

2019年中国化妆品行业分析报告- 市场深度调研与投资前景预测

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《2019年中国化妆品行业分析报告-市场深度调研与投资前景预测》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/huazhuang/411582411582.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

根据2007年8月27日国家质检总局公布的《化妆品标识管理规定》，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。

在经济迅速发展的今天，人们越来越注重自己的外表，在网络经济发展的促进下，网络化妆品新的宣传途径也不断涌现，“美妆达人”、“美妆推荐”等网络红人通过直播或图集的方式录制化妆教程，长时间的推荐让化妆品在国内的市场逐步扩大。数据显示，2017年化妆品零售市场规模超过2500亿元，同比增长13.14%。预计到2025年我国化妆品零售市场规模将增长至4385亿元。

2012-2017年中国化妆品零售市场规模及预测情况

近年来随着国经济的快速增长、需求的提升，我国化妆品零售总额不断增加。根据数据显示，2018年1-11月全国化妆品零售额为达2375亿元，同比增加10.5%。

2011-2018年我国居民人均可支配收入情况 数据来源：国家统计局

2012-2018年中国化妆品零售总额 数据来源：国家统计局

目前，我国已经成为全球最大的化妆品市场之一，随着居民人均收入的提高以及消费意识的增加，我国化妆品市场发展呈现出以下几个特点。

我国化妆品市场发展呈现出以下几个特点

化妆品人均消费水平偏低，市场潜力巨大

2017年度发达国家化妆品人均消费水平均大约是我国人均消费水平的4倍，说明目前我国化妆品市场规模处于偏低水平，我国的化妆品市场仍存在巨大发展空间。

男士护肤品市场逐年扩大“他”消费时代到来

近年来，伴随人均收入的提升以及美容观念的普及，广大男士群体开始关注自身的形象，男士化妆品市场逐年扩大。从统计数据我们可以看出，男士护肤品市场规模从2012年的22.51亿元增加到了2017年的52.93亿元，年均增长率超过18%，男性化妆品市场份额也从2012的1.57%增加到了2017年的2.11%。

网红成为流量入口，线上消费规模不断攀升

互联网的蓬勃发展也极大促进了消费者的线上消费，社交平台网红推广+线上销售成为目前

化妆品销售主流方式。据国家统计局电子商务交易平台调查显示，2017年全国电子商务交易额达29.16万亿元，化妆品线上消费规模达1691亿元，2017年双11期间全网20家平台全网总销售额高达2539.7亿，阿里，京东，苏宁易购占据了高达90%的市场份额。

资料来源：互联网（GYWWJP）

【报告大纲】

第一部份 市场现状

第一章 全球化中的中国化妆品市场

第一节 全球化中的中国化妆品市场分析

一、中国化妆品市场在全球市场地位

二、全球化对中国化妆品行业影响

三、全球化对中国化妆品市场影响

第二节 中国化妆品企业参与全球化竞争分析

第三节 外资化妆品参与中国市场竞争分析

第四节 中国化妆品行业应对全球化发展策略

第二章 全球化中的化妆品国际市场分析

第一节 2018年国际化化妆品市场发展分析

一、拉美化妆品市场

二、欧洲化妆品市场

1、法国

2、德国

3、英国

三、亚太地区化妆品市场

1、日本

2、东盟化妆品市场

第二节 国际热门化妆品细分市场分析

一、香薰产品市场

二、天然婴儿护理品

三、全球化妆笔市场

第三节 主要国家化妆品市场分析

一、日本化妆品市场

二、法国化妆品市场

三、韩国化妆品市场

1、韩国化妆品优势

2、行业发展生命周期

3、发展特点

4、值得学习的营销经验

第四节 全球名牌化妆品分析

一、全球主要化妆品品牌

二、全球名牌化妆品特点

三、名牌化妆品销售策略

第三章 2018年中国化妆品市场分析及预测

第一节 中国化妆品业的OEM状况分析

一、化妆品业OEM现状

二、OEM加工存在的问题

三、OEM在国外状况分析

四、化妆品行业发展趋势

第二节 2015我国化妆品行业发展及预测

一、我国化妆品行业发展分析

二、我国化妆品消费特点

1、产品细分日益清晰，消费需求更加个性化

2、“天然”、“活性”、“健康”成为新兴理念，本草护肤品倍受关注

3、护肤品子行业市场规模最大，占化妆品行业整体比重不断提高

三、近年我国化妆品销售增长情况

四、化妆品行业广告投放

1．2018年化妆品电视广告投入分析

2．投放电视广告的面膜品牌最多

3．润肤产品成电视广告的主力军

第三节 2015-2018年中国化妆品行业品牌集中度分析

一、高端、中高端品牌占比

二、行业集中度分析

第四章 中国化妆品产业市场运行分析

第一节 中国化妆品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 中国化妆品所属行业产销与费用分析

一、产成品分析

二、销售收入分析

三、负债分析

四、利润规模分析

五、产值分析

六、销售成本分析

七、销售费用分析

八、管理费用分析

九、财务费用分析

十、其他运营数据分析

第三节 中国化妆品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

第五章 中国化妆品对外贸易分析

第一节 中国化妆品进口总体情况

第二节 中国化妆品出口总体情况

第三节 中国化妆品进出口价格分析

第三节 中国化妆品进出口国家分析

第二部分 市场细分

第六章 中国化妆品区域市场

第一节 北京化妆品市场

第二节 上海化妆品市场

第三节 广东化妆品市场

一、地理分布

二、生产规模

三、经营状况

第七章 护肤品市场

第一节 中国护肤品行业

一、护肤品行业发展历程

二、护肤品行业发展现状

第二节 2015中国护肤品市场分析

一、男性护肤品市场

二、功能性护肤品市场

三、奢华保养护肤品市场

第三节 护肤品品牌竞争格局

一、整体竞争格局

二、国内外品牌竞争格局

三、市场竞争深度分析

1、品牌之间消费群结构差异明显

2、消费群结构分析

3、男性护肤品市场分析

4、品牌之间忠诚度差异不明显，竞争力主要看市场份额和成长性。

第四节 护肤品市场发展趋势

第八章 防晒用品市场

第一节 防晒用品市场

一、防晒用品市场特点

二、防晒用品市场前景

第二节 竞争状况

一、竞争焦点

二、市场渗透率

第三节 中国防晒化妆品市场发展趋势分析

第九章 祛斑与祛痘产品市场

第一节 祛斑产品市场

一、产品特点

二、市场前景

三、消费者分析

四、竞争分析

第二节 祛痘产品市场

一、祛痘产品市场现状

1、祛痘产品众多，祛痘品牌偏少

2、祛痘品牌优势凸现，强者更强

3、祛痘产品价格差异大，中高档祛痘产品受青睐

二、祛痘产品市场竞争

第十章 彩妆市场

第一节 全球彩妆市场分析

- 一、全球彩妆市场
- 二、全球彩妆细分市场
- 三、全球彩妆市场预测

第二节 中国彩妆市场分析

- 一、中国彩妆市场分析
- 二、中国彩妆市场需求
- 三、中国彩妆市场竞争
- 四、中国彩妆市场预测

第十一章 发用品市场

第一节 发用品市场分析

- 一、洗护发产品市场规模
- 二、洗护发产品品牌集中度
- 三、洗护发产品市场需求
- 四、洗护发产品价格分析
- 五、我国洗发水企业操作的误区

第二节 国内洗发水品牌的格局与发展

- 一、品牌现状与格局
 - 1、主要竞争品牌——“一霸双雄”
 - 2、市场占有率与渗透率比较
 - 3、主要品牌地域分布
 - 4、品牌忠诚度比较
 - 5、各品牌消费群体定位
- 二、品牌竞争特征
- 三、洗发水市场发展趋势
 - 1、现有产品分类
 - 2、未来产品发展趋势

第三节 消费者分析

第十二章 化妆品消费者分析

第一节 化妆品消费市场调查分析

第二节 化妆品消费者分析

- 一、女性化妆品消费者调查

二、儿童化妆品消费者调查

- 1、消费者分析
- 2、消费者心目中的婴儿护肤产品特征

三、上海化妆品消费者调查

- 1、采样人群分析
- 2、消费者化妆品信息来源分析
- 3、化妆品购买地点调查分析
- 4、选择化妆品商店的原因分析
- 5、选择化妆品因素分析

第三节 护肤品消费者分析

- 一、一批品牌深入人心
- 二、女性使用洁肤护肤品各有偏好
- 三、年龄和收入影响品牌的选择
- 四、品牌地域特色明显
- 五、适合自己的肤质最重要
- 六、三分之一女性近一年更换过洁肤护肤品牌

第四节 防晒化妆品消费者分析

第五节 洗发水和染发类产品消费者分析

1. 北京地区：近三成调查对象使用护发素
2. 沪宁地区：25岁之前偏重自然、浅色系
3. 沪宁女性染发着色系成熟 男士染发比例较高
4. 温雅、彩蕴、卡尼尔占据彩染前三、专业发廊销售额稳步提升

第四部分 竞争格局

第十三章 中国化妆品市场竞争

- 一、国内化妆品市场竞争现状
- 二、国内化妆品市场竞争格局
- 三、国内化妆品市场竞争趋势
- 1、我国化妆品市场的消费格局
- 2、我国化妆品的生产格局
- 3、我国本土化妆品生产企业的SWOT分析
- 四、化妆品巨头中国市场竞争

第十四章 主要外资化妆品公司分析

第一节 法国欧莱雅集团（L'OREAL）

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 美国宝洁公司 (PROCTER & GAMBLE)

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 美国安利公司 (AMWAY)

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 美国雅芳 (AVON)

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第十五章 国内主要化妆品企业分析

第一节 上海家化联合股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第二节 索芙特股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第三节 福建泉州恒泉化妆品有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第四节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司

一、企业发展简况分析

二、企业产品服务分析

三、企业经营状况分析

1、企业偿债能力分析

2、企业运营能力分析

3、企业盈利能力分析

四、企业竞争优势分析

第十六章 中国化妆品市场营销

第一节 化妆品行业营销模式分析

一、目标营销

二、专柜营销

三、药店营销

四、服务营销

五、直销经营

第二节 化妆品行业营销策略分析

一、中国化妆品品牌营销策略

二、国外化妆品渠道营销策略

第三节 化妆品行销售渠道分析

第十七章 2018年中国化妆品行业投资分析

第一节 中国化妆品行业投资机会分析

第二节 中国化妆品行业投资环境分析

第三节 中国化妆品行业投资前景分析

1、抗皮肤衰老化妆品

2、美白化妆品

3、防脱发、育发产品

第五部分 发展趋势

第十八章 2019-2025年化妆品市场发展趋势及预测

第一节 2019-2025年国际化妆品市场发展趋势

一、全球化妆品市场发展趋势及预测

二、2019-2025年全球美容化妆品市场预测

第二节 2019-2025年中国化妆品市场发展趋势

一、中国化妆品行业发展趋势

二、中国化妆品市场发展趋势

第三节 2019-2025年中国化妆品市场发展预测

一、2019-2025年中国化妆品市场消费格局

二、2019-2025年中国化妆品市场销售预测

三、2019-2025年中国护肤品市场规模预测

四、2019-2025年中国彩妆市场容量预测

图表目录：

图表：2015-2018年全球各区域化妆品市场规模变动趋势

图表：2015-2018年全球化妆品各细分产品市场份额变动趋势

图表：2015-2018年全球化妆品产业TOP5销售收入

- 图表：2018年上半年化妆品各品类电视广告投放品牌个数
- 图表：2018年上半年化妆品各品类电视广告投放刊例
- 图表：2018年上半年化妆品电视广告投放前25位品牌
- 图表：化妆品品牌分类
- 图表：2015-2018年CR30品牌排名与市占率
- 图表：2015-2018年规模以上化妆品制造企业分析
- 图表：2015-2018年规模以上化妆品制造资产合计
- 图表：2015-2018年规模以上化妆品制造产品销售收入合计
- 图表：2015-2018年规模以上化妆品制造产品利润总额统计
- 图表：2015-2018年规模以上化妆品制造产品资产负债率统计
- 图表：2015-2018年规模以上化妆品制造产品经营能力
- 图表：2015-2018年规模以上化妆品制造毛利率
- 图表：2015-2018年规模以上化妆品制造销售利润率
- 图表：广东各地化妆品企业平均厂房面积和生产人员
- 图表：广东省各地化妆品企业平均销售额
- 图表：防晒系列护肤品主要消费群体年龄分布
- 图表：防晒系列护肤品主要消费群体婚姻状况
- 图表：影响消费者不购买祛斑产品的因素
- 图表：购买祛斑产品消费习惯分析
- 图表：洗发水市场占有率排名
- 图表：洗发水市场品牌渗透率

图表详见报告正文 (GYZQPT)

【简介】

中国报告网是观研天下集团旗下打造的业内资深行业分析报告、市场深度调研报告提供商与综合行业信息门户。《2019年中国化妆品行业分析报告-市场深度调研与投资前景预测》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。

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。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。

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家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。本研究报告采用的行业分析方法包括波特五力模型分析法、SWOT分析法、PEST分析法，对行业进行全面的内外部环境分析，同时通过资深分析师对目前国家经济形势的走势以及市场发展趋势和当前行业热点分析，预测行业未来的发展方向、新兴热点、市场空间、技术趋势以及未来发展战略等。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/411582411582.html>