

# 中国高档化妆品市场深度调研及未来五年盈利空间评估报告

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《中国高档化妆品市场深度调研及未来五年盈利空间评估报告》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/215655215655.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

高档护肤类化妆品和普通护肤类化妆品的差别，表现在品质、品牌、包装等各个方面，但最主要区别在于单位价格的不同，即同等数量的商品，价格相差悬殊。由于化妆品的包装容量多 少不一，只有按照单位数量的价格加以比较，才能判定是否属于高档护肤类化妆品。越是高档的化妆品，单位包装内含的化妆品越少，价格越高。如某些品牌的润肤 霜，价格上千元，容量只有50克左右，每克的单价超过30元，此类化妆品理应属于高档护肤类化妆品。

高档化妆品产业链上游包括原材料供货商、包装设计与生产商、研发生产部门。国内化妆品原料生产企业总计约800家，其中高档化妆品原材料生产企业有79家，约占10%左右。从地域上看，高档化妆品原材料生产企业主要集中于华东地区，占比高达60%,20%分布于华南地区。

当中国市场成为众多奢侈品牌增幅最快的市场之一，任何一个公司都不可能忽略这个巨大的市场，高档化妆品也不例外。如果要用一个词来形容高档化妆品在中国的变化，日趋繁荣也许可以一窥现状。但是对于身处其中的从业者来说，如此简单的概括并不能满足他们，他们需要更确切的知道：中国的高档化妆品市场正面临着怎样的机遇与挑战。数据显示，2014年我国高档化妆品销售额近160亿元，虽然增幅不及2014年同期增幅，但仍保持两位数增长，同比2014年增长 21.36%。

随着互联网的发展，我国城市高档化妆品市场处在成长期向成熟期走近的阶段，目前这个行业仍保持着较快的发展速度。今后几年高档化妆品市场的销售额将以年均 10%左右的速度增长，这种增长幅度显然大于经济增长速度；预计，到2020年，中国高档化妆品市场规模将超过400亿元左右。可见，我国高档化妆品市场潜力巨大、空间广阔。但是，随着我国两个化妆品国家标准：gb/t29665-2013《护肤乳液》和gb/t29680-2013《洗面奶、洗面膏》正式实施，中国化妆品行业终于摆脱了基础化妆品无国家标准的尴尬境地。然而，在我国加快步伐完善化妆品行业标准的同时，各国正不断改进化妆品相关监管要求，我国相关出口企业仍然面临着严峻的形势。

报告大纲：

第一部分 高档化妆品行业运行环境

第一章 高档化妆品市场特征

第一节 行业定义及特征

一、行业定义

二、行业特征

1、行业消费特征

2、行业产品结构特征

3、行业原材料供给特征

#### 4、行业产业集中度特征

##### 第二节 行业经济环境分析

###### 一、国民经济运行情况GDP

###### 二、消费价格指数CPI、PPI

###### 三、全国居民收入情况

###### 四、恩格尔系数

###### 五、工业发展形势

###### 六、固定资产投资情况

###### 七、财政收支状况

###### 1、公共财政收入情况

###### 2、公共财政支出情况

###### 3、全国政府性基金收支情况

###### 八、中国汇率调整

###### 1、贬值风险

###### 2、主导因素

###### 3、汇率波动影响

###### 4、人民币持有价值

###### 九、对外贸易&进出口

##### 第三节 行业政策发展环境分析

###### 一、扶持政策

###### 二、机遇挑战并存

###### 三、化妆品行业“十二五”规划

###### 1、发展目标

###### 2、战略措施

###### 四、相关政策走向

##### 第四节 行业社会环境分析

###### 一、人口环境分析

###### 二、教育环境分析

###### 三、文化环境分析

###### 四、生态环境分析

###### 五、中国城镇化率

###### 六、居民的各种消费观念和习惯

##### 第五节 行业技术环境分析

##### 第六节 高档化妆品行业发展的"波特五力模型"分析

###### 一、行业内竞争

二、买方侃价能力

三、卖方侃价能力

四、进入威胁

五、替代威胁

第二部分 高档化妆品行业深度分析

第二章 中国高档化妆品行业产业链（上、下游及关联产业）状况分析

第一节 上游产业发展状况分析

一、原材料市场规模

二、各种化妆品原料的市场状况

1、润肤保湿剂

2、表面活性剂

3、增稠剂

4、着色剂与珠光颜料

5、载体

6、防腐剂

7、功能添加剂

三、未来市场发展趋势

1、商业运营

2、原料

第二节 下游产业发展状况分析

第三节 关联产业发展状况分析

一、美容业行业概况

1、行业发展历程

2、美容业经营现状

3、中国美容业从业人员现状

二、美容业经营模式分析

三、美容业区域分布分析

四、美容业盈利分析

五、美容行业发展前景

第三章 全球高档化妆品行业发展分析

第一节 全球高档化妆品行业市场发展分析

一、高档化妆品市场现状分析

二、全球高档化妆品产业现状分析

1、全球化妆品产业格局

2、化妆品品牌价值比较

### 3、高档化妆品产业趋势

#### 三、高档化妆品全球市场规模分析

#### 四、高档化妆品消费结构分析

#### 五、全球高档化妆品市场未来展望

### 第二节 美国高档化妆品产业运行概况

#### 一、美国高档化妆品市场现状

#### 二、美国高档化妆品进出口分析

#### 三、美国高档化妆品市场品牌分析

##### 1、VIICODE全明星氧眼霜

##### 2、Revive时光焕颜晶体组

##### 3、HelenaRubinstein极致之美菁华霜

##### 4、LaPrairie24K极致金露

##### 5、Dior生命之源金萃精华液

##### 6、ElizabethArdenPrevage逆时橘灿精纯晚霜

##### 7、LaMer尊享密集活肤精华液

#### 四、美国高档化妆品市场发展趋势

### 第三节 德国高档化妆品产业运行概况

#### 一、德国高档化妆品市场现状

#### 二、德国高档化妆品进出口分析

#### 三、德国高档化妆品市场品牌分析

##### 1、孩儿面Haiermian

##### 2、宝迪佳Biodroga

##### 3、摩勒沃兹Maurer+Wirtz

##### 4、碧斯Bestcare

##### 5、施华蔻Schwarzkopf

##### 6、施巴5.5Sebamed

##### 7、奥莎迪Oshadhi

##### 8、葆时婕Porsjie

##### 9、优色林Eucerin

##### 10、伊丽再生elektrobio

##### 11、小甘菊Herbacin

#### 四、德国高档化妆品市场发展趋势

### 第四节 英国高档化妆品产业运行概况

#### 一、英国高档化妆品市场现状

#### 二、英国高档化妆品进出口分析

三、英国高档化妆品市场品牌分析

四、英国高档化妆品市场发展趋势

第五节 法国高档化妆品产业运行概况

一、法国高档化妆品市场现状

二、法国高档化妆品进出口分析

三、法国高档化妆品市场品牌分析

1、法国LANCOME（兰蔻）

2、法国DIOR（迪奥）

3、法国CHANEL（香奈尔）

4、法国BIOTHERM（碧欧泉）

四、法国高档化妆品市场发展趋势

第六节 日本高档化妆品产业运行概况

一、日本高档化妆品市场现状

二、日本高档化妆品市场品牌分析

1、日本SHISEIDO（资生堂）

2、日本SK-II

第七节 韩国高档化妆品产业运行概况

一、韩国高档化妆品市场现状

二、韩国高档化妆品市场品牌分析

第四章 中国高档化妆品市场规模分析

第一节 中国高档化妆品市场规模分析

第二节 2014年我国高档化妆品区域结构分析

第三节 中国高档化妆品区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

第五章 中国高档化妆品国内市场综述

第一节 中国高档化妆品产品产量分析及预测

一、高档化妆品产业总体产能规模

二、高档化妆品生产区域分布

三、产量

四、消费情况

第二节 中国高档化妆品市场需求分析及预测

一、中国高档化妆品需求特点

二、主要地域分布

### 第三节 未来五年中国高档化妆品供需平衡预测

#### 第四节 中国高档化妆品价格趋势分析

##### 一、中国高档化妆品价格趋势

##### 二、中国高档化妆品当前市场价格及分析

###### 1、中国主流消费倾向高端

###### 2、高端份额逐年攀升

###### 3、高端市场黑马频现

##### 三、影响高档化妆品价格因素分析

##### 四、未来五年中国高档化妆品价格走势预测

### 第六章 中国高档化妆品行业进出口市场情况分析

#### 第一节 中国高档化妆品行业进出口量分析

##### 一、中国高档化妆品行业进口分析

##### 二、中国高档化妆品行业出口分析

#### 第二节 未来五年中国高档化妆品行业进出口市场预测分析

##### 一、未来五年中国高档化妆品行业进口预测

##### 二、未来五年中国高档化妆品行业出口预测

#### 第三节 影响进出口变化的主要原因分析

##### 一、国家标准的管控

##### 二、检测成本提升

##### 三、有毒有害物质管控加严

##### 四、化妆品包装要求

##### 五、成品要求

### 第七章 全国高档化妆品行业财务状况分析

#### 第一节 高档化妆品行业规模分析

##### 一、高档化妆品行业总资产对比分析

##### 二、高档化妆品行业企业单位数对比分析

##### 三、高档化妆品行业从业人员平均人数对比分析

#### 第二节 高档化妆品行业经济效益分析

##### 一、高档化妆品行业产值利税率对比分析

##### 二、高档化妆品行业资金利润率对比分析

##### 三、高档化妆品行业成本费用利润率对比分析

#### 第三节 高档化妆品行业效率分析

##### 一、高档化妆品行业资产负债率对比分析

##### 二、高档化妆品行业流动资产周转次数对比分析

#### 第四节 高档化妆品行业结构分析



- 一、高档化妆品行业地区结构分析
- 二、高档化妆品行业所有制结构分析
- 三、高档化妆品行业不同规模企业结构分析
- 第五节 高档化妆品行业不同规模企业财务状况分析
- 第三部分 高档化妆品行业竞争格局
- 第八章 国内外高档化妆品重点企业分析
- 第一节 爱茉莉集团
  - 一、企业发展基本情况
  - 二、企业主要产品分析
  - 三、企业经营状况分析
  - 四、企业销售网络布局
  - 五、企业发展战略分析
- 第二节 佰草集
  - 一、企业发展基本情况
  - 二、企业主要产品分析
  - 三、企业最新发展动态
- 第三节 相宜本草
  - 一、企业发展基本情况
  - 二、企业主要产品分析
  - 三、企业经营状况分析
  - 四、企业发展战略分析
- 第四节 欧舒丹
  - 一、企业发展基本情况
  - 二、企业主要产品分析
  - 三、企业销售网络布局
- 第五节 fancl
  - 一、企业发展基本情况
  - 二、企业主要产品分析
- 第六节 雅诗兰黛
  - 一、公司概况
  - 二、公司经营分析
  - 三、公司品牌优势
  - 四、公司发展战略分析
- 第七节 迪奥Dior
  - 一、企业发展基本情况

## 二、企业主要产品分析

### 第八节 兰蔻

#### 一、品牌简介

#### 二、品牌优势

#### 三、品牌发展战略分析

### 第九节 香奈儿CHANEL

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、企业主要产品分析

### 第十节 赫莲娜HR

#### 一、企业发展基本情况

#### 二、企业主要产品分析

#### 三、企业经营状况分析

## 第四部分 高档化妆品行业发展前景

### 第九章 中国高档化妆品行业发展预测

#### 第一节 未来五年我国高档化妆品行业供给规模预测

#### 第二节 未来五年我国高档化妆品行业需求规模预测

#### 第三节 未来五年我国高档化妆品行业销售规模预测

## 第五部分 高档化妆品行业风险预警

### 第十章 高档化妆品行业投资前景与投资策略分析

#### 第一节 行业SWOT模型分析

##### 一、优势分析

##### 二、劣势分析

##### 三、机会分析

##### 四、风险分析

#### 第二节 高档化妆品行业投资价值分析

##### 一、高档化妆品行业发展前景分析

##### 二、高档化妆品行业盈利能力预测

##### 三、投资机会分析

#### 第三节 高档化妆品行业投资风险分析

##### 一、政策和体制风险

##### 二、宏观经济波动风险

##### 三、市场风险

##### 四、技术风险

##### 五、原材料压力风险分析

##### 1、衡量风险

2、管理供求平衡

3、套期保值

六、市场竞争风险

七、营销风险

1、本质

2、分类

3、控制

八、相关企业风险

1、关联企业的初步界定

2、关联企业的特征分析

3、关联企业的表现形式

4、关联企业风险的表现形式

5、防范的对策建议

九、区域风险

1、概述

2、形成因素

3、防范对策

十、资金短缺风险

十一、经营风险分析

十二、管理风险分析

十三、风险投资建议分析

1、目标群体建议（应用领域）

2、产品分类与定位建议

3、价格定位建议

4、技术应用建议

5、销售渠道建议

6、资本并购重组运作模式建议

7、企业经营管理建议

第四节 高档化妆品行业投资策略分析

一、重点投资品种分析

二、重点投资地区分析

第五节 影响高档化妆品行业发展的主要因素

一、未来五年影响高档化妆品行业运行的有利因素分析

二、未来五年影响高档化妆品行业运行的稳定因素分析

三、未来五年影响高档化妆品行业运行的不利因素分析

四、未来五年我国高档化妆品行业发展面临的挑战分析

五、未来五年我国高档化妆品行业发展面临的机遇分析

第六部分 高档化妆品行业发展建议

第十一章 数据关于中国高档化妆品行业总结及企业重点客户管理建议

第一节 高档化妆品行业企业问题总结

第二节 高档化妆品行业进入壁垒分析

第三节 高档化妆品企业应对策略

一、把握国家投资的契机

二、竞争性战略联盟的实施

三、企业自身应对策略

第四节 高档化妆品市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

四、强化重点客户的管理

第五节 高档化妆品行业发展战略研究

一、战略综合规划

二、业务组合战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

图表详见正文•••••

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/215655215655.html>