

2015-2020年中国化妆品市场运行态势及投资策略 报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2015-2020年中国化妆品市场运行态势及投资策略报告》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/201501/301959.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：

- 第一章 中国化妆品行业发展综述 17
 - 第一节 化妆品行业定义及分类 17
 - 一、行业概念及定义 17
 - 二、行业主要产品大类 18
 - 第二节 化妆品行业的所处地位分析 20
 - 一、行业在国民经济中的地位 20
 - 二、行业目前所处的生命周期 20
 - 三、行业在所处产业链中地位 21
 - 第三节 化妆品行业统计标准 21
 - 一、行业统计部门和口径 21
 - 二、行业统计方法 22
- 第二章 中国化妆品行业市场环境分析 23
 - 第一节 化妆品行业政策环境分析 23
 - 一、行业政策动向 23
 - (一) 中国化妆品监管机构及职责 23
 - (二) 中国化妆品被监管对象及特点 25
 - (三) 中国化妆品监管的最新进展 26
 - (四) 中国化妆品行业新政策解读 28
 - (五) 国家引导防晒类护肤品消费 29
 - (六) 国家规范化妆品产品技术要求 32
 - (七) 国家完善化妆品安全风险评估 37
 - (八) 《化妆品生产企业卫生规范》 38
 - (九) 《化妆品卫生监督条例》 38
 - (十) 《化妆品卫生监督条例实施细则》 39
 - (十一) 《进出口化妆品监督检验管理办法》 40
 - 二、行业发展规划 42
 - (一) 行业规模规划 42
 - (二) 行业企业规划 43
 - (三) 行业品牌规划 43
 - (四) 行业产品规划 43
 - 第二节 化妆品行业经济环境分析 43
 - 一、中国GDP增长情况 43

- (一) 中国GDP增长状况 43
- (二) 行业与GDP的关联性分析 45
- 二、居民人均收入变化 45
 - (一) 居民人均收入变化情况 45
 - (二) 行业与居民收入的关联性分析 46
- 第三节 化妆品行业消费环境分析 46
 - 一、消费群体变化分析 46
 - 二、消费观念变化分析 49
 - 三、消费者心理研究 50
 - (一) 消费者价值心理 50
 - (二) 消费者规范心理 50
 - (三) 消费者习惯心理 50
 - (四) 消费者身份心理 51
 - (五) 消费者情感心理 51
 - 四、消费者行为研究 52
 - (一) 不同性别消费者行为研究 52
 - 1、女性消费者行为研究 52
 - 2、男性消费者行为研究 56
 - (二) 不同年龄消费者行为研究 58
 - 1、儿童消费者行为研究 58
 - 2、中老年消费者行为研究 58
 - (三) 不同收入消费者行为研究 59
 - 1、低收入消费者行为研究 59
 - 2、高收入消费者行为研究 60
- 第三章 中国化妆品行业发展现状分析 61
 - 第一节 化妆品行业发展概况 61
 - 一、行业发展历程 61
 - 二、行业市场规模 61
 - 三、行业区域分布 62
 - 四、行业市场结构 62
 - 第二节 化妆品行业供需平衡分析 63
 - 一、全国化妆品行业供给情况分析 63
 - (一) 全国化妆品制造企业数量 63
 - (二) 全国化妆品行业产成品分析 64
 - 二、全国化妆品行业需求情况分析 65

- (一) 全国化妆品行业销售产值分析 65
- (二) 全国化妆品行业销售收入分析 66
- 三、各地区化妆品行业市场情况分析 67
 - (一) 华东地区化妆品市场分析 67
 - (二) 华中地区化妆品市场分析 68
 - (三) 华北和东北地区化妆品市场分析 68
 - (四) 西北地区化妆品市场分析 69
 - (五) 华南地区化妆品市场分析 70
 - (六) 西南地区化妆品市场分析 70
- 四、全国化妆品市场供需特点分析 71
- 第三节 化妆品行业经营情况分析 72
 - 一、中国化妆品关注度分析 72
 - (一) 化妆品行业关注指数 72
 - (二) 化妆品相关关注内容 72
 - (三) 化妆品网民关注的肌肤问题 73
 - (四) 化妆品网民关注的品牌等级 73
 - (五) 化妆品网民关注的产品大类 74
 - 二、中国化妆品行业发展总体概况 79
 - 三、中国化妆品市场总体问题分析 83
 - 四、行业主要经济效益促进因素 83
 - 五、行业经营情况分析 84
 - (一) 化妆品行业经营效益分析 84
 - (二) 化妆品行业盈利能力分析 85
 - (三) 化妆品行业运营能力分析 87
 - (四) 化妆品行业偿债能力分析 88
- 第四节 化妆品行业进出口状况分析 88
 - 一、行业出口分析 88
 - (一) 行业出口整体情况 88
 - (二) 行业出口区域分布 90
 - (三) 化妆品行业出口前景及建议 94
 - 二、行业进口分析 96
 - (一) 行业进口整体情况 96
 - (二) 行业进口来源情况 97
 - (三) 化妆品行业进口前景及建议 101
- 第四章 中国化妆品行业竞争状况现状 103

第一节 国外化妆品行业竞争现状分析 103

一、国际市场竞争格局 103

(一) 区域分布格局 103

(二) 产品竞争格局 104

二、重点国家市场分析 105

(一) 美国化妆品市场分析 105

(二) 日本化妆品市场分析 107

(三) 法国化妆品市场分析 109

(四) 欧盟化妆品市场分析 110

(五) 拉美化妆品市场分析 110

(六) 印度化妆品市场分析 112

(七) 韩国化妆品市场分析 112

(八) 俄罗斯化妆品市场分析 115

三、重点企业市场分析 117

(一) 欧莱雅 117

(二) 宝洁 118

(三) 雅诗兰黛 121

(四) 资生堂 126

(五) 联合利华 128

(六) 爱茉莉 131

(七) 如新 133

(八) 雅芳 135

(九) 花王 137

第二节 国内化妆品行业竞争现状分析 139

一、国内市场竞争格局 139

(一) 区域分布格局 139

(二) 企业规模格局 140

(三) 企业性质格局 140

二、行业五力模型分析 141

(一) 上游议价能力 141

(二) 下游议价能力 141

(三) 新进入者威胁 141

(四) 替代产品威胁 143

(五) 行业内部竞争 143

三、在华外企战略分析 145

- (一) 美国玫琳凯公司 145
- (二) 法国欧莱雅集团 145
- (三) 日本资生堂公司 146
- (四) 美国雅芳公司 147
- (五) 美国宝洁公司 148
- (六) 美国雅诗兰黛集团 149
- (七) 美国安利公司 150
- (八) 英国联合利华公司 153
- 第三节 行业投资兼并重组整合分析 159
 - 一、国际投资兼并重组动态 159
 - 二、国内投资兼并重组分析 160
 - (一) 投资兼并重组现状 160
 - (二) 投资兼并重组案例 160
- 第五章 中国化妆品行业细分市场分析 163
 - 第一节 按产品功能划分细分市场分析 163
 - 一、洗浴用品市场分析 163
 - (一) 洗浴用品市场概况 163
 - (二) 洗浴用品市场竞争格局 165
 - (三) 洗浴用品品牌竞争状况 166
 - (四) 洗浴用品细分市场分析 167
 - 1、发用化妆品市场分析 167
 - 2、洗发产品市场分析 168
 - 3、护发产品市场分析 168
 - 4、美发产品市场分析 168
 - 5、发用定型剂市场分析 169
 - 6、沐浴类产品市场分析 171
 - 二、润肤护肤用品市场 171
 - (一) 护肤品市场规模分析 171
 - (二) 润肤护肤品市场结构分析 172
 - (三) 润肤护肤用品细分市场分析 173
 - 1、美白类产品市场分析 173
 - 2、保湿类产品市场分析 175
 - 3、防晒类产品市场分析 176
 - 4、抗衰老紧致产品分析 179
 - 5、抗脂紧致产品市场分析 180

- 三、香水产品市场分析 181
 - (一) 香水市场发展现状 181
 - (二) 香水企业市场占有率 182
 - (三) 香水的细分市场分析 183
 - 1、女士香水 183
 - 2、男士香水 184
 - 3、汽车香水 184
 - (四) 中国香水市场的品牌格局 185
 - (五) 香水市场的发展前景 186
- 四、彩妆市场分析 186
 - (一) 中国彩妆市场规模 186
 - (二) 中国彩妆市场结构 187
 - (三) 彩妆市场消费特点 187
 - (四) 彩妆企业市场占有率 188
 - (五) 彩妆品牌市场占有率 189
 - (六) 面部彩妆市场分析 190
 - (七) 眼部彩妆市场分析 191
 - (八) 唇部彩妆市场分析 192
 - (九) 美甲产品市场分析 194
- 第二节 按产品档次划分细分市场分析 195
 - 一、高端化妆品市场分析 195
 - (一) 高端化妆品品牌关注度分析 195
 - (二) 高端化妆品市场现状分析 195
 - (三) 高端化妆品营销策略与渠道 196
 - 二、大众化妆品市场分析 198
 - (一) 大众化妆品品牌关注度分析 198
 - (二) 大众化妆品市场现状分析 198
 - (三) 大众化妆品营销策略与渠道 199
- 第三节 潜力产品细分市场分析 与前景预测 200
 - 一、婴儿护肤品市场分析与前景预测 200
 - (一) 婴儿护肤品主要产品种类 200
 - (二) 婴儿护肤品市场的品牌格局与竞争态势 201
 - (三) 婴儿护肤品市场消费者分析 202
 - (四) 婴儿护肤品的营销策略和渠道 203
 - (五) 婴儿护肤品市场的发展前景 207

二、男性化妆品市场分析与前景预测 208

(一) 男性化妆品关注度分析 208

1、男性化妆品搜索指数 208

2、男性关注清洁产品 209

3、男性关注化妆品品牌排名 210

(二) 男性化妆品市场现状 211

(三) 男性化妆品市场竞争态势 211

(四) 男性化妆品营销渠道 212

(五) 男性化妆品市场前景 212

三、中老年化妆品市场分析与前景预测 213

(一) 中老年化妆品产品需求种类 213

(二) 中老年化妆品市场现状 215

(三) 中老年化妆品营销分析 216

(四) 中老年化妆品市场发展前景 217

第四节 热点产品细分市场分析与前景预测 218

一、药妆市场发展现状及前景预测 218

(一) 药妆的定义及主要分类 218

(二) 药妆市场的政策规范 219

(三) 国外药妆市场现状 221

(四) 国内药妆市场现状 221

(五) 国内药妆市场竞争格局 222

(六) 国内药妆市场存在问题 222

(七) 国内药妆市场前景预测 224

二、有机/天然化妆品市场发展现状及前景预测 225

(一) 有机/天然化妆品的定义与认证 225

(二) 全球天然化妆品市场现状 226

(三) 有机/天然化妆品的政策规范 226

(四) 有机/天然化肤品的品牌分析 227

(五) 有机/天然化妆品的前景预测 232

第六章 中国化妆品行业所处产业链分析 233

第一节 化妆品行业产业链上游分析 233

一、原材料行业分析 233

(一) 天然油脂原料 233

(二) 合成油脂原料 233

(三) 粉质原料 234

- (四) 胶质原料 234
- (五) 表面活性剂 235
- 二、包装行业分析 235
 - (一) 纸质包装 235
 - (二) 玻璃包装 237
 - (三) 塑料包装 237
 - (四) 铝包装 238
- 第二节 化妆品行业产业链下游分析 238
 - 一、零售行业分析 238
 - 二、网络零售分析 239
- 第七章 中国化妆品行业营销策略分析 240
 - 第一节 化妆品行业传统渠道策略分析 240
 - 一、商场专柜渠道分析 240
 - 二、超市卖场渠道分析 240
 - 三、专营店渠道分析 240
 - 四、连锁专卖渠道分析 240
 - 五、药店零售渠道分析 241
 - 六、美容院零售渠道分析 241
 - 七、电视购物渠道分析 241
 - 第二节 化妆品行业电子商务渠道分析 242
 - 一、商务应用方式 242
 - (一) 企业网上宣传 242
 - (二) 网上市场调研 242
 - (三) 网络分销联系 243
 - (四) 网上直接销售 244
 - (五) 网上营销集成 244
 - 二、渠道销售规模 245
 - 三、平台运营分析 246
 - (一) 借助第三方平台 246
 - (二) 建设自有平台 246
 - 四、渠道优势分析 246
 - (一) 第三方平台优势 246
 - (二) 自有平台优势 246
 - 五、渠道劣势分析 247
 - (一) 第三方平台劣势 247

- (二) 自有平台劣势 248
- 六、与传统渠道关联分析 248
 - (一) 利好关联 248
 - (二) 不利关联 248
 - (三) 解决方案 248
- 七、渠道经营策略 250
 - (一) 规划共同愿景 250
 - (二) 产品差异化经营 250
 - (三) 完善售后服务 251
- 第三节 化妆品行业的产品策略分析 252
 - 一、行业领先产品策略分析 252
 - (一) 品牌定位策略分析 252
 - (二) 产品组合策略分析 253
 - (三) 产品差异化策略分析 254
 - (四) 新产品开发策略分析 255
 - (五) 产品生命周期运用策略分析 257
- 第四节 化妆品行业的定价策略分析 258
 - 一、行业领先定价策略分析 258
 - (一) 成本导向定价法 258
 - (二) 竞争导向定价法 258
 - (三) 顾客导向定价法 259
- 第五节 化妆品行业的促销策略分析 260
 - 一、行业促销策略概述 260
 - 二、行业领先促销策略分析 261
 - (一) 广告促销策略 261
 - (二) 活动促销策略 263
 - 三、行业典型促销案例分析 268
- 第八章 中国化妆品行业区域市场分析 269
 - 第一节 行业总体区域结构特征分析 269
 - 一、行业市场分布情况 269
 - 二、行业产值分布情况 270
 - 三、行业利润分布情况 270
 - 第二节 广东省化妆品行业发展分析 271
 - 一、广东省化妆品行业生产销售情况分析 271
 - 二、广东省化妆品行业在行业中的地位变化 272

三、广东省化妆品行业经济运行状况分析	272
第三节 江苏省化妆品行业发展分析	273
一、江苏省化妆品行业生产销售情况分析	273
二、江苏省化妆品行业在行业中的地位变化	274
三、江苏省化妆品行业经济运行状况分析	274
第四节 上海市化妆品行业发展分析	276
一、上海市化妆品行业生产销售情况分析	276
二、上海市化妆品行业在行业中的地位变化	276
三、上海市化妆品行业经济运行状况分析	276
第五节 安徽省化妆品行业发展分析	278
一、安徽省化妆品行业生产销售情况分析	278
二、安徽省化妆品行业在行业中的地位变化	278
三、安徽省化妆品行业经济运行状况分析	278
第六节 浙江省化妆品行业发展分析	280
一、浙江省化妆品行业生产销售情况分析	280
二、浙江省化妆品行业在行业中的地位变化	280
三、浙江省化妆品行业经济运行状况分析	280
第七节 北京市化妆品行业发展分析	282
一、北京市化妆品行业生产销售情况分析	282
二、北京市化妆品行业在行业中的地位变化	282
三、北京市化妆品行业经济运行状况分析	282
第八节 湖北省化妆品行业发展分析	284
一、湖北省化妆品行业生产销售情况分析	284
二、湖北省化妆品行业在行业中的地位变化	284
三、湖北省化妆品行业经济运行状况分析	284
第九章 中国化妆品行业重点企业分析	286
第一节 化妆品行业上市企业个案分析	286
一、上海家化联合股份有限公司	286
(一) 企业发展简况分析	286
(二) 企业经营状况分析	287
(三) 主要经济指标分析	288
(四) 企业盈利能力分析	288
(五) 企业运营能力分析	289
(六) 企业偿债能力分析	289
(七) 企业产品结构及新产品动向	290

- (八) 企业销售渠道与网络 290
- (九) 企业经营优势分析 291
- (十) 企业投资兼并与重组分析 292
- (十一) 企业发展战略及展望 293
- (十二) 企业最新发展动向分析 294
- 二、索芙特股份有限公司 295
 - (一) 企业发展简况分析 295
 - (二) 企业经营状况分析 296
 - (三) 主要经济指标分析 297
 - (四) 企业盈利能力分析 297
 - (五) 企业运营能力分析 298
 - (六) 企业偿债能力分析 298
 - (七) 企业产品结构及新产品动向 298
 - (八) 企业销售渠道与网络 299
 - (九) 企业经营优势分析 299
 - (十) 企业投资兼并与重组分析 300
 - (十一) 企业发展战略及展望 300
- 三、霸王国际集团(控股)有限公司 301
 - (一) 企业发展简况分析 301
 - (二) 企业经营状况分析 301
 - (三) 主要经济指标分析 301
 - (四) 企业盈利能力分析 302
 - (五) 企业运营能力分析 302
 - (六) 企业偿债能力分析 303
 - (七) 企业产品结构及新产品动向 303
 - (八) 企业销售渠道与网络 304
 - (九) 企业经营状况优势分析 304
- 四、美即控股国际有限公司 305
 - (一) 企业发展简况分析 305
 - (二) 企业经营状况分析 305
 - (三) 主要经济指标分析 305
 - (四) 企业盈利能力分析 306
 - (五) 企业运营能力分析 306
 - (六) 企业偿债能力分析 307
 - (七) 企业产品结构及新产品动向 307

- (八) 企业销售渠道与网络 309
- (九) 企业最新发展动向 310
- (十) 企业发展战略及展望 310
- 第二节 化妆品行业领先企业个案分析 311
- 一、江苏隆力奇集团有限公司 311
 - (一) 企业发展简况分析 311
 - (二) 企业经营状况分析 312
 - (三) 企业发展历程分析 312
 - (四) 企业产品结构及新产品动向 313
 - (五) 企业销售渠道与网络 314
 - (六) 企业经营优势分析 314
 - (七) 企业发展战略分析 314
 - (八) 企业最新发展动态 315
- 二、广州宝洁有限公司 315
 - (一) 企业发展简况分析 315
 - (二) 企业经营状况分析 315
 - (三) 企业偿债能力分析 316
 - (四) 企业盈利能力分析 316
 - (五) 企业运营能力分析 317
 - (六) 企业产品结构及新产品动向 317
 - (七) 企业经营状况优势分析 318
- 三、玫琳凯(中国)化妆品有限公司 319
 - (一) 企业发展简况分析 319
 - (二) 企业经营状况分析 320
 - (三) 企业偿债能力分析 320
 - (四) 企业盈利能力分析 321
 - (五) 企业运营能力分析 321
 - (六) 企业在华投资分析 322
 - (七) 企业产品结构及新产品动向 323
 - (八) 企业销售渠道与网络 325
 - (九) 企业最新发展动态分析 325
- 四、雅芳(中国)有限公司 325
 - (一) 企业发展简况分析 325
 - (二) 企业经营状况分析 327
 - (三) 企业偿债能力分析 327

- (四) 企业盈利能力分析 328
- (五) 企业运营能力分析 328
- (六) 企业产品结构及新产品动向 329
- (七) 企业销售渠道与网络 329
- (八) 企业在华投资分析 329
- 五、新生活集团(中国)有限公司 331
 - (一) 企业发展简况分析 331
 - (二) 企业产品结构及新产品动向 332
 - (三) 企业销售渠道与网络 333
 - (四) 企业经营优势分析 334
 - (五) 企业生产基地分析 334
- 第十章 2015-2020年中国化妆品行业发展投资策略 336
 - 第一节 化妆品行业投资特性分析 336
 - 一、行业进入壁垒分析 336
 - (一) 技术壁垒 336
 - (二) 渠道壁垒 336
 - (三) 品牌壁垒 336
 - 二、行业投资机会分析 337
 - (一) 90后将带动行业消费增长 337
 - (二) 渠道下沉扩大市场容量 338
 - (三) 中国的高消费时代到来 339
 - (四) 产业升级成本将会压缩 339
 - (五) 网络市场加快市场开拓 339
 - 第二节 化妆品行业投资风险分析 340
 - 一、行业政策波动风险 340
 - 二、行业技术落后风险 341
 - 三、行业市场竞争风险 341
 - 四、行业企业内部风险 341
 - 五、行业宏观经济波动风险 342
 - 六、行业产品结构变动风险 342
 - 七、行业其他相关风险 342
 - 第三节 化妆品行业投资建议 343
 - 一、行业存在问题分析 343
 - (一) 准入门槛偏低源头把关不严 343
 - (二) 缺乏统一标准质量管理滞后 343

(三) 法规体制滞后与行业发展不相适应 343

二、投资建议 343

(一) 强化本土品牌的本土特色 343

(二) 注重跟踪研发和合作研发策略 344

(三) 从趋势性技术寻找市场机会 345

(四) 积极申请专利技术学会自我保护 346

图表目录：

图表 1 化妆品分类（按使用目的分） 18

图表 2 化妆品分类（按使用部位分） 19

图表 3 行业生命周期的判断 20

图表 4 化妆品产品技术要求（文本格式） 34

图表 5 2012-2014年国内生产总值构成及增长速度统计 44

图表 6 2008-2014年中国国内生产总值及增长变化趋势图 44

图表 7 化妆品行业与国内GDP关联性 45

图表 8 2008-2014年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图 46

图表 9 2007-2013年中国人口数量及增长率变化趋势图 47

图表 10 2013年末中国各年龄段人口比重 47

图表 11 2005-2013年中国女性人口数量及比重 48

图表 12 中国女性人口年龄分布结构图 49

图表 13 不同学历男性使用化妆品的状况 56

图表 14 不同收入男性使用化妆品的状况 56

图表 15 男性不使用化妆品的原因分析 57

图表 16 儿童化妆品消费的决策过程 58

图表 17 2007-2013年中国化妆品市场规模增长趋势图 62

图表 18 2013年中国化妆品市场规模区域结构 62

图表 19 2009-2014年中国化妆品制造企业数量变化趋势图 64

图表 20 2009-2014年中国化妆品制造行业产成品统计 64

图表 21 2009-2014年中国化妆品制造行业产成品增长趋势图 65

图表 22 2009-2013年中国化妆品制造行业销售产值统计 65

图表 23 2009-2013年中国化妆品制造行业销售产值增长趋势图 66

图表 24 2009-2014年中国化妆品制造行业销售收入统计 66

图表 25 2009-2014年中国化妆品制造行业销售收入变化趋势图 67

图表 26 2007-2013年华东地区化妆品市场规模及增长趋势 68

图表 27 2007-2013年华中地区化妆品市场规模及增长率 68

图表 28 2007-2013年华北和东北地区化妆品市场规模及增长率 69

- 图表 29 2007-2013年西北地区化妆品市场规模及增长率 69
- 图表 30 2007-2013年华南地区化妆品市场规模及增长率 70
- 图表 31 2007-2013年西南地区化妆品市场规模及增长趋势 70
- 图表 32 2012-2013Q2化妆品行业搜索指数 72
- 图表 33 2014年Q2化妆品行业搜索词特征 73
- 图表 34 2014年化妆品品牌等级关注度 74
- 图表 35 2014年中国护肤品牌关注度排名 75
- 图表 36 2014年护肤类用途关注度排行 75
- 图表 37 2014年护肤化妆品分类关注度排行 76
- 图表 38 2014年中国彩妆品牌关注度排名 77
- 图表 39 2014年彩妆类用途关注度排行 77
- 图表 40 2014年中国彩妆产品关注度排名 78
- 图表 41 2014年香水类化妆品品牌关注度 79
- 图表 42 2013年中国化妆品制造行业经济指标统计 81
- 图表 43 2014年中国化妆品制造行业经济指标统计 82
- 图表 44 2009-2014年中国化妆品制造行业利润总额统计 85
- 图表 45 2009-2014年中国化妆品制造行业利润变化趋势图 85
- 图表 46 2009-2014年中国化妆品制造行业毛利率情况 85
- 图表 47 2009-2014年中国化妆品制造行业成本费用利润率情况 86
- 图表 48 2009-2014年中国化妆品制造行业销售利润率情况 86
- 图表 49 2009-2014年中国化妆品制造行业总资产利润率情况 86
- 图表 50 2009-2014年中国化妆品制造行业应收账款周转率情况 87
- 图表 51 2009-2014年中国化妆品制造行业流动资产周转率情况 87
- 图表 52 2009-2014年中国化妆品制造行业总资产周转率情况 88
- 图表 53 2009-2014年中国化妆品制造行业资产负债率情况 88
- 图表 54 2007-2014年中国化妆品、美容品及护肤品出口统计 89
- 图表 55 2007-2014年中国香水及花露水出口统计 89
- 图表 56 2007-2014年中国护发品出口统计 90
- 图表 57 2013年中国化妆品、美容品及护肤品出口流向情况 90
- 图表 58 2013年中国化妆品、美容品及护肤品出口流向结构分布图 91
- 图表 59 2014年中国化妆品、美容品及护肤品出口流向情况 91
- 图表 60 2013年中国香水及花露水出口流向情况 92
- 图表 61 2013年中国香水及花露水出口流向结构分布图 92
- 图表 62 2014年中国香水及花露水出口流向情况 93
- 图表 63 2013年中国护发品出口流向情况 93

- 图表 64 2013年中国护发品出口流向结构分布图 94
- 图表 65 2014年中国护发品出口流向情况 94
- 图表 66 2007-2014年中国化妆品、美容品及护肤品进口统计 96
- 图表 67 2007-2014年中国香水及花露水进口统计 96
- 图表 68 2007-2014年中国护发品进口统计 97
- 图表 69 2013年中国化妆品、美容品及护肤品进口来源地情况 97
- 图表 70 2013年中国化妆品、美容品及护肤品进口来源地结构分布图 98
- 图表 71 2014年中国化妆品、美容品及护肤品进口来源地情况 98
- 图表 72 2013年中国香水及花露水进口来源地情况 99
- 图表 73 2013年中国香水及花露水进口来源地结构分布图 99
- 图表 74 2014年中国香水及花露水进口来源地情况 100
- 图表 75 2013年中国护发品进口来源地情况 100
- 图表 76 2013年中国护发品进口来源地结构分布图 101
- 图表 77 2014年中国护发品进口来源地情况 101
- 图表 78 2008-2013年全球化妆品市场规模增长趋势图 103
- 图表 79 美国化妆品销售渠道 105
- 图表 80 日本各类化妆品销售额占比 108
- 图表 81 2010-2013年欧莱雅集团营业收入分部门情况表 117
- 图表 82 2013年欧莱雅集团收入结构图 118
- 图表 83 2010-2013财年欧莱雅集团收入与利润统计表 118
- 图表 84 2010-2013财年美国宝洁公司经济情况统计表 119
- 图表 85 2013财年美国宝洁公司收入结构图 119
- 图表 86 2008-2013财年日本资生堂公司营业收入变化趋势图 128
- 图表 87 2008-2013财年日本资生堂公司营业利润变化趋势图 128
- 图表 88 2009-2013财年联合利华公司收入与利润统计表 130
- 图表 89 2010-2013年联合利华公司营业收入分部门情况表 130
- 图表 90 2013年联合利华公司收入结构图 131
- 图表 91 2008-2013年如新集团营业收入变化趋势图 134
- 图表 92 2008-2013年如新集团营业利润变化趋势图 134
- 图表 93 2008-2013年如新集团总资产变化趋势图 134
- 图表 94 2008-2013年如新集团营业收入分地区情况表 134
- 图表 95 雅芳化妆类产品简介 136
- 图表 96 2010-2014年雅芳公司收入与利润统计表 136
- 图表 97 2013年雅芳公司收入结构图 136
- 图表 98 2009-2012财年日本花王集团营业收入情况 137

- 图表 99 2009-2012财年日本花王集团营业利润变化情况 138
- 图表 100 2009-2012财年日本花王集团总资产情况 138
- 图表 101 2012财年日本花王集团营业收入分部门情况表 138
- 图表 102 2011-2012财年日本花王集团营业收入分地区情况表 138
- 图表 103 2013年中国各省区化妆品制造企业数量比较 139
- 图表 104 2011-2013年中国不同规模化妆品制造企业数量统计 140
- 图表 105 2013年中国不同规模化妆品制造企业数量所占份额 140
- 图表 106 2011-2013年中国不同所有制化妆品制造企业数量统计 140
- 图表 107 2013年中国不同所有制化妆品制造企业数量所占份额 141
- 图表 108 中国化妆品企业市场占有率 144
- 图表 109 2007-2013年中国洗浴用品市场规模变化趋势图 163
- 图表 110 2007-2013年中国洗浴用品市场规模情况 164
- 图表 111 2007-2013年中国高档与大众洗浴用品市场份额 164
- 图表 112 2009-2013年中国高档洗浴用品品牌市场份额 164
- 图表 113 2008-2013年中国洗浴用品企业市场占有率 165
- 图表 114 2009-2013年中国洗浴用品市场品牌占有率 166
- 图表 115 2007-2013年中国发用化妆品市场规模及增长率 167
- 图表 116 2007-2013年中国洗发水市场规模 168
- 图表 117 2007-2013年中国主要护发产品市场规模 168
- 图表 118 2007-2013年中国染发剂市场规模 168
- 图表 119 2009-2013年中国染发剂品牌市场占有率 169
- 图表 120 2007-2013年中国发用定型剂市场规模及增长率 169
- 图表 121 2007-2013年中国发用定型剂各细分产品市场份额 170
- 图表 122 2009-2013年中国发用定型剂品牌市场占有率 170
- 图表 123 2007-2013年中国洗浴用品沐浴类产品市场规模情况 171
- 图表 124 2007-2013年中国护肤品市场规模及增长率 172
- 图表 125 2005-2013年中国护肤品细分市场统计 172
- 图表 126 2009-2013年美白面膜市场占比 173
- 图表 127 2009-2013年美白洁肤品市场占有率 174
- 图表 128 2009-2013年美白面部润肤霜市场占有率 174
- 图表 129 2009-2013年美白紧致护肤品市场占有率 174
- 图表 130 2009-2013年美白爽肤水市场占有率 175
- 图表 131 2009-2013年中国保湿护肤品品牌市场占有率 175
- 图表 132 2007-2013年中国防晒品市场规模 176
- 图表 133 2007-2013年中国防晒品市场规模及增长趋势图 177

- 图表 134 2013年中国防晒品市场结构图 177
- 图表 135 2004-2013年中国高档与大众防晒品市场份额 178
- 图表 136 2009-2013年中国高档防晒品品牌市场占有率 178
- 图表 137 2009-2013年中国防晒品品牌市场占有率 179
- 图表 138 2009-2013年抗衰老紧致护肤品品牌市场占有率 180
- 图表 139 2009-2013年中国抗脂紧致护肤品品牌市场占有率 181
- 图表 140 2007-2013年中国香水市场规模变化趋势图 182
- 图表 141 2008-2013年中国香水市场企业占有率 182
- 图表 142 2007-2013年中国香水市场规模情况 183
- 图表 143 2007-2013年中国女士香水市场规模情况 184
- 图表 144 2007-2013年中国男士香水市场规模情况 184
- 图表 145 2009-2013年中国香水市场品牌占有率 185
- 图表 146 2015-2020年中国香水市场规模预测 186
- 图表 147 2007-2013年中国彩妆市场规模变化趋势图 187
- 图表 148 2007-2013年中国彩妆市场规模情况 187
- 图表 149 2007-2013年中国高档与大众彩妆市场份额 187
- 图表 150 2008-2013年中国彩妆市场企业占有率 188
- 图表 151 2009-2013年中国彩妆品牌市场占有率 189
- 图表 152 2009-2013年中国面部彩妆品牌市场占有率 190
- 图表 153 2009-2013年中国眼部彩妆品牌市场占有率 191
- 图表 154 2009-2013年中国唇部彩妆品牌市场占有率 193
- 图表 155 2009-2013年中国美甲产品市场占有率 194
- 图表 156 2014年Q2高档化妆品牌分类关注度排行 195
- 图表 157 2007-2013年中国高档化妆品市场规模及增长率 196
- 图表 158 2014年Q2大众化妆品牌分类关注度排行 198
- 图表 159 婴儿护肤品品牌占有率 202
- 图表 160 2014年Q2男士化妆品搜索指数 208
- 图表 161 2014年Q2男士化妆品搜索词特征 209
- 图表 162 2014年Q2男士化妆品与行业搜索词特征对比 209
- 图表 163 2014年Q2男士面部清洁产品口碑关注度排行 210
- 图表 164 2014年Q2男士化妆品品牌关注度 210
- 图表 165 2008-2013年全球药妆品市场规模变化趋势图 221
- 图表 166 2008-2013年中国药妆品市场规模增长趋势图 222
- 图表 167 2015-2020年中国药妆市场规模预测趋势图 224
- 图表 168 2008-2013年中国网络购物市场交易规模增长趋势图 239

- 图表 169 返券促销与其他方式的比较 264
- 图表 170 2013年中国化妆品行业市场分布统计 269
- 图表 171 2013年中国化妆品行业产值分布统计 270
- 图表 172 2013年中国化妆品行业利润分布统计 271
- 图表 173 2010-2013年广东省化妆品行业经济指标统计 271
- 图表 174 广东省化妆行业情况统计 272
- 图表 175 2013年广东省化妆品行业经济指标统计 272
- 图表 176 2010-2013年江苏化妆品行业经济指标统计 274
- 图表 177 2010-2013年江苏省化妆行业情况统计 274
- 图表 178 2013年江苏省化妆品行业经济指标统计 275
- 图表 179 2010-2013年上海市化妆品行业经济指标统计 276
- 图表 180 2010-2013年上海市化妆行业情况统计 276
- 图表 181 2013年上海市化妆品行业经济指标统计 277
- 图表 182 2010-2013年安徽省化妆品行业经济指标统计 278
- 图表 183 2010-2013年安徽省化妆行业情况统计 278
- 图表 184 2013年安徽省化妆品行业经济指标统计 279
- 图表 185 2010-2013年浙江省化妆品行业经济指标统计 280
- 图表 186 浙江省化妆行业情况统计 280
- 图表 187 2013年浙江省化妆品行业经济指标统计 281
- 图表 188 2010-2013年北京市化妆品行业经济指标统计 282
- 图表 189 北京市化妆行业情况统计 282
- 图表 190 2013年北京市化妆品行业经济指标统计 283
- 图表 191 2010-2013年湖北省化妆品行业经济指标统计 284
- 图表 192 湖北省化妆行业情况统计 284
- 图表 193 2013年湖北省化妆品行业经济指标统计 285
- 图表 194 2014年上海家化联合股份有限公司分行业情况表 287
- 图表 195 2014年上海家化联合股份有限公司业务结构情况 288
- 图表 196 2010-2014年上海家化联合股份有限公司收入与利润统计 288
- 图表 197 2010-2014年上海家化联合股份有限公司资产与负债统计 288
- 图表 198 2010-2014年上海家化联合股份有限公司盈利能力情况 289
- 图表 199 2010-2014年上海家化联合股份有限公司运营能力情况 289
- 图表 200 2010-2014年上海家化联合股份有限公司偿债能力情况 289
- 图表 201 2014年上海家化联合股份有限公司主营业务分地区情况表 291
- 图表 202 2014年索芙特股份有限公司分产品情况表 296
- 图表 203 2014年索芙特股份有限公司业务结构情况 297

- 图表 204 2010-2014年索芙特股份有限公司收入与利润统计 297
- 图表 205 2010-2014年索芙特股份有限公司资产与负债统计 297
- 图表 206 2010-2014年索芙特股份有限公司盈利能力情况 298
- 图表 207 2010-2014年索芙特股份有限公司运营能力情况 298
- 图表 208 2010-2014年索芙特股份有限公司偿债能力情况 298
- 图表 209 2010-2014年霸王国际集团收入与利润统计 302
- 图表 210 2010-2014年霸王国际集团资产与负债统计 302
- 图表 211 2010-2014年霸王国际集团盈利能力情况 302
- 图表 212 2010-2014年霸王国际集团运营能力情况 303
- 图表 213 2010-2014年霸王国际集团偿债能力情况 303
- 图表 214 霸王产品线情况 303
- 图表 215 霸王追风洗发水主要产品系列 304
- 图表 216 2010-2013财年美即控股国际有限公司收入与利润统计 306
- 图表 217 2010-2013财年美即控股国际有限公司资产与负债统计 306
- 图表 218 2010-2013财年美即控股国际有限公司盈利能力情况 306
- 图表 219 2010-2013财年美即控股国际有限公司运营能力情况 307
- 图表 220 2010-2013财年美即控股国际有限公司偿债能力情况 307
- 图表 221 美即控股国际有限公司面膜产品统计 307
- 图表 222 美即控股国际有限公司销售网络图 310
- 图表 223 江苏隆力奇集团有限公司资产及负债统计 312
- 图表 224 江苏隆力奇集团有限公司收入及利润统计 312
- 图表 225 江苏隆力奇集团有限公司护肤产品统计 313
- 图表 226 广州宝洁有限公司资产及负债统计 315
- 图表 227 广州宝洁有限公司收入及利润统计 316
- 图表 228 广州宝洁有限公司偿债能力统计 316
- 图表 229 广州宝洁有限公司盈利能力统计 317
- 图表 230 广州宝洁有限公司运营能力统计 317
- 图表 231 玫琳凯(中国)化妆品有限公司资产及负债统计 320
- 图表 232 玫琳凯(中国)化妆品有限公司收入及利润统计 320
- 图表 233 玫琳凯(中国)化妆品有限公司偿债能力统计 321
- 图表 234 玫琳凯(中国)化妆品有限公司盈利能力统计 321
- 图表 235 玫琳凯(中国)化妆品有限公司运营能力统计 322
- 图表 236 玫琳凯化妆品产品统计 324
- 图表 237 雅芳(中国)有限公司资产及负债统计 327
- 图表 238 雅芳(中国)有限公司收入及利润统计 327

图表 239 雅芳（中国）有限公司偿债能力统计 328

图表 240 雅芳（中国）有限公司盈利能力统计 328

图表 241 雅芳（中国）有限公司运营能力统计 328

图表 242 雅芳有限公司在华投资公司一览表 329

图表 243 新生活集团（中国）有限公司化妆品产品统计 332

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201501/301959.html>