

2016-2022年中国化妆品行业市场深度调查及投资 前景分析报告

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深度调查及投资前景分析报告》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/201512/365198.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

被称为“美丽经济”的中国化妆品产业，经过20多年的迅猛发展，现今已经取得了前所未有的成就。中国的化妆品市场是全世界最大的新兴市场，在短短的20多年里，中国化妆品产业从小到大，由弱到强，从简单粗放到科技领先、集团化经营，全行业形成了一个初具规模、极富生机活力的产业大军。化妆品企业如雨后春笋般越来越多，名目繁多的化妆品品牌层出不穷，市场竞争愈演愈烈。国内亦涌现出一批以美加净、六神、大宝、郁美净、舒蕾、欧珀莱、隆力奇等为代表的优秀民族化妆品品牌。

近年来，本土化妆品公司集中度正逐渐提升，在一些细分领域（如药妆、草本概念）正不断突出重围，形成自身独特优势。另一方面，随着化妆品市场总量不断扩张的同时，化妆品市场的销售渠道、营销模式、品牌建设等方面正在发生着重大变革，这给本土化妆品牌带来了新的机遇。

虽然目前国内仍是外资继续主导化妆品行业，但我们看到近年来本土品牌份额正逐年提升，在新渠道、新品类上表现不俗。近年来国产优秀品牌开始向中高端延伸，进入互联网时代后不少国内品牌借助化妆品专营店及网购的迅猛发展实现了销售额快速过亿。

2014年国内化妆品品牌格局

资料来源：智研数据中心整理

随着经济的飞速发展和人民生活水平的不断提高，依托庞大的人口基数，中国已经成为了全球最大的化妆品市场之一。2011年我国化妆品销售额超过1,000 亿元，2013年我国化妆品行业市场规模达到1395亿元。2014年达到了1604亿元，近几年我国化妆品行业市场规模情况如下图所示：

2001-2014年我国化妆品市场规模变化

资料来源：智研数据中心整理

《2016-2022年中国化妆品行业市场深度调查及投资前景分析报告》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，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

报告目录：

第一章 化妆品行业发展基本情况

第一节 化妆品行业相关概述

一、行业产品分类

二、化妆品行业管理体制

三、化妆品行业生命周期

四、行业在国民经济中地位

第二节 化妆品行业经营模式分析

一、生产模式分析

二、采购模式分析

三、销售模式分析

第二章 2015年中国化妆品行业发展环境分析

第一节 2015年中国宏观经济环境分析

一、GDP总量及增长分析

二、工业发展形势分析

三、社会固定资产投资分析

四、居民收入与消费情况

五、对外贸易发展形势分析

第二节 中国化妆品行业政策环境分析

一、化妆品行业政策法规分析

二、化妆品行业相关标准分析

三、上下游产业相关政策

第三节 中国化妆品行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、资源生态环境

三、教育科技环境

四、城镇化进程趋势

第三章 2011-2015年中国化妆品行业经济运行状况分析

第一节 2011-2015年中国化妆品行业发展分析

一、2011年中国化妆品行业主要经济指标

二、2012年中国化妆品行业主要经济指标

三、2013年中国化妆品行业主要经济指标

四、2014年中国化妆品行业主要经济指标

五、2015年中国化妆品行业主要经济指标

第二节 2011-2015年中国化妆品行业规模分析

一、2011-2015年化妆品行业企业规模分析

二、2011-2015年化妆品行业资产增长分析

三、2011-2015年化妆品行业销售收入分析

四、2011-2015年化妆品行业利润总额分析

第三节 2011-2015年中国化妆品行业经营效益分析

一、2011-2015年化妆品行业偿债能力分析

二、2011-2015年化妆品行业盈利能力分析

三、2011-2015年化妆品行业毛利率分析

四、2011-2015年化妆品行业运营能力分析

第四节 2011-2015年中国化妆品行业成本费用分析

一、2011-2015年化妆品行业销售成本分析

二、2011-2015年化妆品行业销售费用分析

三、2011-2015年化妆品行业管理费用分析

四、2011-2015年化妆品行业财务费用分析

第四章 中国化妆品行业重点区域发展分析

第一节 长三角地区

一、长三角区位与发展优势

二、长三角化妆品行业企业规模

三、长三角化妆品行业收入利润

四、长三角化妆品行业经营效益

五、长三角化妆品行业市场前景

六、长三角化妆品行业重点企业

第二节 珠三角地区

一、珠三角区位与发展优势

二、珠三角化妆品行业企业规模

三、珠三角化妆品行业收入利润

四、珠三角化妆品行业经营效益

五、珠三角化妆品行业市场前景

六、珠三角化妆品行业重点企业

第三节 环渤海湾地区

一、环渤海湾区位与发展优势

二、环渤海湾化妆品行业企业规模

三、环渤海湾化妆品行业收入利润

四、环渤海湾化妆品行业经营效益

五、环渤海湾化妆品行业市场前景

六、环渤海湾化妆品行业重点企业

第五章 中国化妆品行业产业链分析

第一节 化妆品行业产业链概述

第二节化妆品行业上游产业分析

- 一、行业企业发展现状
- 二、行业生产情况分析
- 三、产品价格走势分析
- 四、原料价格预测分析

第三节化妆品行业下游需求市场分析

- 一、行业发展现状概况
- 二、行业生产情况分析
- 三、行业需求状况分析
- 四、行业需求前景分析

第六章 2015年中国化妆品行业竞争格局分析

第一节 2015年中国化妆品行业竞争结构分析

第二节 2015年中国化妆品行业竞争力分析

- 一、化妆品行业技术竞争分析
- 二、化妆品行业成本竞争分析
- 三、化妆品行业价格竞争分析

第三节 2015年中国化妆品行业竞争策略分析

- 一、坚守核心主业
- 二、构建优质渠道
- 三、整合优质资源
- 四、提升经营能力
- 五、树立品牌形象
- 六、调整市场策略

第七章 中国化妆品行业企业综合排名分析

第一节 化妆品行业企业排名分析

- 一、化妆品行业企业资产规模10强
- 二、化妆品行业企业销售收入10强
- 三、化妆品行业企业利润总额10强

第二节 不同类型化妆品行业企业排名

- 一、化妆品行业民营企业10强排名
- 二、化妆品行业外资企业10强排名
- 三、化妆品行业小型企业10强排名
- 四、化妆品行业中型企业10强排名

第三节 中国重点省区化妆品行业企业排名

- 一、省区一化妆品企业资产规模10强

二、省区二化妆品企业销售收入10强

三、省区三化妆品企业利润总额10强

四、省区四化妆品企业经营效益10强

第八章 中国化妆品行业企业经营情况分析

第一节 企业A

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

五、企业发展策略分析

第二节 企业B

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

五、企业发展策略分析

第三节 企业C

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

五、企业发展策略分析

第四节 企业D

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

五、企业发展策略分析

第五节 企业E

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

五、企业发展策略分析

第六节 企业F

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

五、企业发展策略分析

第七节 企业G

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

五、企业发展策略分析

第八节 企业H

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

五、企业发展策略分析

第九节 企业I

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

五、企业发展策略分析

第十节 企业J

一、企业发展基本情况

二、企业主要产品分析

三、企业经营情况分析

四、企业经营优势分析

五、企业发展策略分析

第九章 2016-2022年中国化妆品行业投资前景预测分析

第一节 2016-2022年中国化妆品行业投资前景分析

一、化妆品行业市场前景预测

二、化妆品行业销售收入预测

三、化妆品行业投资机会分析

第二节 2016-2022年中国化妆品行业投资风险分析

一、产业政策风险

二、原材料的风险

三、市场竞争风险

四、技术风险分析

第三节 2016-2022年中国化妆品行业投资策略及建议

第十章 化妆品企业投资战略与客户策略分析

第一节 化妆品企业发展战略规划背景意义

一、企业转型升级的需要（ZY LYS）

二、企业强做大做的需要

三、企业可持续发展需要

第二节 化妆品企业战略规划制定依据

一、国家产业政策

二、行业发展规律

三、企业资源与能力

四、可预期的战略定位

第三节 化妆品企业战略规划策略分析

一、战略总体规划

二、技术开发战略

三、区域战略规划

四、产业战略规划

五、营销品牌战略

六、竞争战略规划

第四节 化妆品企业重点客户战略实施

一、重点客户战略的必要性

二、重点客户的鉴别与确定

三、重点客户的开发与培育

四、重点客户市场营销策略

图表目录：（部分）

图表 行业生命周期的判断

图表 2015年中国化妆品行业经济财务指标统计

图表 2011-2015年中国化妆品企业数量增长趋势图

图表 2011-2015年中国化妆品行业从业人员统计

图表 2011-2015年中国化妆品行业资产总额统计

图表 2011-2015年中国化妆品行业资产增长趋势图

图表 2011-2015年中国化妆品行业销售收入统计

图表 2011-2015年中国化妆品行业销售收入增长趋势图

图表 2011-2015年中国化妆品行业利润总额统计

图表 2011-2015年中国化妆品行业利润增长趋势图

图表 2011-2015年中国化妆品行业资产负债率情况

图表 2011-2015年中国化妆品行业成本费用利润率情况

图表 2011-2015年中国化妆品行业销售利润率情况

图表 2011-2015年中国化妆品行业资产利润率情况

图表 2011-2015年中国化妆品行业毛利率情况

图表 2011-2015年中国化妆品行业应收账款周转率情况

图表 2011-2015年中国化妆品行业流动资产周转率情况

图表 2011-2015年中国化妆品行业总资产周转率情况

图表 2011-2015年中国化妆品行业成本费用结构构成情况

图表 2011-2015年中国化妆品行业销售成本统计

图表 2011-2015年中国化妆品行业销售费用统计

图表 2011-2015年中国化妆品行业管理费用统计

图表 2011-2015年中国化妆品行业财务费用统计

图表 2016-2022年中国化妆品行业销售收入预测趋势图

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201512/365198.html>