

2018-2023年中国美丽经济行业市场运营现状调查 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《2018-2023年中国美丽经济行业市场运营现状调查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/diaochang/304954304954.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

美丽经济，是指运用“美女效应”促使各方面经济受到影响而发展的经济发展模式。这一概念源于大规模的选秀背景，而究其运用地区来说，山西忻州当属其中之冠。

被称为“美丽经济”的中国化妆品市场是全世界最大的新兴市场，经过多年来的迅猛发展，中国化妆品市场已经取得了前所未有的成就。随着我国经济的飞速发展和人民生活水平的不断提高，依托庞大的人口基数，中国已经成为了全球最大的化妆品市场之一。据统计数据显示，自改革开放以来我国化妆品市场销售额平均以每年23.8%的速度增长，最高的年份达41%，成为仅次于美国和日本的全球第三大化妆品市场，增长速度远远高于国民经济的平均增长速度，具有相当大的发展潜力。美丽经济是一个市场化的产物。市场经济中，任何一个产品，都要经过产生、认知、发展、衰退、消亡的过程，要运用市场规律来经营美丽经济。我国的美丽经济已经过了产品的认知阶段。在发展期，竞争相当激烈。必须讲究诚信经营，符合市场运作的规律，否则就将被市场淘汰。美丽经济在今天作为一种产品，又是一个长期的短期相合的产品。共同存在着需求和供给的矛盾，美丽经济在今天既服务于科技、商务、信息服务等领域，同时又需要市场规律的反作用来服务与自己本身，市场运作将通过利益来分配价值，互惠互利，得到发展。

从经济学原理的角度来看。任何一种经济现象，都伴随着需求与供给的矛盾，并且彼此相生、此消彼长，是需求不足，还是供给不足，还是同时不足。美丽经济也是一样，作为一种经济现象的存在，时时伴随着需求和供给的矛盾；这是符合经济运行规律的，更是符合市场运行规律的。美丽经济产业链的打造与市场需求总是有矛盾的。只有运用好这种规律，将对美丽经济产生效益的最大化，产生实质的作用。此外。泛滥和低俗化的美丽经济严重影响了人们的审美观和价值观，使一部分人一味追求外貌并视之为成功的捷径，偏离了注重内涵，提高素质和能力，为社会多做贡献的价值取向；泛滥和低俗化的美丽经济使部分商家只强调商品的外观、包装而忽视其质量和真正价值。这些，都使得美丽偏离了它应有的社会作用。

我国“十三五”规划增速在6.5%以上，通常消费先于经济总体反应，是一项先行指标，并且消费是拉动经济增长的三大动力之一，国家在“十三五”期间力推内需，预计化妆品行业增速高于GDP增长速度。

按照当前发展势头，预计在“十三五”时期，化妆品行业销售收入年均复合增速高于10%，以年均复合增速12%计算，到2021年，我国化妆品行业销售收入将达到2700亿元左右。2016-2021年中国化妆品行业销售收入发展规划(单位：亿元)

资料来源：公开资料整理

我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，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。未来，化妆品行业维持增长主要来自以下五个方面。

首先，80后将带动行业消费增长。如今的化妆品市场已经进入了新的时代，新的消费

族群80后已经成为化妆品消费主导者，他们有思想，有个性，有品位，整体消费实力较高，必将带动行业市场进一步增长。其次，渠道下沉扩大市场容量。随着一二级市场的竞争愈加惨烈，相对更有发展潜力的三、四级市场将成为化妆品企业争夺的主要领地，三、四级市场成为行业新的增长点。

第三，高消费时代到来。随着化妆品品牌的增多，消费群体的细分更加明确。不论是在哪个细分市场中，奢侈品与高价位产品的数量是暴涨，预示了中国消费者高消费时代的到来。今后消费者购买化妆品的主要关注点转为重视化妆品品牌、服务等附加值的变化，行业产品档次提升，盈利空间扩大。

第四，产业升级成本将会压缩。随着行业产业升级逐步推进，大型企业集中度上升，行业规模优势显现，成本压缩，盈利增大。最后，网络市场加快市场开拓。网络不单纯是产生信息的快速交流，更能激发财富的暴涨。众多化妆品厂家的网络销售力度加大，网络上能为行业带来巨大的销售额增长。

观研天下（Insight&Info Consulting Ltd）发行的报告书《2018-2023年中国美丽经济行业市场运营现状调查与未来发展趋势预测报告》主要研究##行业市场经济特性（产能、产量、供需），投资分析（市场现状、市场结构、市场特点等以及区域市场分析）、竞争分析（行业集中度、竞争格局、竞争对手、竞争因素等）、工艺技术发展状况、进出口分析、渠道分析、产业链分析、替代品和互补品分析、行业的主导驱动因素、政策环境、重点企业分析（经营特色、财务分析、竞争力分析）、商业投资风险分析、市场定位及机会分析、以及相关的策略和建议。公司多年来已为上万家企事业单位、咨询机构、金融机构、行业协会、个人投资者提供了专业的行业分析报告。我们的客户涵盖了中石油天然气集团公司、德勤会计师事务所、华特迪士尼公司、华为技术有限公司等上百家世界行业领先企业，并得到了客户的广泛认可。我们的行业分析报告内容可以应用于多种项目规划制订与专业报告引用，如项目投资计划、地区与企业发展战略、项目融资计划、地区产业规划、商业计划书、招商计划书、招股说明书等等。

第一章 美丽经济行业相关概述

1.1 美丽经济行业定义及特点

1.1.1 美丽经济行业的定义

1.1.2 美丽经济行业服务特点

1.2 美丽经济行业相关分类

1.3 美丽经济行业盈利模式分析

第二章 2014-2016年中国美丽经济行业发展环境分析

2.1 美丽经济行业政治法律环境（P）

2.1.1 行业主管单位及监管体制

2.1.2 行业相关法律法规及政策

- 2.1.3 政策环境对行业的影响
- 2.2 美丽经济行业经济环境分析（E）
 - 2.2.1 国际宏观经济分析
 - 2.2.2 国内宏观经济分析
 - 2.2.3 产业宏观经济分析
 - 2.2.4 宏观经济环境对行业的影响分析
- 2.3 美丽经济行业社会环境分析（S）
 - 2.3.1 人口发展变化情况
 - 2.3.2 城镇化水平
 - 2.3.3 居民消费水平及观念分析
 - 2.3.4 社会文化教育水平
 - 2.3.5 社会环境对行业的影响
- 2.4 美丽经济行业技术环境分析（T）
 - 2.4.1 美丽经济技术分析
 - 2.4.2 美丽经济技术发展水平
 - 2.4.3 行业主要技术发展趋势
 - 2.4.4 技术环境对行业的影响

第三章 全球美丽经济行业发展概述

- 3.1 2014-2016年全球美丽经济行业发展情况概述
 - 3.1.1 全球美丽经济行业发展现状
 - 3.1.2 全球美丽经济行业发展特征
 - 3.1.3 全球美丽经济行业市场规模
- 3.2 2014-2016年全球主要地区美丽经济行业发展状况
 - 3.2.1 欧洲美丽经济行业发展情况概述
 - 3.2.2 美国美丽经济行业发展情况概述
 - 3.2.3 日韩美丽经济行业发展情况概述
- 3.3 2017-2022年全球美丽经济行业发展前景预测
 - 3.3.1 全球美丽经济行业市场规模预测
 - 3.3.2 全球美丽经济行业发展前景分析
 - 3.3.3 全球美丽经济行业发展趋势分析
- 3.4 全球美丽经济行业重点企业发展动态分析

第四章 中国美丽经济行业发展概述

- 4.1 中国美丽经济行业发展状况分析

- 4.1.1 中国美丽经济行发展概况
- 4.1.2 中国美丽经济行发展特点
- 4.2 2014-2016年美丽经济行业发展现状
 - 4.2.1 2014-2016年美丽经济行业市场规模
 - 4.2.2 2014-2016年美丽经济行业发展现状
- 4.3 2017-2022年中国美丽经济行业面临的困境及对策
 - 4.3.1 美丽经济行业发展面临的瓶颈及对策分析
 - 1、美丽经济行业面临的瓶颈
 - 2、美丽经济行业发展对策分析
 - 4.3.2 美丽经济企业发展存在的问题及对策
 - 1、美丽经济企业发展存在的不足
 - 2、美丽经济企业发展策略

第五章 中国美丽经济行业市场运行分析

- 5.1 市场发展现状分析
 - 5.1.1 市场现状
 - 5.1.2 市场容量
- 5.2 2014-2016年中国美丽经济行业总体规模分析
 - 5.2.1 企业数量结构分析
 - 5.2.2 人员规模状况分析
 - 5.2.3 行业资产规模分析
 - 5.2.4 行业市场规模分析
- 5.3 2014-2016年中国美丽经济行业市场供需分析
 - 5.3.1 中国美丽经济行业供给分析
 - 5.3.2 中国美丽经济行业需求分析
 - 5.3.3 中国美丽经济行业供需平衡
- 5.4 2014-2016年中国美丽经济行业财务指标总体分析
 - 5.4.1 行业盈利能力分析
 - 5.4.2 行业偿债能力分析
 - 5.4.3 行业营运能力分析
 - 5.4.4 行业发展能力分析

第六章 中国美丽经济行业细分市场分析

- 6.1 细分市场一
 - 6.1.1 市场发展特点分析

6.1.2 目标消费群体

6.1.3 主要业态现状

6.1.4 市场规模

6.1.5 发展潜力

6.2 细分市场二

6.2.1 市场发展特点分析

6.2.2 目标消费群体

6.2.3 主要业态现状

6.2.4 市场规模

6.2.5 发展潜力

6.3 细分市场三

6.3.1 市场发展特点分析

6.3.2 目标消费群体

6.3.3 主要业态现状

6.3.4 市场规模

6.3.5 发展潜力

6.4 San.sheng。Consulting建议

6.4.1 细分市场研究结论

6.4.2 细分市场三-胜建议

第七章 美丽经济行业目标客户群分析

7.1 消费者偏好分析

7.2 消费者行为分析

7.3 美丽经济行业品牌认知度分析

7.4 消费人群分析

7.4.1 年龄分布情况

7.4.2 性别分布情况

7.4.3 职业分布情况

7.4.4 收入分布情况

7.5 需求影响因素

7.5.1 价格

7.5.2 服务质量

7.5.3 其他

第八章 美丽经济行业营销模式分析

- 8.1 营销策略组合理论分析
- 8.2 营销模式的基本类型分析
- 8.3 美丽经济行业营销现状分析
- 8.4 美丽经济行业电子商务的应用情况分析
- 8.5 美丽经济行业营销创新发展趋势分析

第九章 美丽经济行业商业模式分析

- 9.1 商业模式的相关概述
 - 9.1.1 参考模型
 - 9.1.2 成功特征
 - 9.1.3 历史发展
- 9.2 美丽经济行业主要商业模式案例分析
 - 9.2.1 案例一
 - 1、定位
 - 2、业务系统
 - 3、关键资源能力
 - 4、盈利模式
 - 5、现金流结构
 - 6、企业价值
 - 9.2.2 案例二
 - 1、定位
 - 2、业务系统
 - 3、关键资源能力
 - 4、盈利模式
 - 5、现金流结构
 - 6、企业价值
 - 9.2.3 案例三
 - 1、定位
 - 2、业务系统
 - 3、关键资源能力
 - 4、盈利模式
 - 5、现金流结构
 - 6、企业价值
- 9.3 美丽经济行业商业模式创新分析
 - 9.3.1 商业模式创新的内涵与特征

9.3.2 商业模式创新的因素分析

9.3.3 商业模式创新的目标与路径

9.3.4 商业模式创新的实践与启示

9.3.5 2016年最具颠覆性创新的商业模式分析

9.3.6 美丽经济行业商业模式创新选择

第十章 中国美丽经济行业市场竞争格局分析

10.1 中国美丽经济行业竞争格局分析

10.1.1 美丽经济行业区域分布格局

10.1.2 美丽经济行业企业规模格局

10.1.3 美丽经济行业企业性质格局

10.2 中国美丽经济行业竞争五力分析

10.2.1 美丽经济行业上游议价能力

10.2.2 美丽经济行业下游议价能力

10.2.3 美丽经济行业新进入者威胁

10.2.4 美丽经济行业替代产品威胁

10.2.5 美丽经济行业现有企业竞争

10.3 中国美丽经济行业竞争SWOT分析

10.3.1 美丽经济行业优势分析（S）

10.3.2 美丽经济行业劣势分析（W）

10.3.3 美丽经济行业机会分析（O）

10.3.4 美丽经济行业威胁分析（T）

10.4 中国美丽经济行业投资兼并重组整合分析

10.4.1 投资兼并重组现状

10.4.2 投资兼并重组案例

10.5 中国美丽经济行业重点企业竞争策略分析

第十一章 中国美丽经济行业领先企业竞争力分析

11.1 ***公司竞争力分析

11.1.1 企业发展基本情况

11.1.2 企业业务发展情况

11.1.3 企业竞争优势分析

11.1.4 企业经营状况分析

11.1.5 企业最新发展动态

11.1.6 企业发展战略分析

11.2 ***公司竞争力分析

11.2.1 企业发展基本情况

11.2.2 企业业务发展情况

11.2.3 企业竞争优势分析

11.2.4 企业经营状况分析

11.2.5 企业最新发展动态

11.2.6 企业发展战略分析

11.3 ***公司竞争力分析

11.3.1 企业发展基本情况

11.3.2 企业业务发展情况

11.3.3 企业竞争优势分析

11.3.4 企业经营状况分析

11.3.5 企业最新发展动态

11.3.6 企业发展战略分析

11.4 ***公司竞争力分析

11.4.1 企业发展基本情况

11.4.2 企业业务发展情况

11.4.3 企业竞争优势分析

11.4.4 企业经营状况分析

11.4.5 企业最新发展动态

11.4.6 企业发展战略分析

11.5 ***公司竞争力分析

11.5.1 企业发展基本情况

11.5.2 企业业务发展情况

11.5.3 企业竞争优势分析

11.5.4 企业经营状况分析

11.5.5 企业最新发展动态

11.5.6 企业发展战略分析

11.6 ***公司竞争力分析

11.6.1 企业发展基本情况

11.6.2 企业业务发展情况

11.6.3 企业竞争优势分析

11.6.4 企业经营状况分析

11.6.5 企业最新发展动态

11.6.6 企业发展战略分析

11.7 ***公司竞争力分析

11.7.1 企业发展基本情况

11.7.2 企业业务发展情况

11.7.3 企业竞争优势分析

11.7.4 企业经营状况分析

11.7.5 企业最新发展动态

11.7.6 企业发展战略分析

11.8 ***公司竞争力分析

11.8.1 企业发展基本情况

11.8.2 企业业务发展情况

11.8.3 企业竞争优势分析

11.8.4 企业经营状况分析

11.8.5 企业最新发展动态

11.8.6 企业发展战略分析

11.9 ***公司竞争力分析

11.9.1 企业发展基本情况

11.9.2 企业业务发展情况

11.9.3 企业竞争优势分析

11.9.4 企业经营状况分析

11.9.5 企业最新发展动态

11.9.6 企业发展战略分析

11.10 ***公司竞争力分析

11.10.1 企业发展基本情况

11.10.2 企业业务发展情况

11.10.3 企业竞争优势分析

11.10.4 企业经营状况分析

11.10.5 企业最新发展动态

11.10.6 企业发展战略分析

第十二章 2017-2022年中国美丽经济行业发展趋势与前景分析

12.1 2017-2022年中国美丽经济市场发展前景

12.1.1 2017-2022年美丽经济市场发展潜力

12.1.2 2017-2022年美丽经济市场发展前景展望

12.1.3 2017-2022年美丽经济细分行业发展前景分析

12.2 2017-2022年中国美丽经济市场发展趋势预测

- 12.2.1 2017-2022年美丽经济行业发展趋势
- 12.2.2 2017-2022年美丽经济市场规模预测
- 12.2.3 2017-2022年细分市场发展趋势预测
- 12.3 2017-2022年中国美丽经济行业供需预测
 - 12.3.1 2017-2022年中国美丽经济行业供给预测
 - 12.3.2 2017-2022年中国美丽经济行业需求预测
 - 12.3.3 2017-2022年中国美丽经济供需平衡预测
- 12.4 影响企业经营的关键趋势
 - 12.4.1 行业发展有利因素与不利因素
 - 12.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测
 - 12.4.3 服务业开放对美丽经济行业的影响
 - 12.4.4 互联网+背景下美丽经济行业的发展趋势

第十三章 2017-2022年中国美丽经济行业投资前景

- 13.1 美丽经济行业投资现状分析
- 13.2 美丽经济行业投资特性分析
 - 13.2.1 美丽经济行业进入壁垒分析
 - 13.2.2 美丽经济行业盈利模式分析
 - 13.2.3 美丽经济行业盈利因素分析
- 13.3 美丽经济行业投资机会分析
 - 13.3.1 产业链投资机会
 - 13.3.2 细分市场投资机会
 - 13.3.3 重点区域投资机会
 - 13.3.4 产业发展的空白点分析
- 13.4 美丽经济行业投资风险分析
 - 13.4.1 美丽经济行业政策风险
 - 13.4.2 宏观经济风险
 - 13.4.3 市场竞争风险
 - 13.4.4 关联产业风险
 - 13.4.5 技术研发风险
 - 13.4.6 其他投资风险
- 13.5 “互联网 +”与“双创”战略下企业的投资机遇
 - 13.5.1 “互联网 +”与“双创”的概述
 - 13.5.2 企业投资挑战和机遇
 - 13.5.3 企业投资问题和投资策略

1、“互联网+”和“双创”的战略下企业投资问题分析

2、“互联网+”和“双创”的战略下企业投资策略探究

13.6 美丽经济行业投资潜力与建议

13.6.1 美丽经济行业投资潜力分析

13.6.2 美丽经济行业最新投资动态

13.6.3 美丽经济行业投资机会与建议

第十四章 2017-2022年中国美丽经济企业投资战略分析

14.1 企业投资战略制定基本思路

14.1.1 企业投资战略的特点

14.1.2 企业投资战略类型选择

14.1.3 企业投资战略制定程序

14.2 现代企业投资战略的制定

14.2.1 企业投资战略与总体战略的关系

14.2.2 产品不同生命周期阶段对制定企业投资战略的要求

14.2.3 企业投资战略的选择

14.3 美丽经济企业战略规划策略分析

14.3.1 战略综合规划

14.3.2 技术开发战略

14.3.3 区域战略规划

14.3.4 产业战略规划

14.3.5 营销品牌战略

14.3.6 竞争战略规划

第十五章 研究结论及建议

15.1 研究结论

15.2 建议

15.2.1 行业发展策略建议

15.2.2 行业投资方向建议

15.2.3 行业投资方式建议

图表详见正文（FSWJP）

特别说明：观研网所发行报告书中的信息和数据部分会随时间变化补充更新，报告发行年份对报告质量不会有任何影响，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/diaochang/304954304954.html>