩妆品牌市场占有率 127

图表 125 2013年中国彩妆市场份额排名前十位的品牌份额 128

图表 126 2014年中国彩妆市场份额排名前十位的品牌份额 129

图表 127 2011-2014年欧莱雅集团经营情况 152

图表 128 2013年欧莱雅集团分部门经营情况 152

图表 129 2014年欧莱雅集团分产品及部门经营情况 153

图表 130 2011-2014年欧莱雅集团销售额分地区情况统计 153

图表 131 2011-2014年欧莱雅集团化妆品业务分地区销售额统计 153

图表 132 2011-2014年欧莱雅集团经营利润分地区情况统计 154

图表 133 2014年宝洁公司经营状况 157

图表 134 2011-2014年宝洁公司分产品经营状况 157

图表 135 2011-2014年宝洁公司分产品销售收入统计 158

图表 136 2011-2014年雅诗兰黛销售和利润情况统计 167

图表 137 2011-2014年雅诗兰黛销售收入增长趋势 168

图表 138 2011-2014年雅诗兰黛利润总额增长趋势 168

图表 139 2011-2014年雅诗兰黛净利润增长趋势 168

图表 140 2011-2014年雅诗兰黛分地区销售收入统计 168

图表 141 2011-2014年雅诗兰黛分产品销售收入统计 169

图表 142 2013-2014年资生堂资产负债状况 171

图表 143 2013-2014年资生堂销售及利润统计 172

图表 144 2013-2014年资生堂分地区主营业务收入状况 172

图表 145 2013-2014年资生堂分地区销售额状况 172

图表 146 2013-2014年资生堂具体分地区销售额状况 172

图表 147 2013-2014年资生堂经营利润分地区状况统计 173

图表 148 2011-2014年雅芳销售和利润状况统计 175

图表 149 2011-2014年雅芳销售收入及增长率情况 176

图表 150 2011-2014年雅芳经营利润及增长率情况 176

图表 151 2011-2014年雅芳净利润及增长率情况 176

图表 152 2011-2014年雅芳毛利率变化情况 177

图表 153 2011-2014年雅芳集团按产品分销售额占比 177

图表 154 2011-2014年雅芳分地区经营情况 177

图表 155 丝芙兰发展历程 180

图表 156 天使色彩品牌发展历程 186

图表 157 2011-2014年玫琳凯(中国)化妆品有限公司收入及利润统计 190

图表 158 2011-2014年玫琳凯(中国)化妆品有限公司收入增长趋势图 191

图表 159 2011-2014年玫琳凯(中国)化妆品有限公司销售利润率 191

图表 160 2013年玫琳凯(中国)化妆品有限公司成本费用统计 191

图表 161 2011-2014年雅芳(中国)制造有限公司收入及利润统计 194

图表 162 2011-2014年雅芳(中国)制造有限公司收入增长趋势图 194

图表 163 2011-2014年雅芳(中国)制造有限公司销售利润率 194

图表 164 2013年雅芳(中国)制造有限公司成本费用统计 195

图表 165 2013年雅芳(中国)制造有限公司成本费用比例图 195

图表 166 2011-2014年资生堂丽源化妆品有限公司收入及利润统计 200

图表 167 2011-2014年资生堂丽源化妆品有限公司收入增长趋势图 201

图表 168 2011-2014年资生堂丽源化妆品有限公司销售利润率 201

图表 169 2013年资生堂丽源化妆品有限公司成本费用统计 201

图表 170 2013年资生堂丽源化妆品有限公司成本费用比例图 202

图表 171 2011-2014年苏州尚美国际化妆品有限公司收入及利润统计 203

图表 172 2011-2014年苏州尚美国际化妆品有限公司收入增长趋势图 204

图表 173 2011-2014年苏州尚美国际化妆品有限公司销售利润率 204

图表 174 2013年苏州尚美国际化妆品有限公司成本费用统计 204

图表 175 2011-2014年松泽化妆品(深圳)有限公司收入及利润统计 205

图表 176 2011-2014年松泽化妆品(深圳)有限公司收入增长趋势图 205

图表 177 2011-2014年松泽化妆品(深圳)有限公司销售利润率 206

图表 178 2013年松泽化妆品(深圳)有限公司成本费用统计 206

图表 179 2013年松泽化妆品(深圳)有限公司成本费用比例图 206

图表 180 尚惠国际发展历程及荣誉 207

图表 181 化妆品消费趋势 210

图表 182 2015-2020年中国化妆品行业市场规模预测 215

图表 183 2015-2020年中国彩妆行业市场规模预测 220

图表 184 2015-2020年中国眼部彩妆行业市场规模预测 220

图表 185 2015-2020年中国颊部彩妆行业市场规模预测 221

图表 186 2015-2020年中国唇部彩妆行业市场规模预测 221

图表 187 2015-2020年中国美甲产品行业市场规模预测 222

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/247737.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。