

2021-2027年中国化妆品市场深度调查及未来发展 趋势报告

报告大纲

一、报告简介

智研咨询发布的《2021-2027年中国化妆品市场深度调查及未来发展趋势报告》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/201606/423440.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

化妆品指的是美容及个人护理品的概念，包括11大细分子品类。按照2015年子品类容量大小，依次为：护肤品、护发产品、口腔护理品类、沐浴用品、彩妆、男士护理用品、婴幼儿与儿童专用产品、香水、防晒用品、止汗香体、脱毛产品。

随着行业的不断发展，本土品牌将逐步崛起，在行业竞争的过程中不断成长，市场份额呈现逐年上升的态势。相比于国际品牌，本土品牌基于区域性的文化背景及审美标准，对本地消费者的需求理解更透彻，产品研发更加具有针对性。

中国智研咨询发布的《2021-2027年中国化妆品市场深度调查及未来发展趋势报告》共十九章。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：

第一部分行业环境篇.

第一章化妆品行业相关概述.

第一节化妆品简介.

一、化妆品的定义.

二、化妆品的作用.

三、化妆品的分类.

第二节化妆品行业的地位分析.

一、行业在国民经济中的地位.

二、行业目前所处的生命周期.

三、行业在所处产业链中地位.

第三节化妆品行业产业链相关市场分析.

一、原材料市场分析.

(一)天然油脂原料.

(二)合成油脂原料.

(三)粉质原料.

(四)胶质原料.

(五)表面活性剂.

二、包装市场分析.

- (一) 纸质包装.
- (二) 玻璃包装.
- (三) 塑料包装.
- (四) 铝包装.

第四节化妆品行业统计标准.

- 一、行业统计部门和口径.
- 二、行业统计方法.

第二章国际化妆品所属行业市场运行概况.

第一节国际化妆品市场的总体概况.

- 一、世界化妆品行业发展概况.
- 二、世界名牌化妆品特点分析.
- 三、世界知名化妆品品牌分析.
- 四、世界知名化妆品行业前景.

第二节世界化妆品行业区域发展分析.

- 一、美国化妆品行业发展分析.
- 二、日本化妆品行业发展分析.
- 三、法国化妆品行业发展分析.
- 四、欧盟化妆品行业发展分析.
- 五、韩国化妆品行业发展分析.

第三节世界化妆品企业及品牌分析.

一、欧莱雅 (loreal) .

- (一) 企业基本情况概述.
- (二) 企业产品结构分析.
- (三) 企业品牌发展分析.
- (四) 企业经营情况分析.
- (五) 企业在华营销策略分析.
- (六) 企业在华投资情况.

二、宝洁 (p&g , procter

- (一) 企业基本情况概述.
- (二) 企业产品结构分析.
- (三) 企业品牌发展分析.
- (四) 企业经营情况分析.
- (五) 企业营销策略分析.
- (六) 企业在华投资情况.

三、联合利华 (unilever) .

- (一) 企业基本情况概述.
- (二) 企业产品结构分析.
- (三) 企业品牌发展分析.
- (四) 企业经营情况分析.
- (五) 企业投资策略分析.
- (六) 企业在华投资情况.

四、雅芳 (avon) .

- (一) 企业基本情况概述.
- (二) 企业产品结构分析.
- (三) 企业品牌发展分析.
- (四) 企业经营情况分析.
- (五) 企业营销策略分析.
- (六) 企业在华投资情况.

五、资生堂 (shiseido) .

- (一) 企业基本情况概述.
- (二) 企业产品结构分析.
- (三) 企业品牌发展分析.
- (四) 企业经营情况分析.
- (五) 企业营销策略分析.
- (六) 企业在华投资情况.

第三章中国化妆品行业发展环境分析.

第一节中国宏观经济发展环境分析.

一、中国gdp增长情况.

- (一) 中国gdp增长状况.
- (二) 行业与gdp的关联性分析.

二、居民人均收入变化.

- (一) 居民人均收入变化情况.
- (二) 行业与居民收入的关联性分析.

第二节中国化妆品行业政策环境分析.

一、化妆品行业政策动向.

- (一) 中国化妆品监管机构及职责.
- (二) 中国化妆品被监管对象及特点.
- (三) 中国化妆品监管的最新进展.
- (四) 中国化妆品行业新政策解读.

- (五) 国家引导防晒类护肤品消费.
- (六) 国家规范化妆品产品技术要求.
- (七) 国家完善化妆品安全风险评估.
- (八) 《化妆品生产企业卫生规范》.
- (九) 《化妆品卫生监督条例》.
- (十) 《化妆品卫生监督条例实施细则》.
- (十一) 《进出口化妆品监督检验管理办法》.

二、化妆品行业发展规划.

- (一) 行业规模规划.
- (二) 行业企业规划.
- (三) 行业品牌规划.
- (四) 行业产品规划.

第三节化妆品行业技术环境分析.

- 一、化妆品行业技术发展现状.
- 二、化妆品行业的新技术.
- 三、化妆品行业的新原料.
- 四、化妆品技术开发研究方向.

第四节化妆品行业消费环境分析.

- 一、消费群体变化分析.
- 二、消费观念变化分析.
- 三、消费者心理研究.
 - (一) 消费者价值心理.
 - (二) 消费者规范心理.
 - (三) 消费者习惯心理.
 - (四) 消费者身份心理.
 - (五) 消费者情感心理.

四、消费者行为研究.

- (一) 女性消费者行为研究.
- (二) 男性消费者行为研究.
- (三) 儿童消费者行为研究.
- (四) 中老年消费者行为研究.
- (五) 低收入消费者行为研究.
- (六) 高收入消费者行为研究.

第二部分行业全景篇.

第四章2016-2020年中国化妆品制造所属行业经济运行分析.

第一节2013-2020年中国化妆品所属行业发展分析.

一、2018年中国化妆品行业发展概况.

二、2019年中国化妆品行业发展概况.

三、2020年中国化妆品行业发展概况.

第二节2016-2020年中国化妆品所属行业规模分析.

一、企业数量增长分析.

二、资产规模增长分析.

三、销售规模增长分析.

四、利润规模增长分析.

第三节2016-2020年中国化妆品所属行业成本费用分析.

一、销售成本统计.

二、主要费用统计.

第四节2016-2020年中国化妆品所属行业运营效益分析.

一、偿债能力分析.

二、盈利能力分析.

三、运营能力分析.

第五章2011-2015中国化妆品所属行业市场总体运行态势.

第一节中国化妆品市场总体概况.

一、中国化妆品市场规模分析.

二、中国化妆品市场特点分析.

三、中国化妆品市场结构分析.

四、化妆品区域市场结构分析.

第二节中国化妆品区域市场分析.

一、华东地区化妆品市场分析.

二、华中地区化妆品市场分析.

三、华北地区化妆品市场分析.

四、东北地区化妆品市场分析.

五、西北地区化妆品市场分析.

六、华南地区化妆品市场分析.

七、西南地区化妆品市场分析.

第三节中国化妆品市场存在的问题.

一、化妆品市场总体问题分析.

二、化妆品市场的卫生问题.

三、化妆品市场薄弱环节.

第四节中国化妆品市场发展的对策分析.

一、化妆品市场发展总体对策.

二、化妆品市场卫生问题的对策.

三、化妆品行业地位提升的对策.

第六章2016-2020年中国化妆品所属行业进出口状况分析.

第一节2016-2020年中国护肤品所属行业进出口分析.

一、2016-2020年中国护肤品进出口分析.

二、2016-2020年中国护肤品进出口均价.

三、2020年中国护肤品进出口流向.

四、2020年中国护肤品进出口省市.

第二节2016-2020年中国香水及花露水所属行业进出口分析.

一、2016-2020年中国香水及花露水进出口分析.

二、2016-2020年中国香水及花露水进出口均价.

三、2020年中国香水及花露水进出口流向.

四、2020年中国香水及花露水进出口省市.

第三节2016-2020年中国护发品所属行业进出口分析.

一、2016-2020年中国护发品进出口分析.

二、2016-2020年中国护发品进出口均价.

三、2020年中国护发品进出口流向.

四、2020年中国护发品进出口省市.

第三部分细分市场篇.

第七章中国护肤品所属行业市场发展分析.

第一节护肤品市场发展现状分析.

一、护肤品市场发展历程.

二、护肤品市场发展特点.

三、护肤品市场规模分析.

四、护肤品市场产品结构.

第二节护肤品市场竞争格局分析.

一、现有品牌间竞争.

二、潜在进入者威胁.

三、替代品威胁分析.

四、供应商议价能力.

五、消费者议价能力.

第三节不同档次护肤品市场格局.

一、高档护肤品品牌市场格局.

(一) 高档护肤品市场容量.

- (二) 高档护肤品品牌竞争.
- 二、中档护肤品品牌市场格局.
 - (一) 中档护肤品市场容量.
 - (二) 中档护肤品品牌竞争.
- 三、大众护肤品品牌市场格局.
 - (一) 大众护肤品市场容量.
 - (二) 大众护肤品品牌竞争.
- 第四节护肤品细分市场分析.
 - 一、美白类产品市场分析.
 - 二、保湿类产品市场分析.
 - 三、防晒类产品市场分析.
 - 四、紧致产品分析.
 - 五、抗脂紧致产品市场分析.
- 第五节面膜市场发展分析.
 - 一、面膜市场现状分析.
 - 二、面膜市场销售总额.
 - 三、面膜市场的渗透率.
 - 四、面膜购买渠道分析.
 - 五、面膜购买影响因素.
 - 六、不同价格产品结构.
- 第八章中国发用化妆品所属行业市场发展分析.
 - 第一节发用化妆品市场发展现状.
 - 一、发用化妆品市场发展特点.
 - 二、发用化妆品市场规模分析.
 - 三、发用化妆品市场产品结构.
 - 第二节发用化妆品市场竞争分析.
 - 一、发用化妆品企业竞争分析.
 - 二、发用化妆品品牌竞争分析.
 - 三、发用化妆品细分产品分析.
 - 第三节发用化妆品细分市场规范分析.
 - 一、不同档次发用化妆品市场规模.
 - (一) 高档发用化妆品市场规模.
 - (二) 大众发用化妆品市场规模.
 - 二、发用化妆品细分产品市场规模.
 - (一) 染发剂市场规模.

- (二) 护发素市场规模.
- (三) 洗发水市场规模.
- (四) 定型剂市场规模.
- (五) 防脱产品市场规模.
- (六) 沙龙护理市场规模.

第九章中国彩妆所属行业市场发展分析.

第一节彩妆市场发展现状.

- 一、彩妆市场发展特点.
- 二、彩妆市场规模分析.
- 三、彩妆市场产品结构.
- 四、彩妆消费市场特点.

第二节彩妆市场竞争分析.

- 一、彩妆企业竞争格局.
- 二、彩妆品牌竞争格局.
- 三、彩妆细分产品格局.

第三节彩妆细分市场及品牌分析.

- 一、不同档次彩妆市场规模.
 - (一) 高档彩妆市场规模.
 - (二) 大众彩妆市场规模.
- 二、彩妆细分产品市场品牌市场占有率.
 - (一) 眼部彩妆市场品牌市场占有率.
 - (二) 脸部彩妆市场品牌市场占有率.
 - (三) 唇部彩妆市场品牌市场占有率.
 - (四) 美甲产品市场品牌市场占有率.

第十章中国防晒品所属行业市场发展分析.

第一节防晒品市场发展现状.

- 一、防晒品市场发展特点.
- 二、防晒品市场规模分析.
- 三、防晒品市场产品结构.
- 四、防晒品消费市场特点.

第二节防晒品市场竞争分析.

- 一、防晒品企业竞争格局.
- 二、防晒品品牌竞争格局.
- 三、防晒品细分产品格局.

第三节防晒品细分市场格局.

一、不同档次防晒产品市场格局.

(一) 高档防晒产品市场格局.

(二) 大众防晒产品市场格局.

二、防晒品细分产品市场规模.

(一) 晒后修复市场规模.

(二) 日晒防护市场规模.

第十一章中国香水所属行业市场发展分析.

第一节香水市场发展现状.

一、香水市场规模分析.

二、香水市场产品结构.

三、香水消费市场特点.

第二节香水市场竞争分析.

一、香水企业竞争格局.

二、香水品牌竞争格局.

三、香水细分产品格局.

第三节香水细分市场规模分析.

一、不同档次香水市场规模.

(一) 高档香水市场规模.

(二) 大众香水市场规模.

二、香水细分产品市场规模.

(一) 女士香水市场规模.

(二) 男士香水市场规模.

第十二章中国各类型化妆品所属行业市场分析.

第一节按产品档次划分细分市场分析.

一、高端化妆品市场分析.

(一) 高端化妆品品牌关注度分析.

(二) 高端化妆品市场现状分析.

(三) 高端化妆品营销渠道及策略.

二、大众化妆品市场分析.

(一) 大众化妆品品牌关注度分析.

(二) 大众化妆品市场现状分析.

(三) 大众化妆品营销渠道及策略.

第二节潜力产品细分市场分析与趋势分析.

一、婴儿护肤品市场分析与趋势分析.

(一) 婴儿护肤品主要产品种类.

- (二) 婴儿护肤品品牌竞争格局.
- (三) 婴儿护肤品市场消费者分析.
- (四) 婴儿护肤品营销渠道及策略.
- (五) 婴儿护肤品市场的趋势预测.

二、男性化妆品市场分析与趋势分析.

- (一) 男性化妆品关注度分析.

- 1、男性化妆品搜索指数.
- 2、男性关注清洁产品.
- 3、男性关注化妆品品牌排名.

- (二) 男性化妆品市场现状.
- (三) 男性化妆品竞争力分析.
- (四) 男性化妆品营销渠道.
- (五) 男性化妆品市场前景.

三、中老年化妆品市场分析与趋势分析.

- (一) 中老年化妆品产品需求种类.
- (二) 中老年化妆品市场现状分析.
- (三) 中老年化妆品市场营销分析.
- (四) 中老年化妆品市场趋势预测.

第三节热点产品细分市场分析与趋势分析.

一、药妆市场发展现状及趋势分析.

- (一) 药妆定义及主要分类.
- (二) 药妆市场的政策规范.
- (三) 国外药妆市场现状.
- (四) 国内药妆市场现状.
- (五) 国内药妆市场竞争格局.
- (六) 国内药妆市场存在问题.
- (七) 国内药妆市场趋势分析.

二、有机/天然化妆品市场发展现状及趋势分析.

- (一) 有机/天然化妆品的定义与认证.
- (二) 全球有机/天然化妆品市场现状.
- (三) 有机/天然化妆品的政策规范.
- (四) 有机/天然化肤品的品牌分析.
- (五) 有机/天然化妆品的趋势分析.

第四部分市场营销篇.

第十三章中国化妆品行业营销模式分析.

第一节化妆品直销模式分析.

一、化妆品直销特征.

二、化妆品直销类型.

三、化妆品直销优势.

四、化妆品直销现状.

五、化妆品直销竞争.

六、化妆品直销案例.

(一) 雅芳直销案例分析.

(二) 安利直销案例分析.

(三) 完美直销案例分析.

(四) 玫琳凯直销案例分析.

第二节化妆品连锁经营模式分析.

一、化妆品连锁经营特征.

二、化妆品连锁经营优势.

三、化妆品连锁经营现状.

四、化妆品连锁经营前景.

第三节化妆品梯度营销模式分析.

一、梯度营销的必要性.

二、化妆品渠道梯度营销.

三、化妆品品牌梯度营销.

四、化妆品价格梯度营销.

五、化妆品促销梯度营销.

六、化妆品服务梯度营销.

七、化妆品消费者梯度营销.

第十四章中国化妆品行业营销渠道分析.

第一节化妆品传统营销渠道分析.

一、商场专柜渠道分析.

(一) 渠道发展现状.

(二) 渠道发展优势.

(三) 渠道趋势预测.

二、超市卖场渠道分析.

(一) 渠道发展现状.

(二) 渠道发展优势.

(三) 渠道趋势预测.

三、专营店渠道分析.

(一) 渠道发展现状.

(二) 渠道发展优势.

(三) 渠道趋势预测.

四、连锁专卖渠道分析.

(一) 渠道发展现状.

(二) 渠道发展优势.

(三) 渠道趋势预测.

五、药店零售渠道分析.

(一) 渠道发展现状.

(二) 渠道发展优势.

(三) 渠道趋势预测.

第二节化妆品电商渠道发展分析.

一、化妆品电商市场发展现状.

(一) 化妆品电商行业总体态势.

(二) 化妆品的网购渗透率走势.

(三) 化妆品网购交易规模分析.

(四) 化妆品网购企业市场份额.

二、化妆品电商发展模式分析.

(一) b2b模式.

(二) b2c模式.

(三) c2c模式.

三、化妆品电商典型平台分析.

(一) 天猫/淘宝.

(二) 京东商城.

(三) 乐蜂网.

(四) 聚美优品.

(五) 天天网.

(六) 知我药妆.

(七) 米奇网.

第十五章中国化妆品行业营销策略分析.

第一节化妆品行业产品策略分析.

一、品牌定位策略.

二、产品组合策略.

三、产品差异化策略.

四、新产品开发策略.

五、产品生命周期运用策略.

第二节化妆品行业定价策略分析.

一、成本导向定价策略.

二、竞争导向定价策略.

三、顾客导向定价策略.

第三节化妆品行业促销策略分析.

一、广告促销策略.

二、活动促销策略.

三、促销案例分析.

第五部分市场竞争篇.

第十六章中国化妆品行业重点省市市场竞争分析.

第一节广东省化妆品行业市场竞争及前景.

一、广东省化妆品消费特征分析.

二、广东省化妆品行业运行态势.

三、广东省化妆品市场供需分析.

四、广东省化妆品市场竞争格局.

五、广东省化妆品市场趋势预测.

第二节江苏省化妆品行业市场竞争及前景.

一、江苏省化妆品消费特征分析.

二、江苏省化妆品行业运行态势.

三、江苏省化妆品市场供需分析.

四、江苏省化妆品市场竞争格局.

五、江苏省化妆品市场趋势预测.

第三节上海市化妆品行业市场竞争及前景.

一、上海市化妆品消费特征分析.

二、上海市化妆品行业运行态势.

三、上海市化妆品市场供需分析.

四、上海市化妆品市场竞争格局.

五、上海市化妆品市场趋势预测.

第四节安徽省化妆品行业市场竞争及前景.

一、安徽省化妆品消费特征分析.

二、安徽省化妆品行业运行态势.

三、安徽省化妆品市场供需分析.

四、安徽省化妆品市场竞争格局.

五、安徽省化妆品市场趋势预测.

第五节浙江省化妆品行业市场竞争及前景.

- 一、浙江省化妆品消费特征分析.
- 二、浙江省化妆品行业运行态势.
- 三、浙江省化妆品市场供需分析.
- 四、浙江省化妆品市场竞争格局.
- 五、浙江省化妆品市场趋势预测.

第六节北京市化妆品行业市场竞争及前景.

- 一、北京市化妆品消费特征分析.
- 二、北京市化妆品行业运行态势.
- 三、北京市化妆品市场供需分析.
- 四、北京市化妆品市场竞争格局.
- 五、北京市化妆品市场趋势预测.

第七节湖北省化妆品行业市场竞争及前景.

- 一、湖北省化妆品消费特征分析.
- 二、湖北省化妆品行业运行态势.
- 三、湖北省化妆品市场供需分析.
- 四、湖北省化妆品市场竞争格局.
- 五、湖北省化妆品市场趋势预测.

第十七章中国化妆品行业重点企业竞争分析.

第一节上海家化联合股份有限公司.

- 一、企业发展基本情况.
- 二、企业主要产品分析.
- 三、企业经营状况分析.
- 四、企业经济指标分析.

第二节上海相宜本草化妆品股份有限公司.

- 一、企业发展基本情况.
- 二、企业主要产品分析.
- 三、企业经营状况分析.
- 四、企业经济指标分析.

第三节索芙特股份有限公司.

- 一、企业发展基本情况.
- 二、企业主要产品分析.
- 三、企业经营状况分析.
- 四、企业经济指标分析.

第四节霸王国际集团.

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、企业经济指标分析.

第五节北京大宝化妆品有限公司.

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、企业经济指标分析.

第六节广东拉芳日化有限公司.

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、企业经济指标分析.

第七节江苏隆力奇集团有限公司.

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、企业经济指标分析.

第八节联合利华(中国)有限公司.

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、企业经济指标分析.

第九节玫琳凯(中国)化妆品有限公司.

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、企业经济指标分析.

第十节上海卓多姿中信化妆品有限公司.

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、企业经济指标分析.

第六部分前景及投资篇.

第十八章2021-2027年中国化妆品市场趋势调查.

第一节2021-2027年中国化妆品行业的发展趋势.

- 一、化妆品行业总体发展走向.
- 二、化妆品需求市场发展趋势.
- 三、化妆品产品发展趋势分析.
- 四、化妆品营销渠道发展趋势.

第二节2021-2027年中国化妆品市场规模预测.

- 一、2021-2027年中国化妆品市场规模预测.
- 二、2021-2027年高档化妆品市场规模预测.
- 三、2021-2027年大众化妆品市场规模预测.

第三节2021-2027年中国化妆品细分市场趋势分析.

- 一、2021-2027年护肤品市场趋势分析.
 - (一) 2021-2027年护肤品市场规模预测.
 - (二) 2021-2027年护肤品细分市场预测.
- 二、2021-2027年发用化妆品市场趋势分析.
 - (一) 2021-2027年发用化妆品市场规模预测.
 - (二) 2021-2027年发用化妆品市场结构预测.
- 三、2021-2027年彩妆市场趋势分析.
 - (一) 2021-2027年彩妆市场规模预测.
 - (二) 2021-2027年彩妆细分市场预测.
- 四、2021-2027年防晒品市场趋势分析.
 - (一) 2021-2027年防晒品市场规模预测.
 - (二) 2021-2027年防晒品细分市场预测.
- 五、2021-2027年香水市场趋势分析.
 - (一) 2021-2027年香水市场规模预测.
 - (二) 2021-2027年香水细分市场预测.

第四节2021-2027年中国化妆品各区域市场规模预测.

- 一、2021-2027年华东地区市场规模预测.
- 二、2021-2027年华中地区市场规模预测.
- 三、2021-2027年华北地区市场规模预测.
- 四、2021-2027年东北地区市场规模预测.
- 五、2021-2027年西北地区市场规模预测.
- 六、2021-2027年华南地区市场规模预测.
- 七、2021-2027年西南地区市场规模预测.

第十九章2021-2027年中国化妆品行业投资分析(ZYGXH).

第一节化妆品行业投资特性分析.

一、行业进入壁垒分析.

- (一) 技术壁垒.
- (二) 渠道壁垒.
- (三) 品牌壁垒.

二、行业投资机会分析.

- (一) 90后将带动行业消费增长.
- (二) 渠道下沉扩大市场容量.
- (三) 中国的高消费时代到来.
- (四) 产业升级成本将会压缩.
- (五) 网络市场加快市场开拓.

第二节化妆品行业投资前景分析.

一、行业政策波动风险.

二、行业技术落后风险.

三、行业市场竞争风险.

四、行业企业内部风险.

五、行业宏观经济波动风险.

六、行业产品结构变动风险.

七、行业其他相关风险.

第三节化妆品行业投资建议.

一、强化本土品牌的本土特色.

二、注重跟踪研发和合作研发策略.

三、从趋势性技术寻找市场机会.

四、积极申请专利技术学会自我保护(ZYGXH).

图表目录：

图表1化妆品分类（按使用目的分）

图表2化妆品分类（按使用部位分）

图表3行业生命周期的判断.

图表4美国化妆品销售渠道

图表5日本各类化妆品销售额占比

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201606/423440.html>