

2016-2022年中国彩妆市场规模现状与十三五发展规划研究报告

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《2016-2022年中国彩妆市场规模现状与十三五发展规划研究报告》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/239793239793.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

中国日化市场经过三十多年的发展，流通渠道已经成熟，商超渠道在国内三、四级市场也逐步成熟。日化终端渠道的护肤、彩妆和香水还是有待改进和完善的领域。未来将是日化终端渠道护肤品由波峰波谷的低潮期;而香水在未来还是国内相关渠道的市场培育期，及国际、国内强势连锁个人护理、化妆品专营店渠道的增长期;彩妆在未来几年中无疑将成为该渠道增长率的"领头羊"。

彩妆从区域市场方面来说，全国各大区域由于的发展速度不同，各有突出特点，各地的经济水平也决定了彩妆本身的市场潜力，从整个需求市场来看，彩妆需求量比较集中的地区主要集中在华东、华北等地区。

中国报告网发布的《2016-2022年中国彩妆市场规模现状与十三五发展规划研究报告》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。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。

【报告大纲】

第一章 彩妆相关概述

1.1 化妆品的相关概述

1.1.1 化妆品的定义

1.1.2 化妆品的分类

1.1.3 化妆品的主要作用

1.1.4 化妆品的发展历程

1.2 彩妆及其产品简释

1.2.1 彩妆的概念及作用

1.2.2 彩妆用品简介

1.3 主要彩妆产品介绍

1.3.1 粉底的定义及成分

1.3.2 眼影的概念及作用

1.3.3 睫毛膏的概念及发展历史

1.3.4 唇彩的相关概述

第二章 2015年中国彩妆行业市场发展环境分析

2.1 2015年中国宏观经济环境分析

2.1.1 2015年中国gdp增长情况分析

2.1.2 2015年中国居民消费价格走势

2.1.3 2015年城乡居民收入与消费分析

2.1.4 2015年中国社会消费品零售总额

2.1.5 2015年全社会固定资产投资分析

2.1.6 2015年进出口总额及增长率分析

2.2 2015年中国彩妆行业政策环境分析

2.2.1 化妆品卫生规范

2.2.2 化妆品评审和命名新政策解读

2.2.3 化妆品广告管理办法

2.3 2015年中国彩妆行业社会环境分析

2.3.1 2015年中国人口及分布总体情况

2.3.2 2015年中国女性人口及年龄分布

2.3.3 女性化妆品消费观念变革

2.4 2015年中国化妆品行业发展分析

2.4.1 2015年中国化妆品市场概况

2.4.2 2014年中国化妆品行业发展概况

2.4.3 2015年中国化妆品行业发展概况

2.4.4 2015年中国化妆品行业发展概况

第三章 2015年中国彩妆市场运行分析

3.1 2015年中国彩妆市场概况

3.1.1 2015年中国彩妆市场规模

3.1.2 2015年中国彩妆市场结构

3.1.3 2015年中国彩妆市场的新变化

3.1.4 2015年中国高档彩妆品走俏市场

3.2 2015年中国彩妆市场关注度分析

3.2.1 2015年彩妆品牌关注度

3.2.2 2015年彩妆产品类型关注度

3.3 2015年中国彩妆品消费市场运营状况分析

3.3.1 中国彩妆市场消费者调查分析

3.3.2 中国彩妆消费者生活态度分析

3.3.3 中国彩妆消费者体育及休闲活动

3.4 中国彩妆市场运作模式分析

3.4.1 流通型彩妆运作模式

3.4.2 辐射型彩妆运作模式

3.4.3 代理型彩妆运作模式

3.4.4 终端型彩妆运作模式

3.5 2015年中国国产彩妆市场现状及问题分析

3.5.1 国产彩妆市场发展现状

3.5.2 国产彩妆发展中的问题

3.5.3 国产彩妆品牌发展的困局

3.5.4 国产彩妆产品包装单纯模仿国际品牌

第四章 2015年中国彩妆主要细分市场发展分析

4.1 2015年中国颊部彩妆市场分析

4.1.1 2015年中国颊部彩妆市场规模

4.1.2 2015年中国颊部彩妆品牌竞争状况

4.1.3 2015年中国腮红市场消费调研分析

4.1.4 2015年中国粉底市场消费调研分析

4.1.5 2015年中国粉底液市场消费调研分析

4.2 2015年中国眼部彩妆市场发展分析

4.2.1 2015年中国眼部彩妆市场规模

4.2.2 2015年中国眼部彩妆品牌竞争状况

4.2.3 2015年中国眼影市场消费调研分析

4.2.4 2015年中国睫毛膏市场消费调研分析

4.3 2015年中国唇部彩妆市场分析

4.3.1 2015年中国唇部彩妆市场规模

4.3.2 2015年中国唇部彩妆品牌竞争状况

4.3.3 2015年中国唇彩市场需求状况分析

4.3.4 2015年中国唇膏市场消费调研分析

4.4 2015年中国美甲用品市场分析

4.4.1 2015年中国美甲用品市场规模

4.4.2 2015年中国美甲用品品牌竞争分析

4.4.3 2015年中国指甲油市场消费调研分析

第五章 2010-2015年中国唇用化妆品进出口分析

5.1 2010-2015年中国唇用化妆品进出口总体情况

5.1.1 2010-2015年中国唇用化妆品进口情况

5.1.2 2010-2015年中国唇用化妆品出口情况

5.2 2015年中国主要省市唇用化妆品进出口情况

5.2.1 2015年中国主要省市唇用化妆品进口状况

5.2.2 2015年中国主要省市唇用化妆品出口状况

5.3 2015年中国唇用化妆品进出口流向情况

5.3.1 2015年中国唇用化妆品进口流向

5.3.2 2015年中国唇用化妆品出口流向

5.4 2010-2015年中国唇用化妆品进出口均价分析

2009-2015年中国唇用化妆品（33041000）进出口平均单价分析

年份 进口平均价格（美元/吨） 出口平均价格（美元/吨）

2009年 42959.18 13539.

2010年 49656.24 13346.

2011年 54027.69 15285.

2012年 63345.08 14811.

2013年 71932.10 16514.

2014年 ** **

2015年 ** **

数据来源：中国海关、中国报告网中心整理

第六章 2010-2015年中国眼用化妆品进出口分析

6.1 2010-2015年中国眼用化妆品进出口总体情况

6.1.1 2010-2015年中国眼用化妆品进口情况

6.1.2 2010-2015年中国眼用化妆品出口情况

6.2 2015年中国主要省市眼用化妆品进出口情况

6.2.1 2015年中国主要省市眼用化妆品进口状况

6.2.2 2015年中国主要省市眼用化妆品出口状况

6.3 2015年中国眼用化妆品进出口流向情况

6.3.1 2015年中国眼用化妆品进口流向

6.3.2 2015年中国眼用化妆品出口流向

6.4 2010-2015年中国眼用化妆品进出口均价分析

第七章 2010-2015年中国指(趾)甲化妆品进出口分析

7.1 2010-2015年中国指(趾)甲化妆品进出口总体情况

7.1.1 2010-2015年中国指(趾)甲化妆品进口情况

7.1.2 2010-2015年中国指(趾)甲化妆品出口情况

7.2 2015年中国主要省市指(趾)甲化妆品进出口情况

7.2.1 2015年中国主要省市指(趾)甲化妆品进口状况

7.2.2 2015年中国主要省市指(趾)甲化妆品出口状况

7.3 2015年中国指(趾)甲化妆品进出口流向情况

7.3.1 2015年中国指(趾)甲化妆品进口流向

7.3.2 2015年中国指(趾)甲化妆品出口流向

7.4 2010-2015年中国指(趾)甲化妆品进出口均价分析

章 2015年中国彩妆市场竞争格局分析

8.1 2015年中国彩妆市场竞争

8.1.1 中国彩妆市场竞争概况

8.1.2 2015年中国彩妆厂商竞争格局

8.1.3 2015年中国彩妆品牌竞争分析

8.2 国际知名彩妆品牌提升竞争力的经验借鉴

8.2.1 artdeco彩妆品牌竞争力提升的经验借鉴

8.2.2 markwins彩妆品牌竞争力提升的经验借鉴

8.2.3 其他国际彩妆品牌对中国本土企业提升竞争力的启示

8.3 化妆品行业市场竞争新动向

第九章 彩妆市场营销策略分析

9.1 中国彩妆市场营销基本概述

9.1.1 彩妆营销的误区

9.1.2 彩妆营销的特点

9.2 彩妆营销策略分析

9.2.1 定位策略

9.2.2 贴身跟进大牌的市场---

9.2.3 品质优先的诚信策略

9.2.4 人性化营销策略

9.2.5 体验式营销策略

9.3 彩妆活动促销方式简析

9.3.1 活动促销对彩妆品牌发展的意义

9.3.2 保障彩妆活动促销成功的条件

9.3.3 吸引顾客的法则

9.3.4 促使活动成功的三要素

9.4 重点彩妆品牌营销案例

9.4.1 美宝莲与娥佩兰的营销对比分析

9.4.2 卡姿兰彩妆的营销法宝

9.5 彩妆市场营销的创新

9.5.1 彩妆产品组合创新

9.5.2 彩妆营销渠道创新

章 2015年世界彩妆企业旗下品牌分析

10.1 法国欧莱雅(l'oreal)

10.1.1 企业简介

10.1.2 欧莱雅在中国的发展

10.1.3 2015年企业经营状况

10.1.4 2015年企业经营状况

10.1.5 2015年美宝莲在中国的发展现状

10.2 美国宝洁(p&g , procter&gamble)

10.2.1 企业简介

10.2.2 2015年企业经营状况

10.2.3 宝洁公司在中国的营销策略分析

10.3 美国雅诗兰黛(esteelauder)

10.3.1 企业及品牌简介

10.3.2 雅诗兰黛发展简史

10.3.3 雅诗兰黛的产品与服务

10.3.4 2015财年企业经营情况

10.4 日本资生堂(shiseido)

10.4.1 企业简介

10.4.2 资生堂历史

10.4.3 2015财年企业经营状况

10.5.4 资生堂品牌线路

10.4.5 资生堂在日本推出低端彩妆品牌

10.5 美国雅芳(avon)

10.5.1 企业简介

10.5.2 2015年企业经营状况

10.5.3 雅芳的产品简介

10.5.4 雅芳营销模式转型

10.5.5 2015年雅芳新一代彩妆上市

10.6 法国丝芙兰(sephora)

10.6.1 公司简介

10.6.2 丝芙兰在中国的发展

10.6.3 丝芙兰化妆品连锁店的创新经营模式

10.7 其他彩妆品牌

10.7.1 植村秀(shu uemura)

10.7.2 爱丽(etude)

10.7.3 天使色彩

10.7.4 色彩地带

10.7.5 卡姿兰

10.7.6 伊卡露诗

第十一章 2015年中国彩妆重点品牌和企业分析

11.1 玫琳凯(中国)化妆品有限公司

11.1.1 企业基本情况

11.1.2 2015年企业经营状况

11.1.3 玫琳凯中国抢占电子商务先机

11.2 雅芳(中国)制造有限公司

11.2.1 企业基本情况

11.2.2 2015年企业经营状况

11.2.3 雅芳中国转型之殇

11.3 资生堂丽源化妆品有限公司

11.3.1 企业基本情况

11.3.2 2015年企业经营状况

11.3.3 资生堂丽源再登行业效益十佳榜

11.4 苏州尚美国际化妆品有限公司

11.4.1 企业基本情况

11.4.2 2015年企业经营状况

11.5 松泽化妆品(深圳)有限公司

11.5.1 企业基本情况

11.5.2 2015年企业经营状况

11.6 其他品牌介绍

11.6.1 巧迪尚惠

11.6.2 雅美姿

11.6.3 蓝色之恋

第十二章 2016-2022年中国彩妆市场前景及发展趋势

12.1 中国化妆品市场的趋势预测及趋势

12.1.1 化妆品行业发展总趋势

12.1.2 中国化妆品市场趋势预测

12.1.3 化妆品连锁专卖将逐步取代单体店

12.1.4 2016-2022年中国化妆品行业市场规模预测

12.2 2016-2022年中国彩妆市场的前景及发展趋势预测

- 12.2.1 中国低价彩妆市场潜力巨大
- 12.2.2 未来彩妆产品的发展方向
- 12.2.3 特许经营模式将成中国彩妆市场新亮点
- 12.2.4 彩妆原料往安全、天然、滋养方向发展
- 12.3 2016-2022年中国彩妆市场规模预测分析
 - 12.3.1 2016-2022年中国彩妆总体市场规模预测
 - 12.3.2 2016-2022年中国眼部彩妆总体市场规模预测
 - 12.3.3 2016-2022年中国颊部彩妆总体市场规模预测
 - 12.3.4 2016-2022年中国唇部彩妆总体市场规模预测
 - 12.3.5 2016-2022年中国美甲产品总体市场规模预测

图表目录：

- 图表 1 化妆品分类(按使用目的分)
- 图表 2 化妆品分类(按使用部位分)
- 图表 3 化妆品分类(按剂型分)
- 图表 4 化妆品分类(按年龄分)
- 图表 5 化妆品分类(按产品特点分)
- 图表 6 粉底的成分和作用
- 图表15 2011-2015年中国国内生产总值及增长速度
- 图表16 2011-2015年中国居民消费价格指数变化趋势图
- 图表17 2011-2015年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图
- 图表18 2011-2015年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图
- 图表19 2011-2015年中国城镇居民消费与恩格尔系数
- 图表20 2011-2015年中国农村居民家庭恩格尔系数
- 图表21 2011-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度
- 图表22 2011-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图
- 图表23 2011-2015年中国进出口总额及增长速度
- 图表 13 2015年中国人口数及其构成情况
- 图表 14 2011-2015年中国城市人口及所占比例趋势图
- 图表 15 2011-2015年间主要年份中国女性人口数量及比重
- 图表 16 2015年中国女性人口年龄分布
- 图表 17 2015年中国女性人口年龄分布结构图
- 图表 18 2011-2015年中国化妆品市场规模增长趋势图
- 图表 19 2011-2015年中国高档化妆品市场规模及增长率
- 图表 20 2014年中国化妆品行业经济统计
- 图表 21 2014年中国化妆品行业前五省区企业数量排名

- 图表 22 2014年中国化妆品行业前五省区工业总产值排名
- 图表 23 2014年中国化妆品行业前五省区资产总计排名
- 图表 24 2014年中国化妆品行业前五省区销售收入排名
- 图表 25 2014年中国化妆品行业前五省区利润总额排名
- 图表 26 2015年中国化妆品行业经济指标统计
- 图表 27 2015年中国化妆品行业前五省区企业数量排名
- 图表 28 2015年中国化妆品行业前五省区资产总计排名
- 图表 29 2015年中国化妆品行业前五省区销售收入排名
- 图表 30 2015年中国化妆品行业前五省区利润总额排名
- 图表 31 2015年中国化妆品行业经济指标统计
- 图表 46 2015年中国化妆品行业前五省区企业数量排名
- 图表 47 2015年中国化妆品行业前五省区资产总计排名
- 图表 48 2015年中国化妆品行业前五省区销售收入排名
- 图表 36 2011-2015年中国彩妆市场规模及增长率
- 图表 37 2014年中国彩妆市场结构(单位：亿元)
- 图表 38 2015年中国彩妆市场结构(单位：亿元)
- 图表 39 2011-2015年中国高档彩妆品市场份额
- 图表 40 2015年彩妆品牌关注度排行
- 图表 41 2015年彩妆产品类型关注度排行
- 图表 42 中国30大城市彩妆市场需求总体状况
- 图表 43 中国30大城市彩妆品牌渗透率总体情况
- 图表 44 中国30大城市消费者最经常使用的彩妆品牌总体情况
- 图表 45 中国彩妆消费者的品牌观
- 图表 46 中国彩妆消费者的广告观
- 图表 47 中国彩妆消费者的购物投资观
- 图表 48 中国彩妆消费者的饮食生活观
- 图表 49 中国彩妆消费者的个性时尚观
- 图表 50 中国彩妆消费者的工作成就观
- 图表 51 中国彩妆消费者的科技环保观
- 图表 52 中国彩妆消费者参加体育运动所占份额
- 图表 53 中国彩妆消费者参加休闲活动所占份额
- 图表 54 2011-2015年中国颊部彩妆市场规模及增长率
- 图表 55 2011-2015年中国颊部彩妆品牌市场占有率统计
- 图表 56 2014年中国颊部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额
- 图表 57 2015年中国颊部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额

- 图表 58 2015年中国30座城市腮红市场需求分析
- 图表 59 2015年中国30座城市粉底市场需求分析
- 图表 60 2015年中国30座城市粉底液市场需求分析
- 图表 61 2011-2015年中国眼部彩妆市场规模及增长率
- 图表 62 2011-2015年中国眼部彩妆品牌市场占有率统计
- 图表 63 2014年中国眼部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额
- 图表 64 2015年中国眼部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额
- 图表 65 2015年中国30座城市眼影市场需求分析
- 图表 66 2015年中国30座城市睫毛膏市场需求分析
- 图表 67 2011-2015年中国唇部彩妆市场规模及增长率
- 图表 68 2011-2015年中国唇部彩妆品牌市场占有率统计
- 图表 69 2014年中国唇部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额
- 图表 70 2015年中国唇部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额
- 图表 71 2015年中国30座城市唇彩市场需求分析
- 图表 72 2015年中国30座城市唇膏市场需求分析
- 图表 73 2011-2015年中国美甲用品市场规模及增长率
- 图表 74 2011-2015年中国美甲用品品牌市场占有率
- 图表 75 2014年中国美甲用品市场份额排名前十位的品牌份额
- 图表 76 2015年中国美甲用品市场份额排名前十位的品牌份额
- 图表 77 2015年中国30座城市指甲油市场需求分析
- 图表 78 2011-2015年中国唇用化妆品进口数量统计
- 图表 79 2011-2015年中国唇用化妆品进口数量增长趋势图
- 图表 80 2011-2015年中国唇用化妆品进口金额统计
- 图表 81 2011-2015年中国唇用化妆品进口金额增长趋势图
- 图表 82 2011-2015年中国唇用化妆品出口数量统计
- 图表 83 2011-2015年中国唇用化妆品出口数量增长趋势图
- 图表 84 2011-2015年中国唇用化妆品出口金额统计
- 图表 85 2011-2015年中国唇用化妆品出口金额增长趋势图
- 图表 86 2015年中国主要省市(分海关)唇用化妆品进口统计
- 图表 87 2015年中国主要省市(分海关)唇用化妆品出口统计
- 图表 88 2015年中国唇用化妆品进口来源地情况
- 图表 89 2015年中国唇用化妆品出口流向情况
- 图表 90 2011-2015年中国唇用化妆品进出口均价情况
- 图表 91 2011-2015年中国唇用化妆品进出口均价趋势图
- 图表 92 2011-2015年中国眼用化妆品进口数量统计

- 图表 93 2011-2015年中国眼用化妆品进口数量增长趋势图
- 图表 94 2011-2015年中国眼用化妆品进口金额统计
- 图表 95 2011-2015年中国眼用化妆品进口金额增长趋势图
- 图表 96 2011-2015年中国眼用化妆品出口数量统计
- 图表 97 2011-2015年中国眼用化妆品出口数量增长趋势图
- 图表 98 2011-2015年中国眼用化妆品出口金额统计
- 图表 99 2011-2015年中国眼用化妆品出口金额增长趋势图
- 图表 100 2015年中国主要省市(分海关)眼用化妆品进口统计
- 图表 101 2015年中国主要省市(分海关)眼用化妆品出口统计
- 图表 102 2015年中国眼用化妆品进口来源地情况
- 图表 103 2015年中国眼用化妆品出口流向情况
- 图表 104 2011-2015年中国眼用化妆品进出口均价情况
- 图表 105 2011-2015年中国眼用化妆品进出口均价趋势图
- 图表 106 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品进口数量统计
- 图表 107 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品进口数量增长趋势图
- 图表 108 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品进口金额统计
- 图表 109 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品进口金额增长趋势图
- 图表 110 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品出口数量统计
- 图表 111 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品出口数量增长趋势图
- 图表 112 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品出口金额统计
- 图表 113 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品出口金额增长趋势图
- 图表 114 2015年中国主要省市(分海关)指(趾)甲化妆品进口统计
- 图表 115 2015年中国主要省市(分海关)指(趾)甲化妆品出口统计
- 图表 116 2015年中国指(趾)甲化妆品进口来源地情况
- 图表 117 2015年中国指(趾)甲化妆品出口流向情况
- 图表 118 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品进出口均价情况
- 图表 119 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品进出口均价趋势图
- 图表 120 2015年中国彩妆市场品牌竞争概况
- 图表 121 2011-2015年中国彩妆市场厂商市场份额
- 图表 122 2014年市场份额排名前十位的彩妆生产企业占比
- 图表 123 2015年市场份额排名前十位的彩妆生产企业占比
- 图表 124 2011-2015年中国彩妆品牌市场占有率
- 图表 125 2014年中国彩妆市场份额排名前十位的品牌份额
- 图表 126 2015年中国彩妆市场份额排名前十位的品牌份额
- 图表 127 2011-2015年欧莱雅集团经营情况

- 图表 128 2014年欧莱雅集团分部门经营情况
- 图表 129 2015年欧莱雅集团分产品及部门经营情况
- 图表 130 2011-2015年欧莱雅集团销售额分地区情况统计
- 图表 131 2011-2015年欧莱雅集团化妆品业务分地区销售额统计
- 图表 132 2011-2015年欧莱雅集团经营利润分地区情况统计
- 图表 133 2015年宝洁公司经营状况
- 图表 134 2011-2015年宝洁公司分产品经营状况
- 图表 135 2011-2015年宝洁公司分产品销售收入统计
- 图表 136 2011-2015年雅诗兰黛销售和利润情况统计
- 图表 137 2011-2015年雅诗兰黛销售收入增长趋势
- 图表 138 2011-2015年雅诗兰黛利润总额增长趋势
- 图表 139 2011-2015年雅诗兰黛净利润增长趋势
- 图表 140 2011-2015年雅诗兰黛分地区销售收入统计
- 图表 141 2011-2015年雅诗兰黛分产品销售收入统计
- 图表 142 2013-2015年资生堂资产负债状况
- 图表 143 2013-2015年资生堂销售及利润统计
- 图表 144 2013-2015年资生堂分地区主营业务收入状况
- 图表 145 2013-2015年资生堂分地区销售额状况
- 图表 146 2013-2015年资生堂具体分地区销售额状况
- 图表 147 2013-2015年资生堂经营利润分地区状况统计
- 图表 148 2011-2015年雅芳销售和利润状况统计
- 图表 149 2011-2015年雅芳销售收入及增长率情况
- 图表 150 2011-2015年雅芳经营利润及增长率情况
- 图表 151 2011-2015年雅芳净利润及增长率情况
- 图表 152 2011-2015年雅芳毛利率变化情况
- 图表 153 2011-2015年雅芳集团按产品分销售额占比
- 图表 154 2011-2015年雅芳分地区经营情况
- 图表 155 丝芙兰发展历程
- 图表 156 天使色彩品牌发展历程
- 图表 157 2011-2015年玫琳凯(中国)化妆品有限公司收入及利润统计
- 图表 158 2011-2015年玫琳凯(中国)化妆品有限公司收入增长趋势图
- 图表 159 2011-2015年玫琳凯(中国)化妆品有限公司销售利润率
- 图表 160 2014年玫琳凯(中国)化妆品有限公司成本费用统计
- 图表 161 2011-2015年雅芳(中国)制造有限公司收入及利润统计
- 图表 162 2011-2015年雅芳(中国)制造有限公司收入增长趋势图

图表 163 2011-2015年雅芳(中国)制造有限公司销售利润率

图表 164 2015年雅芳(中国)制造有限公司成本费用统计

图表 165 2015年雅芳(中国)制造有限公司成本费用比例图

图表 166 2011-2015年资生堂丽源化妆品有限公司收入及利润统计

图表 167 2011-2015年资生堂丽源化妆品有限公司收入增长趋势图

图表 168 2011-2015年资生堂丽源化妆品有限公司销售利润率

图表 169 2015年资生堂丽源化妆品有限公司成本费用统计

图表 170 2015年资生堂丽源化妆品有限公司成本费用比例图

图表 171 2011-2015年苏州尚美国际化妆品有限公司收入及利润统计

图表 172 2011-2015年苏州尚美国际化妆品有限公司收入增长趋势图

图表 173 2011-2015年苏州尚美国际化妆品有限公司销售利润率

图表 174 2015年苏州尚美国际化妆品有限公司成本费用统计

图表 175 2011-2015年松泽化妆品(深圳)有限公司收入及利润统计

图表 176 2011-2015年松泽化妆品(深圳)有限公司收入增长趋势图

图表 177 2011-2015年松泽化妆品(深圳)有限公司销售利润率

图表 178 2015年松泽化妆品(深圳)有限公司成本费用统计

图表 179 2015年松泽化妆品(深圳)有限公司成本费用比例图

图表 180 尚惠国际发展历程及荣誉

图表 181 化妆品消费趋势

图表 182 2016-2022年中国化妆品行业市场规模预测

图表 183 2016-2022年中国彩妆行业市场规模预测

图表 184 2016-2022年中国眼部彩妆行业市场规模预测

图表 185 2016-2022年中国颊部彩妆行业市场规模预测

图表 186 2016-2022年中国唇部彩妆行业市场规模预测

图表 187 2016-2022年中国美甲产品行业市场规模预测

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，有利于降低企事业单位决策风险。

详细请访问：<http://baogao.chinabaogao.com/huazhuang/239793239793.html>