

中国化妆品市场营销现状深度分析与未来发展趋势预测报告

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《中国化妆品市场营销现状深度分析与未来发展趋势预测报告》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/huazhuang/225638225638.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

第一部分 行业运行环境

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

三、行业特性及在国民经济中的地位

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 最近3-5年中国化妆品行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

三、附加值的提升空间

四、进入壁垒 退出机制

五、风险性

六、行业周期

七、竞争激烈程度指标

八、行业及其主要子行业成熟度分析

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、行业主要政策法规

1、国家引导防晒类护肤品消费

2、国家规范化妆品产品技术要求

3、国家完善化妆品安全风险评估

4、国家调控化妆品检验机构建设

5、国家规范化妆品相关产品的命名

6、国家规范非特殊用途化妆品的管理

7、国家规范特殊用途化妆品的管理

二、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

第四节 行业技术环境分析（T）

- 一、化妆品技术分析
- 二、行业主要技术发展趋势
- 三、技术环境对行业的影响

第二部分 产业深度透视

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、全球化妆品行业发展概况
- 二、全球化妆品市场结构
- 三、全球化妆品行业发展特征
- 四、全球化妆品行业竞争格局
- 五、全球化妆品市场区域分布
- 六、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

- 1、欧洲化妆品行业发展概况
- 2、欧洲化妆品市场分析
- 3、2015-2020年欧洲化妆品行业发展前景预测

二、北美

- 1、北美化妆品行业发展概况
- 2、北美化妆品市场结构及产销情况
- 3、2015-2020年北美化妆品行业发展前景预测

三、日本

- 1、日本化妆品行业发展概况
- 2、日本化妆品市场分析
- 3、2015-2020年日本化妆品行业发展前景预测

四、韩国

- 1、韩国化妆品行业发展概况
- 2、韩国化妆品市场分析
- 3、2015-2020年韩国化妆品行业发展前景预测

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 化妆品行业发展现状

- 一、我国化妆品行业市场规模
- 二、我国化妆品行业发展分析
- 三、中国化妆品企业发展分析

第三节 化妆品市场情况分析

- 一、中国化妆品市场总体概况
- 二、中国化妆品产品市场发展分析
- 三、中国化妆品产品市场供求分析
- 四、中国化妆品产品市场进出口分析

第五章 我国化妆品行业整体运行指标分析

第一节 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 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 中国化妆品行业财务指标总体分析

- 一、行业盈利能力分析
 - 1、我国化妆品行业销售利润率
 - 2、我国化妆品行业成本费用利润率
 - 3、我国化妆品行业亏损面
- 二、行业偿债能力分析
 - 1、我国化妆品行业资产负债比率
 - 2、我国化妆品行业利息保障倍数
- 三、行业营运能力分析
 - 1、我国化妆品行业应收帐款周转率
 - 2、我国化妆品行业总资产周转率

3、我国化妆品行业流动资产周转率

第三部分 行业全景调研

第六章 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

一、洗护用品市场分析

1、洗护用品市场概况

2、头发护理类关注度分析

二、润肤护肤用品市场

1、护肤类化妆品关注度分析

2、润肤护肤用品细分市场分析

三、香水产品市场分析

1、香水产品关注度分析

2、香水市场发展现状

3、香水的细分市场分析

4、中国香水市场的品牌格局

5、香水市场的发展前景

四、彩妆市场分析

1、彩妆类化妆品关注度分析

2、彩妆细分市场分析

第二节 按产品档次划分细分市场分析

一、高端化妆品市场分析

1、高端化妆品关注度分析

2、高端化妆品市场现状分析

3、高端化妆品营销策略与渠道

二、大众化妆品市场分析

1、大众化妆品品牌关注度分析

2、大众化妆品市场现状分析

3、大众化妆品营销策略与渠道

第三节 潜力产品细分市场分析前景预测

一、儿童化妆品市场分析与前景预测

1、儿童化妆品主要产品种类

2、儿童化妆品市场的品牌格局与竞争态势

3、儿童化妆品市场消费者分析

4、儿童化妆品的营销策略和渠道

5、儿童化妆品市场的发展前景

二、男性化妆品市场分析与前景预测

- 1、男性化妆品关注度分析
- 2、男性化妆品主要产品种类
- 3、男性化妆品市场现状
- 4、男性化妆品市场竞争态势
- 5、男性化妆品营销策略
- 6、男性化妆品市场前景

三、中老年化妆品市场分析与前景预测

- 1、中老年化妆品主要产品种类
- 2、中老年化妆品市场现状
- 3、中老年化妆品营销策略
- 4、中老年化妆品市场发展前景

第七章 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、化妆品行业渠道构成

- 1、商场专柜渠道分析
- 2、超市卖场渠道分析
- 3、专营店渠道分析
- 4、加盟专卖渠道分析
- 5、药店零售渠道分析
- 6、美容院零渠道分析
- 7、电视购物渠道分析
- 8、电子商务渠道分析

二、销售渠道存在的主要问题

三、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

- 1、中国化妆品产品营销策略浅析
- 2、化妆品新产品的市场推广策略
- 3、化妆品细分产品营销策略分析

第三节 化妆品营销的发展趋势

一、未来化妆品市场营销的出路

二、中国化妆品营销的趋势预测

第四部分 行业竞争格局

第八章 化妆品行业区域市场分析

第一节 行业总体区域结构特征及变化

第二节 化妆品重点区域市场分析

第三节 江苏省化妆品市场分析

第四节 上海市化妆品市场分析

第五节 安徽省化妆品市场分析

第六节 浙江省化妆品市场分析

第七节 北京市化妆品市场分析

第八节 湖北省化妆品市场分析

第九章 2015-2020年化妆品行业竞争形势

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

1、现有企业间竞争

2、潜在进入者分析

3、替代品威胁分析

4、供应商议价能力

5、客户议价能力

6、竞争结构特点总结

二、化妆品行业企业间竞争格局分析

1、不同地域企业竞争格局

2、不同规模企业竞争格局

3、不同所有制企业竞争格局

三、化妆品行业集中度分析

1、市场集中度分析

2、企业集中度分析

3、区域集中度分析

4、集中度变化趋势

四、化妆品行业SWOT分析

1、化妆品行业优势分析

2、化妆品行业劣势分析

3、化妆品行业机会分析

4、化妆品行业威胁分析

第二节 中国化妆品行业竞争格局综述

一、化妆品行业竞争概况

1、中国化妆品行业品牌竞争格局

2、化妆品业未来竞争格局和特点

3、化妆品市场进入及竞争对手分析

二、中国化妆品行业竞争力分析

1、我国化妆品行业竞争力剖析

2、我国化妆品企业市场竞争的优势

3、民企与外企比较分析

4、国内化妆品企业竞争能力提升途径

三、中国化妆品产品竞争力优势分析

1、整体产品竞争力评价

2、产品竞争力评价结果分析

3、竞争优势评价及构建建议

第三节 化妆品行业竞争格局分析

一、国内外化妆品竞争分析

二、我国化妆品市场竞争分析

三、我国化妆品市场集中度分析

四、国内主要化妆品企业动向

五、国内化妆品企业拟在建项目分析

第十章 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

1、企业概况

2、企业经营分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

5、企业优劣势分析

6、企业未来发展战略

二、索芙特股份有限公司

1、企业概况

2、企业经营分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

5、企业优劣势分析

6、企业未来发展战略

三、霸王国际（集团）控股有限公司

1、企业概况

2、企业经营分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

5、企业优劣势分析

6、企业未来发展战略

第五部分 发展前景分析

第十一章 2015-2020年化妆品行业前景及投资价值

第一节 化妆品行业五年规划现状及未来预测

一、“十二五”期间化妆品行业运行情况

二、“十二五”期间化妆品行业发展成果

三、化妆品行业“十三五”发展预测

第二节 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

第三节 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

1、技术发展趋势分析

2、产品发展趋势分析

二、2015-2020年化妆品市场规模预测

1、化妆品行业市场容量预测

2、化妆品行业销售收入预测

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

第十二章 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、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第十三章 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、2014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
 - 第十四章 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
- 图表详见正文.....

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/225638225638.html>