

2018-2023年中国OEM行业运营态势与投资风险 研究报告

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OEM行业运营态势与投资风险研究报告》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/295826295826.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

政府于2016年实施的基建+地产托底的宽财政政策已取得初步成效，目前PMI持续保持在枯荣线上方，各种中高频数据显示经济正在企稳向好。

新一轮“补设备”周期已经开启，工控行业于2016年年底回暖，四季度迎来同比6.5%增幅，预计2017年同比增长4%-5%，其中OEM市场是主要的增长动力。

项目型市场存量替换为主，OEM市场拓展增量。

本土项目型市场自动化进程开始的较早，已有十余年时间，产线的自动化水平已经较高。加之项目型市场下游多为传统粗放型产业，市场增长空间有限，近年来项目型市场整体呈现萎缩趋势。反观OEM市场，下游多为高端装备制造业，行业成长空间广阔，对于生产的精细化程度要求严苛，近年来带来了可观的工控产品与服务需求。

2012年以来OEM市场表现持续强于项目型市场，目前市场份额已经与项目型市场非常接近。

图：项目型市场与OEM市场规模及增速

项目型市场跟随经济周期回暖

主要细分市场中，2016年化工同比-10.5%，石化同比-14%，冶金同比-5.5%，跌幅较2015年有所收窄；市政同比6%，是前五大中唯一保持正增长的细分领域。整体来看，大部分细分领域16年增速好于2015年，显示出各细分领域均呈现不同程度的回暖。

项目型市场回暖主要系跟随经济周期复苏，带动相关“补设备”需求。

房地产：2016年上半年以来市场加速回暖，商品房销售与新开工同比大幅回暖。

汽车：产销呈现前低后高态势，全年同比增长14%，也为近年来景气高点。

发电量：2016年下半年逐渐回升，目前在阶段性高位（7%-10%）维持。

化工：2016年化学纤维制造固定资产投资止跌回升，化学原料及化学制品制造固定资产投资跌幅收窄。

图：2012-2016年项目型市场细分市场规模及增速

图：2017年房地产市场加速回暖

图：2017年汽车产销持续走高

图：2017年发电量逐渐复苏

图：化工行业固定资产投资于2016年止跌回升

OEM市场半岁高端装备制造业加速崛起

2016年下半年OEM市场需求出现了明显上扬。电子制造装备领域同比增长24%纺织机械、机床工具、建筑机械、电梯、食品饮料包装机械等领域表现均好于去年同期。智能装备的升级诉求也使得运动控制，小型PLC等自动化产品出现了明显的增长。大部分领域16年增速高于12-16年复合增速，OEM市场迎来强势复苏。

OEM市场加速崛起主要系下游高端装备制造业较快增长。

3C：2012年以来行业固定资产投资持续保持在两位数以上，16年6月增速探底至8%后持续回升；机床：16年9月机床（含金属切削机床与金属成型机床）累计同比由负转正，此后一路回暖，全年同比达到4%；空调：16年9月同比由负转正，全年同比达5%；新能源汽车：2015年初始爆发，全年产销34万辆，同比300%以上，16年产销50.7万辆，同比53%，带动锂电自动化设备以及新能源电机电控系统需求大增。

图：2012-2016年OEM行业细分市场规模及增速

图：3C行业固定资产投资维持两位数增长

图：2017年起机床产量逐步回暖

图：2016年底空调产量开始止跌回升

图：新能源汽车行业近年来爆发式增长

【报告目录】

第一章化妆品OEM综合概述

第一节OEM概述

一、OEM概念

二、OEM特性

三、OEM分类

第二节化妆品OEM行业特性分析

一、化妆品OEM市场特点

二、化妆品OEM行业经济特性

三、化妆品OEM行业成熟度分析

第三节化妆品OEM行业产业链分析

一、化妆品OEM产业链上游分析

二、化妆品OEM产业下游分析

三、化妆品OEM成本构成

第二章2015年中国化妆品OEM行业市场发展环境分析

第一节2015年全球环境分析

一、经济环境分析

二、社会环境分析

三、政策环境分析

四、研发环境

第二节2015年中国经济环境分析

一、国民经济运行情况

二、消费价格指数CPI、PPI分析

三、全国居民收入情况解读

四、2014-2016年恩格尔系数分析

五、2014-2016年工业发展形势走势

六、固定资产投资情况

七、2014-2016年对外贸易进出口分析

第三节2015年中国化妆品OEM行业政策环境分析

一、与化妆品OEM相关的监管机构

二、与化妆品OEM相关的政策法规

三、其化妆品OEM相关的法律法规

四、国外化妆品OEM政策法规

第四节2015年中国化妆品OEM行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育情况分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民消费观念和习惯分析

第五节2015年中国化妆品OEM行业技术环境分析

第三章全球化妆品OEM行业发展分析

第一节全球化妆品OEM行业市场发展分析

一、化妆品OEM市场现状分析

二、化妆品OEM全球市场规模分析

三、化妆品OEM消费结构分析

四、全球化妆品OEM的研发分析

五、全球化妆品OEM市场未来展望

第二节美国化妆品OEM产业运行概况

- 一、美国化妆品OEM市场现状
- 二、美国化妆品OEM进出口分析
- 三、美国化妆品OEM市场品牌分析
- 四、美国化妆品OEM市场发展趋势

第三节德国化妆品OEM产业运行概况

- 一、德国化妆品OEM市场现状
- 二、德国化妆品OEM进出口分析
- 三、德国化妆品OEM市场品牌分析
- 四、德国化妆品OEM市场发展趋势

第四节英国化妆品OEM产业运行概况

- 一、英国化妆品OEM市场现状
- 二、英国化妆品OEM进出口分析
- 三、英国化妆品OEM市场品牌分析
- 四、英国化妆品OEM市场发展趋势

第五节法国化妆品OEM产业运行概况

- 一、法国化妆品OEM市场现状
- 二、法国化妆品OEM进出口分析
- 三、法国化妆品OEM市场品牌分析
- 四、法国化妆品OEM市场发展趋势

第六节日本化妆品OEM产业运行概况

- 一、日本化妆品OEM市场现状
- 二、日本化妆品OEM进出口分析
- 三、日本化妆品OEM市场品牌分析
- 四、日本化妆品OEM市场发展趋势

第七节韩国化妆品OEM产业运行概况

- 一、韩国化妆品OEM市场现状
- 二、韩国化妆品OEM进出口分析
- 三、韩国化妆品OEM市场品牌分析
- 四、韩国化妆品OEM市场发展趋势

第四章中国化妆品OEM发展现状分析

第一节化妆品OEM行业发展概况

- 一、中国化妆品OEM行业的现状
- 二、中国化妆品OEM行业发展的阶段
- 三、中国化妆品OEM行业存在的问题

四、中国化妆品OEM行业的发展趋势

五、化妆品OEM行业的最新动态

第二节2015年中国化妆品OEM行业发展状况

一、2015年中国化妆品OEM行业发展回顾

二、2015年化妆品OEM行业发展特点分析

三、2015年中国化妆品OEM行业市场分析

第三节中国化妆品OEM行业要素分析

一、2015年中国化妆品OEM行业企业数量分析

二、2015年化妆品OEM行业从业人员分析

三、2015年中国化妆品OEM行业资产规模分析

四、中国化妆品OEM行业品牌分析

第四节2015年中国化妆品OEM行业经营分析

一、化妆品OEM行业产销情况分析

二、化妆品OEM行业盈利分析

第五节化妆品OEM行业发展动态聚焦

第五章化妆品OEM行业政策分析

第一节现行发展政策分析

一、“十三五规划”对化妆品OEM行业的影响分析

二、“城镇化”对化妆品OEM行业影响分析

三、国家对化妆品OEM行业的规划分析

四、最新政策动向分析

第二节化妆品OEM行业监管政策分析

一、现行的政策分析

二、现行政策的不足

三、行业监管分析

四、未来的政策趋势

第六章中国化妆品行业消费分析

第一节化妆品行业产品消费者分析

一、不同收入水平消费者偏好分析

二、不同年龄的消费者偏好分析

三、不同地区的消费者偏好分析

四、不同性别的偏好分析

第二节化妆品市场消费需求分析

一、化妆品市场的消费需求变化

二、化妆品行业的需求情况分析

三、2015年化妆品品牌市场消费需求分析

第三节化妆品消费市场状况分析

一、化妆品行业消费特点

二、化妆品消费者分析

三、化妆品消费结构分析

四、化妆品消费的市场变化

五、化妆品市场的消费方向

第四节影响消费因素分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

六、品牌忠诚度分析

第二部分市场竞争格局

第七章中国化妆品OEM行业市场分析

第一节中国化妆品OEM行业市场综述

一、中国化妆品OEM行业市场现状

二、中国化妆品OEM行业市场结构分析

三、化妆品OEM行业市场规模分析

四、化妆品OEM行业趋势分析

五、2015年化妆品OEM产值分析

第二节2015年化妆品OEM行业市场分析

一、2015年化妆品OEM行业市场供给分析

二、2015年化妆品OEM行业市场需求分析

三、2015年化妆品OEM行业市场规模分析

四、2015年中国化妆品OEM区域市场规模分析

五、化妆品OEM行业市场渠道分析

六、化妆品OEM行业市场发展策略

第三节化妆品OEM行业市场动态解析

第八章化妆品OEM行业竞争分析

第一节行业竞争结构分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

四、品牌集中度分析

第三节中国化妆品OEM行业竞争格局综述

一、2015年化妆品OEM行业集中度

二、2015年化妆品OEM行业竞争程度

三、2015年化妆品OEM行业竞争格局

第四节2014-2016年中国化妆品OEM行业竞争分析及预测

一、2015年化妆品OEM市场竞争情况分析

二、2015年化妆品OEM市场竞争形势分析

三、2014-2016年集中度分析及预测

四、2014-2016年SWOT分析及预测

五、2014-2016年进入退出状况分析及预测

六、2014-2016年生命周期分析及预测

第九章化妆品OEM市场区域分析

第一节华东地区化妆品市场分析

一、消费者消费意识形态

二、国内外品牌渗透情况

三、市场销售动态

四、区域潜在消费空间

第二节华南地区化妆品市场分析

一、消费者消费意识形态

二、国内外品牌渗透情况

三、市场销售动态

四、区域潜在消费空间

第三节华中地区化妆品市场分析

一、消费者消费意识形态

二、国内外品牌渗透情况

三、市场销售动态

四、区域潜在消费空间

第四节华北地区化妆品市场分析

一、消费者消费意识形态

二、国内外品牌渗透情况

三、市场销售动态

四、区域潜在消费空间

第五节西南地区化妆品市场分析

一、消费者消费意识形态

二、国内外品牌渗透情况

三、市场销售动态

四、区域潜在消费空间

第六节东北地区化妆品市场分析

一、消费者消费意识形态

二、国内外品牌渗透情况

三、市场销售动态

四、区域潜在消费空间

第七节西北地区化妆品市场分析

一、消费者消费意识形态

二、国内外品牌渗透情况

三、市场销售动态

四、区域潜在消费空间

第十章化妆品OEM行业相关化妆品市场分析

第一节化妆品市场分析

一、化妆品市场概况分析

二、“十三五规划”对化妆品的影响

三、化妆品市场运行分析

四、化妆品市场发展存在的问题

五、化妆品市场前景分析

第二节2014-2016年化妆品市场分析

一、2014年化妆品市场情况

二、2015年化妆品市场情况

第三节2017-2022年化妆品市场预测分析

第四节化妆品发展策略分析

一、化妆品市场定位分析

二、化妆品相关政策解读

三、化妆品发展趋势分析

第五节化妆品最新动态

第十一章化妆品OEM行业国内重点企业分析

第一节广州科玛化妆品制造有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业经济指标分析
- 四、企业战略分析

第二节广州宝生堂化妆品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业发展历程情况分析
- 三、企业品牌发展分析
- 四、企业技术和优势分析
- 五、企业战略分析

第三节美辰生物科技

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业战略分析

第四节复大生物集团

- 一、企业概况
- 二、企业科研领域分析
- 三、企业战略分析

第五节广州雅姿达化妆品有限公司

第六节广州丽丰化妆品制造有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业运营能力分析

第七节广州瑞嘉精细化工有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业文化理念分析
- 三、企业品牌OEM方案分析

第八节德芙化妆品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业经营情况分析
- 三、企业运营能力分析

第九节柏美国际化妆品有限公司

- 一、企业概况

二、企业经营情况分析

第十节清茹化妆品有限公司

一、企业概况

二、企业运营能力分析

三、企业战略分析

第三部分行业预测

第十二章化妆品OEM行业投资机会与风险

第一节化妆品OEM行业投资效益分析

一、2014-2016年化妆品OEM行业投资状况分析

二、2017-2022年化妆品OEM行业投资市场空间预测

三、2017-2022年化妆品OEM行业的投资方向

四、2017-2022年化妆品OEM行业投资的建议

五、新进入者应注意的障碍因素分析

第二节影响化妆品OEM行业发展的主要因素

一、2017-2022年影响化妆品OEM行业运行的有利因素分析

二、2017-2022年影响化妆品OEM行业运行的稳定因素分析

三、2017-2022年影响化妆品OEM行业运行的不利因素分析

四、2017-2022年我国化妆品OEM行业发展面临的挑战分析

五、2017-2022年我国化妆品OEM行业发展面临的机遇分析

第三节化妆品OEM行业投资风险及控制策略分析

一、2017-2022年化妆品OEM行业市场风险及控制策略

二、2017-2022年化妆品OEM行业政策风险及控制策略

三、2017-2022年化妆品OEM行业经营风险及控制策略

四、2017-2022年化妆品OEM同业竞争风险及控制策略

五、2017-2022年化妆品OEM行业其他风险及控制策略

第四部分投资战略

第十三章化妆品OEM行业投资战略研究

第一节化妆品OEM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

第二节对化妆品OEM品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性

二、化妆品OEM实施品牌战略的意义

三、化妆品OEM企业品牌的现状分析

四、化妆品OEM企业的品牌战略

五、化妆品OEM品牌战略管理的策略

第三节化妆品OEM行业投资战略研究

一、2015年化妆品OEM行业投资战略

二、2016年化妆品OEM行业投资战略

三、2017-2022年化妆品OEM行业投资战略

四、2017-2022年细分行业投资战略

第四节中国报告网:研究结论与建议

一、研究结论

二、建议

图表目录

图表化妆品OEM产业链

图表化妆品原料厂家地区分布

图表化妆品原料厂家企业规模分布

图表化妆品原料分销商地区分布

图表化妆品原料分销商企业规模分布

图表2014-2016年中国化妆品网购市场交易规模

图表2015年男士化妆品搜索指数

图表2015年男士化妆品搜索词特征

图表2015年男士化妆品与行业搜索词特征对比

图表2015年男士化妆品品牌关注度

图表2015年男士化妆品产品大类关注度

图表2015年男士化妆品用途关注度排行

图表2015年Onlylady男士面部产品口碑关注度排行

图表2015年化妆品产品大类关注度

图表2015年护肤类化妆品搜索指数

图表2015年护肤类化妆品搜索词特征

图表2015年护肤类与行业搜索词特征对比

图表2015年护肤类化妆品品牌关注度

图表2015年护肤类用途关注度排行

图表2015年面部护理与面部清洁产品关注度排行

图表2015年彩妆类化妆品搜索指数

图表2015年彩妆类化妆品搜索词特征

图表2015年彩妆类与行业搜索词特征对比

图表2015年彩妆类化妆品品牌关注度

图表2015年Onlylady美宝莲纽约单品口碑关注度排行TOP

图表2015年Onlylady姬芮单品口碑关注度排行TOP

图表2015年Onlylady卡姿兰单品口碑关注度排行TOP

图表2015年彩妆类用途关注度排行

图表2015年肤色改善产品关注度排行

图表2015眼部彩妆产品关注度排行

图表2015年头发护理类化妆品搜搜指数

图表2015年头发护理类搜索词特征

图表2015年头发护理与行业搜索词特征对比

图表2015年头发护理类化妆品品牌关注度

图表2015年Onlylady巴黎欧莱雅头发护理类单品口碑关注度TOP

图表2015年头发护理类用途关注度排行

图表2015年洗发产品关注度排行

图表2015年染发产品关注度排行

图表2015年Onlylady霸王单品口碑关注度排行TOP

图表2012香水类化妆品搜索指数

图表2015年香水化妆品搜索词特征

图表2015年香水类与行业搜索词特征对比

图表2015年香水类化妆品品牌关注度

图表2015年Onlylady香奈儿单品口碑关注排行TOP

图表2015年Onlylady迪奥香水单品口碑关注度排行TOP

图表2014-2016年国内生产总值及其增长速度

图表2015年居民消费价格月度涨跌幅度

图表2015年居民消费价格比2011年涨跌幅度

图表2015年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况

图表2014-2016年城镇新增就业人数

图表2014-2016年年末国家外汇储备及其增长速度

图表2014-2016年公共财政收入及其增长速度

图表2014-2016年粮食产量及其增长速度

图表2014-2016年全部工业增加值及其增长速度

图表2015年主要工业产品产量及其增长速度

图表2014-2016年建筑业增加值及其增长速度

图表2014-2016年社会消费品零售总额及其增长速度

图表2015年货物进出口总额及其增长速度

图表2015年主要商品出口数量、金额及其增长速度

图表2015年主要商品进口数量、金额及其增长速度

图表2015年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度

图表2014-2016年货物进出口总额

图表2015年非金融领域外商直接投资及其增长速度

图表2015年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度

图表2015年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度

图表2014-2016年电话用户数

图表2015年全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度

图表2015年12月份社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表2015年12月份社会消费品零售总额主要数据

图表2015年12月份居民消费价格分类别同比上涨跌幅

图表2015年12月份居民消费价格分类别环比涨跌幅

图表2015年12月居民消费价格主要数据

图表2015年1-12月份社会消费品零售总额主要数据

图表2014-2016年我国恩格尔系数趋势分析

图表2015年我国规模以上工业增加值同比增长速度

图表2015年12月份规模以上工业生产主要数据

图表2015年我国发电量日均产量及同比增速

图表2015年我国钢材日均产量及同比增速

图表2015年我国水泥日均产量及同比增速

图表2015年我国原油加工量日均产量及同比增速

图表2015年我国十种有色金属日均产量及同比增速

图表2015年我国乙烯日均产量及同比增速

图表2015年我国汽车日产量及同比增速

图表2015年我国轿车日均产量及同比增速

图表固定资产投资（不含农户）同比增速

图表东、中、西部地区投资相邻两月累计同比增速

图表2015年1-12月份固定资产投资到位资金同比增速

图表2015年1-12月份固定资产投资（不含农户）主要数据

图表2015年民间固定资产投资和固定资产投资（不含农户）增速

图表2015年1-12月份民间固定资产投资主要数据

图表2015年人口数及其构成

图表2014-2016年农村居民人均纯收入及其实际增长速度
图表2014-2016年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度
图表平均预期寿命变化
图表2014-2016普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数
图表2014-2016年研究试验发展（R&D）经费支出
图表日本企业化妆品品牌及主营业务
图表2015年化妆品OEM企业数量
图表2015年化妆品OEM从业人员数
图表2015年化妆品OEM总资产
图表2015年化妆品OEM工业销售产值
图表2014-2016年中国网购化妆品交易分析
图表2014-2016年化妆品网购总额与零售总额分析
图表2014-2016年化妆品网购总额占零售总额比例分析
图表2015年化妆品OEM产值
图表2015年化妆品OEM市场供给总额分析
图表2015年化妆品OEM市场需求总额
图表2015年化妆品OEM市场规模
图表2015年东北地区化妆品OEM市场规模
图表2015年华北地区化妆品OEM市场规模
图表2015年华东地区化妆品OEM市场规模
图表2015年华中地区化妆品OEM市场规模
图表2015年华南地区化妆品OEM市场规模
图表2015年西部地区化妆品OEM市场规模
图表化妆品OEM涉水电商SWOT分析表
图表2016年我国化妆品市场容量分析
图表2017年我国化妆品市场容量分析
图表宝生堂国际企业集团日化线系列产品结构图（1）
图表宝生堂国际企业集团日化线系列产品结构图（2）
图表宝生堂国际企业集团专业线系列产品结构图（1）
图表宝生堂国际企业集团专业线系列产品结构图（2）
图表宝生堂国际企业集团专业线系列产品结构图（3）
图表宝生堂国际企业集团生产设备
图表复大生物集团产业结构
图表广州市雅资达化妆品有限公司
图表柏美国际化妆品制造有限公司经营情况

更多图表详见正文（GY GSL）

特别说明：中国报告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，并有助于降低企事业单位投资风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/295826295826.html>