# 2017-2023年中国化妆品市场运行态势及投资战略 咨询报告

报告大纲

智研咨询 www.chyxx.com

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2023年中国化妆品市场运行态势及投资战略咨询报告》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: https://www.chyxx.com/research/201708/552028.html

报告价格: 电子版: 9800元 纸介版: 9800元 电子和纸介版: 10000元

订购电话: 010-60343812、010-60343813、400-600-8596、400-700-9383

电子邮箱: sales@chyxx.com

联系人: 刘老师

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

随着我国国民收入倍增计划、城镇化战略实施的深入,我国城镇居民总量进一步扩大,人均可支配收入进一步提高,带动了化妆品领域市场规模的持续增加。数据显示,我国化妆品市场销售规模从2010年的2,045.33亿元增长到2016年的3,360.61亿元,复合增长率为9.06%,成为仅次于美国的全球第二大化妆品消费国。近两年由于经济增速放缓、零售终端不景气,行业增速下行,增长率保持在6%左右,预计2017年我国市场规模将达3587.65亿元。

中国美容及个人护理品销售规模走势

资料来源:公开资料,智研咨询整理

目前,国内获得化妆品生产许可证的企业有接近4,000家,国产化妆品种类接500,000种,生产企业数量众多。相关数据显示,国内化妆品市场销售排名前的品牌基本为国外品牌,国内仅有上海家化和伽蓝集团在列,国外品牌在市场上占据导地位。同时前十大化妆品品牌市场占有率不足50%,整体市场的集中程度不高。护肤品是化妆品行业的重要子行业。相关统计显示,中国护肤品市场销售10年至2015年的复合增长率为9.85%,在2015年达到1,608.18亿元人民币,是增速快的化妆品子品类。

中国护肤品销售规模走势

资料来源:公开资料,智研咨询整理

智研咨询发布的《2017-2023年中国化妆品市场运行态势及投资战略咨询报告》共十六章。首先介绍了化妆品行业市场发展环境、化妆品整体运行态势等,接着分析了化妆品行业市场运行的现状,然后介绍了化妆品市场竞争格局。随后,报告对化妆品做了重点企业经营状况分析,最后分析了化妆品行业发展趋势与投资预测。您若想对化妆品产业有个系统的了解或者想投资化妆品行业,本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计数据,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。

#### 报告目录:

第一部分 产业环境透视

第一章 化妆品行业发展综述 1

第一节 化妆品行业定义及分类 1

- 一、化妆品的定义 1
- 二、化妆品的主要作用 1
- 三、化妆品的分类 1

第二节 化妆品行业统计标准 3

一、统计部门和统计口径3

- 二、行业主要统计方法介绍 4
- 三、行业涵盖数据种类介绍 4

第三节 化妆品行业特性分析 6

- 一、行业周期性 6
- 二、行业季节性 6
- 三、行业区域性 6

第四节 化妆品行业产业链分析 7

- 一、产业链结构分析 7
- 二、行业上游相关行业分析7
- 三、行业下游相关行业分析 13
- 四、上下游行业对本行业的影响分析 15
- 第二章 中国化妆品行业市场环境分析 16
- 第一节 化妆品行业政策环境分析 16
- 一、行业政策动向 16
- 二、行业发展规划 24

第二节 化妆品行业经济环境分析 30

- 一、我国宏观经济30
- 二、宏观经济对行业影响 59

第三节 化妆品行业消费环境分析 60

- 一、消费群体变化分析 60
- 二、不同人口特征城市居民化妆品购买比例 61
- 二、不同人口特征城市居民化妆品购买比例 64
- 四、不同媒介接触频率居民化妆品消费情况 66
- 五、城市居民接触各类化妆品广告排名情况 68
- 第二部分 行业深度分析

第三章 国际化妆品行业发展分析及经验借鉴 69

第一节 全球化妆品市场总体情况分析 69

一、全球化妆品行业发展现状69

与发达国家相比,我国人均护肤品消费换算成美元仅为17.96美元,不仅远低于美国、德国等人均护肤品消费量较为成熟的国家,也远低于日本、韩国等亚洲邻国。未来随着消费升级以及护肤品消费习惯、理念的培育,差距有望不断缩小。

各国护肤品人均消费金额走势

资料来源:公开资料,智研咨询整理

二、全球化妆品市场规模分析 70

2012-2015年全球化妆品市场规模

资料来源:公开资料,智研咨询整理

三、全球化妆品市场占比分析 70

亚太市场是目前全球最大的化妆品消费市场,西欧、北美、拉美地区分列其后,2014年 亚太地区化妆品市场规模达到597.9亿欧元,占全球同期总量的34.7%;西欧市场规模为375 .6亿欧元,占比为21.8%;北美市场规模为360.1亿欧元,占比为20.9%。

2015年亚太地区化妆品市场规模达到714.75亿欧元,占全球同期总量的34.9%;西欧市场规模为436.2亿欧元,占比为21.3%;北美市场规模为432.13亿欧元,占比为21.12%。

2015年全球化妆品市场规模分析

资料来源:公开资料,智研咨询整理

- 四、全球化妆品行业竞争格局 71
- 五、全球化妆品市场区域分布72
- 六、国际化妆品市场渠道浅析 72
- 七、国际化妆品产品研发潮流 73

第二节 全球主要国家(地区)市场分析 74

- 一、美国 74
- 二、欧洲 82
- 三、日本 87
- 四、韩国 92
- 五、其他国家或地区 98

第三节 国际重点化妆品企业运营分析 101

- 一、法国欧莱雅集团发展分析 101
- 二、英国联合利华集团发展分析 105
- 三、美国宝洁集团发展分析 108
- 四、美国强生集团发展分析 111
- 五、其他化妆品企业发展分析 113

第四章 我国化妆品行业运行现状分析 118

第一节 我国化妆品行业发展状况分析 118

- 一、我国化妆品行业发展阶段 118
- 二、我国化妆品行业发展总体概况 119
- 三、我国化妆品行业发展特点分析 120
- 四、我国化妆品行业商业模式分析 121
- 第二节 化妆品行业发展现状 122
- 一、我国化妆品行业市场规模 122

2014-2016年我国洗发水行业市场规模

资料来源:公开资料,智研咨询整理

- 二、我国化妆品行业发展分析 123
- 三、中国化妆品企业发展分析 125

第三节 化妆品市场情况分析 129

- 一、中国化妆品市场总体概况 129
- 二、中国化妆品产品市场发展分析 130
- 三、化妆品市场消费分析 134

第四节 我国化妆品市场价格走势分析 136

- 一、全国市场价格走势 136
- 二、城市市场价格走势 137
- 三、农村市场价格走势 137

第五章 2017-2023年我国化妆品市场供需形势分析 138

第一节 行业市场规模 138

- 一、全部化妆品企业零售总额 138
- 二、限额以上化妆品企业零售总额 138
- 三、规模以上化妆品企业销售规模 139

第二节 化妆品行业供需平衡分析 140

- 一、全国化妆品行业供给情况分析 140
- 二、各地区化妆品行业供给情况分析 140
- 三、各地区化妆品行业需求情况分析 141
- 四、全国化妆品行业产销率分析 141

第三节 化妆品行业经营情况分析 141

- 一、中国化妆品关注度分析 141
- 二、中国化妆品行业发展主要特点 142
- 四、行业主要经济效益影响因素 143
- 五、行业经营情况分析 144

第四节 化妆品行业进出口分析 146

- 一、行业出口分析 146
- 二、行业进口分析 148

第六章 化妆品行业网络监测分析 150

第一节 化妆品品牌关注度分析 150

- 一、不同等级化妆品关注度 150
- 二、大众化妆品搜索指数 151
- 三、高档化妆品搜索指数 152
- 四、活性化妆品搜索指数 152

第三节 化妆品产品关注度分析 154

- 一、化妆品品类关注度 154
- 二、护肤类化妆品搜索指数 154
- 三、彩妆化妆品搜索指数 154
- 四、头发护理类化妆品搜索指数 155
- 五、香水类化妆品搜索指数 156

第四节 男士化妆品关注度分析 156

- 一、男士化妆品搜索指数 156
- 二、男士化妆品品牌关注度 157
- 三、男士洁面单品口碑关注度 158
- 四、男士化妆品具体品牌口碑关注度 158

第五节 化妆品网民人群属性分析 159

- 一、性别属性 159
- 二、年龄属性 159
- 三、区域属性 160

第六节 化妆品网购市场发展分析 160

- 一、化妆品网购行业产业链分析 160
- 二、化妆品网购市场发展现状 164

第三部分 市场全景调研

第七章 我国化妆品细分市场分析及预测 170

第一节 按产品功能划分细分市场分析预测 170

- 一、发用化妆品 170
- 二、脸部化妆品 172
- 三、护肤化妆品 176
- 四、防晒化妆品 184
- 五、香水 188
- 六、彩妆 196

第二节 按产品档次划分细分市场分析预测 199

- 一、高端化妆品市场分析 199
- 二、大众化妆品市场分析 202

第三节 潜力产品细分市场分析预测 204

- 一、儿童化妆品市场分析预测 204
- 二、男性化妆品市场分析与前景预测 209
- 三、中老年化妆品市场分析与前景预测 216

第四节 热点产品细分市场分析预测 220

一、药妆市场分析预测 220

- 二、有机/天然化妆品市场分析预测 227
- 三、护体化妆品市场分析预测 232
- 四、纳米化妆品市场分析预测 235

第八章 我国化妆品行业营销趋势及策略分析 238

- 第一节 化妆品行业传统渠道策略分析 238
- 一、传统销售渠道概述 238
- 二、商场专柜渠道分析 238
- 三、超市卖场渠道分析 239
- 四、专营店渠道分析 240
- 五、加盟专卖渠道分析 241
- 六、药店零售渠道分析 242
- 七、美容院零渠道分析 243
- 八、电视购物渠道分析 244
- 第二节 化妆品行业电子商务渠道分析 249
- 一、渠道特性分析 249
- 二、渠道优劣势分析 250
- 三、与传统渠道关联 251
- 四、渠道经营策略 254
- 五、渠道广告投放 256
- 第三节 化妆品市场营销概况及趋势分析 259
- 一、化妆品市场营销趋势透析 259
- 二、迪彩创新体验模式 265
- 三、化妆品软文营销的关键点 273
- 四、社会化内容为王的借势传播时代 274
- 五、互联网营销的"无微不至" 275
- 六、重拾农村市场"被遗忘的角落" 276

第四节 化妆品行业的产品策略分析 277

- 一、行业领先产品策略分析 277
- 二、行业典型产品案例分析 283

第五节 化妆品行业的定价策略分析 284

- 一、行业领先定价策略分析 284
- 二、行业典型定价案例分析 284

第六节 化妆品行业的促销策略分析 288

- 一、行业促销策略概述 288
- 二、行业领先促销策略分析 291

- 三、行业典型促销案例分析 292
- 第七节 化妆品梯度营销渠道策略分析 300
- 一、梯度营销的必要性 300
- 二、渠道梯度 301
- 三、目标消费者梯度 306

第九章 化妆品行业区域市场分析 309

第一节 行业总体区域结构特征分析 309

- 一、行业市场分布情况 309
- 二、行业产值分布情况 309
- 三、行业利润分布情况 309

第二节 广东省化妆品行业发展现状及前景预测 310

- 一、广东省化妆品行业发展规划及配套措施 310
- 二、广东省化妆品行业在行业中的地位变化 313
- 三、广东省化妆品行业经济运行状况分析 313

第三节 江苏省化妆品行业发展现状及前景预测 313

- 一、江苏省化妆品行业发展规划及配套措施 313
- 二、江苏省化妆品行业在行业中的地位变化 317
- 三、江苏省化妆品行业经济运行状况分析 317

第四节 上海市化妆品行业发展现状及前景预测 318

- 一、上海市化妆品行业发展规划及配套措施 318
- 二、上海市化妆品行业在行业中的地位变化 321
- 三、上海市化妆品行业经济运行状况分析 321

第五节 安徽省化妆品行业发展现状及前景预测 322

- 一、安徽省化妆品行业发展规划及配套措施 322
- 二、安徽省化妆品行业在行业中的地位变化 328
- 三、安徽省化妆品行业经济运行状况分析 328

第六节 浙江省化妆品行业发展现状及前景预测 329

- 一、浙江省化妆品行业发展规划及配套措施 329
- 二、浙江省化妆品行业在行业中的地位变化 333
- 三、浙江省化妆品行业经济运行状况分析 333

第七节 北京市化妆品行业发展现状及前景预测 334

- 一、北京市化妆品行业发展规划及配套措施 334
- 二、北京市化妆品行业在行业中的地位变化 335
- 三、北京市化妆品行业经济运行状况分析 336

第八节 湖北省化妆品行业发展现状及前景预测 336

- 一、湖北省化妆品行业发展规划及配套措施 336
- 二、湖北省化妆品行业在行业中的地位变化 353
- 三、湖北省化妆品行业经济运行状况分析 353

第四部分 竞争格局分析

第十章 2017-2023年化妆品行业竞争形势及策略 354

第一节 行业总体市场竞争状况分析 354

- 一、化妆品行业竞争结构分析 354
- 二、化妆品行业集中度分析 357
- 三、化妆品行业SWOT分析 358

第二节 中国化妆品行业竞争格局分析 360

- 一、化妆品行业整体竞争格局 360
- 二、高档化妆品市场竞争格局 360
- 三、中档化妆品市场竞争格局 360
- 四、大众化妆品市场竞争格局 360

第三节 外资化妆品品牌在华格局分析 361

- 一、外资巨头竞争格局 361
- 二、抢占三线城市市场 361
- 三、大众品牌竞争力减弱 362
- 四、国际直销品牌的发展 362
- 五、部分品牌退出中国市场 363
- 六、加码高端和细分化妆品市场 364

第四节 化妆品市场竞争策略分析 364

- 一、"成本领先"竞争手段 364
- 二、"标岐立异"竞争战略 364
- 三、"目标集群"竞争战略 365

第十一章 2017-2023年化妆品行业领先企业经营形势分析 366

第一节 上海百雀羚化妆品有限公司 366

- 一、企业发展概况 366
- 二、企业发展历程分析 367
- 三、企业产品结构分析 367
- 四、企业经营收入分析 367

第二节 珀莱雅化妆品股份有限公司 368

- 一、企业发展概况 368
- 二、企业品牌分析 368
- 三、企业产品结构分析 371

- 四、企业渠道分析 371
- 五、企业供应链分析 371
- 六、企业研发能力分析 372

第三节 伽蓝(集团)股份有限公司 373

- 一、企业发展概况 373
- 二、企业品牌分析 374
- 三、企业产品结构分析 374
- 四、企业新产品分析 374
- 五、企业经营情况分析 375
- 六、企业销售渠道与网络 375
- 七、企业经营优劣势分析 376
- 八、企业未来发展战略 376

第四节 上海相宜本草化妆品股份有限公司 377

- 一、企业发展概况 377
- 二、企业品牌分析 377
- 三、企业产品结构分析 377
- 四、企业新产品分析 378
- 五、企业经营情况分析 378
- 六、企业销售渠道与网络 378
- 七、企业经营优劣势分析 379
- 八、企业未来发展战略 381

第五节 上海上美化妆品有限公司 382

- 一、企业发展概况 382
- 二、企业研发基地分析 382
- 三、企业品牌结构分析 383
- 四、企业研发能力分析 386
- 五、企业渠道布局分析 386

第六节 上海家化联合股份有限公司 386

- 一、企业发展概况 386
- 二、企业品牌分析 387
- 三、企业产品结构分析 387
- 四、企业新产品分析 388
- 五、企业经营收入分析 388
- 六、企业偿债能力分析 389
- 七、企业经营效率分析 389

- 八、企业发展能力分析 390
- 九、企业获利能力分析 390
- 十、企业经营优劣势分析 390
- 十二、企业未来发展战略 392

第七节 广州卡迪莲化妆品有限公司 393

- 一、企业发展概况 393
- 二、企业品牌分析 393
- 三、企业产品结构分析 393
- 四、企业未来发展战略 393

第八节 广东丸美生物技术股份有限公司 394

- 一、企业发展概况 394
- 二、企业品牌分析 394
- 三、企业产品结构分析 394
- 四、企业经营情况分析 396
- 六、企业销售渠道与网络 396
- 七、企业经营优劣势分析 396

第九节 广州环亚化妆品科技有限公司 397

- 一、企业发展概况 397
- 二、企业品牌分析 398
- 三、企业产品结构分析 398
- 四、企业经营情况分析 399
- 五、企业销售渠道与网络 399

第十节 韩后化妆品股份有限公司 399

- 一、企业发展概况 399
- 二、企业品牌分析 399
- 三、企业产品结构分析 400
- 四、企业经营情况分析 400

第十一节 浙江欧诗漫美容科技有限公司 400

- 一、企业发展概况 400
- 二、企业品牌分析 401
- 三、企业产品结构分析 401
- 四、企业新产品分析 402
- 五、企业经营情况分析 402
- 六、企业销售渠道与网络 402
- 七、企业经营优劣势分析 403

#### 八、企业未来发展战略 405

#### 第十二节 广州市巧美化妆品有限公司 405

- 一、企业发展概况 405
- 二、企业产品质量分析 405
- 三、企业生产能力分析 406
- 四、企业未来发展战略 406

## 第十三节 广东名臣有限公司 406

- 一、企业发展概况 406
- 二、企业品牌分析 407
- 三、企业产品结构分析 407
- 四、企业新产品分析 407
- 五、企业经营情况分析 407
- 六、企业销售渠道与网络 407
- 七、企业经营优劣势分析 408
- 八、企业未来发展战略 408

#### 第十四节 索芙特股份有限公司 409

- 一、企业发展概况 409
- 二、企业品牌分析 409
- 三、企业产品结构分析 409
- 四、企业新产品分析 410
- 五、企业经营收入分析 410
- 六、企业偿债能力分析 411
- 七、企业经营效率分析 411
- 八、企业发展能力分析 412
- 九、企业获利能力分析 412
- 十、企业经营优劣势分析 412
- 十一、企业未来发展战略 413

#### 第十五节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司 413

- 一、企业发展概况 413
- 二、企业品牌分析 414
- 三、企业产品结构分析 415
- 四、企业新产品分析 415
- 五、企业经营收入分析 415
- 六、企业偿债能力分析 416
- 七、企业经营效率分析 416

- 八、企业发展能力分析 416
- 九、企业获利能力分析 416
- 十、企业投资收益分析 416
- 十一、企业经营优劣势分析 417
- 十二、企业未来发展战略 418
- 第十六节 广东幸美化妆品股份有限公司 418
- 一、企业发展概况 418
- 二、企业品牌分析 419
- 三、企业主要经营指标分析 419
- 四、企业营收利润分析 419
- 五、企业资产负债分析 420
- 六、企业销售渠道与网络 420
- 第十七节 娇韵诗化妆品(上海)有限公司 421
- 一、企业发展概况 421
- 二、企业品牌分析 422
- 三、企业产品结构分析 422
- 四、企业经营情况分析 423
- 第十八节 天津郁美净集团有限公司 423
- 一、企业概况 423
- 二、企业经营分析 424
- 三、企业产品结构分析 424
- 四、企业销售渠道与网络 424
- 五、企业优劣势分析 424
- 六、企业未来发展战略 425
- 第十九节 佛山市安安化妆品有限公司 425
- 一、企业发展概况 425
- 二、企业品牌分析 426
- 三、企业发展历程分析 427
- 四、企业生产能力分析 429
- 第二十节 北京大宝化妆品有限公司 429
- 一、企业发展概况 429
- 二、企业品牌分析 430
- 三、企业产品结构分析 430
- 四、企业新产品分析 430
- 五、企业经营情况分析 430

- 六、企业销售渠道与网络 430
- 七、企业经营优劣势分析 430
- 八、企业未来发展战略 431
- 第二十节 浙江芳华日化集团有限公司 432
- 一、企业发展概况 432
- 二、企业品牌分析 432
- 三、企业产品结构分析 432
- 四、企业新产品分析 432
- 五、企业经营情况分析 432
- 六、企业销售渠道与网络 433
- 七、企业经营优劣势分析 433
- 八、企业未来发展战略 433
- 第二十一节霸王国际(集团)控股有限公司 433
- 一、企业发展概况 433
- 二、企业品牌分析 434
- 三、企业产品结构分析 436
- 四、企业经营情况分析 436
- 五、企业销售渠道与网络 438
- 六、企业经营优劣势分析 439
- 七、企业未来发展战略 441
- 第二十三节 美即控股国际有限公司 442
- 一、企业发展概况 442
- 二、企业品牌分析 442
- 三、企业产品结构分析 442
- 四、企业经营情况分析 442
- 五、企业销售渠道与网络 442
- 六、企业经营优劣势分析 443
- 七、企业未来发展战略 443
- 第二十四节 江苏东洋之花化妆品有限公司 443
- 一、企业概况 443
- 二、企业经营分析 444
- 三、企业产品结构分析 444
- 四、企业销售渠道与网络 445
- 五、企业优劣势分析 445
- 六、企业未来发展战略 445

### 第二十五节 湖南御泥坊化妆品有限公司 445

- 一、企业发展概况 445
- 二、企业品牌分析 446
- 三、企业技术研发分析 446
- 四、企业销售渠道与网络 446
- 第二十六节 欧莱雅(中国)有限公司 446
- 一、企业发展概况 446
- 二、企业品牌分析 447
- 三、企业产品结构分析 447
- 四、企业新产品分析 447
- 五、企业经营情况分析 447
- 六、企业销售渠道与网络 448
- 七、企业经营优劣势分析 448
- 八、企业未来发展战略 449
- 第二十七节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司 450
- 一、企业发展概况 450
- 二、企业品牌分析 450
- 三、企业产品结构分析 450
- 四、企业新产品分析 453
- 五、企业经营情况分析 453
- 六、企业销售渠道与网络 453
- 七、企业经营优劣势分析 453
- 八、企业未来发展战略 454
- 第二十八节 安婕妤化妆品科技股份有限公司 454
- 一、企业发展概况 454
- 二、企业品牌分析 455
- 三、企业产品结构分析 455
- 四、企业未来发展战略 456
- 第二十九节 资生堂丽源化妆品有限公司 456
- 一、企业发展概况 456
- 二、企业品牌分析 457
- 三、企业产品结构分析 457
- 四、企业新产品分析 457
- 五、企业经营情况分析 457
- 六、企业销售渠道与网络 458

- 七、企业经营优劣势分析 458
- 八、企业未来发展战略 459

第三十节 高丝化妆品有限公司 460

- 一、企业发展概况 460
- 二、企业品牌分析 461
- 三、企业产品结构分析 461
- 四、企业新产品分析 461
- 五、企业经营情况分析 461
- 六、企业销售渠道与网络 461
- 七、企业经营优劣势分析 461
- 八、企业未来发展战略 462

#### 第五部分 发展前景展望

第十二章 2017-2023年化妆品行业前景及趋势预测 464

第一节 2017-2023年化妆品市场发展前景 464

- 一、2017-2023年化妆品市场发展潜力分析 464
- 二、2017-2023年化妆品市场发展前景展望 465
- 三、2017-2023年化妆品细分行业发展前景 466

第二节 2017-2023年化妆品市场发展趋势预测 467

- 一、2017-2023年化妆品行业发展趋势 467
- 二、2017-2023年化妆品市场规模预测 467
- 三、2017-2023年化妆品行业消费趋势预测 468
- 四、2017-2023年化妆品细分市场发展趋势 469
- 五、2017-2023年化妆品行业投资规模预测 470
- 六、2017-2023年化妆品行业利润规模预测 470

第三节 2017-2023年中国化妆品行业供需预测 471

- 一、2017-2023年中国化妆品行业供给预测 471
- 二、2017-2023年中国化妆品行业供需平衡预测 471

第十三章 2017-2023年化妆品行业投资分析 472

- 第一节 化妆品行业投资特性分析 472
- 二、化妆品行业盈利因素分析 473
- 三、化妆品行业盈利模式分析 474

第二节 2017-2020年化妆品行业发展的影响因素 475

- 一、有利因素 475
- 二、不利因素 476

第三节 化妆品行业投融资情况 476

第四节 2017-2023年化妆品行业投资机会 479

- 一、80后将带动行业消费增长 479
- 二、渠道下沉扩大市场容量 480
- 三、中国的高消费时代到来 482
- 四、产业升级成本将会压缩 482
- 五、网络市场加快市场开拓 483

第五节 2017-2023年化妆品行业投资风险及防范 486

- 一、行业政策波动风险 486
- 二、行业技术落后风险 486
- 三、行业供求变动风险 487
- 四、行业企业内部风险 487
- 五、行业宏观经济波动风险 487
- 六、行业产品结构变动风险 487
- 七、行业消费者意识转变风险 487
- 八、行业其他相关风险 488

第六节 中国化妆品行业投资建议 488

- 一、行业存在问题分析 488
- 二、行业投资建议 489

第十四章 2017-2023年化妆品业面临的困境及对策 492

第一节 2017年化妆品行业面临的困境 492

- 一、行业法规存在漏洞 492
- 二、市场监管不成熟 492
- 三、科技质量低制约化妆品发展 492
- 四、资金不足限制化妆品市场发展 493
- 五、品牌意识弱,市场份额少493
- 六、国内企业资本运作能力低,竞争力弱 493

第二节 化妆品企业面临的困境及对策 494

- 一、重点化妆品企业面临的困境及对策 494
- 二、中小化妆品企业发展困境及策略分析 495
- 三、国内化妆品企业的出路分析 496

第三节 中国化妆品行业存在的问题及对策 497

- 一、中国化妆品行业存在的问题 497
- 二、化妆品行业发展的建议对策 498

第四节 中国化妆品市场发展面临的挑战与对策 500

一、中国化妆品市场发展面临的挑战 500

- 二、中国化妆品市场发展的对策分析 501
- 第六部分 发展战略研究
- 第十五章 化妆品行业发展战略研究 503
- 第一节 化妆品企业品牌战略分析 503
- 一、化妆品品牌的重要性 503
- 二、化妆品实施品牌战略的意义 504
- 三、化妆品企业品牌的现状分析 505
- 四、我国化妆品企业的品牌战略 506
- 五、化妆品品牌战略管理的策略 507
- 第二节 中小化妆品企业发展战略 509
- 第二节 中小化妆品企业发展战略 511
- 第三节 化妆品行业产品策略分析 512
- 一、品牌定位策略分析 512
- 二、产品组合策略分析 513
- 三、产品差异化策略分析 514
- 四、新产品开发策略分析 515
- 五、产品生命周期运用策略分析 516
- 第四节 化妆品行业定价策略分析 518
- 一、结合产品品牌及产品定位的价格定价 518
- 二、结合产品组合及产品功效的价格定价 518
- 三、结合竞争对手的价格定价 519
- 第五节 化妆品行业促销策略分析 519
- 一、行业促销策略概述 519
- 二、广告促销策略 521
- 三、活动促销策略 526
- 第六节 化妆品行业包装策略分析 528
- 一、化妆品的心理价位 528
- 二、消费者的购买行为方式 529
- 三、化妆品包装策略 530
- 第七节 化妆品行业投资战略研究 530
- 一、2017-2023年化妆品行业投资战略 530
- 二、2017-2023年细分行业投资战略 531
- 第十六章 研究结论及发展建议 533 (ZY GXH)
- 第一节 化妆品行业研究结论及建议 533
- 第二节 化妆品子行业研究结论及建议 534

#### 第三节化妆品行业发展建议 536

一、行业发展策略建议 536

二、行业投资方向建议 536

三、行业投资方式建议 537 (ZY GXH)

#### 图表目录:

图表:化妆品产业链7

图表:原料厂商环节企业区域分布情况8

图表:原料厂商环节不同规模企业分布情况8

图表:分销商环节企业分布情况 9

图表:全球10大化妆品原料厂商分布9

图表: 2015-2017年我国化妆品包装市场规模 12 图表: 2014-2017年我国化妆品企业零售收入 13

图表:2017年全国化妆品零售增速走势图 14

图表: 2014-2017年我国化妆品网络零售总额 14

图表:中国GDP季度增长趋势图 30

图表: 2012-2017年我国GDP示意图 31

图表:2012-2017年我国三次产业增加值占比31

图表:2017年年末人口数及其构成31

图表: 2012-2017年城镇新增就业人数 32

图表: 2012-2017年我国全员劳动生产率 33

图表:2017年每月居民消费价格涨跌幅示意图 33

图表:2017年居民消费价格比上年涨跌幅度 33

图表:2017年我国每月新建商品住宅价格变化示意图 34

图表:2012-2017年全国一半公共预算收入示意图 35

图表: 2012-2017年年末国家外汇储备 35

图表: 2012-2017年我国粮食产量示意图 36

图表: 2012-2017年我国全部工业增加值及其增长速度 37

图表:2017年主要工业产品产量及其增长速度38

图表:2012-2017年我国建筑业增加值及其增长率 40

图表:2012-2017年我国全社会固定资产投资示意图 40

图表:2017年我国固定资产投资及其占比.41

图表:2017年分行业固定资产投资(不含农户)及其增长速度 41

图表:2017年固定资产投资新增主要生产与运营能力 42

图表:2017年房地产开发和销售主要指标及其增长速度 42

图表:2012-2017年社会消费品零售总额示意图 43

图表:2012-2017年我国货物进出口总额示意图 44

图表:2017年货物进出口总额及其增长速度 44

图表:2017年主要商品出口数量、金额及其增长速度 45

图表: 2017年主要商品进口数量、金额及其增长速度 45

图表:2017年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 46

图表:2017年外商直接投资(不含银行、证券、保险)及其增长速度 47

图表:2017年对外直接投资额(不含银行、证券、保险)及其增长速度 47

图表:2017年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 48

图表:2017年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 48

图表:2012-2017年快递业务量及其增长速度50

图表:2012-2017年年末固定互联网宽带接入用户和移动宽带用户数50

图表:2017年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度51

图表: 2012-2017年全国居民人均可支配收入及其增长速度 52

图表:2017年全国居民人均消费支出及其构成53

图表:2012-2017年普通本专科、中等职业教育及普通高中招生人数 54

图表:2012-2017年研究与实验发展经费支出及其增长速度55

图表:2017年专利申请受理、授权和有效专利情况55

图表: 2012-2017年卫生技术人员数量示意图 57

图表:2012-2017年万元国内生产总值耗能率 58

图表:2012-2017年清洁能源消费量占比 58

图表:不同性别居民的化妆品购买占比情况 64

图表:不同年龄居民的化妆品购买占比情况 64

图表:不同学历居民的化妆品购买占比情况 65

图表:不同收入居民的化妆品购买占比情况 65

图表:不同电视媒介接触频率居民化妆品消费占比 66

图表:不同广播媒介接触频率居民化妆品消费占比 66

图表:不同报纸媒介接触频率居民化妆品消费占比 67

图表:不同杂志媒介接触频率居民化妆品消费占比 67

图表:不同网络媒介接触频率居民化妆品消费占比 68

图表:我国城市居民接触各类化妆品广告排名 68

图表: 2014-2017年全球化妆品市场规模 70

图表:2017年全球化妆品市场销售额71

图表: 2014-2017年全球化妆品市场占比 71

图表:2017年全球化妆品市场区域分布72

图表:美国化妆品各类销售渠道占比73

图表: 2015-2017年美国化妆品市场规模 75

图表: 2015-2017年俄罗斯化妆品市场销售规模 85

图表:2015-2017年意大利化妆品市场销售规模87

图表: 2015-2017年日本化妆品市场销售规模 89

图表:2015-2017年日本男士化妆品市场规模 91

图表: 2015-2017年韩国化妆品市场规模 92

图表:东南亚美容品和个人护理品市场占有率 100

图表:2014-2017年我国化妆品行业市场销售规模 122

图表: 2014-2017年化妆品市场增长 123

图表: 2014-2017年我国化妆品人均消费 125

图表: 2014-2017年中国化妆品网购交易额 129

图表: 2014-2017年我国化妆品企业零售收入 138

图表: 2014-2017年我国限额以上化妆品企业零售总额 138

图表: 2014-2017年我国规模以上化妆品企业销售规模 139

图表: 2014-2017年我国化妆品行业企业数量 140

图表:中国化妆品行业区域市场供给分布分析 140

图表: 2014-2017年我国化妆品行业产销率 141

图表:2017年化妆品品牌发源地分布 142

图表: 2014-2017年我国化妆品行业利润率 144

图表: 2014-2017年我国化妆品运营能力 145

图表:2014-2017年我国化妆品行业偿债能力 145

图表:2014-2017年我国化妆品行业发展能力 146

图表:2017年中国美容化妆品及护肤品出口量统计表 146

图表:2017年我国化妆品出口结构 147

图表:2017年中国美容化妆品及护肤品进口量统计表 148

图表: 2017年中国进口化妆品结构比例分析 148

图表:2017年大众品牌检索量占比分析 151

图表:2017年高端化妆品牌检索量占比情况 152

图表:2015-2017年我国化妆品品类关注度度对比 154

图表:2017年我国彩妆关注度前十 155

图表:2017年我国头发护理类化妆品搜索占比 155

图表:2017年我国香水类化妆品搜索指数占比 156

图表:2014年-2017年我国男士化妆品搜索指数增速 156

图表:2017年我国男士化妆品品牌关注度 157

图表:2017年我国男士洁面单品口碑关注度 158

图表:2017年我国男士化妆品具体品牌口碑关注度前十 158

图表: 2014-2017年我国化妆品性别属性占比 159

图表: 2015-2017年我国化妆品年龄属性占比 159

图表: 2015-2017年我国化妆品区域使用占比 160

图表:2017年双11天猫化妆品销售市场份额对比 162

图表:2014-2017年我国洗发水行业市场规模 170

图表:2014-2017年我国护发产品行业市场规模 170

图表:2014-2017年我国洗发水行业市场规模 171

图表:2014-2017年我国洗面奶行业市场规模 172

图表: 2014-2017年我国美白产品市场规模 173

图表: 2014-2017年我国祛斑药妆产品市场规模 174

图表:2014-2017年我国洗发水行业市场规模 178

图表:2014-2017年我国洗发水行业市场规模 186

图表: 2014-2017年我国洗发水行业市场规模 189

图表:女士香水品牌排名 190

图表: 2014-2017年我国香水细分对比 193

图表: 我国香水品牌市场格局 194

图表:我国线上彩妆市场份额对比 196

图表: 2014-2017年我国洗发水行业市场规模 199

图表:不同收入水平消费者高端化妆品购买意愿 201

图表:不同收入水平消费者高端化妆品购买意愿 201

图表: 2014-2017年我国洗发水行业市场规模 202

图表: 2014-2017年我国洗发水行业市场规模 210

图表:我国农村和城市60岁以上老龄人口数预测 220

图表: 2015-2017年全球药妆市场规模 222

图表: 2014-2017年我国洗发水行业市场规模 223

图表:2017年热门行业品牌网络广告预告费用排行 257

图表:2017年热门行业品牌网络广告投放媒体类别排行257

图表:2017年化妆品护肤品品牌网络广告预告费用排行258

图表:2017年化妆品护肤品品牌网络广告投放媒体类别排行258

图表:2017年化妆品护肤品品牌网络广告预估费用排行259

图表: 2017年化妆品护肤品品牌网络广告投放媒体类别排行 259

图表:2015-2017年广东省化妆品行业企业数量 313

图表: 化妆品进口环节消费税税目税率表 336

图表:上海百雀羚日用化学有限公司发展历程 367

图表:珀莱雅化妆品股份有限公司产品结构分析 371

图表:上海相宜本草化妆品股份有限公司产品结构 377

图表: 2011-2014年上海相宜本草化妆品股份有限公司营业收入规模 378

图表:上海相宜本草化妆品股份有限公司销售渠道 379

图表: 2015-2017年上海家化联合股份有限公司经营收入 388

图表:2015-2017年上海家化联合股份有限公司偿债能力 389

图表: 2015-2017年上海家化联合股份有限公司运营能力 389

图表: 2015-2017年上海家化联合股份有限公司发展能力 390

图表:2015-2017年上海家化联合股份有限公司获利能力 390

图表: 丸美公司经营情况分析 396

图表: 韩后股份产品结构图 400

图表: 2015-2017年索芙特股份有限公司经营收入 410

图表:2015-2017年索芙特股份有限公司偿债能力 411

图表: 2015-2017年索芙特股份有限公司运营能力 411

图表:2015-2017年索芙特股份有限公司发展能力 412

图表:2015-2017年索芙特股份有限公司获利能力 412

图表:2014-2017年幸美股份主要经营指标分析 419

图表: 2014-2017年幸美股份营收利润表分析 419

图表:2014-2017年幸美股份资产负债表分析 420

图表:娇韵诗品牌构成 422

图表:娇韵诗公司产品营收结构以及全球渠道分析 423

图表: 2015-2017年霸王国际主要经济指标 436

图表: 2015-2017年霸王国际利润表 437

图表: 2015-2017年霸王国际资产负债表 437

图表: 2015-2017年霸王国际现金流量表 438

图表:欧莱雅2017年经营情况 447

图表:安婕妤公司产品结构图 455

图表: 2017-2023年我国化妆品市场规模预测 467

图表:2017-2023年我国化妆品行业支出规模预测 470

图表:2017-2023年我国化妆品行业利润总额规模预测 470

图表:2017-2023年我国化妆品行业产值规模预测 471

图表: 2017-2023年中国化妆品行业供需平衡预测 471

图表: 2015-2017年化妆品行业投融资 476

图表: 2015中国化妆品品牌50强 505

详细请访问:<u>https://www.chyxx.com/research/201708/552028.html</u>