

# 2023-2029年中国美妆新零售行业分析与发展前景报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

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

## 一、报告报价

《2023-2029年中国美妆新零售行业分析与发展前景报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/202306/371630.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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、说明、目录、图表目录

中企顾问网发布的《2023-2029年中国美妆新零售行业分析与发展前景报告》报告中的资料和数据来源于对行业公开信息的分析、对业内资深人士和相关企业高管的深度访谈，以及共研分析师综合以上内容作出的专业性判断和评价。分析内容中运用共研自主建立的产业分析模型，并结合市场分析、行业分析和厂商分析，能够反映当前市场现状，趋势和规律，是企业布局煤炭综采设备后市场服务行业的重要决策参考依据。

报告目录：

### 第1章：中国美妆新零售行业发展综述

#### 1.1 美妆新零售行业概述

##### 1.1.1 美妆行业的定义

##### 1.1.2 新零售行业的定义及要素分析

###### （1）新零售的定义

###### （2）“新零售”与O2O的区别和联系

###### （3）新零售与传统零售的区别和联系

###### （4）新零售的三要素

##### 1.1.3 美妆新零售行业定义及特点分析

#### 1.2 深度认识美妆“新零售”；

##### 1.2.1 新经济

##### 1.2.2 新商业

##### 1.2.3 新产品

##### 1.2.4 新服务

##### 1.2.5 新技术

##### 1.2.6 新体验

### 第2章：中国美妆行业发展状况分析

#### 2.1 中国美妆行业发展概况分析

##### 2.1.1 中国美妆行业发展历程

##### 2.1.2 中国美妆行业发展特点

###### （1）美妆产品直播带货实现大爆发

(2) 国产品牌崛起，产品更加多元化

### 2.1.3 中国美妆行业市场规模

### 2.1.4 中国化妆品零售市场发展

## 2.2 中国美妆行业市场竞争分析

### 2.2.1 中国美妆行业竞争格局分析

(1) 竞争层次

(2) 市场格局

### 2.2.2 中国美妆行业市场集中度

### 2.2.3 中国美妆行业五力模型分析

(1) 中国美妆行业现有竞争者分析

(2) 中国美妆行业潜在进入者威胁

(3) 中国美妆行业替代品威胁分析

(4) 中国美妆行业供应商议价能力分析

(5) 中国美妆行业购买者议价能力分析

(6) 中国美妆行业竞争情况总结

## 2.3 中国美妆行业细分市场发展分析

### 2.3.1 大众护肤产品市场发展分析

(1) 大众护肤品市场规模分析

(2) 大众护肤品竞争格局分析

(3) 大众护肤品发展前景分析

### 2.3.2 高端护肤品市场发展分析

(1) 高端护肤品市场规模分析

(2) 高端护肤品竞争格局分析

(3) 高端护肤品发展前景

### 2.3.3 男士护理产品市场发展分析

(1) 男性护肤品市场总况分析

(2) 男性护肤品市场规模分析

(3) 男性护肤品市场竞争格局分析

(4) 男性护肤品发展前景

### 2.3.4 婴童护肤品市场发展分析

(1) 婴童护肤品市场规模分析

(2) 婴童护肤品市场竞争格局分析

(3) 婴童护肤品市场发展前景分析

#### 2.3.5 彩妆产品市场发展分析

(1) 彩妆产品市场发展总况分析

(2) 彩妆产品市场规模分析

(3) 彩妆产品市场竞争格局分析

(4) 彩妆产品市场发展前景分析

#### 2.3.6 香水产品市场发展分析

(1) 香水产品市场发展历程

(2) 香水产品市场规模分析

(3) 香水产品市场竞争格局分析

(4) 香水产品市场发展前景分析

#### 2.3.7 药妆产品市场发展分析

(1) 药妆产品市场痛点分析

(2) 药妆产品市场规模分析

(3) 药妆产品市场竞争格局分析

(4) 药妆产品市场发展前景分析

#### 2.3.8 美妆工具市场发展分析

(1) 美妆工具市场发展总况分析

(2) 美妆工具市场规模分析

(3) 美妆工具市场竞争格局分析

(4) 美妆工具市场前景分析

### 2.4 中国美妆行业消费者洞察分析

#### 2.4.1 中国美妆行业用户画像

(1) 用户性别结构

(2) 用户年龄结构

(3) 用户区域分布

#### 2.4.2 中国美妆行业消费特征

(1) 护肤频率高，颜值经济崛起

(2) 消费者网红产品关注度高，但购买率低

#### 2.4.3 中国美妆行业消费偏好

(1) 购买考虑因素

(2) 内容关注

### (3) 品牌复购意愿

#### 2.4.4 消费者美妆购买激活场景

#### 2.4.5 中国美妆行业品类

##### (1) 明星品类

##### (2) 品类潜力

#### 2.4.6 中国美妆行业消费渠道

##### (1) 消费者美妆购买渠道

##### (2) Z世代美妆购买渠道

#### 2.5 中国美妆行业存在的痛点分析

##### 2.5.1 中国美妆行业存在的痛点分析

##### 2.5.2 中国美妆行业痛点解决路径分析

### 第3章：中国美妆新零售行业发展状况分析

#### 3.1 中国美妆新零售行业发展概况分析

##### 3.1.1 中国美妆新零售行业发展历程分析

##### 3.1.2 中国美妆新零售行业经济特性分析

##### (1) 3 中国美妆新零售行业市场规模分析

##### 3.1.3 中国美妆新零售行业盈利水平分析

##### 3.1.4 中国美妆新零售行业竞争格局分析

#### 3.2 中国美妆新零售产业链分析

##### 3.2.1 中国美妆新零售行业产业链梳理

##### 3.2.2 中国美妆新零售行业产业链生态

##### 3.2.3 中国美妆新零售行业价值链分析

#### 3.3 中国美妆新零售营销渠道分析

##### 3.3.1 中国美妆行业传统营销渠道分析

##### (1) 美妆行业商超渠道发展分析

##### (2) 美妆行业百货商场发展分析

##### (3) 美妆行业日化专营店发展分析

##### (4) 美妆行业药妆店发展分析

##### 3.3.2 中国美妆行业新型营销渠道分析

##### (1) 美妆行业KOL种草营销渠道分析

##### (2) 美妆行业直播营销渠道分析

### (3) 美妆行业私域流量渠道分析

## 第4章：中国美妆新零售行业商业模式及发展前景分析

### 4.1 中国美妆电商发展现状及发展前景分析

#### 4.1.1 中国美妆电商发展历程分析

#### 4.1.2 中国美妆电商发展渗透率分析

#### 4.1.3 中国美妆电商发展规模分析

#### 4.1.4 中国美妆电商发展竞争格局分析

##### (1) 综合性电商

##### (2) 垂直性电商

##### (3) 内容性电商

#### 4.1.5 中国美妆电商投融资分析

#### 4.1.6 中国美妆电商发展趋势分析

#### 4.1.7 中国美妆电商发展前景分析

### 4.2 中国美妆集合店发展现状及发展前景分析

#### 4.2.1 中国美妆集合店发展历程分析

#### 4.2.2 中国美妆集合店商业模式分析

#### 4.2.3 中国美妆集合店发展渗透率分析

#### 4.2.4 中国美妆集合店发展规模分析

#### 4.2.5 中国美妆集合店发展竞争格局分析

##### (1) 按模式

##### (2) 按玩家背景、品牌定位和门店面积

#### 4.2.6 中国美妆集合店投融资分析

#### 4.2.7 中国美妆集合店发展痛点

#### 4.2.8 中国美妆集合店发展趋势分析

#### 4.2.9 中国美妆集合店发展前景分析

##### (1) 发展前景

##### (2) 前景预测

## 第5章：中国美妆新零售行业实施战略分析

### 5.1 美妆店如何顺应时代发展创新店铺

#### 5.1.1 美妆店怎样颠覆传统的美妆护肤模式

- (1) 智能皮肤测试仪
- (2) AR虚拟上妆镜
- 5.1.2 美妆店怎样进行数字化营销
- 5.1.3 美妆店怎样借鉴热门IP营销
- 5.2 美妆店新零售升级改造的实施策略分析
  - 5.2.1 美妆店新零售升级改造的策略之——选址
    - (1) 如何选址
    - (2) 选址案例
  - 5.2.2 美妆店新零售升级改造的策略之——氛围
    - (1) 怎样营造氛围
    - (2) 氛围营造案例分析
  - 5.2.3 美妆店新零售升级改造的策略之——陈列
    - (1) 怎样陈列产品
    - (2) 陈列产品案例分析
  - 5.2.4 美妆店新零售升级改造的策略之——引流
    - (1) 怎样为门店引流
    - (2) 门店引流案例分析
  - 5.2.5 美妆店新零售升级改造的策略之——服务
    - (1) 如何选择服务模式
    - (2) 服务案例分析
  - 5.2.6 美妆店新零售升级改造的策略之——数据
    - (1) 怎样进行数据管理与营销
    - (2) 数据管理与营销案例分析
  - 5.2.7 美妆店新零售升级改造的策略之——营销
    - (1) 如何进行营销
    - (2) 营销案例分析
  - 5.2.8 美妆店新零售升级改造的策略之——无人终端
    - (1) 无人终端类型
    - (2) 案例分析

## 第6章：中国美妆新零售领先企业案例分析

### 6.1 互联网巨头企业美妆新零售布局分析



### 6.1.1 天猫

- (1) 天猫新零售的玩法
- (2) 天猫美妆新零售进展

### 6.1.2 京东

- (1) 京东新零售的玩法
- (2) 京东美妆新零售进展

### 6.1.3 小红书

- (1) 小红书新零售的玩法
- (2) 小红书美妆新零售进展

### 6.1.4 抖音

- (1) 抖音新零售的玩法
- (2) 抖音美妆新零售案例

## 6.2 国内美妆新零售领先企业案例分析

### 6.2.1 完美日记

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业新零售商业模式
- (4) 企业美妆新零售营销策略
- (5) 企业美妆新零售优劣势分析

### 6.2.2 花西子

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品策略
- (4) 企业美妆新零售营销策略
- (5) 企业美妆新零售优劣势分析

### 6.2.3 THE COLORIST

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业新零售商业模式
- (4) 企业美妆新零售营销策略
- (5) 企业美妆新零售优劣势分析

### 6.2.4 WOWCOLOUR

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业新零售特点
- (4) 企业美妆新零售营销策略
- (5) 企业美妆新零售优劣势分析

#### 6.2.5 喜燃

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业新零售特点
- (4) 企业美妆新零售营销策略
- (5) 企业美妆新零售优劣势分析

#### 6.2.6 HayDon

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业新零售商业模式
- (4) 企业美妆新零售营销策略
- (5) 企业美妆新零售优劣势分析

#### 6.2.7 丽人丽妆

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业新零售商业模式
- (4) 企业美妆新零售营销策略
- (5) 企业美妆新零售优劣势分析

### 第7章：美妆新零售行业前景预测与投资建议

#### 7.1 美妆新零售行业发展趋势与前景预测

##### 7.1.1 行业发展因素分析

##### 7.1.2 行业发展趋势预测

##### 7.1.3 行业发展前景预测

#### 7.2 美妆新零售行业投资现状与风险分析

##### 7.2.1 行业投资现状分析

##### 7.2.2 行业壁垒分析

## 7.2.3 行业经营模式分析

(1) 生产端

(2) 零售端

## 7.2.4 行业投资风险预警

## 7.3 美妆新零售行业投资机会与热点分析

### 7.3.1 行业投资价值分析

### 7.3.2 行业投资机会分析

(1) 产业链投资机会

(2) 细分市场投资机会

## 7.4 美妆新零售行业发展战略与规划分析

## 图表目录

图表1：马云对“新零售”的解读

图表2：刘强东“无界零售”图景

图表3：刘强东“第四次零售革命”图景

图表4：阿里研究院“新零售”的三大特征

图表5：阿里研究院“新零售”的知识框架

图表6：数据交换实现消费者全方位信息闭环

图表7：“新零售”特征

图表8：新零售下消费需求将向体验诉求进行倾斜

图表9：新零售的三要素

图表10：美妆新零售三要素

图表11：中国美妆行业发展历程

图表12：2011-2020年中国化妆品行业市场规模（单位：亿美元，%）

图表13：2015-2021年中国化妆品限额以上单位零售额（单位：亿元，%）

图表14：中国化妆品品牌竞争层次

图表15：2020年中国化妆品行业高端化妆品品牌市场份额占比情况（单位：%）

图表16：2020年中国化妆品行业大众化妆品品牌市场份额占比情况（单位：%）

图表17：2011-2020年中国化妆品行业市场集中度情况（单位：%）

图表18：2020年中国化妆品行业不同市场集中度情况（单位：%）

图表19：中国化妆品行业内部竞争分析

图表20：中国化妆品行业潜在进入者威胁分析

图表21：中国化妆品行业替代业务威胁分析

图表22：中国化妆品行业对上游行业的议价能力分析

图表23：中国化妆品行业对下游行业的议价能力分析

图表24：中国化妆品行业五力分析结论

图表25：2012-2020年中国大众护肤品市场规模变化情况（单位：亿元，%）

图表26：中国大众护肤品品牌竞争格局

图表27：2021-2026年中国大众护肤品市场规模预测（单位：亿元）

图表28：2012-2020年中国高端护肤品市场规模变化情况（单位：亿元，%）

图表29：中国高端护肤品品牌竞争格局

图表30：2021-2026年中国高端护肤品市场规模预测（单位：亿元）

图表31：男性消费者的购买动机形成分析

图表32：2012-2020年中国男性护肤市场规模及其变化情况（单位：亿元，%）

图表33：中国男士理护品牌TOP5

图表34：2021-2026年中国男性护肤品市场规模预测（单位：亿元）

图表35：2015-2020年中国婴童护肤品市场规模（单位：亿元，%）

图表36：2020年中国婴童护理产品市场竞争格局（单位：%）

图表37：2021-2026年中国婴童护理产品市场规模预测（单位：亿元）

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40：2019-2020年中国彩妆大事记汇总

图表41：2015-2020年中国彩妆市场规模情况（单位：亿元，%）

图表42：中国彩妆市场分级品牌竞争情况

图表43：中国彩妆产品市场品牌格局

图表44：2021-2026年中国彩妆产品市场发展前景预测（单位：亿元）

图表45：中国香水行业发展历程

图表46：2015-2020年中国香水市场规模走势（单位：亿元，%）

图表47：2020情人节香水品牌TOP10

图表48：中国国产十大香水产品

图表49：2021-2026年中国香水市场规模预测（单位：亿元）

图表50：国内药妆行业存在的问题

图表51：2015-2020年中国药妆市场规模（单位：亿元，%）

图表52：中国药妆市场竞争层次

图表53：2019年“双十一”单月中国主要药妆品牌淘系月销售额排名情况（单位：万元）

图表54：中国药妆行业分布示意图

图表55：2021-2026年中国药妆行业市场规模预测（单位：亿元）

图表56：2020年中国美妆工具行业发展状况

图表57：中国美妆工具发展历程

图表58：2017-2020年中国美妆工具市场规模情况（单位：亿元，%）

图表59：2021年中国美妆工具行业竞争层次及市占率情况（%）

图表60：2021年中国美妆工具市场品牌竞争格局

图表61：2021年中国美妆工具市场品牌TOP10简介

图表62：2022-2027年美妆工具行业市场规模预测（单位：亿元）

图表63：2020年Z世代美妆护肤性别结构（单位：%）

图表64：2020年中国美妆护肤女性年龄分布（单位：%）

图表65：2020年中国美妆护肤女性城市分布（单位：%）

图表66：2020年中国美妆护肤消费者美妆护肤频率（单位：%）

图表67：2020年中国Z世代美妆护肤频率（单位：%）

图表68：2020年中国美妆护肤消费者网红关注及购买情况（单位：%）

图表69：2020年中国美妆护肤女性消费者美妆护肤品购买考虑因素（单位：%）

图表70：2020年中国美妆护肤消费者关注的美妆护肤内容（单位：%）

图表71：2020年中国美妆护肤消费者各类美妆护肤品牌继续使用意愿（单位：%）

图表72：2020年中国美妆护肤消费者产品购买场景（单位：%）

图表73：2020年Z世代购买护肤品品类占比（单位：%）

图表74：2020年Z世代购买彩妆品品类占比（单位：%）

图表75：中国护肤品年成交额环比增幅部分列举（单位：%）

图表76：中国美妆品年成交额环比增幅部分列举（单位：%）

图表77：2013-2023年中国化妆品销售渠道占比（单位：%）

图表78：2020年中国美妆护肤品线上购买渠道细分（单位：%）

图表79：2020年中国美妆护肤品线下购买渠道细分（单位：%）

图表80：2020年Z世代美妆护肤品购买渠道（单位：%）

图表81：中国美妆行业痛点

图表82：中国美妆行业痛点解决路径

图表83：中国美妆行业经济特性

图表84：2016-2020年中国美妆新零售行业市场规模（单位：亿元，%）

图表85：2020年中国美妆新零售行业毛利率（单位：%）

图表86：中国美妆新零售行业竞争格局

图表87：中国美妆新零售行业产业链

图表88：中国美妆行业产业链生态

图表89：中国美妆新零售行业价值链（单位：%）

图表90：美妆品运营策略分析

图表91：2012-2020年中国彩妆品、护肤品商超渠道销售占比情况（单位：%）

图表92：美妆品百货商场进入壁垒

图表93：美妆品专柜运营类型分析

图表94：2012-2020年中国彩妆品、护肤品百货商场渠道销售占比情况（单位：%）

图表95：彩妆品日化专营店进入壁垒

图表96：2012-2020年中国彩妆品、护肤品日化专营店渠道销售占比情况（单位：%）

图表97：薇姿运营策略分析

图表98：2012-2020年中国护肤品、彩妆品药妆店渠道销售占比情况（单位：%）

图表99：美妆产品KOL种草全过程

图表100：完美日记在小红书投放达人占比情况（单位：%）

图表101：直播带货和传统电商决策路径变化

图表102：网红直播与传统电商购买转化率对比（单位：%）

图表103：2020年护肤品、彩妆、美容仪网络传播热度指数

图表104：2020年美妆品牌热度排行榜

图表105：社交直播电商平台网络传播热度指数对比

图表106：传统直播电商平台网络传播热度指数对比

图表107：私域流量构建成效

图表108：完美日记私域流量构建模型

图表109：中国美妆行业发展历程

图表110：2016-2020年中国美妆电商渗透率变化情况（单位：%）

图表111：2012-2020年中国美妆电商行业交易规模及增长率变化情况（单位：亿元，%）

图表112：中国美妆电商行业参与者类型

图表113：2019-2020年三大综合电商经营美妆销售额情况（单位：亿元）

图表114：2020年中国垂直美妆电商排行榜TOP4

图表115：2020年移动视频行业美妆人群活跃渗透率Top 5App（单位：%）

图表116：2020年Q2抖音、快手、小红书热销TOP1000商品中美妆产品的占比（单位：%）

图表117：2020-2021年中国美妆电商行业投融资情况

图表118：中国美妆电商发展趋势

图表119：美妆零售发展趋势新零售O2O模式的优点

图表120：2021-2026年中国美妆电商行业市场规模预测（单位：亿元）

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202306/371630.html>