

# 中国彩妆行业发展趋势分析与投资前景研究报告 (2024-2031年)

报告大纲

观研报告网

[www.chinabaogao.com](http://www.chinabaogao.com)

## 一、报告简介

观研报告网发布的《中国彩妆行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》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://www.chinabaogao.com/baogao/202408/724617.html>

报告价格：电子版: 8200元 纸介版：8200元 电子和纸介版: 8500

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

### 一、行业相关概述

彩妆是指具有色彩及修饰功能的化妆产品，在遵循一定的上妆程序，辅以化妆技巧的条件下，将彩妆产品施用于脸部，能够达到弥补面部缺陷，美化容貌，提升个人外在形象的目的，如粉底液、遮瑕、眼影、眼线、蜜粉/散粉、口红、眉笔/眉粉、彩妆工具等等。

主要彩妆产品及功效概览

产品	功效
修正液	用在化妆打底之前，用于调正皮肤的颜色
粉底	化妆时打底使用，掩盖皮肤瑕疵，调整皮肤色调，提升皮肤质感
散粉	用于定妆，使底妆妆面固定、持久
高光	涂抹在希望突出的部位，有扩展、前进的作用
胭脂	分为膏质与粉质两种，用于增加面部血色
眼线笔	用于画眼线，塑造眼部轮廓，提升眼部视觉效果
眉笔	用于描绘眉毛、塑造眉型
睫毛膏	用于增长、加密睫毛，提升眼部立体感
眼影	涂在眼睛周围的颜色，有多种颜色和质地，用于塑造眼睛轮廓和色彩
修容饼	阴影用于加深轮廓、收紧脸型
阴影膏	阴影是一种紧缩、后退色，使用后可展现收小与凹下去的效果
口红与唇彩	分为膏质与液质两种，用于展现唇部的色彩，提升人的外在精神状态
唇线笔	用于勾画唇部轮廓，防止口红外溢

资料来源：观研天下整理

### 二、行业发展现状

#### 1、彩妆是化妆品产业第二大细分市场，占比21.3%

彩妆是化妆品产业的主要细分市场之一。有数据显示，2023年在我国化妆品产业中，彩妆占比21.3%，仅次于护肤品（60.51%），是第二大市场。

数据来源：公开数据整理，观研天下整理

#### 2、我国化妆品行业进入高速发展阶段，消费持续攀升

化妆品是指以涂抹、喷洒或者其他类似方法，散布于人体表面的任何部位，如皮肤、毛发、指趾甲、唇齿等，以达到清洁、保养、美容、修饰和改变外观，或者修正人体气味，保持良好状态为目的的化学工业品或精细化工产品。

近年随着我国城镇化进程的持续加快、国民素质的提高、人口结构变化和“颜值经济”崛起，加之以80后、90后为主的消费群体年轻化等叠加效应，为化妆品行业的发展创造了良好的市场环境和增长空间。目前我国化妆品行业进入高速发展阶段，消费持续攀升，市场规模已经上升为全球第二，市场规模增速超越其他国家，占据全球第一的位置。数据显示，2023年全年我国化妆品零售额达4142亿元，同比增长5.1%。在此背景下，随着化妆品市场发展也带动了彩妆市场的发展。

数据来源：国家统计局，观研天下整理

### 3、彩妆逐渐日常化，市场规模不断增长

近年随着各类社交、即时聊天工具的普及，消费者通过自拍、短视频等方式展现自身形象的机会和频次增加，颜值的重要性被提升到新高度，彩妆对快速提升外在形象方面的功能性被强化，化妆逐渐融入到愈来愈多消费者的日常生活。有相关调研数据显示，2024年，超过八成消费者每周至少化妆一次，仅少数消费者（1.5%）平常极少化妆。其中又以80后、90后、00后为首的年轻消费群体逐渐成为中国消费主力人群。这是因为年轻消费群体网络触达方式多样，对种草与IP化等营销方式尤为热衷，品牌需针对不同人群选择合适的营销渠道和模式，以实现更全面的品牌信息传播与市场覆盖。

数据来源：公开数据整理，观研天下整理

数据来源：公开数据整理，观研天下整理

虽然市场需求的不断增长，市场规模不断增长。数据显示，2019-2023年我国彩妆市场规模从452亿元增长至585亿元，年均复合增长率达6.66%。其中2023年国货美妆市场规模同比增长13.2%。

数据来源：公开数据整理，观研天下整理

## 二、行业竞争情况

### 1、国际品牌仍占主导地位，欧莱雅龙头优势显著

国际品牌在彩妆市场中仍占主导地位，如欧莱雅、茵芙莎、娇兰等。其中欧莱雅龙头优势显著。数据显示，2023年欧莱雅以23.7%的市占率稳居龙头地位，是第二名LVMH市占率的两倍多，是上海橘宜市占率的四倍多。

数据来源：公开数据整理，观研天下整理

### 2、国货品牌正在通过打造差异化壁垒和多样化营销策略不断发力

近年花西子、橘朵等一批国货彩妆品牌接续发力，利用价格优势，创新营销模式，加速产品迭代，通过打造差异化，赢得了更大的发展空间，为中国彩妆行业带来了新亮点。

差异化壁垒方面：

彩妆品类由于体量小，且以修饰性功能为主，往往容易让人忽略其产品品质。因此近年随着消费者心智越来越成熟，对产品品质要求的门槛逐渐提高，品质优劣成为衡量彩妆品牌的标准要素，品牌纷纷以科研创新为“抓手”打造差异化壁垒。

例如橘宜集团旗下品牌正是通过深度洞察消费者需求，从原料、包材、结构等方面创新研发，产品不断突围，成长为国货彩妆的头部企业。橘朵推出的“极细眼线液笔”“钢管睫毛膏”和酵色推出的“水精华”哑光口红都是其中的代表产品。

花西子建立超过7000平方米的科研平台，成立5大研发创新中心，首创“东方美妆研发体系”。截至目前，花西子已完成50种花卉原料提取制备，30种护肤功效的筛选测试，构建了100多份花卉组方的数据库，拥有了多项植物提取物及特色矿物原料相关的专利。

另外彩妆不同于护肤品，具有更新迭代更快的特点，彩妆品牌想要沉淀用户，就要不断推陈出新，加速产品升级迭代。谁能精准洞察市场变化，敏锐捕捉消费者需求，谁就能手握品牌增长密码。

如橘朵会根据消费者对其热卖单品“高光修容盘”和“极细眼线液笔”的反馈，对产品进行升级革新，同时洞察消费者新需求，推出“冰熨斗唇釉”“唇粉霜”等唇部产品。底妆方面，根据消费者不同的需求推出“小仙参”干皮气垫、“怼脸拍高遮瑕气垫”及防晒特证产品橘朵“六合一防晒养肤素颜霜”，保持产品线的新鲜感和生命力。

同样，花西子也在不断扩大其产品品类，如4月16日全新上线的“花西子小莲伞防晒”系列产品，正是其基于用户需求洞察的产品迭代方向。此外，花西子还在敏感肌适用、适合中国女性肤质肤色的色彩类产品方向不断升级迭代。

多样化营销策略方面：

近年国货彩妆品牌正通过多样化营销策略，抓住消费者需求，提升品牌影响力，推动行业发展。例如完美日记通过明星代言，如周迅，强调新品的创新和护肤功能，与IP联名，如麦兜，结合职场场景营销；橘朵频繁推出IP联名，如《未定事件簿》和红山森林动物园，结合节气营销，如圣诞节的“抱抱”系列，保持品牌年轻化和潮流感。可见完美日记、橘朵等国货彩妆在营销方式上展现出了极大的创新和灵活性。通过营销，国货彩妆品牌与消费者深度互动，完成品牌价值与消费者的链接，增加消费者粘性，打开市场。未来，预计国货品牌将继续探索创新，满足消费者对健康、自然、便捷和文化归属的需求，塑造独特的品牌形象和市场地位。

国货彩妆品牌营销策略 品牌 营销策略 完美日记通过明星代言，如周迅，强调新品的创新和护肤功能，与IP联名，如麦兜，结合职场场景营销。 Colorkey 利用明星营销、热门IP联名，如芭比，参与美妆榜单，以及邀请龚俊作为全球代言人，强化品牌潮流定位。

毛戈平MAOGEPING

邀请专业演员陈丽君为光影大使，举办品牌艺术发布会，凸显品牌专业性和匠心精神。

橘朵 频繁推出IP联名，如《未定事件簿》和红山森林动物园，结合节气营销，如圣诞节的“抱抱”系列，保持品牌年轻化和潮流感。 Funny Elves方里 举办全球发布会，收购实验室，聘请专业体育明星叶诗文为“运动持妆大使”，提升品牌专业属性，聚焦女性力量和运动场景。

资料来源：公开资料整理，观研天下整理（WW）

注：上述信息仅供参考，图表均为样式展示，具体数据、坐标轴与数据标签详见报告正文。

个别图表由于行业特性可能会有出入，具体内容请联系客服确认，以报告正文为准。

更多图表和内容详见报告正文。

观研报告网发布的《中国彩妆行业发展趋势分析与投资前景研究报告（2024-2031年）》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，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。行业报告是业内企业、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。观研天下是国内知名的行业信息咨询机构，拥有资深的专家团队，多年来已经为上万家企业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者等提供了专业的行业分析报告，客户涵盖了华为、中国石油、中国电信、中国建筑、惠普、迪士尼等国内外行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。

## 【目录大纲】

### 第一章 2019-2023年中国彩妆行业发展概述

#### 第一节 彩妆行业发展情况概述

- 一、彩妆行业相关定义
- 二、彩妆特点分析
- 三、彩妆行业基本情况介绍
- 四、彩妆行业经营模式
  - 1、生产模式
  - 2、采购模式
  - 3、销售/服务模式
- 五、彩妆行业需求主体分析

#### 第二节 中国彩妆行业生命周期分析

- 一、彩妆行业生命周期理论概述
- 二、彩妆行业所属的生命周期分析

#### 第三节 彩妆行业经济指标分析

- 一、彩妆行业的赢利性分析
- 二、彩妆行业的经济周期分析
- 三、彩妆行业附加值的提升空间分析

## 第二章 2019-2023年全球彩妆行业市场发展现状分析

### 第一节全球彩妆行业发展历程回顾

### 第二节全球彩妆行业市场规模与区域分布情况

### 第三节亚洲彩妆行业地区市场分析

#### 一、亚洲彩妆行业市场现状分析

#### 二、亚洲彩妆行业市场规模与市场需求分析

#### 三、亚洲彩妆行业市场前景分析

### 第四节北美彩妆行业地区市场分析

#### 一、北美彩妆行业市场现状分析

#### 二、北美彩妆行业市场规模与市场需求分析

#### 三、北美彩妆行业市场前景分析

### 第五节欧洲彩妆行业地区市场分析

#### 一、欧洲彩妆行业市场现状分析

#### 二、欧洲彩妆行业市场规模与市场需求分析

#### 三、欧洲彩妆行业市场前景分析

### 第六节 2024-2031年世界彩妆行业分布走势预测

### 第七节 2024-2031年全球彩妆行业市场规模预测

## 第三章 中国彩妆行业产业发展环境分析

### 第一节我国宏观经济环境分析

### 第二节我国宏观经济环境对彩妆行业的影响分析

### 第三节中国彩妆行业政策环境分析

#### 一、行业监管体制现状

#### 二、行业主要政策法规

#### 三、主要行业标准

### 第四节政策环境对彩妆行业的影响分析

### 第五节中国彩妆行业产业社会环境分析

## 第四章 中国彩妆行业运行情况

### 第一节中国彩妆行业发展状况情况介绍

#### 一、行业发展历程回顾

#### 二、行业创新情况分析

#### 三、行业发展特点分析

### 第二节中国彩妆行业市场规模分析

#### 一、影响中国彩妆行业市场规模的因素

## 二、中国彩妆行业市场规模

## 三、中国彩妆行业市场规模解析

### 第三节中国彩妆行业供应情况分析

#### 一、中国彩妆行业供应规模

#### 二、中国彩妆行业供应特点

### 第四节中国彩妆行业需求情况分析

#### 一、中国彩妆行业需求规模

#### 二、中国彩妆行业需求特点

### 第五节中国彩妆行业供需平衡分析

## 第五章 中国彩妆行业产业链和细分市场分析

### 第一节中国彩妆行业产业链综述

#### 一、产业链模型原理介绍

#### 二、产业链运行机制

#### 三、彩妆行业产业链图解

### 第二节中国彩妆行业产业链环节分析

#### 一、上游产业发展现状

#### 二、上游产业对彩妆行业的影响分析

#### 三、下游产业发展现状

#### 四、下游产业对彩妆行业的影响分析

### 第三节我国彩妆行业细分市场分析

#### 一、细分市场一

#### 二、细分市场二

## 第六章 2019-2023年中国彩妆行业市场竞争分析

### 第一节中国彩妆行业竞争现状分析

#### 一、中国彩妆行业竞争格局分析

#### 二、中国彩妆行业主要品牌分析

### 第二节中国彩妆行业集中度分析

#### 一、中国彩妆行业市场集中度影响因素分析

#### 二、中国彩妆行业市场集中度分析

### 第三节中国彩妆行业竞争特征分析

#### 一、企业区域分布特征

#### 二、企业规模分布特征

#### 三、企业所有制分布特征

## 第七章 2019-2023年中国彩妆行业模型分析

### 第一节中国彩妆行业竞争结构分析（波特五力模型）

- 一、波特五力模型原理
- 二、供应商议价能力
- 三、购买者议价能力
- 四、新进入者威胁
- 五、替代品威胁
- 六、同业竞争程度
- 七、波特五力模型分析结论

### 第二节中国彩妆行业SWOT分析

- 一、SOWT模型概述
- 二、行业优势分析
- 三、行业劣势
- 四、行业机会
- 五、行业威胁
- 六、中国彩妆行业SWOT分析结论

### 第三节中国彩妆行业竞争环境分析（PEST）

- 一、PEST模型概述
- 二、政策因素
- 三、经济因素
- 四、社会因素
- 五、技术因素
- 六、PEST模型分析结论

## 第八章 2019-2023年中国彩妆行业需求特点与动态分析

### 第一节中国彩妆行业市场动态情况

### 第二节中国彩妆行业消费市场特点分析

- 一、需求偏好
- 二、价格偏好
- 三、品牌偏好
- 四、其他偏好

### 第三节彩妆行业成本结构分析

### 第四节彩妆行业价格影响因素分析

- 一、供需因素

## 二、成本因素

## 三、其他因素

### 第五节中国彩妆行业价格现状分析

### 第六节中国彩妆行业平均价格走势预测

#### 一、中国彩妆行业平均价格趋势分析

#### 二、中国彩妆行业平均价格变动的影响因素

## 第九章 中国彩妆行业所属行业运行数据监测

### 第一节中国彩妆行业所属行业总体规模分析

#### 一、企业数量结构分析

#### 二、行业资产规模分析

### 第二节中国彩妆行业所属行业产销与费用分析

#### 一、流动资产

#### 二、销售收入分析

#### 三、负债分析

#### 四、利润规模分析

#### 五、产值分析

### 第三节中国彩妆行业所属行业财务指标分析

#### 一、行业盈利能力分析

#### 二、行业偿债能力分析

#### 三、行业营运能力分析

#### 四、行业发展能力分析

## 第十章 2019-2023年中国彩妆行业区域市场现状分析

### 第一节中国彩妆行业区域市场规模分析

#### 一、影响彩妆行业区域市场分布的因素

#### 二、中国彩妆行业区域市场分布

### 第二节中国华东地区彩妆行业市场分析

#### 一、华东地区概述

#### 二、华东地区经济环境分析

#### 三、华东地区彩妆行业市场分析

##### (1) 华东地区彩妆行业市场规模

##### (2) 华东地区彩妆行业市场现状

##### (3) 华东地区彩妆行业市场规模预测

### 第三节华中地区市场分析

## 一、华中地区概述

### 二、华中地区经济环境分析

### 三、华中地区彩妆行业市场分析

#### (1) 华中地区彩妆行业市场规模

#### (2) 华中地区彩妆行业市场现状

#### (3) 华中地区彩妆行业市场规模预测

## 第四节华南地区市场分析

### 一、华南地区概述

### 二、华南地区经济环境分析

### 三、华南地区彩妆行业市场分析

#### (1) 华南地区彩妆行业市场规模

#### (2) 华南地区彩妆行业市场现状

#### (3) 华南地区彩妆行业市场规模预测

## 第五节华北地区彩妆行业市场分析

### 一、华北地区概述

### 二、华北地区经济环境分析

### 三、华北地区彩妆行业市场分析

#### (1) 华北地区彩妆行业市场规模

#### (2) 华北地区彩妆行业市场现状

#### (3) 华北地区彩妆行业市场规模预测

## 第六节东北地区市场分析

### 一、东北地区概述

### 二、东北地区经济环境分析

### 三、东北地区彩妆行业市场分析

#### (1) 东北地区彩妆行业市场规模

#### (2) 东北地区彩妆行业市场现状

#### (3) 东北地区彩妆行业市场规模预测

## 第七节西南地区市场分析

### 一、西南地区概述

### 二、西南地区经济环境分析

### 三、西南地区彩妆行业市场分析

#### (1) 西南地区彩妆行业市场规模

#### (2) 西南地区彩妆行业市场现状

#### (3) 西南地区彩妆行业市场规模预测

## 第八节西北地区市场分析

- 一、西北地区概述
- 二、西北地区经济环境分析
- 三、西北地区彩妆行业市场分析
  - (1) 西北地区彩妆行业市场规模
  - (2) 西北地区彩妆行业市场现状
  - (3) 西北地区彩妆行业市场规模预测

## 第十一章 彩妆行业企业分析（随数据更新有调整）

### 第一节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
  - 1、主要经济指标情况
  - 2、企业盈利能力分析
  - 3、企业偿债能力分析
  - 4、企业运营能力分析
  - 5、企业成长能力分析
- 四、公司优势分析

### 第二节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优劣势分析

### 第三节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

### 第四节企业

- 一、企业概况
- 二、主营产品
- 三、运营情况
- 四、公司优势分析

### 第五节企业

- 一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第六节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第七节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第八节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第九节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十节企业

一、企业概况

二、主营产品

三、运营情况

四、公司优势分析

第十二章 2024-2031年中国彩妆行业发展前景分析与预测

第一节中国彩妆行业未来发展前景分析

一、彩妆行业国内投资环境分析

二、中国彩妆行业市场机会分析

三、中国彩妆行业投资增速预测

第二节中国彩妆行业未来发展趋势预测

### 第三节中国彩妆行业规模发展预测

- 一、中国彩妆行业市场规模预测
  - 二、中国彩妆行业市场规模增速预测
  - 三、中国彩妆行业产值规模预测
  - 四、中国彩妆行业产值增速预测
  - 五、中国彩妆行业供需情况预测
- ### 第四节中国彩妆行业盈利走势预测

## 第十三章 2024-2031年中国彩妆行业进入壁垒与投资风险分析

### 第一节中国彩妆行业进入壁垒分析

- 一、彩妆行业资金壁垒分析
- 二、彩妆行业技术壁垒分析
- 三、彩妆行业人才壁垒分析
- 四、彩妆行业品牌壁垒分析
- 五、彩妆行业其他壁垒分析

### 第二节彩妆行业风险分析

- 一、彩妆行业宏观环境风险
- 二、彩妆行业技术风险
- 三、彩妆行业竞争风险
- 四、彩妆行业其他风险

### 第三节中国彩妆行业存在的问题

### 第四节中国彩妆行业解决问题的策略分析

## 第十四章 2024-2031年中国彩妆行业研究结论及投资建议

### 第一节观研天下中国彩妆行业研究综述

- 一、行业投资价值
- 二、行业风险评估

### 第二节中国彩妆行业进入策略分析

- 一、行业目标客户群体
- 二、细分市场选择
- 三、区域市场的选择

### 第三节彩妆行业营销策略分析

- 一、彩妆行业产品策略
- 二、彩妆行业定价策略
- 三、彩妆行业渠道策略

#### 四、彩妆行业促销策略

##### 第四节观研天下分析师投资建议

图表详见报告正文 . . . . .

详细请访问：<http://www.chinabaogao.com/baogao/202408/724617.html>