



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2009年中国彩妆行业市场分析及 发展前景预测报告

## 一、调研说明

《2009年中国彩妆行业市场分析及发展前景预测报告》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/29514.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 2009年中国彩妆行业市场运行环境解析

#### 一、2009年中国经济发展环境分析

- (一) 2009年中国宏观经济运行情况
- (二) 全球金融危机对中国产业格局影响
- (三) 中国应对金融危机的措施

#### 二、2009年中国彩妆行业政策环境分析

- (一) 《化妆品卫生规范》
- (二) 《日用化妆品说明标准》
- (三) 《化妆品广告管理办法》

#### 三、2009年中国彩妆行业社会环境分析

- (一) 居民消费
- (二) 消费观念

### 第二章 彩妆相关概述

#### 一、彩妆及其产品简介

- (一) 彩妆的概念及作用
- (二) 彩妆用品简介

#### 二、主要彩妆产品介绍

- (一) 粉底的定义及成分
- (二) 眼影的概念及作用
- (三) 睫毛膏的概念及发展历史
- (四) 唇彩的相关概述

### 第三章 2009年全球彩妆行业发展概况

#### 一、2009年国际彩妆市场发展分析

- (一) 全球彩妆新兴市场表现更胜一筹
- (二) 全球彩妆细分产品发展状况

#### 二、2009年全球彩妆主要国家运行分析

- (一) 美国彩妆行业发展态势
- (二) 韩国彩妆市场运行形式

#### 三、2009-2012年全球彩妆行业发展趋势分析

## 第四章 2009年中国彩妆行业市场发展现状综述

### 一、2009年中国化妆品市场总体概述

- (一) 化妆品市场消费呈现新特征
- (二) 中国化妆品市场倡销品牌分析
- (三) 中国化妆品行业管理模式探讨

### 二、2009年中国彩妆市场动态

- (一) 中国彩妆市场驶入快车道
- (二) 消费指数下降口红销量大涨
- (三) 高档彩妆品渐走俏市场
- (四) 中国彩妆市场的可喜变化

### 三、2009年中国彩妆行业分支市场

- (一) 颊部彩妆
- (二) 唇部彩妆
- (三) 眼部彩妆
- (四) 美甲用品

### 四、2009年中国彩妆行业存在的问题

- (一) 网点销量无法突破
- (二) 产品线不够完善
- (三) 缺乏领袖品牌。
- (四) 严重缺乏彩妆人才

## 第五章 2009年中国彩妆行业市场营销剖析

### 一、中国彩妆的营销模式及渠道

### 二、中国彩妆活动促销的注意事项

- (一) 活动促销对彩妆品牌发展的意义
- (二) 保障彩妆活动促销成功的条件
- (三) 吸引顾客的法则
- (四) 促使活动成功的三要素

### 三、2009年中国营销案例分析

- (一) 嘉魅儿把产品定位为"彩妆 护肤"模式的实践者
- (二) 美宝莲PK娥佩兰

### 四、2009年中国彩妆业营销的问题及策略

- (一) 厂商利用护肤品渠道做彩妆存在的问题
- (二) 彩妆市场营销战略
- (三) 化妆品专卖店彩妆营销策略

## 第六章 2009年中国彩妆消费者市场调查分析

- 一、消费者彩妆产品使用频次调查：
- 二、消费者彩妆使用场合调查
- 三、消费者彩妆购买渠道调查
  - (一) 传统渠道
  - (二) 大型美容院
- 四、消费者彩妆产品价格接受程度调查
- 五、消费者购买彩妆产品选择因素的调查
  - (一) 产品是否安全可靠
  - (二) 价格
  - (三) 功能需求
  - (四) 品牌知名度

## 第七章 2009年中国彩妆行业竞争格局透析

- 一、2009年中国彩妆行业竞争现状
  - (一) 彩妆市场"洋土"品牌竞争激烈
  - (二) 产品差异化成为市场竞争的核心环节
  - (三) 专营店的冲突和争夺再成竞争焦点
  - (四) 2009年中国彩妆市场竞争升级
- 二、2009年中国彩妆行业集中度分析
- 三、2009年中国彩妆行业竞争策略分析
  - (一) 中国彩妆市场应远离价格战
  - (二) 中国彩妆企业打造品牌的五大策略
- 四、2009-2012年中国彩妆行业竞争趋势分析

## 第八章 全球知名品牌彩妆企业分析

- 一、欧莱雅
  - (一) 公司概况

## （二）公司发展战略分析

### 二、兰蔻

#### （一）公司概况

#### （二）公司发展战略分析

### 三、雅诗兰黛

#### （一）公司概况

#### （二）公司发展战略分析

### 四、美宝莲

#### （一）公司概况

#### （二）公司发展战略分析

### 五、蝶妆

#### （一）公司概况

#### （二）公司发展战略分析

## 第九章 中国彩妆行业知名品牌企业分析

### 一、浙江欧诗漫集团有限公司

#### （一）企业概况

#### （二）企业经营状况分析

### 二、义乌市欧雅化妆品有限公司

#### （一）企业概况

#### （二）企业经营状况分析

### 三、玫琳凯(中国)化妆品有限公司

#### （一）企业概况

#### （二）企业经营状况分析

### 四、资生堂丽源化妆品有限公司

#### （一）企业概况

#### （二）企业经营状况分析

### 五、雅芳（中国）有限公司

#### （一）企业概况

#### （二）企业经营状况分析

## 第十章 2009-2012年中国彩妆行业发展及投资前景分析

## 一、2009-2012年中国彩妆行业发展前景

(一) 儿童、少年彩可能成为彩妆市场的"蓝海"领域

(二) 中国彩妆市场潜力巨大

## 二、2009-2012年中国彩妆行业发展趋势

(一) 化妆品市场产品可选性强的趋势

(二) 专卖店与美容院这两种彩妆销售渠道的发展趋势

(三) 产品线由单一到多元

(四) 服务更加个性化与系统化

(五) 彩妆销售渠道延续几年来不断扩散的趋势

## 三、2009-2012中国彩妆产品发展方向

(一) 彩妆功效化

(二) 上妆简单化

(三) 产品个性化。

## 四、2009-2012年中国彩妆行业投资分析

(一) 中国彩妆行业投资环境分析

(二) 中国彩妆行业投资机会分析

(三) 中国彩妆行业投资风险分析

## 图表目录(部分)：

图表：2008年中国GDP增长情况

图表：2001-2009年中国工业增加值与发电量

图表：2005-2009年中国投资、消费、出口走势

图表：2001-2009年中国CPI、PPI走势

图表：2001-2009年中国进出口走势

图表：2001-2009年中国失业率走势

图表：2007-2009年中国货币供应量

图表：2008年1-9月份我国部分行业调整变化(同比增长率%)

图表：2008年1-9月份我国周期性行业调整变化(同比增长率%)

图表：2008年1-9月份耐用消费类产业出现负增长(同比增长率%)

图表：近期公布的刺激经济的政策一览表

图表：提高出口退税率的商品清单

图表：略&hellip;&hellip;

更多图表见报告正文

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/29514.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](http://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。