

2017-2022年中国化妆品OEM市场运行态势及投资战略研究报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2017-2022年中国化妆品OEM市场运行态势及投资战略研究报告》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：<https://www.chyxx.com/research/201609/446387.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

报告目录：

第一部分 化妆品代工行业现状 13

第一章 化妆品OEM综合概述 13

第一节 OEM概述 13

一、OEM相关概念 13

二、OEM发展历程 13

三、OEM的分类 13

第二节 化妆品OEM行业特性分析 14

一、化妆品OEM市场特点 14

二、化妆品OEM行业成熟度分析 15

第三节 化妆品OEM行业产业链分析 15

一、化妆品OEM产业链上游分析 15

二、化妆品OEM产业下游分析 16

三、化妆品OEM成本构成 16

第二章 中国化妆品OEM行业市场发展环境分析 17

第一节 全球环境分析 17

一、国际宏观经济发展现状 17

二、国际宏观经济预测分析 18

第二节 中国经济环境分析 20

一、中国GDP增长情况分析 20

二、工业经济发展形势分析 21

三、社会固定资产投资分析 23

四、全社会消费品零售总额 24

五、城乡居民收入增长分析 25

六、居民消费价格变化分析 26

七、对外贸易发展形势分析 26

第三节 中国化妆品OEM行业社会环境分析 27

一、人口环境分析 27

二、中国城镇化率 29

第四节 中国化妆品OEM行业技术环境分析 29

一、技术发展现状 29

二、行业的新技术 30

三、行业的新原料 31

四、技术开发研究方向	33
第三章 全球化妆品行业发展分析	35
第一节 全球化妆品行业市场发展分析	35
一、全球化妆品市场现状	35
二、全球化妆品市场规模	36
三、化妆品消费渠道分析	36
四、全球化妆品市场未来展望	36
第二节 美国化妆品产业运行概况	39
一、美国化妆品市场现状	39
二、美国化妆品进出口分析	39
三、美国化妆品市场品牌分析	39
四、美国化妆品市场发展趋势	40
第三节 法国化妆品产业运行概况	41
一、法国化妆品市场现状	41
二、法国化妆品进出口分析	41
三、法国化妆品市场品牌分析	41
四、法国化妆品市场发展趋势	42
第四节 日本化妆品产业运行概况	43
一、日本化妆品市场现状	43
二、日本化妆品进出口分析	43
三、日本化妆品市场品牌分析	44
四、日本化妆品市场发展趋势	45
第五节 韩国化妆品产业运行概况	45
一、韩国化妆品市场现状	45
二、韩国化妆品进出口分析	46
三、韩国化妆品市场品牌分析	46
四、韩国化妆品市场发展趋势	49
第六节 巴西化妆品产业运行概况	49
一、巴西化妆品市场现状	49
二、巴西化妆品进出口分析	50
三、巴西化妆品市场品牌分析	50
四、巴西化妆品市场发展趋势	51
第四章 中国化妆品OEM发展现状分析	52
第一节 化妆品OEM行业发展概况	52
一、中国化妆品OEM行业的现状	52

二、中国化妆品OEM行业发展的阶段	52
三、中国化妆品OEM行业存在的问题	53
四、中国化妆品OEM行业的发展趋势	53
第二节 2012-2016年中国化妆品OEM行业发展分析	54
一、2016年中国化妆品OEM行业发展概况	54
二、2015年中国化妆品OEM行业发展概况	55
三、2016年中国化妆品OEM行业发展概况	56
第三节 2010-2016年中国化妆品OEM行业规模分析	58
一、企业数量增长分析	58
二、资产规模增长分析	58
三、销售规模增长分析	58
四、利润规模增长分析	59
第四节 2010-2016年中国化妆品OEM行业成本费用分析	59
一、销售成本统计	59
二、主要费用统计	60
第五节 2010-2016年中国化妆品OEM行业运营效益分析	60
一、偿债能力分析	60
二、盈利能力分析	60
三、运营能力分析	62
第五章 化妆品OEM行业政策分析	63
第一节 现行发展政策分析	63
一、“十三五规划”对化妆品OEM行业的影响分析	63
二、“城镇化”对化妆品OEM行业影响分析	63
三、国家对化妆品OEM行业的规划分析	63
四、最新政策动向分析	64
第二节 化妆品OEM行业监管政策分析	65
一、现行的政策概述	65
二、与化妆品OEM相关的监管机构	66
三、化妆品OEM相关政策分析	68
（一）《化妆品生产企业卫生规范》	68
（二）《化妆品卫生监督条例》	68
（三）《化妆品卫生监督条例实施细则》	68
（四）《进出口化妆品监督检验管理办法》	69
四、未来的政策趋势	72
第六章 中国化妆品行业消费分析	73

第一节 化妆品行业产品消费者分析 73

- 一、女性消费者偏好分析 73
- 二、男性消费者偏好分析 73
- 三、低收入消费者偏好分析 75
- 四、高收入消费者偏好分析 76

第二节 化妆品开创市场消费需求的五种模式 77

- 一、市场细分型 77
- 二、品类另造型 77
- 三、个性风格型 77
- 四、专业放大型 78
- 五、先入为主型 78

第三节 化妆品消费市场状况分析 79

- 一、化妆品市场消费特点 79
- 二、化妆品消费观念分析 80
- 三、化妆品消费结构分析 80
- 四、化妆品市场的消费方向 81

第四节 影响消费因素分析 82

- 一、价格敏感程度 82
- 二、人为氛围的影响 82
- 三、情绪化消费影响 82
- 四、广告的影响程度 83
- 五、包装的影响程度 83

第二部分 市场竞争格局 84

第七章 中国化妆品OEM行业市场分析 84

第一节 中国化妆品OEM行业市场分析 84

- 一、中国化妆品OEM行业市场现状 84
- 二、中国化妆品OEM行业市场结构分析 85
- 三、化妆品OEM行业市场规模分析 85

第二节 化妆品OEM涉水电商SWOT分析 86

- 一、化妆品OEM涉水电商优势分析 86
- 二、化妆品OEM涉水电商劣势分析 86
- 三、化妆品OEM涉水电商机分析 87
- 四、化妆品OEM涉水电商威胁分析 87

第八章 化妆品OEM行业竞争分析 88

第一节 行业竞争结构分析 88

- 一、现有企业间竞争 88
- 二、潜在进入者威胁 88
- 三、替代品威胁分析 90
- 四、供应商议价能力 90
- 五、消费者议价能力 90
- 第二节 行业集中度分析 90
 - 一、市场集中度分析 90
 - 三、区域集中度分析 91
 - 三、品牌集中度分析 91
- 第三节 2017-2022年中国化妆品OEM行业竞争分析及预测 91
 - 一、2017-2022年化妆品OEM市场竞争形势分析 91
 - 二、2017-2022年集中度分析及预测 91
 - 三、2017-2022年竞争优势分析及预测 91
- 第九章 化妆品OEM市场区域分析 93
 - 第一节 华东地区化妆品市场分析 93
 - 一、企业规模情况 93
 - 二、化妆品制造市场规模 93
 - 三、化妆品OEM市场动态 93
 - 四、化妆品消费习惯 96
 - 第二节 华南地区化妆品市场分析 96
 - 一、企业规模情况 96
 - 二、化妆品制造市场规模 97
 - 三、化妆品OEM市场动态 97
 - 四、化妆品消费习惯 99
 - 第三节 华中地区化妆品市场分析 99
 - 一、企业规模情况 99
 - 二、化妆品制造市场规模 100
 - 三、化妆品市场动态 100
 - 四、化妆品消费习惯 101
 - 第四节 华北地区化妆品市场分析 102
 - 一、企业规模情况 102
 - 二、化妆品制造市场规模 102
 - 三、化妆品市场动态 102
 - 四、化妆品消费习惯 103
 - 第五节 东北地区化妆品市场分析 103

- 一、企业规模情况 103
- 二、化妆品制造市场规模 103
- 三、化妆品OEM市场动态 104
- 第六节 西部地区化妆品市场分析 104
 - 一、企业规模情况 104
 - 二、化妆品制造市场规模 105
 - 三、化妆品OEM市场动态 105
 - 四、化妆品消费习惯 106
- 第十章 化妆品OEM行业相关化妆品市场分析 107
 - 第一节 化妆品市场分析 107
 - 一、化妆品市场概况分析 107
 - 二、“十三五”规划对化妆品的影响 107
 - 三、化妆品市场前景分析 108
 - 第二节 中国化妆品市场存在的问题 108
 - 一、化妆品市场总体问题分析 108
 - 二、化妆品市场的卫生问题 110
 - 三、化妆品市场薄弱环节 110
 - 第三节 中国化妆品发展对策分析 112
 - 一、化妆品市场发展总体对策 112
 - 二、化妆品市场卫生问题的对策 113
 - 三、化妆品行业地位提升的对策 113
 - 第四节 2017-2022年化妆品发展趋势分析 116
 - 第五节 化妆品最新动态 118
- 第十一章 2015年中国化妆品市场规模分析 120
 - 第一节 中国化妆品市场总体概况 120
 - 一、中国化妆品市场规模分析 120
 - 二、中国化妆品市场特点分析 120
 - 三、中国化妆品市场结构分析 121
 - 四、中国化妆品产品结构分析 122
 - 第二节 中国护肤品市场分析 123
 - 一、护肤品市场规模 123
 - 二、护肤品品牌份额 123
 - 三、护肤品细分产品 124
 - (一) 身体护肤 124
 - (二) 面部护肤 124

- (三) 手部护肤 124
- 第三节 中国发用化妆品市场分析 125
 - 一、发用化妆品市场规模 125
 - 二、发用化妆品品牌份额 125
 - 三、发用化妆品细分产品分析 126
 - (一) 洗发水 126
 - (二) 染发剂 126
 - (三) 护发素 127
 - (四) 定型剂 127
 - (五) 防脱产品 127
 - (六) 沙龙护理 128
- 第四节 中国彩妆产品市场分析 128
 - 一、彩妆产品市场规模 128
 - 二、彩妆产品品牌份额 129
 - 三、彩妆产品细分产品 129
 - (一) 眼部彩妆 129
 - (二) 脸部彩妆 130
 - (三) 唇部彩妆 130
 - (四) 美甲 130
- 第五节 中国沐浴产品市场分析 131
 - 一、沐浴产品市场规模 131
 - 二、沐浴产品品牌份额 131
 - 三、沐浴产品市场前景 132
- 第六节 中国防晒产品市场分析 133
 - 一、防晒产品市场规模 133
 - 二、防晒产品品牌份额 133
 - 三、防晒产品市场前景 133
- 第七节 中国香水市场分析 134
 - 一、香水市场规模 134
 - 二、香水品牌份额 135
 - 三、香水市场前景 135
- 第八节 中国除汗剂产品分析 136
 - 一、除汗剂产品市场规模 136
 - 二、除汗剂产品品牌份额 137
 - 三、除汗剂产品市场前景 137

第九节 中国剃须脱毛产品分析 138

一、剃须脱毛产品市场规模 138

二、剃须脱毛产品品牌份额 138

第十二章 化妆品OEM行业国内重点企业分析 140

第一节 广州科玛化妆品制造有限公司 140

一、企业发展基本情况 140

二、企业主要产品分析 140

三、企业主要经济指标 141

四、企业经营效益分析 141

五、企业竞争优势分析 142

第二节 广东柏亚化妆品有限公司 142

一、企业发展基本情况 142

二、企业主要产品分析 143

三、企业主要经济指标 144

四、企业经营效益分析 144

五、企业竞争优势分析 145

第三节 浙江美之源化妆品有限公司 145

一、企业发展基本情况 145

二、企业主要产品分析 146

三、企业主要经济指标 147

四、企业经营效益分析 147

五、企业销售网络分析 148

六、企业竞争优势分析 148

第四节 广州市索柔生物科技有限公司 149

一、企业发展基本情况 149

二、企业主要产品分析 149

三、企业服务模式分析 150

四、企业竞争优势分析 150

第五节 广州宝生堂化妆品有限公司 151

一、企业发展基本情况 151

二、企业主要产品分析 151

三、企业销售网络分析 152

四、企业竞争优势分析 152

第六节 琦雅日化（上海）有限公司 153

一、企业发展基本情况 153

二、企业主要产品分析 153

三、企业生产规模分析 154

四、企业竞争优势分析 154

第七节 广州市涵美化妆品有限公司 154

一、企业发展基本情况 154

二、企业主要产品分析 155

三、企业生产能力分析 155

四、企业竞争优势分析 156

第八节 广州瑞嘉精细化工有限公司 156

一、企业发展基本情况 156

二、企业主要产品分析 157

三、企业生产经营分析 158

四、企业销售网络分析 158

五、企业竞争优势分析 159

第九节 广州市清茹化妆品有限公司 159

一、企业发展基本情况 159

二、企业主要产品分析 160

三、企业研发技术分析 160

四、企业战略发展分析 161

第十节 广州德芙化妆品有限公司 161

一、企业发展基本情况 161

二、企业主要产品分析 161

三、企业生产经营分析 162

四、企业竞争优势分析 162

第三部分 行业预测 163

第十三章 化妆品OEM行业投资机会与风险 163

第一节 2017-2022年中国化妆品行业的发展趋势 163

一、化妆品需求市场发展趋势 163

二、化妆品产品发展趋势分析 163

三、化妆品营销渠道发展趋势 164

四、2017-2022年化妆品市场消费规模分析 165

第二节 2017-2022年化妆品OEM行业投资机会分析 166

一、化妆品OEM行业的投资方向 166

二、化妆品需求市场发展趋势 166

三、化妆品OEM行业的投资建议 166

- 四、新进入者应注意的障碍因素分析 167
- 五、2017-2022年化妆品OEM投资前景分析 167
- 六、2017-2022年化妆品OEM市场规模分析 167
- 第三节 2017-2022年影响化妆品OEM行业发展的主要因素 168
 - 一、影响化妆品OEM行业运行的有利因素分析 168
 - 二、影响化妆品OEM行业运行的不利因素分析 169
- 第四节 2017-2022年化妆品OEM行业投资风险分析 169
 - 一、市场竞争风险分析 169
 - 二、政策波动风险分析 170
 - 三、技术落后风险分析 170
 - 四、产品结构变动风险 171
 - 五、其他相关风险分析 171
- 第四部分 投资战略 172
- 第十四章 化妆品OEM行业投资战略分析 172 (ZY CW)
 - 第一节 化妆品OEM行业发展战略分析 172
 - 一、战略综合规划 172
 - 二、技术开发战略 172
 - 三、区域战略规划 173
 - 四、产业战略规划 173
 - 五、营销品牌战略 173
 - 六、竞争战略规划 175
 - 第二节 对化妆品OEM品牌的战略思考 176
 - 一、企业品牌的重要性 176
 - 二、化妆品OEM实施品牌战略的意义 177
 - 三、化妆品OEM品牌定位的战略策略 179
 - 第三节 化妆品OEM行业投资战略研究 181
 - 一、产品规划 181
 - 二、产品差异化定位 181
 - 三、独立配方的研发 182
 - 四、关于产品创新的问题 182
 - 五、细分市场投资战略 183
 - 第四节 专家的投资建议分析 183
 - 一、具日化线经验的投资者 183
 - 二、具专营(专卖)店经验的投资者 184
 - 三、具美容专业线经验的投资者 185

四、有丰富经验的代理商 185

图表目录：

- 图表 1 2012-2015年世界主要国家和地区经济增长率比较 18
- 图表 2 2014-2015年IMF对全球及主要经济体经济增长预测值 19
- 图表 3 2009-2016年中国国内生产总值及增长变化趋势图 21
- 图表 4 2013-2016年国内生产总值构成及增长速度统计 21
- 图表 5 2015年中国规模以上工业增加值及增长速度趋势图 22
- 图表 6 2016年中国规模以上工业增加值及增长速度趋势图 22
- 图表 7 2009-2016年中国全社会固定资产投资增长趋势图 23
- 图表 8 2009-2016年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图 24
- 图表 9 2009-2016年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 25
- 图表 10 2016年中国居民消费价格月度变化趋势图 26
- 图表 11 2009-2016年中国进出口总额增长趋势图 27
- 图表 12 2008-2015年中国人口总量增长趋势图 28
- 图表 13 2015年中国人口数量及其构成情况统计 28
- 图表 14 2008-2015年中国城镇化率变化趋势图 29
- 图表 15 2008-2015年全球化妆品零售额统计 36
- 图表 16 日本各类化妆品销售额占比 43
- 图表 17 2014年中国化妆品制造行业经济指标统计 54
- 图表 18 2015年中国化妆品制造行业经济指标统计 56
- 图表 19 2016年中国化妆品制造行业经济指标统计 57
- 图表 20 2010-2016年中国化妆品制造企业数量变化趋势图 58
- 图表 21 2010-2016年中国化妆品制造行业资产总额统计 58
- 图表 22 2010-2016年中国化妆品制造行业销售收入统计 59
- 图表 23 2010-2016年中国化妆品制造行业利润总额统计 59
- 图表 24 2010-2016年中国化妆品制造行业销售成本统计 59
- 图表 25 2010-2016年中国化妆品制造行业费用统计 60
- 图表 26 2010-2016年中国化妆品制造行业资产负债率情况 60
- 图表 27 2010-2016年中国化妆品制造行业毛利率情况 61
- 图表 28 2010-2016年中国化妆品制造行业成本费用利润率情况 61
- 图表 29 2010-2016年中国化妆品制造行业销售利润率情况 61
- 图表 30 2010-2016年中国化妆品制造行业资产利润率情况 61
- 图表 31 2010-2016年中国化妆品制造行业应收账款周转率情况 62
- 图表 32 2010-2016年中国化妆品制造行业流动资产周转率情况 62
- 图表 33 2010-2016年中国化妆品制造行业总资产周转率情况 62

更多图表见正文.....

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201609/446387.html>