

# 2014-2019年中国化妆品市场行情动态及投资战略 咨询报告

报告大纲

## 一、报告简介

智研咨询发布的《2014-2019年中国化妆品市场行情动态及投资战略咨询报告》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/201401/226514.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

2001年以来，我国每年的化妆品消费额稳定增长，复合增长率高达15.6%，目前我国化妆品市场规模已经达到千亿级别。2012年我国化妆品市场规模排名全球第三，仅次于美国和日本，但是人均化妆品消费额很低，远低于发达国家水平，发展潜力巨大。

对于我国的化妆品市场，近年来高档化妆品的销售增速较快，在奢侈品消费中的比重也超过了20%，但是我国的化妆品品牌仍然以中低档为主，很难打入被外国公司所垄断的高档市场。目前，我国化妆品市场竞争激烈，广告投放额在近几年增长显著，渠道的争夺也日益激烈。从发展趋势来看，我国的化妆品将形成超市、百货店和专业连锁三足鼎立的状况，而网络销售和美容沙龙（SPA）将成为重要的补充渠道。

《2014-2019年中国化妆品市场行情动态及投资战略咨询报告》旨在为投资者或企业管理者提供一个关于化妆品产品的投资及其市场前景的深度分析，为投资者和企业管理人传递正确的投资经营理念和选择，提供一个中立、全面的投资指南手册，为化妆品产品市场投资提供一个可供参照的标准。从而可以科学的帮助企业取得较高的收益。报告在全面系统分析化妆品产品市场的基础上，按照专业的投资评估方法，站在第三方角度客观公正地对化妆品产品的投资进行评价。为企业的投资决策提供了重要的依据。

本报告详述了化妆品产品的行业概况、市场发展现状及化妆品产品市场发展预测（未来五年市场供需及市场发展趋势），并且在研究化妆品市场竞争、原材料、客户分析的基础上，对化妆品行业投资前景及投资价值进行了研究，并提出了我们对化妆品产品投资的建议。

本报告以定量研究为主，定量与定性研究相结合的方法，深入挖掘数据蕴含的内在规律和潜在信息，采用统计图表等多种形式将研究结果清晰、直观的展现出来，多方位、多角度保证了报告内容的系统性和完整性，为企业的发展和对外化妆品的投资提供了决策依据。

报告目录：

### 第一章 化妆品行业基本情况

#### 1.1 化妆品的相关概述

##### 1.1.1 化妆品的概念

##### 1.1.2 化妆品的主要作用

##### 1.1.3 化妆品的类别

##### 1.1.4 古代化妆品概述

##### 1.1.5 现代化妆品概述

#### 1.2 化妆品产业的特性

##### 1.2.1 化妆品的产品特性

##### 1.2.2 我国化妆品的监督管理特性

### 第二章 2013年全球化妆品行业发展现状分析

#### 2.1 国际化妆品市场发展综述

## 2.1.1市场发展状况

## 2.1.2彩妆市场的发展状况

## 2.1.3原料市场呈现新趋向

## 2.1.4产品研发动向

## 2.2 美国化妆品市场发展状况

### 2.2.1市场总况

### 2.2.2市场规模

### 2.2.3抗衰老护肤品市场发展状况

### 2.2.4法规管理分析

### 2.2.5对标签的严格要求

## 2.3 欧洲化妆品市场发展状况

### 2.3.1彩妆市场发展分析

### 2.3.2行业法规解析

### 2.3.3欧盟禁令对市场的影响分析

### 2.3.4法国市场

### 2.3.5西班牙市场

### 2.3.6意大利市场

### 2.3.7俄罗斯市场

## 2.4 日本化妆品市场发展状况

## 2.5 韩国化妆品市场发展状况

## 2.6 其他地区化妆品市场发展状况

### 2.6.1美洲地区

### 2.6.2亚洲

### 2.6.3印度

### 2.6.4东南亚

## 第三章2013年化妆品行业发展环境分析

### 3.1 经济环境及其影响

#### 3.1.1国际经济形

#### 3.1.2国内经济环境

### 3.2 产业政策对行业的影响

#### 3.2.1行业相关政策汇总

#### 3.2.2行业重点政策和重大事件分析

#### 3.2.3政策未来发展趋势

### 3.3 行业社会环境分析

## 第四章2013年化妆品行业产业链分析

## 4.1 产业链介绍

### 4.1.1 化妆品行业产业链简介

### 4.1.2 化妆品行业产业链特征分析

## 4.2 上游行业运行及对行业的影响

### 4.2.1 油性原料（油、脂、蜡）

### 4.2.2 表面活性剂

### 4.2.3 保湿剂

### 4.2.4 香精

### 4.2.5 防腐剂

### 4.2.6 上游行业对化妆品行业的影响

## 4.3 下游行业运行及对行业的影响

### 4.3.1 美容行业

### 4.3.2 零售业

### 4.3.3 网络零售业

### 4.3.4 下游行业对化妆品行业的影响

## 第五章 2013年中国化妆品行业发展现状分析

### 5.1 中国化妆品行业综合分析

#### 5.1.1 行业发展综述

#### 5.1.2 OEM生产形势

#### 5.1.3 终端市场呈现新特点

#### 5.1.4 高端市场发展态势良好

#### 5.1.5 本土品牌强势崛起

#### 5.1.6 市场整体运行状况

#### 5.1.7 市场发展特点

#### 5.1.8 国产化妆品成市场新亮点

### 5.2 化妆品市场消费分析

#### 5.2.1 消费者的构成

#### 5.2.2 女性消费者心理因素分析

#### 5.2.3 网络消费者的类型及购买行为

#### 5.2.4 网络消费现状

#### 5.2.5 网络消费地域特征

#### 5.2.6 高端消费潮流逐步形成

### 5.3 化妆品包装发展分析

#### 5.3.1 化妆品包装的特性

#### 5.3.2 2012-2013年化妆品包装市场的亮点

### 5.3.3化妆品包装需标注所有成分

### 5.3.4解读国内化妆品包装新规

### 5.3.5美容化妆品包装的发展趋势

## 5.4 中国化妆品市场发展思考

### 5.4.1面临的难题

### 5.4.2存在的突出问题

### 5.4.3亟需加强监管

### 5.4.4发展建议

### 5.4.5企业需加强标识规范

### 5.4.6行业地位提升的对策

## 第六章 2013年化妆品行业细分领域发展分析——按用途分

### 6.1 护肤品市场

#### 6.1.1中国护肤品市场发展状况

#### 6.1.2我国护肤品市场发展迅速

#### 6.1.3 2011-2013年中国护肤品市场分析

#### 6.1.4中国护肤品市场细分产品发展分析

#### 6.1.5中国护肤品市场的竞争状况

#### 6.1.6男性市场成未来护肤品竞争焦点

#### 6.1.7护肤品市场未来发展趋势

### 6.2 防晒用品市场

#### 6.2.1全球防晒品市场发展现状

#### 6.2.2防晒品终端市场竞争激烈

#### 6.2.3 2012-2013年防晒品市场销售状况

#### 6.2.4防晒品市场的销售渠道

#### 6.2.5防晒护肤品未来发展趋势

#### 6.2.6专用防晒化妆品市场发展潜力巨大

### 6.3 洗面奶及美白用品市场

#### 6.3.1中国洗面奶的零售渠道

#### 6.3.2男士洗面奶市场销售态势良好

#### 6.3.3美白用品市场的发展特征

#### 6.3.4美白产品市场的竞争格局

#### 6.3.5 2012年“水美白”产品市场走俏

#### 6.3.6影响消费者购买祛斑产品的因素

#### 6.3.7中国祛斑产品市场的发展趋势

### 6.4 发用化妆品市场分析

#### 6.4.1 中国洗护发市场的竞争格局分析

#### 6.4.2 2012年中国洗护发市场发展现状

#### 6.4.3 洗发水市场迎来发展黄金期

#### 6.4.4 2012-2013年洗发水品牌市场发展状况

#### 6.4.5 洗发水市场的发展方向

#### 6.4.6 护发化妆品的市场的发展状况

#### 6.4.7 护发化妆品的品牌分析

#### 6.4.8 中国染发剂市场状况及趋势

### 6.5 天然化妆品市场

#### 6.5.1 国际天然化妆品市场并购动向分析

#### 6.5.2 绿色化妆品产业的特点

#### 6.5.3 2012-2013年我国天然活性化妆品品牌关注度分析

#### 6.5.4 天然化妆品市场的发展趋势

#### 6.5.5 天然有机化妆品市场潜力巨大

### 6.6 其他化妆品

#### 6.6.1 香水

#### 6.6.2 护体化妆品

#### 6.6.3 纳米化妆品

## 第七章 2013年化妆品行业细分领域发展分析——按消费群体分

### 7.1 男士化妆品市场

#### 7.1.1 中国男性化妆品市场发展格局

#### 7.1.2 男士化妆品市场发展趋热

#### 7.1.3 2012-2013年男士化妆品网络市场调查分析

#### 7.1.4 男士化妆品品牌开发分析

#### 7.1.5 中国男士化妆品消费者分析

#### 7.1.6 中国男士化妆品市场的消费特点

#### 7.1.7 本土企业发展男士专用化妆品面临机遇

#### 7.1.8 男士化妆品市场的发展趋向

### 7.2 儿童化妆品市场

#### 7.2.1 中国儿童护肤品市场的发展格局

#### 7.2.2 儿童化妆品市场渠道竞争日益激烈

#### 7.2.3 2013年我国儿童化妆品新规解读

#### 7.2.4 2013年国内首个儿童化妆品科研基地成立

#### 7.2.5 儿童化妆品市场发展存在的问题

#### 7.2.6 未来中国儿童化妆品市场的发展潜力

#### 7.2.7儿童化妆品市场前景预测

#### 7.2.8中国儿童化妆品的渠道趋势

### 7.3 中老年化妆品市场

#### 7.3.1我国中老年人化妆品市场发展综述

#### 7.3.2国内中老年人化妆品市场的发展特征

#### 7.3.3老年化妆品市场有待发展

#### 7.3.4老年人化妆品市场发展的的问题及建议

#### 7.3.5中老年人化妆品的广告营销策略

## 第八章 2013年中国化妆品制造行业财务状况分析

### 8.1 2009-2013年化妆品制造行业经济规模分析

#### 8.1.1行业销售规模

#### 8.1.2行业利润规模

#### 8.1.3行业资产规模

### 8.2 2009-2013年化妆品制造行业盈利能力指标分析

#### 8.2.1行业亏损面

#### 8.2.2行业销售毛利率

#### 8.2.3行业成本费用利润率

#### 8.2.4行业销售利润率

### 8.3 2009-2013年化妆品制造行业营运能力指标分析

#### 8.3.1行业应收账款周转率

#### 8.3.2行业流动资产周转率

#### 8.3.3行业总资产周转率

### 8.4 2009-2013年化妆品制造行业偿债能力指标分析

#### 8.4.1行业资产负债率

#### 8.4.2行业利息保障倍数

### 8.5 行业财务状况综合评价

## 第九章 化妆品行业重点区域发展分析

### 9.1 广东省

#### 9.1.1广东省化妆品产业发展概况

#### 9.1.2汕头市化妆品产业的发展地位

#### 9.1.3 2012-2013年中山化妆品对外贸易状况

#### 9.1.4广东化妆品专营店竞争形势分析

### 9.2 浙江省

#### 9.2.1浙江化妆品产业发展现状

#### 9.2.2杭州化妆品进口市场增长态势分析



9.2.3 2012年宁波化妆品对外贸易发展态势良好

9.2.4 2013年浙江省启动化妆品质量安全工程

9.2.5 杭州化妆品代加工企业积极转型升级

9.3 上海市

9.3.1 上海男性化妆品市场份额日益扩张

9.3.2 上海化妆品专卖店管理新规解读

9.3.3 上海积极对化妆品行业进行监督

9.3.4 上海本土化妆品品牌进驻专柜情况

9.4 武汉市

9.4.1 国内外顶级品牌扎堆武汉化妆品市场

9.4.2 2012年化妆品高端品牌集体进驻武汉百货商场

9.4.3 武汉化妆品市场销售分析

9.4.4 武汉中高端化妆品市场未来发展预测

9.5 其他地区

9.5.1 北京

9.5.2 南京

9.5.3 重庆

9.5.4 成都

9.5.5 海南

第十章 2013年国内外化妆品行业重点企业分析

10.1 法国欧莱雅 (LOREAL)

10.1.1 公司简介

10.1.2 2012-2013年公司经营状况

10.2 美国宝洁公司 (PROCTER&GAMBLE)

10.2.1 公司简介

10.2.2 2012-2013年公司经营状况

10.3 美国安利公司 (AMWAY)

10.3.1 公司简介

10.3.2 2012-2013年公司经营状况

10.4 雅诗兰黛 (ESTEE LAUDER)

10.4.1 公司简介

10.4.2 2012-2013年公司经营状况

10.5 美国雅芳 (AVON)

10.5.1 公司简介

10.5.2 2012-2013年公司经营状况

## 10.6 日本资生堂 (SHISEIDO)

### 10.6.1 公司简介

### 10.6.2 2012-2013年公司经营状况

## 10.7 爱茉莉集团

### 10.7.1 公司简介

### 10.7.2 2012-2013年公司经营状况

## 10.8 英国联合利华 (UNILEVER)

### 10.8.1 公司简介

### 10.8.2 2012-2013年公司经营状况

## 10.9 上海家化联合股份有限公司

### 10.9.1 公司简介

### 10.9.2 2012-2013年公司经营状况

#### 10.9.2.1 财务指标分析

#### 10.9.2.2 偿债能力分析

#### 10.9.2.3 盈利能力分析

#### 10.9.2.4 营运能力分析

#### 10.9.2.5 成长能力分析

## 10.10 索芙特股份有限公司

### 10.10.1 公司简介

### 10.10.2 2012-2013年公司经营状况

#### 10.10.2.1 财务指标分析

#### 10.10.2.2 偿债能力分析

#### 10.10.2.3 盈利能力分析

#### 10.10.2.4 营运能力分析

#### 10.10.2.5 成长能力分析

## 第十一章 2014-2019年中国化妆品行业投资分析

### 11.1 化妆品行业投资价值分析

#### 11.1.1 政策扶持力度

#### 11.1.2 技术成熟度

#### 11.1.3 社会综合成本

#### 11.1.4 进入门槛

#### 11.1.5 潜在市场空间

### 11.2 化妆品行业投融资分析

#### 11.2.1 行业固定资产投资状况

#### 11.2.2 行业外资进入状况

11.2.3行业并购重组分析

11.3 化妆品行业投资机会分析

11.4 化妆品行业投资风险分析

11.4.1经济环境风险

11.4.2政策环境风险

11.4.3市场环境风险

11.4.4其他风险

第十二章2014-2019年中国化妆品行业投资建议

12.1 总体投资原则

12.2 企业资本结构选择建议

12.3 企业战略选择建议

12.4 区域投资建议

12.5 细分领域投资建议

12.5.1重点推荐投资的领域

12.5.2需谨慎投资的领域

第十三章 化妆品行业发展趋势及前景

13.1 2014-2019年化妆品行业的发展趋势

13.1.1全球化妆品市场未来发展趋向

13.1.2绿色与有机化妆品成行业未来发展方向

13.1.3化妆品市场渠道的发展趋势

13.1.4未来化妆品包装向环保化发展

13.2 化妆品市场未来发展潜力

13.2.1我国化妆品行业面临形势分析

13.2.2中国化妆品行业成长空间巨大

13.2.3农村市场将逐渐成为重要的需求来源

13.2.4“十二五”时期中国化妆品行业发展目标

13.3 2014-2019年中国化妆品制造行业预测分析

13.3.1影响因素分析

13.3.2产品销售收入预测

13.3.3利润预测

13.3.4产值预测

图表目录：（部分）

图表：2001-2012年我国化妆品市场规模及增速

图表：我国市场化妆品按价位细分情况

图表：我国化妆品消费者细分情况

- 图表：我国护肤品市场集中度下降
- 图表：我国护肤品市场份额（%）情况
- 图表：近年来我国高档化妆品销售额增速较快
- 图表：我国的高档化妆品在奢侈品消费中比重较大
- 图表：我国消费者更关注化妆品的产品、品牌和口碑
- 图表：中国、美国和欧洲对护肤品功能需求的对比
- 图表：我国活性化妆品品牌关注度排名
- 图表：我国男士化妆品品牌关注度排名
- 图表：近年来我国化妆品广告投放额增幅较大
- 图表：我国化妆品渠道销售占比变化
- 图表：我国化妆品各销售渠道情况比较
- 图表：我国美容沙龙（SPA）品牌分类
- 图表：我国化妆品网购规模增长较快
- 图表：化妆品电商成本主要为采购成本
- 图表：2011年1-12月中国化妆品制造行业全部企业数据分析
- 图表：2012年中国化妆品制造行业全部企业数据分析
- 图表：2013年中国化妆品制造行业全部企业数据分析
- 图表：2011年1-12月中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析
- 图表：2012年1-12月中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析
- 图表：2013年1-12月中国化妆品制造行业不同规模企业数据分析
- 图表：2011年1-12月中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析
- 图表：2012年1-12月中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析
- 图表：2013年1-12月中国化妆品制造行业不同所有制企业数据分析
- 图表：分地区投资相邻两月累计同比增速
- 图表：2012-2013年10月固定资产投资（不含农户）同比增速
- 图表：2012-2013年10月固定资产投资到位资金同比增速
- 图表：2013年1-10月份固定资产投资（不含农户）主要数据
- 图表：2012年10月-2013年10月全国居民消费价格涨跌幅
- 图表：2012年10月-2013年10月鲜菜与鲜果价格变动情况
- 图表：2013年10月份居民消费价格分类别同比涨跌幅
- 图表：2013年10月份居民消费价格分类别环比涨跌幅
- 图表：2013年10月居民消费价格主要数据
- 图表：2012年10月-2013年10月规模以上工业增加值同比增长速度

详细请访问：<https://www.chyxx.com/research/201401/226514.html>