

2016-2022年中国眼霜行业运行态势 与十三五盈利前景预测报告

报告大纲

观研报告网

www.chinabaogao.com

一、报告简介

观研报告网发布的《2016-2022年中国眼霜行业运行态势与十三五盈利前景预测报告》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：<http://baogao.chinabaogao.com/meirong/240454240454.html>

报告价格：电子版: 7200元 纸介版：7200元 电子和纸介版: 7500

订购电话: 400-007-6266 010-86223221

电子邮箱: sale@chinabaogao.com

联系人: 客服

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

眼霜有滋润的功效，除了可以减低黑眼圈、眼袋的问题外，同时也具备改善皱纹、细纹的功效。眼霜是用来保护眼睛周围比较薄的这一层皮肤的，对眼袋、黑眼圈、鱼尾纹等都有一定的效用，但是不同的眼霜有不同的主要作用。眼部浮肿眼睑皮肤很薄，皮下组织薄而松弛，很容易出现眼睛浮肿现象。睡眠不够充足，睡眠质量不好；睡前喝水太多；枕头垫得太低，都让容易堆积在眼睑上的水分通过血液循环而疏散。因此平时应经常按摩眼睑，有利于血液循环。眼霜的种类很多大致分为眼膜、眼胶、眼霜等；从功能上分为滋润眼霜、紧实眼霜、抗老化眼霜、抗敏眼霜等等。

年龄和收入是消费者选择眼霜产品时的重要依据，根据这两个变量可以将眼霜产品市场划分成高、中、低端三部分：高端市场：以价格较高的国外产品为主，消费者主要是高收入的中青年女性。中端市场：主要产品是价格相对较高的合资产品，如玉兰油、雅芳等，消费群集中在中低收入女性。低端市场：基本上是低收入或无收入（学生）的女性在购买。数据显示，2014年我国国内眼霜行业总消费量达到4092万支，约合76.31万升，较2013年同比增长41.47%。全行业2014年市场规模达到175亿元，较2013年同比增长71.2%。

纵观眼霜行业发展趋势，男性眼霜市场也逐渐得到了开发，2014年，中国男性眼霜产品市场增长幅度为27%，而2013年这一市场则以40%的速度增长，约为女性眼霜产品市场增长速度的5倍。2013年，男性眼霜产品的市场容量接近40亿元。由此看出，男性市场已经成为中国眼霜产品市场的最大惊喜之一。

中国报告网发布的《2016-2022年中国眼霜行业运行态势与十三五盈利前景预测报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

【报告大纲】

第一部分 眼霜行业发展概述

第一章 眼霜相关概述

第一节 眼霜基础阐述

一、眼霜的成份

二、眼霜的分类

1、眼部卸妆产品

2、眼部基础护理产品

3、眼部特殊护理

第二节 眼霜品种

一、眼膜

二、眼胶

三、眼霜

第二章 2014-2015年重点地区眼霜市场运行态势分析

第一节 2014年重点地区眼霜市场状况

一、台湾

1、2014-2015年台湾地区眼霜行业市场规模

2、2014年台湾地区眼霜市场前十企业排名及市场份额

3、2016-2022年台湾地区眼霜市场规模预测

二、香港

1、2014-2015年香港地区眼霜行业市场规模

2、2014年香港地区眼霜市场前十企业排名及市场份额

3、2016-2022年香港地区眼霜市场规模预测

第二节 2016-2022年全球眼霜行业发展趋势分析

第三章 2014-2015年中国眼霜市场运行环境分析

第一节 2014-2015年中国眼霜市场相关政策分析

一、眼霜市场政策监管

二、护肤品产业政策分析

三、化妆品产业政策分析

第二节 2014-2015年中国眼霜社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第二部分 眼霜行业深度分析

第四章 2014-2015年中国眼霜市场动态分析

第一节 2014-2015年中国眼霜行业市场新亮点呈现

一、眼霜种类繁多

二、眼霜价格两极分化严重

三、眼霜行业地区发展水平不平衡

第二节 2014-2015年中国眼霜行业价格水平分析

一、低价位

二、中高价位

第三节 2014-2015年中国眼霜消费人群分析

第四节 2014-2015年中国消费者对眼霜需求要素

一、基础需求

二、特殊需求

第五章 2014-2015年中国眼霜品牌市场营销态势分析

第一节 雅诗兰黛

一、品牌概况

二、产品特点及概况

三、产品主流消费群体

四、口碑评价

五、营销策略

六、市场销售情况

第二节 欧莱雅

一、品牌概况

二、产品特点及概况

三、产品主流消费群体

四、口碑评价

五、营销策略

六、市场销售情况

第三节 玉兰油

一、品牌概况

二、产品特点及概况

三、产品主流消费群体

四、口碑评价

五、营销策略

六、市场销售情况

第四节 兰蔻

一、品牌概况

二、产品特点及概况

三、产品主流消费群体

四、口碑评价

五、营销策略

六、市场销售情况

第五节 倩碧

一、品牌概况

二、产品特点及概况

三、产品主流消费群体

四、口碑评价

五、营销策略

六、市场销售情况

第六节 丸美

一、品牌概况

二、产品特点及概况

三、产品主流消费群体

四、口碑评价

五、营销策略

六、市场销售情况

第七节 大宝

一、品牌概况

二、产品特点及概况

三、产品主流消费群体

四、口碑评价

五、营销策略

六、市场销售情况

第八节 相宜本草

一、品牌概况

二、产品特点及概况

三、产品主流消费群体

四、口碑评价

五、营销策略

六、市场销售情况

第九节 玫琳凯

一、品牌概况

二、产品特点及概况

三、产品主流消费群体

四、口碑评价

五、营销策略

六、市场销售情况

第十节 薇姿

一、品牌概况

二、产品特点及概况

三、产品主流消费群体

四、口碑评价

五、营销策略

六、市场销售情况

第六章 2014-2015年中国眼霜市场消费调研

第一节 2014-2015年中国消费者心理调研

一、女性消费者消费心理与行为分析

1、女性消费者更看重产品的哪些特征

2、女性消费者从哪些渠道获得产品信息

3、女性消费者从哪些渠道购买产品

二、男性消费者心理与行为分析

1、男性消费者更看重产品的哪些特征

2、男性消费者从哪些渠道获得产品信息

3、男性消费者从哪些渠道购买产品

三、消费者对眼霜需求因素分析

1、眼霜基础需求

2、眼霜特殊需求

第二节 2014-2015年中国眼霜市场划分及消费者分布研究

一、高端市场

1、消费者年龄结构分布

2、消费者性别结构分布

3、消费者收入结构分布

4、消费者区域结构分布

二、中端市场

1、消费者年龄结构分布

2、消费者性别结构分布

3、消费者收入结构分布

4、消费者区域结构分布

三、低端市场

- 1、消费者年龄结构分布
- 2、消费者性别结构分布
- 3、消费者收入结构分布
- 4、消费者区域结构分布

第三节 2014-2015年中国眼霜消费者消费行为调研

- 一、中国消费者对眼霜认知情况调研
- 二、消费者购买眼霜渠道分布
- 三、消费者对眼霜品牌忠诚度分析
- 四、消费者对眼霜价格敏感度分析
- 五、中国重点城市前五大品牌构成
- 六、影响消费者选购护眼霜考虑因素分析
- 七、消费者对眼霜功能关注及占比

第三部分 眼霜行业竞争格局分析

第七章 2014-2015年中国眼霜行业市场竞争格局分析

第一节 2014-2015年中国眼霜市场竞争分析

- 一、眼霜新产品性价格分析
- 二、国内外品牌竞争力分析
- 三、生产工艺竞争

第二节 2014-2015年中国眼霜市场集中度分析

第三节 2016-2022年中国眼霜竞争趋势分析

第八章 中国眼霜市场分析

第一节 2014-2015年眼霜行业总消费量分析

第二节 2014-2015年眼霜行业消费特点与消费趋势分析

第三节 2014-2015年眼霜行业供需错位情况分析

第四节 2014-2015年眼霜行业需求满足率与潜在需求量分析

- 一、2014-2015年眼霜行业满足率分析
- 二、2014-2015年眼霜行业潜在需求量分析

第五节 2014-2015年眼霜行业市场价格变动分析

第六节 2014年眼霜区域市场分析

第七节 2014-2015年眼霜市场规模分析

第八节 行业集中度调研

- 一、市场集中度调研
- 二、企业集中度调研
- 三、区域集中度调研

四、主要品牌调研

第九节 2014年中国眼霜市场前十企业排名及市场份额

第九章 市场供需态势分析

第一节 2014-2015年眼霜行业供需状况

一、2014-2015年眼霜供给状况

二、2014-2015年眼霜需求状况

三、2014-2015年眼霜供需缺口分析

第二节 2016-2022年我国眼霜供给变化趋势预测

第三节 2016-2022年我国眼霜需求变化趋势预测

第四节 2016-2022年我国眼霜供需缺口变化趋势预测

第六节 2016-2022 年眼霜市场规模分析

第五节 眼霜行业供需主要影响因素

第十章 主要地区眼霜市场现状

第一节 华北地区

一、2014-2015年市场需求分析

二、2014-2015年市场规模分析

三、2014-2015年市场竞争分析

第二节 东北地区

一、2014-2015年市场需求分析

二、2014-2015年市场规模分析

三、2014-2015年市场竞争分析

第三节 华东地区

一、2014-2015年市场需求分析

二、2014-2015年市场规模分析

三、2014-2015年市场竞争分析

第四节 华南地区

一、2014-2015年市场需求分析

二、2014-2015年市场规模分析

三、2014-2015年市场竞争分析

第五节 西南地区

一、2014-2015年市场需求分析

二、2014-2015年市场规模分析

三、2014-2015年市场竞争分析

第六节 其他地区

一、2014-2015年市场需求分析

二、2014-2015年市场规模分析

三、2014-2015年市场竞争分析

第十一章 眼霜价格机制分析

第一节 2014-2015年眼霜行业平均价格走势分析

第二节 价格形成机制分析

第三节 2016-2022年我国眼霜行业价格走势预测

第四部分 眼霜行业发展前景

第十二章 眼霜行业发展前景及趋势预测

第一节 眼霜发展趋势和预测

一、我国眼霜市场竞争趋势

1、护肤品市场环境竞争分析

2、消费市场竞争分析

3、男性护肤品市场分析

4、主要品牌竞争手段分析

二、2016-2022年中国眼霜发展预测

第二节 眼霜行业发展未来总体趋势

第三节 2014-2018年我国眼霜发展趋势分析

一、产业规范化发展趋势

二、企业品牌发展趋势

三、行业现代化发展趋势

四、消费者需求发展趋势

图表目录

图表：2010-2014年台湾地区眼霜行业市场规模

图表：2014年台湾地区眼霜前十大品牌市场份额

图表：2016-2022年台湾地区眼霜行业市场规模预测

图表：2010-2014年香港地区眼霜行业市场规模

图表：2016-2022年香港地区眼霜市场规模预测

图表：2016-2022年全球眼霜行业市场规模预测

图表：2010-2014年城镇新增就业人数

图表：2009-2013年国内生产总值与全部就业人员比率

图表：2009-2013年高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数

图表：2009-2013年研究与试验发展（R&D）经费支出

图表：2009-2013年中国城镇化水平

图表：2014年眼霜行业不同价位产品市场份额占比情况

图表：2014年眼霜行业地区市场份额占比情况

图表：低价位眼霜产品前十名热卖品牌排名

图表：中高价位眼霜产品前十名热卖品牌排名

图表：中国眼霜行业消费者年龄分布

图表：中国眼霜行业消费者性别分布

图表：中国眼霜行业消费者收入分布

图表：消费者基础需求分布

图表：消费者特殊需求分布

图表：欧莱雅眼霜主要产品对比

图表：玉兰油眼霜主要产品对比

图表：2010-2014年兰蔻眼霜在华销售额

图表：2010-2014年倩碧眼霜在华销售额

图表：大宝眼霜用户群肤质分布

图表：大宝眼霜用户群年龄分布

图表：大宝眼霜用户群评价分布

图表：2010-2014年大宝眼霜在华销售额

图表：2010-2014年相宜本草眼霜在华销售额

图表：影响女性消费者购买行为的因素

图表：女性消费者信息获取渠道分布

图表：女性消费者购买渠道分布

图表：女性消费者线上购买渠道分布

图表：影响男性消费者购买行为的因素

图表：男性消费者信息获取渠道分布

图表：男性消费者购买渠道分布

图表：男性消费者线上购买渠道分布

图表：中国眼霜高端市场消费者年龄结构分布

图表：中国眼霜高端市场消费者性别结构分布

图表：中国眼霜高端市场消费者收入结构分布

图表：中国眼霜高端市场消费者区域结构分布

图表：中国眼霜中端市场消费者年龄结构分布

图表：中国眼霜中端市场消费者性别结构分布

图表：中国眼霜中端市场消费者收入结构分布

图表：中国眼霜中端市场消费者区域结构分布

图表：中国眼霜低端市场消费者年龄结构分布

图表：中国眼霜低端市场消费者性别结构分布

图表：中国眼霜低端市场消费者收入结构分布

- 图表：中国眼霜低端市场消费者区域结构分布
- 图表：中国消费者青睐的眼霜品牌分布
- 图表：消费者购买眼霜渠道分布
- 图表：消费者使用眼霜品牌数量情况
- 图表：眼霜市场不同价格销量分布
- 图表：北京前五大品牌构成
- 图表：上海前五大品牌构成
- 图表：广州前五大品牌构成
- 图表：深圳前五大品牌构成
- 图表：影响消费者选购护眼霜考虑因素
- 图表：消费者对眼霜功能关注及占比
- 图表：眼霜产品国内外品牌竞争力模型
- 图表：眼霜产品国内外生产工艺竞争力模型
- 图表：2014-2015年中国眼霜市场集中度
- 图表：2016-2022年中国眼霜竞争趋势
- 图表：2014-2015年眼霜行业总消费量
- 图表：2016-2022年眼霜行业消费量变化趋势预测
- 图表：2014-2015年眼霜行业供需错位情况
- 图表：2014-2015年眼霜行业满足率
- 图表：2014-2015年眼霜行业潜在需求量
- 图表：2014-2015年眼霜行业消费价格变化情况
- 图表：2014年眼霜区域市场份额分布
- 图表：2014-2015年中国眼霜行业市场规模
- 图表：眼霜行业市场集中度
- 图表：眼霜行业企业集中度
- 图表：眼霜行业区域集中度
- 图表：2014年眼霜行业主要品牌及市场份额
- 图表：2014年中国眼霜市场前十企业排名及市场份额
- 图表：2014-2015年中国眼霜行业供给状况
- 图表：2014-2015年中国眼霜行业需求状况
- 图表：2014-2015年中国眼霜行业供需缺口
- 图表：2016-2022年我国眼霜供给变化趋势预测
- 图表：2016-2022年我国眼霜需求变化趋势预测
- 图表：2016-2022年我国眼霜供需缺口变化趋势预测
- 图表：2016-2022年我国眼霜市场规模预测

图表：眼霜行业供需主要影响因素影响程度评价指标

图表：2014-2015年华北地区眼霜市场需求

图表：2014-2015年华北地区眼霜市场规模

图表：2014-2015年华北地区眼霜市场主要品牌竞争格局

图表：2014-2015年东北地区眼霜市场需求

图表：2014-2015年东北地区眼霜市场规模

图表：2014-2015年东北地区眼霜市场主要品牌竞争格局

图表：2014-2015年华东地区眼霜市场需求

图表：2014-2015年华东地区眼霜市场规模

图表：2014-2015年华东地区眼霜市场主要品牌竞争格局

图表：2014-2015年华南地区眼霜市场需求

图表：2014-2015年华南地区眼霜市场规模

图表：2014-2015年华南地区眼霜市场主要品牌竞争格局

图表：2014-2015年西南地区眼霜市场需求

图表：2014-2015年西南地区眼霜市场规模

图表：2014-2015年西南地区眼霜市场主要品牌竞争格局

图表：2014-2015年西北地区眼霜市场需求

图表：2014-2015年华中地区眼霜市场需求

图表：2014-2015年西北地区眼霜市场规模

图表：2014-2015年华中地区眼霜市场规模

图表：2014-2015年西北地区眼霜市场主要品牌竞争格局

图表：2014-2015年华中地区眼霜市场主要品牌竞争格局

图表：2014-2015年眼霜行业平均价格走势

图表：眼霜产品价格形成机制

图表：2016-2022年我国眼霜行业价格走势预测

图表详见正文•••••

特别说明：中国报告网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，有利于降低企事业单位决策风险（GY zm）。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/meirong/240454240454.html>