

# 2016-2022年中国化妆品行业发展态势及未来前景 分析报告

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《2016-2022年中国化妆品行业发展态势及未来前景分析报告》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/huazhuang/235487235487.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

被称为“美丽经济”的中国美容化妆品市场，经过20多年的迅猛发展，现今已经取得了前所未有的成就。中国化妆品市场是全世界最大的新兴市场，在短短的20多年里，中国化妆品行业从小到大，由弱到强，从简单粗放到科技领先、集团化经营，全行业形成了一个初具规模、极富生机活力的产业大军。化妆品企业如雨后春笋般越来越多，名目繁多的化妆品品牌层出不穷，市场竞争愈演愈烈。

外资日化巨头大多有着几十年甚至上百年的品牌历史，在国际以及国内都有着不可磨灭的品牌影响力，高端市场上更是牢牢把握绝大部分市场份额。但是国内亦涌现出一批优秀本土化妆品品牌，如上海家化旗下的佰草集，上海伽蓝集团的自然堂以及相宜本草、美即面膜等，这也一定程度上改变了当下化妆品市场的竞争格局。

我国化妆品生产企业主要分布在东部沿海地区的广东、浙江、江苏、上海、福建等五个省（市）。2013年全国化妆品零售总额达2209亿元，2014年，限额以上企业（单位）化妆品类商品零售额同比增长10.0%，较上年低3.3个百分点，增速下滑较为明显。2014年我国化妆品进口总额为21.94亿美元，增长了69.1%，出口总额为14.28亿美元，同比增长8.3%。

2014年11月，国家食品药品监督管理总局发布了《化妆品监督管理条例（征求意见稿）》。《条例》对化妆品原料管理、生产经营、广告宣传、网络销售等方面作出规定，同时明确了具体的法律责任。

我国在逐渐发展成为化妆品消费大国，总体消费水平已超越欧盟、日本，仅次于美国，成为世界上化妆品第二消费大国。但是我国人口众多，人均消费水平还较低，还存在相当大的市场消费潜力，这无疑会给化妆品企业带来很多发展机会。

中国报告网发布的《2016-2022年中国化妆品行业发展态势及未来前景分析报告》首先介绍了化妆品行业市场相关概念、分类、应用、经营模式，行业全球及中国市场现状，产业政策生产工艺技术等，接着统计了行业部分企业盈利、负债、成长能力等详细数据，对行业现有竞争格局与态势做了深度剖析；结合产业上下游市场、营销渠道及中国政策环境，经济环境，对行业未来投资前景作出审慎分析与预测。

### 【报告大纲】

#### 第一章 化妆品行业发展综述

##### 第一节 化妆品行业定义及分类

###### 一、行业定义

###### 二、行业主要产品分类

##### 第二节 化妆品行业统计标准

###### 一、统计部门和统计口径

###### 二、行业主要统计方法介绍

### 三、行业涵盖数据种类介绍

#### 第三节 化妆品行业产业链分析

##### 四、产业链结构分析

##### 五、主要环节的增值空间

##### 六、行业产业链上游相关行业分析

##### 七、行业下游产业链相关行业分析

##### 八、上下游行业影响及风险提示

### 第二章 化妆品行业市场环境及影响分析（PEST）

#### 第一节 化妆品行业政治法律环境（P）

##### 一、行业管理体制分析

##### 二、行业主要法律法规

##### 三、化妆品行业标准

##### 四、政策环境对行业的影响

#### 第二节 行业经济环境分析（E）

##### 一、宏观经济形势分析

##### 二、宏观经济环境对行业的影响分析

#### 第三节 行业社会环境分析（S）

##### 一、化妆品产业社会环境

##### 二、社会环境对行业的影响

##### 三、化妆品产业发展对社会发展的影响

#### 第四节 行业技术环境分析（T）

##### 一、化妆品技术分析

##### 二、化妆品技术发展水平

##### 三、2012-2014年化妆品技术特点分析

##### 四、行业主要技术发展趋势

##### 五、技术环境对行业的影响

### 第三章 国际化妆品行业发展分析及经验借鉴

#### 第一节 全球化妆品市场总体情况分析

##### 一、全球化妆品行业的发展特点

##### 二、2012-2014年全球化妆品市场结构

##### 三、2012-2014年全球化妆品行业发展分析

##### 四、2012-2014年全球化妆品行业竞争格局

##### 五、2012-2014年全球化妆品市场区域分布

##### 六、2012-2014年国际重点化妆品企业运营分析

#### 第二节 全球主要国家（地区）市场分析

一、欧洲

二、美国

三、日本

四、韩国

五、其他国家地区

第四章 我国化妆品行业运行现状分析

第一节 我国化妆品行业发展状况分析

一、我国化妆品行业发展阶段

二、我国化妆品行业发展总体概况

三、我国化妆品行业发展特点分析

四、我国化妆品行业商业模式分析

第二节 2012-2014年化妆品行业发展现状

一、2012-2014年我国化妆品行业发展分析

二、2012-2014年中国化妆品企业发展分析

第三节 2012-2014年化妆品市场情况分析

一、2012-2014年中国化妆品市场总体概况

二、2012-2014年中国化妆品产品市场发展分析

第四节 我国化妆品市场价格走势分析

一、化妆品市场定价机制组成

二、化妆品市场价格影响因素

三、2013-2014年化妆品产品价格走势分析

四、2015-2020年化妆品产品价格走势预测

第五章 我国化妆品行业整体运行指标分析

第一节 2012-2014年中国化妆品行业总体规模分析

一、企业数量结构分析

二、人员规模状况分析

三、行业资产规模分析

四、行业市场规模分析

第二节 2012-2014年中国化妆品行业产销情况分析

一、我国化妆品行业工业总产值

二、我国化妆品行业工业销售产值

三、我国化妆品行业产销率

第三节 2012-2014年中国化妆品行业财务指标总体分析

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

## 第六章 2015-2020年我国化妆品市场供需形势分析

### 第一节 化妆品行业生产分析

- 一、产品及原材料进口、自有比例
- 二、国内产品及原材料生产基地分布
- 三、产品及原材料产业集群发展分析
- 四、2012-2014年原材料产能情况分析

### 第二节 我国化妆品市场供需分析

- 一、2012-2014年我国化妆品行业供给情况
- 二、2012-2014年我国化妆品行业需求情况
- 三、2012-2014年我国化妆品行业供需平衡分析

### 第三节 化妆品产品市场应用及需求预测

- 一、化妆品产品应用市场总体需求分析
- 二、2015-2020年化妆品行业领域需求量预测

## 第七章 化妆品行业进出口结构及面临的机遇与挑战

### 第一节 化妆品行业进出口市场分析

- 一、化妆品行业进出口综述
- 二、化妆品行业出口市场分析
- 三、化妆品行业进口市场分析

### 第二节 中国化妆品出口面临的挑战及对策

- 一、中国化妆品出口面临的挑战
- 二、中国化妆品行业未来出口展望
- 三、中国化妆品产品出口对策
- 四、化妆品行业进出口前景及建议

## 第八章 化妆品行业产业结构分析

### 第一节 化妆品产业结构分析

- 一、市场细分充分程度分析
- 二、各细分市场领先企业排名
- 三、领先企业的结构分析（所有制结构）

### 第二节 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析

- 一、产业价值链的构成
- 二、产业链条的竞争优势与劣势分析

### 第三节 产业结构发展预测

- 一、产业结构调整指导政策分析

- 二、产业结构调整中消费者需求的引导因素
- 三、中国化妆品行业参与国际竞争的战略市场定位
- 四、产业结构调整方向分析

## 第九章 我国化妆品细分市场分析及预测

### 第一节 按产品功能划分细分市场分析及预测

- 一、发用化妆品
- 二、脸部化妆品
- 三、护肤化妆品
- 四、防晒化妆品
- 五、香水
- 六、彩妆

### 第二节 按产品档次划分细分市场分析及预测

- 一、高端化妆品市场分析
- 二、大众化妆品市场分析

### 第三节 潜力产品细分市场分析及预测

- 一、儿童化妆品市场分析预测
- 二、男性化妆品市场分析与前景预测
- 三、中老年化妆品市场分析与前景预测

### 第四节 热点产品细分市场分析及预测

- 一、药妆市场分析预测
- 二、有机/天然化妆品市场分析预测
- 三、护体化妆品市场分析预测
- 四、纳米化妆品市场分析预测

## 第十章 我国化妆品行业营销趋势及策略分析

### 第一节 化妆品行业销售渠道分析

- 一、营销分析与营销模式推荐
- 二、化妆品营销环境分析与评价
- 三、销售渠道存在的主要问题
- 四、营销渠道发展趋势与策略

### 第二节 化妆品行业营销策略分析

- 一、中国化妆品营销概况
- 二、化妆品营销策略探讨

### 第三节 化妆品营销的发展趋势

- 一、品牌化营销趋势
- 二、网上销售趋势

三、娱乐营销趋势

四、跨界营销趋势

五、小故事，大营销

六、服务营销趋势

七、差异化营销趋势

八、公关营销

九、广告营销趋势

十、网络整合营销趋势

第十一章 化妆品行业区域市场分析

第一节 中国化妆品重点区域市场格局分析

一、行业区域结构总体特征

二、行业区域集中度分析

三、行业规模指标区域分布分析

四、行业效益指标区域分布分析

五、行业企业数的区域分布分析

第二节 中国化妆品区域市场分析

一、广东省化妆品市场分析

二、江苏省化妆品市场分析

三、上海市化妆品市场分析

四、安徽省化妆品市场分析

五、浙江省化妆品市场分析

六、北京市化妆品市场分析

七、湖北省化妆品市场分析

第十二章 2015-2020年化妆品行业竞争形势及策略

第一节 行业总体市场竞争状况分析

一、化妆品行业竞争结构分析

二、化妆品行业企业间竞争格局分析

三、化妆品行业集中度分析

四、化妆品行业SWOT分析

第二节 中国化妆品行业竞争格局综述

一、化妆品行业竞争格局

二、中国化妆品行业竞争力分析

三、中国化妆品产品竞争力优势分析

第三节 2012-2014年化妆品行业竞争格局分析

一、2012-2014年国内外化妆品竞争分析

二、2012-2014年我国化妆品市场竞争分析

三、2012-2014年我国化妆品市场集中度分析

第四节 化妆品行业并购重组分析

一、跨国公司在华投资兼并与重组分析

二、本土企业投资兼并与重组分析

三、行业投资兼并与重组趋势分析

第五节 化妆品市场竞争策略分析

一、“成本领先”竞争手段

二、“标岐立异”竞争战略

三、“目标集群”竞争战略

第十三章 2015-2020年化妆品行业领先企业经营形势分析

第一节 中国化妆品企业总体发展状况分析

一、化妆品企业主要类型

二、化妆品企业资本运作分析

三、化妆品企业创新及品牌建设

四、化妆品企业国际竞争力分析

五、化妆品行业企业排名分析

第二节 中国领先化妆品企业经营形势分析

一、上海家化联合股份有限公司

二、索芙特股份有限公司

三、霸王国际（集团）控股有限公司

四、美即控股国际有限公司

五、江苏隆力奇生物科技股份有限公司

六、玫琳凯（中国）化妆品有限公司

七、雅芳（中国）有限公司

八、新生活集团（中国）有限公司

九、联合利华（中国）有限公司

十、资生堂丽源化妆品有限公司

十一、拜尔斯道夫日化（湖北）有限公司

十二、欧莱雅（中国）有限公司

十三、北京大宝化妆品有限公司

十四、浙江欧诗漫集团有限公司

十五、花王（中国）投资有限公司

十六、伽蓝（集团）股份有限公司

十七、广东名臣有限公司

十八、新时代健康产业（集团）有限公司

十九、浙江芳华日化集团有限公司

二十、高丝化妆品有限公司

二十一、安利（中国）日用品有限公司

二十二、江苏东洋之花化妆品有限公司

二十三、中山市嘉丹婷日用品有限公司

二十四、天津郁美净集团有限公司

二十五、广东雅倩化妆品有限公司

二十六、克缇（中国）日用品有限公司

二十七、如新（中国）日用保健品有限公司

二十八、上海自然美富丽化妆品有限公司

二十九、北海市黑珍珠海洋生物科技有限公司

三十、广东美雅化妆品有限公司

第十四章 化妆品行业"十二五"规划研究

第一节 "十一五"化妆品行业发展回顾

一、"十一五"化妆品行业运行情况

二、"十一五"化妆品行业发展特点

三、"十一五"化妆品行业发展成就

第二节 化妆品行业"十二五"总体规划

一、化妆品行业"十二五"规划主要目标

二、化妆品行业"十二五"发展战略措施

第三节 "十二五"规划解读

一、"十二五"规划的总体战略布局

二、"十二五"规划对经济发展的影响

三、"十二五"规划的主要精神解读

第四节 "十二五"区域产业发展分析

一、"十一五"区域发展态势与存在问题

二、"十二五"我国区域政策的基本走向

三、"十二五"区域产业布局与产业转移

第十五章 2015-2020年化妆品行业前景及趋势预测

第一节 2015-2020年化妆品市场发展前景

一、2015-2020年化妆品市场发展潜力

二、2015-2020年化妆品市场发展前景展望

三、2015-2020年化妆品细分行业发展前景分析

第二节 2015-2020年化妆品市场发展趋势预测

一、2015-2020年化妆品行业发展趋势

二、2015-2020年化妆品市场规模预测

三、2015-2020年化妆品行业应用趋势预测

四、2015-2020年细分市场发展趋势预测

第三节 2015-2020年中国化妆品行业供需预测

一、2015-2020年中国化妆品行业供给预测

二、2015-2020年中国化妆品行业产量预测

三、2015-2020年中国化妆品行业需求预测

四、2015-2020年中国化妆品行业供需平衡预测

第四节 影响企业生产与经营的关键趋势

一、市场整合成长趋势

二、需求变化趋势及新的商业机遇预测

三、企业区域市场拓展的趋势

四、科研开发趋势及替代技术进展

五、影响企业销售与服务方式的关键趋势

第十六章 2015-2020年化妆品行业投资价值评估分析

第一节 化妆品行业投资特性分析

一、化妆品行业进入壁垒分析

二、化妆品行业盈利因素分析

三、化妆品行业盈利模式分析

第二节 2015-2020年化妆品行业发展的影响因素

一、有利因素

二、不利因素

第三节 2015-2020年化妆品行业投资价值评估分析

一、行业投资效益分析

二、产业发展的空白点分析

三、投资回报率比较高的投资方向

四、新进入者应注意的障碍因素

第十七章 2015-2020年化妆品行业投资机会与风险防范

第一节 化妆品行业投融资情况

一、行业资金渠道分析

二、固定资产投资分析

三、兼并重组情况分析

四、化妆品行业投资现状分析

第二节 2015-2020年化妆品行业投资机会

一、产业链投资机会

二、细分市场投资机会

三、重点区域投资机会

四、化妆品行业投资机遇

第三节 2015-2020年化妆品行业投资风险及防范

一、政策风险及防范

二、规划风险

三、竞争风险

四、管理风险及规避方法

五、人力资源流失风险

六、展店风险及防范

第四节 中国化妆品行业投资建议

一、化妆品行业未来发展方向

二、化妆品行业主要投资建议

第十八章 2015-2020年化妆品业面临的困境及对策

第一节 2014年化妆品行业面临的困境

一、行业法规存在漏洞

二、市场监管不成熟

三、科技质量低制约化妆品发展

四、资金不足限制化妆品市场发展

五、品牌意识弱，市场份额少

六、国内企业资本运作能力低，竞争力弱

第二节 化妆品企业面临的困境及对策

一、重点化妆品企业面临的困境及对策

二、中小化妆品企业发展困境及策略分析

三、国内化妆品企业的出路分析

第三节 中国化妆品行业存在的问题及对策

一、中国化妆品行业存在的问题

二、化妆品行业发展的建议对策

三、市场的重点客户战略实施

第四节 中国化妆品市场发展面临的挑战与对策

一、中国化妆品市场发展面临的挑战

二、中国化妆品市场发展的对策分析

第十九章 化妆品行业案例分析研究

第一节 化妆品行业并购重组案例分析

一、化妆品行业并购重组成功案例分析

二、化妆品行业并购重组失败案例分析

三、经验借鉴

第二节 化妆品行业经营管理案例分析

一、化妆品行业经营管理成功案例分析

二、化妆品行业经营管理失败案例分析

三、经验借鉴

第三节 化妆品行业营销案例分析

第二十章 化妆品行业投资战略研究

第一节 化妆品行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、技术开发战略

三、业务组合战略

四、区域战略规划

五、产业战略规划

六、营销品牌战略

七、竞争战略规划

第二节 对我国化妆品品牌的战略思考

一、化妆品品牌的重要性

二、化妆品实施品牌战略的意义

三、化妆品企业品牌的现状分析

四、我国化妆品企业的品牌战略

五、化妆品品牌战略管理的策略

第三节 化妆品经营策略分析

一、化妆品市场细分策略

二、化妆品市场创新策略

三、品牌定位与品类规划

四、化妆品新产品差异化战略

第四节 化妆品行业投资战略研究

一、2015年化妆品行业投资战略

二、2015-2020年化妆品行业投资战略

三、2015-2020年细分行业投资战略

第二十一章 研究结论及投资建议

第一节 化妆品行业研究结论及建议

第二节 化妆品子行业研究结论及建议

### 第三节 化妆品企业策略研究结论及建议

#### 一、产品策略

#### 二、价格策略

#### 三、渠道策略

#### 四、促销策略

### 第四节 化妆品行业投资建议

#### 一、行业发展策略建议

#### 二、行业投资方向建议

#### 三、行业投资方式建议

### 图表目录

图表 1：中国化妆品产业链

图表 2：化妆品行业标准

图表 3：2010-2014年我国国内生产总值统计

图表 4：2014年年末人口数及其构成

图表 5：2010-2014年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数

图表 6：全球化妆品产业发展历程

图表 7：2003-2014年全球化妆品市场规模走势图

图表 8：2010-2014年全球化妆品各细分产品市场份额变动趋势

图表 9：2010-2014年全球各区域化妆品市场规模变动趋势

图表 10：2011-2014年全球化妆品产业TOP5销售收入（十亿美元）

图表 11：韩国本土化妆品公司占主导地位

图表 12：化妆品品牌分类

图表 13：化妆品电商行业各平台交易占比情况

图表 14：2012-2014年我国化妆品行业人员规模状况分析

图表 15：2012-2014年我国化妆品行业资产规模分析

图表 16：2012-2014年我国化妆品行业市场规模分析

图表 17：2012-2014年我国化妆品行业工业总产值分析

图表 18：2012-2014年我国化妆品行业工业销售产值分析

图表 19：2012-2014年我国化妆品行业产销率分析

图表 20：2012-2014年我国化妆品行业销售利润率分析

图表 21：2012-2014年我国化妆品行业资产利润率分析

图表 22：2012-2014年我国化妆品行业亏损面分析

图表 23：2012-2014年我国化妆品行业资产负债率分析

图表 24：2012-2014年我国化妆品行业利息保障倍数分析

图表 25：2012-2014年我国化妆品行业应收帐款周转率分析

- 图表 26：2012-2014年我国化妆品行业总资产周转率分析
- 图表 27：2012-2014年我国化妆品行业总资产增长率分析
- 图表 28：2012-2014年我国化妆品行业利润总额增长率分析
- 图表 29：2012-2014年我国化妆品行业主营业务收入增长率分析
- 图表 30：2012-2014年我国化妆品行业供给分析
- 图表 31：2012-2014年我国化妆品行业产量分析
- 图表 32：2012-2014年我国化妆品行业需求量分析
- 图表 33：2012-2014年我国化妆品行业供需平衡分析
- 图表 34：2014年全国化妆品行业月度出口额及同比增长趋势
- 图表 35：2014年全国化妆品行业月度出口额及同比
- 图表 36：2013年化妆品品牌排行榜
- 图表 37：化妆品领先企业的结构分析（所有制结构）
- 图表 38：护肤品市场按照价位与目标消费群细分
- 图表 39：2014年粉底-粉底液十大品牌榜单
- 图表 40：2014Q2高端化妆品品牌份额与TOP5品牌关注度
- 图表 41：2014Q2大众化妆品品牌份额与TOP5品牌关注度
- 图表 42：儿童产品行业格局
- 图表 43：对用品护肤品市场评价
- 图表 44：对用品护肤品市场评价孩子年龄差异
- 图表 45：对用品护肤品市场评价家庭收入差异
- 图表 46：男士产品行业格局
- 图表 47：中国药妆市场目前主要品牌之间的比较
- 图表 48：2014年我国化妆品行业区域集中度分析
- 图表 49：2014年化妆品行业规模指标区域分布分析
- 图表 50：2014年化妆品行业效益指标区域分布分析
- 图表 51：广东省化妆品各地企业的销售额占比分析
- 图表 52：2014年中、美、日、韩四国化妆品市场集中度比较
- 图表 53：2014年我国化妆品不同类型企业产品占消费额比例分析
- 图表 54：2014年化妆品行业企业排名分析
- 图表 55：2014年花王销售情况
- 图表 56：新时代健康产业（集团）有限公司企业产品结构
- 图表 57：江苏东洋之花化妆品有限公司企业产品结构
- 图表 58：广东雅倩化妆品有限公司企业产品结构
- 图表 59：企业产品主要内容
- 图表 60：上海自然美富丽化妆品有限公司企业产品结构

图表 61：2015-2020年化妆品市场规模预测

图表 62：2015-2020年中国化妆品行业供给预测

图表 63：2015-2020年中国化妆品行业产量预测

图表 64：2015-2020年中国化妆品行业需求预测

图表 65：2015-2020年中国化妆品行业供需平衡预测

特别说明：观研天下所出具的报告会随时间，市场变化调整更新，帮助用户掌握最新市场行情。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/235487235487.html>