

2017-2022年中国化妆品市场竞争态势及十三五投资商机研究报告

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《2017-2022年中国化妆品市场竞争态势及十三五投资商机研究报告》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/256327256327.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

中国报告网发布的《2017-2022年中国化妆品市场竞争态势及十三五投资商机研究报告》内容严谨、数据翔实，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动向、市场前景、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。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一。本报告是全面了解行业以及对本行业进行投资不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章中国化妆品行业发展综述

1.1化妆品行业定义及分类

1.1.1行业概念及定义

1.1.2行业主要产品大类

1.2化妆品行业统计标准

1.2.1行业统计部门和口径

1.2.2行业统计方法

1.3化妆品行业地位分析

1.4化妆品行业产业链分析

1.4.1行业产业链概况

1.4.2原材料行业

1.4.3化妆品包装行业

(1) 化妆品包装特点

(2) 化妆品包装趋势

第二章中国化妆品行业市场环境分析

2.1化妆品行业政策环境分析

2.1.1行业政策动向

(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

2.1.2 行业发展规划

- (1) 行业规模规划
- (2) 行业企业规划
- (3) 行业品牌规划
- (4) 行业产品规划

2.2 化妆品行业经济环境分析

2.2.1 中国GDP增长情况

- (1) 中国GDP增长状况
- (2) 行业与GDP的关联性分析

2.2.2 居民人均收入变化

- (1) 居民人均收入变化情况
- (2) 行业与居民收入的关联性分析

2.3 化妆品行业消费环境分析

2.3.1 消费群体变化分析

2.3.2 化妆品行业消费行为特点分析

- (1) 非理性消费
- (2) 情绪化消费
- (3) 不言悔消费

2.3.3 不同人口特征城市居民化妆品购买比例

- (1) 不同性别居民的化妆品购买分析
- (2) 不同年龄居民的化妆品购买分析
- (3) 不同学历居民的化妆品购买分析
- (4) 不同收入居民的化妆品购买分析

2.3.4 不同媒介接触频率居民化妆品消费情况

- (1) 不同电视媒介接触频率居民化妆品消费情况
- (2) 不同广播媒介接触频率居民化妆品消费情况
- (3) 不同报纸媒介接触频率居民化妆品消费情况
- (4) 不同杂志媒介接触频率居民化妆品消费情况
- (5) 不同网络媒介接触频率居民化妆品消费情况

第三章 中国化妆品行业发展现状分析

3.1 化妆品行业发展概况

3.1.1 行业发展历程

- (1) 全球化妆品行业发展简述
- (2) 化妆品国内行业现状阐述
- 3.1.2 行业市场规模
 - (1) 全部化妆品企业零售总额
 - (2) 限额以上化妆品企业零售总额
- 3.1.3 2014-2016年我国化妆品行业发展分析
 - (1) 我国化妆品市场规模庞大，增长迅速
 - (2) 居民可支配收入提高和城镇化发展推动化妆品行业增长
 - (3) 我国化妆品人均消费水平低，发展空间巨大
 - (4) 我国化妆品市场未来发展空间广阔
 - (5) 护肤品子行业市场规模最大
 - (6) 产品细分日益清晰，功能更加个性化
 - (7) “天然”、“活性”、“健康”成为新兴理念
- 3.2 化妆品行业供需平衡分析
 - 3.2.1 全国化妆品行业供给情况分析
 - (1) 我国化妆品行业工业总产值
 - (2) 我国化妆品行业工业销售产值
 - 3.2.2 各地区化妆品行业供给情况分析
 - (1) 我国化妆品行业供给分析
 - (2) 我国化妆品行业产品产量分析
 - 3.2.3 全国化妆品行业需求情况分析
 - (1) 化妆品行业需求市场
 - (2) 化妆品行业客户结构
 - (3) 化妆品行业需求的地区差异
 - 3.2.4 2014-2016年我国化妆品行业供需平衡分析
 - 3.2.5 全国化妆品行业产销率分析
- 3.3 2014-2016年中国化妆品行业财务指标总体分析
 - 3.3.1 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
 - 3.3.2 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
 - 3.3.3 行业营运能力分析

- (1) 我国化妆品行业应收帐款周转率
- (2) 我国化妆品行业应交增值税及附加
- (3) 我国化妆品行业主营业务税金及附加

3.3.4 行业发展能力分析

- (1) 我国化妆品行业总资产增长率
- (2) 我国化妆品行业利润总额增长率
- (3) 我国化妆品行业主营业务收入增长率
- (4) 我国化妆品行业资本保值增值率

3.4 化妆品行业进出口分析

3.4.1 化妆品行业进出口综述

- (1) 中国化妆品进出口的特点分析
- (2) 中国化妆品进出口政策与国际化经营
- (3) 中国化妆品进出口整体情况

3.4.2 化妆品行业出口市场调研

- (1) 2014-2016年化妆品行业出口产品结构
- (2) 2014-2016年化妆品行业出口地域格局
- (3) 2014-2016年化妆品行业出口量与金额统计

3.4.3 化妆品行业进口市场调研

- (1) 2014-2016年化妆品行业进口产品结构
- (2) 2014-2016年化妆品行业进口地域格局
- (3) 2014-2016年化妆品行业进口量与金额统计

第四章 中国化妆品行业竞争状况现状

4.1 国外化妆品行业竞争现状分析

4.1.1 国际市场竞争格局

- (1) 区域分布格局
- (2) 产品竞争格局

4.1.2 重点国家市场调研

- (1) 美国化妆品市场调研
- (2) 日本化妆品市场调研
- (3) 法国化妆品市场调研
- (4) 德国化妆品市场调研
- (5) 巴西化妆品市场调研
- (6) 非洲化妆品市场调研

4.2 国外重点化妆品企业竞争分析

4.2.1 法国欧莱雅集团市场调研

- (1) 集团发展概况
- (2) 总体经营情况
- (3) 品牌经营状况
- (4) 企业在华竞争

4.2.2美国宝洁集团市场调研

- (1) 集团发展概况
- (2) 总体经营情况
- (3) 盈利能力分析
- (4) 偿债能力分析
- (5) 成长能力分析
- (6) 运营能力分析
- (7) 企业经营战略
- (8) 企业在华竞争

4.2.3英国联合利华集团市场调研

- (1) 集团发展概况
- (2) 总体经营情况
- (3) 品牌经营状况
- (4) 销售区域分布
- (5) 企业经营战略
- (6) 企业在华竞争

4.2.4美国强生集团市场调研

- (1) 集团发展概况
- (2) 总体经营情况
- (3) 品牌经营状况
- (4) 企业在华竞争

4.2.5其他化妆品企业市场调研

- (1) 法国LVMH
- (2) 法国香奈儿
- (3) 雅诗兰黛
- (4) 日本资生堂
- (5) 韩国爱茉莉
- (6) 美国雅芳公司
- (7) 美国玫琳凯公司
- (8) 美国安利公司

4.3国内化妆品行业竞争现状分析

4.3.1国内市场竞争格局

- (1) 行业整体竞争格局
- (2) 高档化妆品市场竞争格局
- (3) 中档化妆品市场竞争格局
- (4) 大众化妆品市场竞争格局

4.3.2行业五力模型分析

- (1) 上游议价能力
- (2) 下游议价能力
- (3) 新进入者威胁
- (4) 替代产品威胁
- (5) 行业内部竞争

4.4行业投资兼并重组整合分析

4.4.1国际投资兼并重组分析

4.4.2国内投资兼并重组分析

第五章中国化妆品行业细分市场调研

5.1按产品功能划分细分市场评估

5.1.1发用化妆品

- (1) 洗发水市场评估
- (2) 护发产品市场评估
- (3) 染发剂市场评估
- (4) 美发产品市场评估

5.1.2脸部化妆品

- (1) 洗面奶市场评估
- (2) 美白产品市场评估
- (3) 祛斑产品市场评估

5.1.3护肤化妆品

- (1) 护肤品行业概况
- (2) 护肤品市场调研
- (3) 护肤品竞争分析
- (4) 护肤品营销分析
- (5) 护肤品前景分析

5.1.4防晒化妆品

- (1) 防晒品发展综述
- (2) 防晒品主要类别产品成分分析
- (3) 防晒品市场调研

5.1.5香水

- (1) 香水产品关注度分析
- (2) 香水市场发展现状
- (3) 香水的细分市场调研
- (4) 中国香水市场的品牌格局
- (5) 香水市场的趋势预测

5.1.6彩妆

- (1) 彩妆产品关注度分析
- (2) 眼部彩妆市场调研
- (3) 唇彩市场调研
- (4) 粉底市场调研

5.2按产品档次划分细分市场评估

5.3.1高端化妆品市场调研

- (1) 高端化妆品品牌关注度分析
- (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

5.3.2大众化妆品市场调研

- (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

5.3潜力产品细分市场评估

5.3.1儿童化妆品市场评估

- (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力分析
- (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) 儿童化妆品市场的趋势预测

5.3.2男性化妆品市场调研与趋势分析

- (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格局
- (5) 男性化妆品营销策略
- (6) 男性化妆品市场前景

5.3.3中老年化妆品市场调研与趋势分析

- (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) 中老年化妆品市场趋势预测

5.4 热点产品细分市场评估

5.4.1 药妆市场评估

- (1) 药妆的定义及主要分类
- (2) 药妆市场的政策规范
- (3) 国外药妆市场现状
- (4) 国内药妆市场现状
- (5) 国内药妆市场竞争格局
- (6) 国内药妆市场存在问题
- (7) 国内药妆市场趋势分析

5.4.2 有机/天然化妆品市场评估

- (1) 有机/天然护肤品的定义与认证
- (2) 有机/天然护肤品的政策规范
- (3) 国内有机/天然化妆品市场的发展现状
- (4) 国内有机/天然护肤品的品牌格局
- (5) 有机/天然化妆品的趋势分析

5.4.3 护体化妆品市场评估

- (1) 美体产品作用
- (2) 护体化妆品品牌格局
- (3) 护体化妆品消费趋势

5.4.4 纳米化妆品市场评估

- (1) 纳米技术在化妆品上的应用概述
- (2) 纳米化妆品优势分析
- (3) 纳米化妆品开发情况
- (4) 纳米化妆品趋势预测

第六章 中国化妆品行业营销策略分析

6.1 化妆品行业传统渠道策略分析

6.1.1 传统销售渠道概述

6.1.2 商场专柜渠道分析

- (1) 渠道概况
- (2) 品牌分析
- (3) 进入壁垒

(4) 成本构成

(5) 收益分析

6.1.3超市卖场渠道分析

(1) 渠道概况

(2) 品牌分析

(3) 进入壁垒

(4) 成本构成

(5) 收益分析

6.1.4专营店渠道分析

(1) 渠道概况

(2) 品牌分析

(3) 进入壁垒

(4) 成本构成

(5) 收益分析

6.1.5加盟专卖渠道分析

(1) 渠道概况

(2) 品牌分析

(3) 进入壁垒

(4) 成本构成

(5) 收益分析

6.1.6药店零售渠道分析

(1) 渠道概况

(2) 品牌分析

(3) 进入壁垒

(4) 成本构成

(5) 收益分析

6.1.7美容院零渠道分析

(1) 渠道概况

(2) 品牌分析

(3) 进入壁垒

(4) 成本构成

(5) 收益分析

(6) 直销渠道

7、其他渠道

6.2化妆品行业电子商务渠道分析

6.2.1渠道销售规模

6.2.2渠道特性分析

- (1) 化妆品网购的参与主体具有多样性
- (2) 传统化妆品企业纷纷涉足“电商”
- (3) 化妆品“淘品牌”发展良好并酝酿转型

6.2.3渠道优劣势分析

- (1) 三方平台
- (2) 自有平台

6.2.4与传统渠道关联

- (1) 利好关联
- (2) 不利关联
- (3) 解决方案

6.2.5渠道经营策略

- (1) 规划共同愿景
- (2) 规范产品价格
- (3) 产品差异化经营
- (4) 完善售后服务

6.2.6渠道广告投放

- (1) 2016年时尚网站行业数据
- (2) 2016年热门行业品牌网络广告投放
- (3) 2016年化妆护肤品网络广告投放费用
- (4) 2016年化妆护肤品网络广告投放媒体类别

6.3化妆品行业的产品策略分析

6.3.1行业领先产品策略分析

- (1) 品牌定位策略分析
- (2) 产品组合策略分析
- (3) 产品差异化策略分析
- (4) 新产品开发策略分析
- (5) 产品生命周期运用策略分析

6.3.2行业典型产品案例分析

6.4化妆品行业的定价策略分析

6.4.1投进期的价格策略（新产品定价策略）

6.4.2成长期的价格策略

6.4.3成熟期的价格策略

6.4.4相关产品价格策略

6.5化妆品行业的促销策略分析

6.5.1行业促销策略概述

6.5.2行业典型促销案例分析

第七章中国化妆品行业区域市场调研

7.1行业总体区域结构特征分析

7.1.1行业市场分布情况

7.1.2行业产值分布情况

7.1.3行业利润分布情况

7.2重点省市化妆品行业发展现状及趋势分析

7.2.1广东省化妆品市场调研

(1) 广东省化妆品市场发展概述

(2) 广东省化妆品市场经营分析

(3) 广东省化妆品市场发展形势

(4) 广东省化妆品市场趋势预测

7.2.2江苏省化妆品市场调研

(1) 江苏省化妆品市场发展概述

(2) 江苏省化妆品市场经营分析

(3) 江苏省化妆品市场发展形势

(4) 江苏省化妆品市场趋势预测

7.2.3上海市化妆品市场调研

(1) 上海市化妆品市场发展概述

(2) 上海市化妆品市场经营分析

(3) 上海市化妆品市场发展形势

(4) 上海市化妆品市场趋势预测

7.2.4安徽省化妆品市场调研

(1) 安徽省化妆品市场发展概述

(2) 安徽省化妆品市场经营分析

(3) 安徽省化妆品市场发展形势

(4) 安徽省化妆品市场趋势预测

7.2.5浙江省化妆品市场调研

(1) 浙江省化妆品市场发展概述

(2) 浙江省化妆品市场经营分析

(3) 浙江省化妆品市场发展形势

(4) 浙江省化妆品市场趋势预测

7.2.6北京市化妆品市场调研

- (1) 北京市化妆品市场发展概述
- (2) 北京市化妆品市场经营分析
- (3) 北京市化妆品市场发展形势
- (4) 北京市化妆品市场趋势预测

7.2.7湖北省化妆品市场调研

- (1) 湖北省化妆品市场发展概述
- (2) 湖北省化妆品市场经营分析
- (3) 湖北省化妆品市场发展形势
- (4) 湖北省化妆品市场趋势预测

第八章中国化妆品行业重点企业分析

8.1化妆品企业发展总体状况分析

8.1.1化妆品企业整体排名

8.1.2化妆品行业销售收入状况

8.1.3化妆品行业资产总额状况

8.1.4化妆品行业利润总额状况

8.2化妆品行业上市企业个案分析

8.2.1上海家化联合股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

8.2.2索芙特股份有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向

8.2.3霸王国际集团(控股)有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营情况分析
- (3) 企业产品结构分析
- (4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

(6) 企业最新发展动向

8.2.4美即（控股）国际有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营情况分析

(3) 企业产品结构分析

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营优劣势分析

8.3化妆品行业领先企业个案分析

8.3.1江苏隆力奇集团有限公司经营情况分析

(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) 企业未来投资前景

8.3.2广州宝洁有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

(6) 企业最新发展动向分析

8.3.3玫琳凯（中国）化妆品有限公司经营情况分析

(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) 企业未来投资前景

8.3.4雅芳（中国）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) 企业未来投资前景

8.3.5 新生活集团(中国)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) 企业未来投资前景

8.3.6 联合利华(中国)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) 企业未来投资前景

8.3.7 资生堂丽源化妆品有限公司

(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) 企业未来投资前景

8.3.8 拜尔斯道夫日化(湖北)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) 企业未来投资前景

8.3.9 欧莱雅(中国)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) 企业未来投资前景

8.3.10北京大宝化妆品有限公司

(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) 企业未来投资前景

8.3.11浙江欧诗漫集团有限公司

(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) 企业未来投资前景

8.3.12花王(中国)投资有限公司

(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) 企业未来投资前景

8.3.13伽蓝(集团)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) 企业未来投资前景

8.3.14广东名臣有限公司

(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) 企业未来投资前景

8.3.15 新时代健康产业(集团)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) 企业未来投资前景

8.3.16 浙江芳华日化集团有限公司

(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) 企业未来投资前景

8.3.17 高丝化妆品有限公司

(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) 企业未来投资前景

8.3.18 安利(中国)日用品有限公司

(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) 企业未来投资前景

8.3.19 江苏东洋之花化妆品有限公司

(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) 企业未来投资前景

8.3.20 中山市嘉丹婷日用品有限公司

(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) 企业未来投资前景

8.3.21 天津郁美净集团有限公司

(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) 企业未来投资前景

8.3.22 广东雅倩化妆品有限公司

(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) 企业未来投资前景

8.3.23 克缇(中国)日用品有限公司

(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) 企业未来投资前景

8.3.24 如新(中国)日用保健品有限公司

(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) 企业未来投资前景

8.3.25上海自然美富丽化妆品有限公司

(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) 企业未来投资前景

8.3.26北海市黑珍珠海洋生物科技有限公司

(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) 企业未来投资前景

8.3.27广东美雅化妆品有限公司

(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) 企业未来投资前景

8.3.28上海相宜本草化妆品股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业经营状况分析

(3) 企业产品结构及新产品动向

(4) 企业销售渠道与网络

(5) 企业经营状况优劣势分析

8.3.29杭州柏莱雅控股股份有限公司经营情况分析

(1) 企业发展简况分析

(2) 企业产品结构及新产品动向

(3) 企业销售渠道与网络

(4) 企业经营状况优劣势分析

(5) 公司最新发展动向分析

8.3.30丸美（中国）控股公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析

8.3.31广州环亚化妆品科技有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析
- (5) 企业最新发展动向分析

8.3.32浙江欧诗漫集团有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业经营状况分析
- (3) 企业产品结构及新产品动向
- (4) 企业销售渠道与网络
- (5) 企业经营状况优劣势分析
- (6) 企业最新发展动向分析

8.3.33深圳市维真化妆品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析

8.3.34广州麦斯朗程男士化妆品有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络
- (4) 企业经营状况优劣势分析

8.3.35松泽化妆品（深圳）有限公司经营情况分析

- (1) 企业发展简况分析
- (2) 企业产品结构及新产品动向
- (3) 企业销售渠道与网络

第九章中国化妆品行业发展投资前景研究

9.1化妆品行业投资特性分析

9.1.1行业进入壁垒分析

(1) 技术壁垒

(2) 渠道壁垒

(3) 品牌壁垒

9.1.2行业投资机会分析

(1) 80后将带动行业消费增长

(2) 渠道下沉扩大市场容量

(3) 中国的高消费时代到来

(4) 网络市场加快市场开拓

9.2化妆品行业投资前景分析

9.2.1行业政策波动风险

9.2.2行业技术落后风险

9.2.3行业供求变动风险

9.2.4行业企业内部风险

9.2.5行业宏观经济波动风险

9.2.6行业产品结构变动风险

9.2.7行业其他相关风险

9.3化妆品行业投资建议

9.3.1行业存在问题分析

(1) 准入门槛偏低源头把关不严

(2) 缺乏统一标准质量管理滞后

(3) 法规体制滞后与行业发展不相适应

9.3.2展望行业投资建议

(1) 强化本土品牌的本土特色

(2) 注重跟踪研发和合作研发策略

(3) 从趋势性技术寻找市场机会

(4) 积极申请专利技术学会自我保护

图表目录

图表：2017-2022年中国化妆品零售交易规模

图表：化妆品产业链

图表：原料厂商环节企业分布情况

图表：分销商环节企业分布情况

图表：OEM厂商环节企业分布情况

图表：2016年GDP初步核算数据

图表：GDP环比和同比增长速度

图表：2014-2016年我国化妆品人均消费情况

- 图表：2014-2016年消费群体年龄变化情况
- 图表：2014-2016年消费群体性别变化情况
- 图表：不同性别居民的化妆品购买占比情况
- 图表：不同年龄居民的化妆品购买占比情况
- 图表：不同学历居民的化妆品购买占比情况
- 图表：不同收入居民的化妆品购买占比情况
- 图表：不同电视媒介接触频率居民化妆品消费占比
- 图表：不同广播媒介接触频率居民化妆品消费占比
- 图表：不同报纸媒介接触频率居民化妆品消费占比
- 图表：不同杂志媒介接触频率居民化妆品消费占比
- 图表：不同网络媒介接触频率居民化妆品消费占比
- 图表：近10年我国化妆品市场规模及增速
- 图表：人均化妆品消费额
- 图表：2017-2022年中国化妆品市场人均化妆品消费及增长
- 图表：我国化妆品市场构成
- 图表：2015中国化妆品市场构成比例
- 图表：2014-2016年中国化妆品行业工业产值及增长
- 图表：2014-2016年中国化妆品工业销售产值及增长
- 图表：2014-2016年中国化妆品行业工业销售产值及增长
- 图表：我国化妆品客户结构
- 图表：2015中国化妆品消费者结构
- 图表：2014-2016年中国化妆品产品产销率
- 图表：2016-2018年中国化妆品产品产销率预测趋势
- 图表：2014-2016年中国日用化学产品产销率
- 图表：2014-2016年中国化妆品行业销售利润率
- 图表：2016-2018年中国化妆品行业销售利润率趋势预测
- 图表：2014-2016年我国化妆品制造行业主要盈利指标分析
- 图表：2014-2016年中国化妆品行业成本费用利润率
- 图表：2014-2016年中国化妆品行业亏损面
- 图表：2014-2016年中国化妆品行业资产负债比率
- 图表：2014-2016年中国化妆品行业利息保障倍数
- 图表：2014-2016年中国化妆品行业应收帐款周转率
- 图表：2014-2016年中国化妆品行业应交增值税及附加
- 图表：2014-2016年中国化妆品行业主营业务税金及附加
- 图表：2014-2016年中国日化应缴增值税及附加

图表：2014-2016年中国化妆品行业总资产增长率

图表：2014-2016年中国化妆品行业利润总额增长率

图表：2014-2016年中国化妆品行业主营业务收入增长率

图表：2014-2016年中国化妆品行业资本保值增值率

图表：中国出口化妆品结构比例分析

图表：2015年中国化妆品出口产品结构分析

图表：2014-2016年化妆品出口五大洲数量及金额

图表：中国进口化妆品结构比例分析

图表：全球化妆品市场占比

图表：2014-2016年国际化妆品企业销售额分析

图表：2015-2016年宝洁公司盈利情况

图表：2015-2016年宝洁公司盈利能力指标

图表：2015-2016年宝洁公司偿债能力指标

图表：2015-2016年宝洁公司成长能力指标

图表：2015-2016年宝洁公司运营能力指标

图表：2015-2016年联合利华公司盈利情况

图表：2015-2016年联合利华公司盈利能力指标

图表：2015-2016年联合利华公司偿债能力指标

图表：2015-2016年联合利华公司成长能力指标

图表：2015-2016年联合利华公司运营能力指标

图表：2015-2016年强生公司盈利情况

图表：2015-2016年强生公司盈利能力指标

图表：2015-2016年强生公司偿债能力指标

图表：2015-2016年强生公司成长能力指标

图表：2015-2016年强生公司运营能力指标

图表：2015-2016年雅诗兰黛公司运营情况

图表：2015年女士香水排名

图表：中国香水市场-高级香水与大众香水的占有率

图表：2016年中国彩妆类化妆品品牌关注度

图表：2016年我国高档化妆品品牌关注度排行

图表：2016年高档化妆品分类关注度排行

图表：2016年高档化妆品品牌关注度排行

图表：2016年大众化妆品品牌关注度

图表：2016年大众化妆品分类关注度

图表：2016年男士化妆品搜索指数

图表：2016年男士肌肤问题关注度排行

图表：2016年男士化妆产品关注度排行

图表：2016年男士护肤品牌关注度排行

图表：我国农村和城市60岁以上老龄人口数预测

图表：我国60岁以上老龄人群医疗总费用预测（低方案）

图表：我国农村60岁以上老龄人群医疗总费用预测（低方案）

图表：我国城市60岁以上老龄人群医疗总费用预测（低方案）

图表：我国60岁以上老龄人群医疗总费用预测（高方案）

图表：我国农村60岁以上老龄人群医疗总费用预测（高方案）

图表：我国城市60岁以上老龄人群医疗总费用预测（高方案）

图表：2016年热门行业品牌广告预估费排名

图表：2016年热门行业品牌广告投放媒体排名

图表：分销商环节企业分布情况

图表：2014-2016年广东日用化学产品制造出口交货值及增速

图表：2014-2016年广东日用化学产品制造行业企业个数

图表：2014-2016年广东日用化学产品制造行业亏损企业单位数

图表：2014-2016年广东日用化学产品制造行业亏损面

图表：2014-2016年广东日用化学产品制造行业亏损总额及同比增长

图表：2014-2016年广东日用化学产品制造行业应收帐款净额及同比增长

图表：2014-2016年广东日用化学产品制造行业存货及同比增长

图表：2014-2016年广东日用化学产品制造行业产成品及同比增长

图表：2014-2016年广东日用化学产品制造行业流动资产合计及同比增长

图表：2014-2016年广东日用化学产品制造行业资产合计及同比增长

图表：2014-2016年广东日用化学产品制造行业负债合计及同比增长

图表：2014-2016年广东日用化学产品制造行业主营业务收入及同比增长

图表：2014-2016年广东日用化学产品制造行业主营业务成本及同比增长

图表：2014-2016年广东日用化学产品制造主营业务税金及附加及同比增长

图表：2014-2016年广东日用化学产品制造销售费用及同比增长

图表：2014-2016年广东日用化学产品制造管理费用及同比增长

图表：2014-2016年广东日用化学产品制造财务费用及同比增长

图表：2014-2016年广东日用化学产品制造利息支出及同比增长

图表：2014-2016年广东日用化学产品制造利润总额及同比增长

图表：2014-2016年广东日用化学产品制造应交增值税及同比增长

图表：2015年广东日用化学产品制造从业人员及同比增长

图表：2015年广东日用化学产品制造工业销售产值及同比增长

- 图表：2014-2016年江苏日用化学产品制造出口交货值及增速
- 图表：2014-2016年江苏日用化学产品制造行业企业个数
- 图表：2014-2016年江苏日用化学产品制造行业亏损企业单位数
- 图表：2014-2016年江苏日用化学产品制造行业亏损面
- 图表：2014-2016年江苏日用化学产品制造行业亏损总额及同比增长
- 图表：2014-2016年江苏日用化学产品制造行业应收帐款净额及同比增长
- 图表：2014-2016年江苏日用化学产品制造行业存货及同比增长
- 图表：2014-2016年江苏日用化学产品制造行业产成品及同比增长
- 图表：2014-2016年江苏日用化学产品制造行业流动资产合计及同比增长
- 图表：2014-2016年江苏日用化学产品制造行业资产合计及同比增长
- 图表：2014-2016年江苏日用化学产品制造行业负债合计及同比增长
- 图表：2014-2016年江苏日用化学产品制造行业主营业务收入及同比增长
- 图表：2014-2016年江苏日用化学产品制造行业主营业务成本及同比增长
- 图表：2014-2016年江苏日用化学产品制造主营业务税金及附加及同比增长
- 图表：2014-2016年江苏日用化学产品制造销售费用及同比增长
- 图表：2014-2016年江苏日用化学产品制造管理费用及同比增长
- 图表：2014-2016年江苏日用化学产品制造财务费用及同比增长
- 图表：2014-2016年江苏日用化学产品制造利息支出及同比增长
- 图表：2014-2016年江苏日用化学产品制造利润总额及同比增长
- 图表：2014-2016年江苏日用化学产品制造应交增值税及同比增长
- 图表：2015年江苏日用化学产品制造从业人员及同比增长
- 图表：2015年江苏日用化学产品制造工业销售产值及同比增长
- 图表：2014-2016年上海日用化学产品制造出口交货值及增速
- 图表：2014-2016年上海日用化学产品制造行业企业个数
- 图表：2014-2016年上海日用化学产品制造行业亏损企业单位数
- 图表：2014-2016年上海日用化学产品制造行业亏损面
- 图表：2014-2016年上海日用化学产品制造行业亏损总额及同比增长
- 图表：2014-2016年上海日用化学产品制造行业应收帐款净额及同比增长
- 图表：2014-2016年上海日用化学产品制造行业存货及同比增长
- 图表：2014-2016年上海日用化学产品制造行业产成品及同比增长
- 图表：2014-2016年上海日用化学产品制造行业流动资产合计及同比增长
- 图表：2014-2016年上海日用化学产品制造行业资产合计及同比增长
- 图表：2014-2016年上海日用化学产品制造行业负债合计及同比增长
- 图表：2014-2016年上海日用化学产品制造行业主营业务收入及同比增长
- 图表：2014-2016年上海日用化学产品制造行业主营业务成本及同比增长

图表：2014-2016年上海日用化学产品制造主营业务税金及附加及同比增长

图表：2014-2016年上海日用化学产品制造销售费用及同比增长

图表：2014-2016年上海日用化学产品制造管理费用及同比增长

图表：2014-2016年上海日用化学产品制造财务费用及同比增长

图表：2014-2016年上海日用化学产品制造利息支出及同比增长

图表：2014-2016年上海日用化学产品制造利润总额及同比增长

图表：2014-2016年上海日用化学产品制造应交增值税及同比增长

图表：2015年上海日用化学产品制造从业人员及同比增长

图表：2015年上海日用化学产品制造工业销售产值及同比增长

图表：2014-2016年安徽日用化学产品制造出口交货值及增速

图表：2014-2016年安徽日用化学产品制造行业企业个数

图表：2014-2016年安徽日用化学产品制造行业亏损企业单位数

图表：2014-2016年安徽日用化学产品制造行业亏损面

图表：2014-2016年安徽日用化学产品制造行业亏损总额及同比增长

图表：2014-2016年安徽日用化学产品制造行业应收帐款净额及同比增长

图表：2014-2016年安徽日用化学产品制造行业存货及同比增长

图表：2014-2016年安徽日用化学产品制造行业产成品及同比增长

图表：2014-2016年安徽日用化学产品制造行业流动资产合计及同比增长

图表：2014-2016年安徽日用化学产品制造行业资产合计及同比增长

图表：2014-2016年安徽日用化学产品制造行业负债合计及同比增长

图表：2014-2016年安徽日用化学产品制造行业主营业务收入及同比增长

图表：2014-2016年安徽日用化学产品制造行业主营业务成本及同比增长

图表：2014-2016年安徽日用化学产品制造主营业务税金及附加及同比增长

图表：2014-2016年安徽日用化学产品制造销售费用及同比增长

图表：2014-2016年安徽日用化学产品制造管理费用及同比增长

图表：2014-2016年安徽日用化学产品制造财务费用及同比增长

图表：2014-2016年安徽日用化学产品制造利息支出及同比增长

图表：2014-2016年安徽日用化学产品制造利润总额及同比增长

图表：2014-2016年安徽日用化学产品制造应交增值税及同比增长

图表：2015年安徽日用化学产品制造从业人员及同比增长

图表：2015年安徽日用化学产品制造工业销售产值及同比增长

图表：OEM厂商环节企业分布情况

图表：2014-2016年浙江日用化学产品制造出口交货值及增速

图表：2014-2016年浙江日用化学产品制造行业企业个数

图表：2014-2016年浙江日用化学产品制造行业亏损企业单位数

- 图表：2014-2016年浙江日用化学产品制造行业亏损面
- 图表：2014-2016年浙江日用化学产品制造行业亏损总额及同比增长
- 图表：2014-2016年浙江日用化学产品制造行业应收帐款净额及同比增长
- 图表：2014-2016年浙江日用化学产品制造行业存货及同比增长
- 图表：2014-2016年浙江日用化学产品制造行业产成品及同比增长
- 图表：2014-2016年浙江日用化学产品制造行业流动资产合计及同比增长
- 图表：2014-2016年浙江日用化学产品制造行业资产合计及同比增长
- 图表：2014-2016年浙江日用化学产品制造行业负债合计及同比增长
- 图表：2014-2016年浙江日用化学产品制造行业主营业务收入及同比增长
- 图表：2014-2016年浙江日用化学产品制造行业主营业务成本及同比增长
- 图表：2014-2016年浙江日用化学产品制造主营业务税金及附加及同比增长
- 图表：2014-2016年浙江日用化学产品制造销售费用及同比增长
- 图表：2014-2016年浙江日用化学产品制造管理费用及同比增长
- 图表：2014-2016年浙江日用化学产品制造财务费用及同比增长
- 图表：2014-2016年浙江日用化学产品制造利息支出及同比增长
- 图表：2014-2016年浙江日用化学产品制造利润总额及同比增长
- 图表：2014-2016年浙江日用化学产品制造应交增值税及同比增长
- 图表：2015年浙江日用化学产品制造从业人员及同比增长
- 图表：2015年浙江日用化学产品制造工业销售产值及同比增长
- 图表：化妆品厂商环节企业分布情况
- 图表：2014-2016年北京日用化学产品制造出口交货值及增速
- 图表：2014-2016年北京日用化学产品制造行业企业个数
- 图表：2014-2016年北京日用化学产品制造行业亏损企业单位数
- 图表：2014-2016年北京日用化学产品制造行业亏损面
- 图表：2014-2016年北京日用化学产品制造行业亏损总额及同比增长
- 图表：2014-2016年北京日用化学产品制造行业应收帐款净额及同比增长
- 图表：2014-2016年北京日用化学产品制造行业存货及同比增长
- 图表：2014-2016年北京日用化学产品制造行业产成品及同比增长
- 图表：2014-2016年北京日用化学产品制造行业流动资产合计及同比增长
- 图表：2014-2016年北京日用化学产品制造行业资产合计及同比增长
- 图表：2014-2016年北京日用化学产品制造行业负债合计及同比增长
- 图表：2014-2016年北京日用化学产品制造行业主营业务收入及同比增长
- 图表：2014-2016年北京日用化学产品制造行业主营业务成本及同比增长
- 图表：2014-2016年北京日用化学产品制造主营业务税金及附加及同比增长
- 图表：2014-2016年北京日用化学产品制造销售费用及同比增长

- 图表：2014-2016年北京日用化学产品制造管理费用及同比增长
- 图表：2014-2016年北京日用化学产品制造财务费用及同比增长
- 图表：2014-2016年北京日用化学产品制造利息支出及同比增长
- 图表：2014-2016年北京日用化学产品制造利润总额及同比增长
- 图表：2014-2016年北京日用化学产品制造应交增值税及同比增长
- 图表：2015年北京日用化学产品制造从业人员及同比增长
- 图表：2015年北京日用化学产品制造工业销售产值及同比增长
- 图表：2014-2016年湖北日用化学产品制造出口交货值及增速
- 图表：2014-2016年湖北日用化学产品制造行业企业个数
- 图表：2014-2016年湖北日用化学产品制造行业亏损企业单位数
- 图表：2014-2016年湖北日用化学产品制造行业亏损面
- 图表：2014-2016年湖北日用化学产品制造行业亏损总额及同比增长
- 图表：2014-2016年湖北日用化学产品制造行业应收帐款净额及同比增长
- 图表：2014-2016年湖北日用化学产品制造行业存货及同比增长
- 图表：2014-2016年湖北日用化学产品制造行业产成品及同比增长
- 图表：2014-2016年湖北日用化学产品制造行业流动资产合计及同比增长
- 图表：2014-2016年湖北日用化学产品制造行业资产合计及同比增长
- 图表：2014-2016年湖北日用化学产品制造行业负债合计及同比增长
- 图表：2014-2016年湖北日用化学产品制造行业主营业务收入及同比增长
- 图表：2014-2016年湖北日用化学产品制造行业主营业务成本及同比增长
- 图表：2014-2016年湖北日用化学产品制造主营业务税金及附加及同比增长
- 图表：2014-2016年湖北日用化学产品制造销售费用及同比增长
- 图表：2014-2016年湖北日用化学产品制造管理费用及同比增长
- 图表：2014-2016年湖北日用化学产品制造财务费用及同比增长
- 图表：2014-2016年湖北日用化学产品制造利息支出及同比增长
- 图表：2014-2016年湖北日用化学产品制造利润总额及同比增长
- 图表：2014-2016年湖北日用化学产品制造应交增值税及同比增长
- 图表：2015年湖北日用化学产品制造从业人员及同比增长
- 图表：2015年湖北日用化学产品制造工业销售产值及同比增长
- 图表：2016年中国十大化妆品公司排名
- 图表：上海家化联合股份有限公司主要经济指标分析
- 图表：上海家化联合股份有限公司企业盈利能力分析
- 图表：上海家化联合股份有限公司企业运营能力分析
- 图表：上海家化联合股份有限公司企业偿债能力分析
- 图表：上海家化联合股份有限公司企业发展能力分析

图表：索芙特股份有限公司主要经济指标

图表：索芙特股份有限公司企业盈利能力分析

图表：索芙特股份有限公司企业运营能力分析

图表：索芙特股份有限公司企业偿债能力分析

图表：索芙特股份有限公司企业发展能力分析

图表：索芙特股份有限公司企业销售渠道与网络

图表：霸王国际集团（控股）有限公司主要经济指标分析

图表：霸王国际集团（控股）有限公司企业盈利能力分析

图表：霸王国际集团（控股）有限公司企业运营能力分析

图表：霸王国际集团（控股）有限公司企业偿债能力分析

图表：霸王国际集团（控股）有限公司企业发展能力分析

图表：2014-2016年美即控股国际有限公司经营情况

图表：2014-2016年美即控股国际有限公司主要财务指标

图表：2014-2016年美即控股国际有限公司资产负债表

图表：2014-2016年美即控股国际有限公司综合损益表

图表：花王(中国)投资有限公司创造优质产品结构

图表：伽蓝（集团）股份有限公司育龙计划平台

图表：广东美雅化妆品有限公司国内市场销售网络

图表：广东美雅化妆品有限公司国际市场销售网络

图表：上海相宜本草化妆品股份有限公司企业经营状况分析

图表：上海相宜本草化妆品股份有限公司企业销售渠道与网络

图表：广州环亚化妆品科技有限公司营销网络

（GYQH）

图表详见正文•••••

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，请放心查阅。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/256327256327.html>