

2016-2022年中国化妆品行业市场专项调研及投资 方向预测报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2016-2022年中国化妆品行业市场专项调研及投资方向预测报告》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/201601/375049.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

《2016-2022年中国化妆品行业市场专项调研及投资方向预测报告》由智研咨询公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了化妆品行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国化妆品做了重点企业经营状况分析，并分析了中国化妆品行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据。

报告目录：

第一部份 市场现状

第一章 全球化中的中国化妆品市场

第一节 全球化中的中国化妆品市场分析

一、中国化妆品市场在全球市场地位

二、全球化对中国化妆品行业影响

三、全球化对中国化妆品市场影响

第二节 中国化妆品企业参与全球化竞争分析

第三节 外资化妆品参与中国市场竞争分析

第四节 中国化妆品行业应对全球化发展策略

第二章 全球化中的化妆品国际市场分析

第一节 2015年国际化妆品市场发展分析

一、拉美化妆品市场

二、欧洲化妆品市场

1、法国

2、德国

3、英国

三、亚太地区化妆品市场

1、日本

2、东盟化妆品市场

第二节 国际热门化妆品细分市场分析

一、香薰产品市场

二、天然婴儿护理品

三、全球化妆笔市场

第三节 主要国家化妆品市场分析

一、日本化妆品市场

二、法国化妆品市场

三、韩国化妆品市场

1、韩国化妆品优势

2、行业发展生命周期

3、发展特点

4、值得学习的营销经验

第四节 全球名牌化妆品分析

一、全球主要化妆品品牌

二、全球名牌化妆品特点

三、名牌化妆品销售策略

第三章 2015年中国化妆品市场分析及预测

第一节 中国化妆品业的OEM状况分析

一、化妆品业OEM现状

二、OEM加工存在的问题

三、OEM在国外状况分析

四、化妆品行业发展趋势

第二节 2015我国化妆品行业发展及预测

一、我国化妆品行业发展分析

二、我国化妆品消费特点

1、产品细分日益清晰，消费需求更加个性化

2、“天然”、“活性”、“健康”成为新兴理念，本草护肤品倍受关注

3、护肤品子行业市场规模最大，占化妆品行业整体比重不断提高

三、近年我国化妆品销售增长情况

四、2015年化妆品行业广告投放

1．上半年化妆品电视广告投入达217亿

2．投放电视广告的面膜品牌最多

3．润肤产品成电视广告的主力军

4．巴黎欧莱雅半年广告投入35.83亿元

第三节 2014-2015年中国化妆品行业品牌集中度分析

一、高端、中高端品牌占比

二、行业集中度分析

第四章 2011-2015年中国化妆品产业规模效应分析

第一节 2012-2015年我国规模以上化妆品制造企业数量

第二节 2012-2015年我国规模以上化妆品制造资产合计

第三节 2012-2015年我国规模以上化妆品制造销售收入

第四节 2012-2015年我国规模以上化妆品制造利润总额

第五章 2012-2015年中国化妆品制造财务指标

第一节 2012-2015年我国规模以上化妆品制造偿债能力

第二节 2012-2015年我国规模以上化妆品制经营能力

第三节 2012-2015年我国规模以上化妆品制盈利能力

第六章 2015年中国化妆品对外贸易分析

一、2015年中国化妆品进口总体情况

二、2015年中国化妆品出口总体情况

第二部分 市场细分

第七章 中国化妆品区域市场

第一节 北京化妆品市场

第二节 上海化妆品市场

第三节 广东化妆品市场

1. 地理分布

2. 生产规模

3. 经营状况

第八章 护肤品市场

第一节 中国护肤品行业

一、护肤品行业发展历程

二、护肤品行业发展现状

第二节 2015中国护肤品市场分析

一、男性护肤品市场

二、功能性护肤品市场

三、奢华保养护肤品市场

第三节 护肤品品牌竞争格局

一、整体竞争格局

二、国内外品牌竞争格局

三、市场竞争深度分析

1、品牌之间消费群结构差异明显

2、消费群结构分析

3、男性护肤品市场分析

4、品牌之间忠诚度差异不明显，竞争力主要看市场份额和成长性。

第四节 护肤品市场发展趋势

第九章 防晒用品市场

第一节 防晒用品市场

- 一、防晒用品市场特点
- 二、防晒用品市场前景

第二节 竞争状况

- 一、竞争焦点
- 二、市场渗透率

第三节 中国防晒化妆品市场发展趋势分析

第十章 祛斑与祛痘产品市场

第一节 祛斑产品市场

- 一、产品特点
- 二、市场前景
- 三、消费者分析
- 四、竞争分析

第二节 祛痘产品市场

- 一、祛痘产品市场现状
 - 1、祛痘产品众多，祛痘品牌偏少
 - 2、祛痘品牌优势凸现，强者更强
 - 3、祛痘产品价格差异大，中高档祛痘产品受青睐
- 二、祛痘产品市场竞争

第十一章 彩妆市场

第一节 全球彩妆市场分析

- 一、全球彩妆市场
- 二、全球彩妆细分市场
- 三、2016年全球彩妆市场预测

第二节 中国彩妆市场分析

- 一、中国彩妆市场分析
- 二、中国彩妆市场需求
- 三、中国彩妆市场竞争
- 四、2015年彩妆市场预测

第十二章 发用品市场

第一节 发用品市场分析

- 一、洗护发产品市场规模
- 二、洗护发产品品牌集中度
- 三、洗护发产品市场需求
- 四、洗护发产品价格分析

五、我国洗发水企业操作的误区

第二节 国内洗发水品牌的格局与发展

一、品牌现状与格局

1、主要竞争品牌——“一霸双雄”

2、市场占有率与渗透率比较

3、主要品牌地域分布

4、品牌忠诚度比较

5、各品牌消费群体定位

二、品牌竞争特征

三、洗发水市场发展趋势

1、现有产品分类

2、未来产品发展趋势

第三节 消费者分析

第十三章 化妆品消费者分析

第一节 化妆品消费市场调查分析

第二节 化妆品消费者分析

一、女性化妆品消费者调查

二、儿童化妆品消费者调查

1、消费者分析

2、消费者心目中的婴儿护肤产品特征

三、上海化妆品消费者调查

1、采样人群分析

2、消费者化妆品信息来源分析

3、化妆品购买地点调查分析

4、选择化妆品商店的原因分析

5、选择化妆品因素分析

第三节 护肤品消费者分析

一、一批品牌深入人心

二、女性使用洁肤护肤品各有偏好

三、年龄和收入影响品牌的选择

四、品牌地域特色明显

五、适合自己的肤质最重要

六、三分之一女性近一年更换过洁肤护肤品牌

第四节 防晒化妆品消费者分析

第五节 洗发水和染发类产品消费者分析

1. 北京地区：近三成调查对象使用护发素
2. 沪宁地区：25岁之前偏重自然、浅色系
3. 沪宁女性染发着色系成熟 男士染发比例较高
4. 温雅、彩蕴、卡尼尔占据彩染前三 专业发廊销售额稳步提升

第四部分 竞争格局

第十四章 中国化妆品市场竞争

一、国内化妆品市场竞争现状

二、国内化妆品市场竞争格局

三、国内化妆品市场竞争趋势

1、我国化妆品市场的消费格局

2、我国化妆品的生产格局

3、我国本土化妆品生产企业的SWOT分析

四、化妆品巨头中国市场竞争

第十五章 主要外资化妆品公司分析

第一节 法国欧莱雅集团（L'OREAL）

一、主要产品

二、行业地位

三、竞争实力

四、经营状况

第二节 美国宝洁公司（PROCTER & GAMBLE）

一、主要产品

二、行业地位

三、竞争实力

四、经营状况

第三节 美国安利公司（AMWAY）

一、主要产品

二、行业地位

三、竞争实力

四、经营状况

第四节 美国雅芳（AVON）

一、主要产品

二、行业地位

三、竞争实力

四、经营状况

第十六章 国内主要化妆品企业分析

第一节 上海家化联合股份有限公司

- 一、主要产品
- 二、行业地位
- 三、竞争实力
- 四、经营状况

第二节 索芙特股份有限公司

- 一、主要产品
- 二、行业地位
- 三、竞争实力
- 四、经营状况

第三节 福建泉州恒泉化妆品有限公司

- 一、主要产品
- 二、行业地位
- 三、竞争实力

第四节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司

- 一、主要产品
- 二、行业地位
- 三、竞争实力
- 四、经营状况

第十七章 中国化妆品市场营销

第一节 化妆品行业营销模式分析

- 一、目标营销
- 二、专柜营销
- 三、药店营销
- 四、服务营销
- 五、直销经营

第二节 化妆品行业营销策略分析

- 一、中国化妆品品牌营销策略
- 二、国外化妆品渠道营销策略

第三节 化妆品行销售渠道分析

第十八章 2015中国化妆品行业投资分析

第一节 中国化妆品行业投资机会分析

第二节 中国化妆品行业投资环境分析

第三节 中国化妆品行业投资前景分析

1、抗皮肤衰老化妆品

2、美白化妆品

3、防脱发、育发产品

第五部分 发展趋势

第十九章 2016-2022年化妆品市场发展趋势及预测

第一节 2016-2022年国际化妆品市场发展趋势

一、全球化妆品市场发展趋势及预测

二、2016-2022年全球美容化妆品市场预测

第二节 2016-2022年中国化妆品市场发展趋势

一、中国化妆品行业发展趋势

二、中国化妆品市场发展趋势

第三节 2016-2022年中国化妆品市场发展预测

一、2016-2022年中国化妆品市场消费格局

二、2016-2022年中国化妆品市场销售预测

三、2016-2022年中国护肤品市场规模预测

四、2016-2022年中国彩妆市场容量预测

图表目录：

图表 1 2010-2015年全球各区域化妆品市场规模变动趋势

图表 2 2010-2015年全球化妆品各细分产品市场份额变动趋势

图表 3 2011-2015年全球化妆品产业TOP5销售收入（十亿美元）

图表 4 2015年化妆品各品类电视广告投放品牌个数

图表 5 2015年化妆品各品类电视广告投放刊例

图表 6 2015年化妆品电视广告投放前25位品牌

图表 7 化妆品品牌分类

图表 8 2011-2015年CR30品牌排名与市占率

图表 9 2012-2015年规模以上化妆品制造企业分析

图表 10 2012-2015年规模以上化妆品制造资产合计

图表 11 2012-2015年规模以上化妆品制造产品销售收入合计

图表 12 2012-2015年规模以上化妆品制造产品利润总额统计

图表 13 2012-2015年规模以上化妆品制造产品资产负债率统计

图表 14 2012-2015年规模以上化妆品制造产品经营能力

图表 15 2012-2015年规模以上化妆品制造毛利率

图表 16 2012-2015年规模以上化妆品制造销售利润率

图表 17 2015年中国化妆品进口数据

图表 18 2015年中国化妆品出口数据

图表 19 广东各地化妆品企业平均厂房面积和生产人员

- 图表 20 广东省各地化妆品企业平均销售额
- 图表 21 防晒系列护肤品主要消费群体年龄分布
- 图表 22 防晒系列护肤品主要消费群体婚姻状况
- 图表 23 影响消费者不购买祛斑产品的因素
- 图表 24 购买祛斑产品消费习惯分析
- 图表 25 洗发水市场占有率排名
- 图表 26 洗发水市场品牌渗透率
- 图表 27 洗发水品牌忠诚度
- 图表 28 洗发水品牌占有率与忠诚度比较
- 图表 29 收入与年龄定位图
- 图表 30 洗发水市场集中度
- 图表 31 购买洗发水主要考虑因素
- 图表 32 消费者对产品功能的要求
- 图表 33 消费者购买儿童护肤品的首选品牌
- 图表 34 不同年龄段儿童其护肤品的首选品牌
- 图表 35 消费者心目中的婴儿护肤产品特征
- 图表 36 儿童化妆品常使用的产品种类分析
- 图表 37 儿童护肤品不同购买人情况
- 图表 38 消费者购买儿童化妆品时最关心的
- 图表 39 消费者购买不同年龄段儿童化妆品时最关心的
- 图表 40 消费者购买儿童化妆品时看重的特点
- 图表 41 消费者最喜欢的促销类型
- 图表 42 各类护肤品品牌知名度排名
- 图表 43 各类洁肤护肤品品牌知名度排名
- 图表 44 不同年龄阶段的女性对洁肤护肤品的选择
- 图表 45 不同收入层次的女性对洁肤护肤品的选择
- 图表 46 不同城市女性对洁肤护肤品品牌的选择
- 图表 47 不同女性在洁肤、护肤品上的花费与其家庭人均月收入的比例
- 图表 48 消费者购买防晒护肤品关注的细节
- 图表 49 北京不同年龄阶段的女性选择防晒品时最为注重的
- 图表 50 武汉消费者购买防晒护肤品能接受的价格
- 图表 51 成都消费者购买防晒护肤品能接受的价格
- 图表 52 消费者最喜欢的防晒护肤品牌
- 图表 53 2015年上海家化主营业务收入构成
- 图表 54 2015年索芙特股份有限公司主营收入构成

略.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201601/375049.html>