

# 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

## 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主导地位。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及预测 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及预测 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及预测 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及预测 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、美容院零售渠道分析 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、“标歧立异”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
- 第二十章 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
- 第二十一章 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
- 第二十三章 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
- 第二十四章 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：<https://www.chyxx.com/research/201708/552028.html>