

2018-2024年中国化妆品市 场供需趋势预测及投资战略分析报告

报告目录及图表目录

中国产业研究报告网 编制
www.chinairr.org

一、报告报价

《2018-2024年中国化妆品市场供需趋势预测及投资战略分析报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1201/201805/25-262321.html>

产品价格：纸介版9800元 电子版9800元 纸介+电子10000元

订购电话: 400-600-8596 010-80993936

传真: 010-60343813

网址: <http://www.chinairr.org>

Email: sales@chyxx.com

联系人：刘老师 陈老师 谭老师

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、说明、目录、图表目录

近现代化妆品行业起源西欧，从18世纪传承古老技艺进行家庭式生产的香水作坊，到如今工厂化生产、品牌化运营的1860亿欧元（2016年）全球市场，化妆品已经成为一个品牌驱动型、集团运营为主的全球化产业。新兴市场同时保持着让人兴奋的增长势头，亚太市场已成为全球最大的化妆品消费市场，占全球同期总量的36.9%，西欧、北美、拉美地区分列其后。2011-2017年全球化妆品市场规模分析

资料来源：公开资料、中国产业研究报告网整理

从产品品类看，化妆品行业中护肤品市场规模最大。2016年全球护肤品市场规模达676.1亿欧元，占化妆品市场总量的36.3%；护发用品市场规模为426.3亿欧元，占比22.9%；彩妆市场规模为339.2亿欧元，占比为18.2%；香水市场规模为221.5亿欧元，占比12.0%；卫生用品市场规模为196.9亿欧元，占比为10.6%。2010-2016年全球化妆品各细分产品占比变化趋势图

资料来源：公开资料、中国产业研究报告网整理

中国产业研究报告网发布的《2018-2024年中国化妆品市场供需趋势预测及投资战略分析报告》共十四章。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：

第一章化妆品行业发展综述 1

1.1 化妆品行业定义及分类 1

1.1.1 行业定义 1

1.1.2 行业分类 1

1.1.3 产业链结构 3

1.2 化妆品行业统计标准 4

1.2.1 统计部门和统计口径 4

1.2.2 主要统计方法介绍 4

1.2.3 行业涵盖数据种类介绍	7
1.3 最近3-5年中国化妆品行业经济指标分析	7
1.3.1 赢利性	7
1.3.2 成长速度	7
1.3.3 附加值的提升空间	8
1.3.4 进入壁垒 / 退出机制	8
1.3.5 风险性	9
1.3.6 行业周期	9
1.3.7 竞争激烈程度指标	9
1.3.8 行业及其主要子行业成熟度分析	9

第二章化妆品行业运行环境分析 10

2.1 化妆品行业政治法律环境分析	10
2.1.1 行业管理体制分析	10
2.1.2 行业主要法律法规	12
2.1.3 行业相关发展规划	15
2.2 化妆品行业经济环境分析	18
2.2.1 国际宏观经济形势分析	18
2.2.2 国内宏观经济形势分析	18
2.2.3 产业宏观经济环境分析	26
2.3 化妆品行业社会环境分析	26
2.3.1 化妆品产业社会环境	26
2.3.2 社会环境对行业的影响	30
2.3.3 化妆品产业发展对社会发展的影响	30
2.4 化妆品行业技术环境分析	30
2.4.1 化妆品技术分析	30
2.4.2 化妆品技术发展水平	32
2.4.3 行业主要技术发展趋势	33

第三章我国化妆品行业运行分析 35

3.1 我国化妆品行业发展状况分析	35
3.1.1 我国化妆品行业发展阶段	35

3.1.2 我国化妆品行业发展总体概况	35
3.1.3 我国化妆品行业发展特点分析	35
3.2 2014-2017年化妆品行业发展现状	36
3.2.1 2014-2017年我国化妆品行业市场规模	36
2011-2017年中国化妆品市场规模分析 资料来源	
: 公开资料、中国产业研究报告网整理	
3.2.2 2014-2017年我国化妆品行业发展分析	37
3.2.3 2014-2017年中国化妆品企业发展分析	37
3.3 区域市场分析	38
3.3.1 区域市场分布总体情况	38
3.3.2 2014-2017年重点省市市场分析	38
3.4 化妆品细分产品/服务市场分析	39
3.4.1 细分产品/服务特色	39
3.4.2 2014-2017年细分产品/服务市场规模及增速	40
3.4.3 重点细分产品/服务市场前景预测	43
3.5 化妆品产品/服务价格分析	43
3.5.1 2014-2017年化妆品价格走势	43
3.5.2 影响化妆品价格的关键因素分析	43
1、原料和生产成本	43
2、流通渠道费用	44
3、品牌营销费用	44
4、包装费用	44
3.5.3 2018-2024年化妆品产品/服务价格变化趋势	45
3.5.4 主要化妆品企业价位及价格策略	45

第四章我国化妆品行业整体运行指标分析 50

4.1 2014-2017年中国化妆品行业总体规模分析	50
4.1.1 企业数量结构分析	50
4.1.2 人员规模状况分析	51
4.1.3 行业资产规模分析	52
4.1.4 行业市场规模分析	53
4.2 2014-2017年中国化妆品行业产销情况分析	54
4.2.1 我国化妆品行业总产值	54

4.2.2 我国化妆品行业销售收入	55
4.3 2014-2017年中国化妆品行业财务指标总体分析	55
4.3.1 行业盈利能力分析	55
4.3.2 行业偿债能力分析	56
4.3.3 行业营运能力分析	56
4.3.4 行业发展能力分析	56

第五章我国化妆品行业供需形势分析 57

5.1 化妆品行业供给分析	57
5.1.1 2014-2017年化妆品行业供给分析	57
5.1.2 2018-2024年化妆品行业供给变化趋势	57
5.1.3 化妆品行业区域供给分析	58
5.2 2014-2017年我国化妆品行业需求情况	58
5.2.1 化妆品行业需求市场	58
5.2.2 化妆品行业客户结构	59
5.2.3 化妆品行业需求的地区差异	59
5.3 化妆品市场应用及需求预测	60
5.3.1 化妆品应用市场总体需求分析	60
1、化妆品应用市场需求特征	60
2、化妆品应用市场需求总规模	65
5.3.2 2018-2024年化妆品行业领域需求预测	66
1、2018-2024年化妆品行业领域需求产品/服务功能预测	66
2、2018-2024年化妆品行业领域需求产品/服务市场格局预测	66
5.3.3 重点行业化妆品产品/服务需求分析预测	67

第六章化妆品行业产业结构分析 68

6.1 化妆品产业结构分析	68
6.1.1 市场细分充分程度分析	68
6.1.2 各细分市场领先企业排名	68
6.1.3 各细分市场占总市场的结构比例	69
6.1.4 领先企业的结构分析（所有制结构）	70
6.2 产业价值链的结构分析及产业链条的整体竞争优势分析	70

6.2.1 产业价值链条的构成	70
6.2.2 产业链条的竞争优势与劣势分析	71
6.3 产业结构发展预测	71
6.3.1 产业结构调整指导政策分析	71
6.3.2 产业结构调整中消费者需求的引导因素	72
6.3.3 中国化妆品行业参与国际竞争的战略市场定位	73
6.3.4 化妆品产业结构调整方向分析	73
6.3.5 建议	74

第七章我国化妆品行业产业链分析 76

7.1 化妆品行业产业链分析	76
7.1.1 产业链结构分析	76
7.1.2 主要环节的增值空间	76
7.1.3 与上下游行业之间的关联性	77
7.2 化妆品上游行业分析	77
7.2.1 化妆品产品成本构成	77
7.2.2 2014-2017年上游行业发展现状	78
7.2.3 2018-2024年上游行业发展趋势	79
7.2.4 上游供给对化妆品行业的影响	79
7.3 化妆品下游行业分析	79
7.3.1 化妆品下游行业分布	79
7.3.2 2014-2017年下游行业发展现状	80
7.3.3 2018-2024年下游行业发展趋势	81
7.3.4 下游需求对化妆品行业的影响	81

第八章我国化妆品行业渠道分析及策略 83

8.1 化妆品行业渠道分析	83
8.1.1 渠道形式及对比	83
8.1.2 各类渠道对化妆品行业的影响	84
8.1.3 主要化妆品企业渠道策略研究	85
8.1.4 各区域主要代理商情况	86
8.2 化妆品行业用户分析	86

8.2.1 用户认知程度分析	86
8.2.2 用户需求特点分析	87
8.2.3 用户购买途径分析	90
8.3 化妆品行业营销策略分析	91
8.3.1 中国化妆品营销概况	91
8.3.2 化妆品营销策略探讨	92
8.3.3 化妆品营销发展趋势	94

第九章我国化妆品行业竞争形势及策略 95

9.1 行业总体市场竞争状况分析	95
9.1.1 化妆品行业竞争结构分析	95
1、现有企业间竞争	95
2、潜在进入者分析	95
3、替代品威胁分析	96
4、供应商议价能力	97
5、客户议价能力	97
6、竞争结构特点总结	97
9.1.2 化妆品行业企业间竞争格局分析	98
9.1.3 化妆品行业集中度分析	99
9.1.4 化妆品行业SWOT分析	100
9.2 中国化妆品行业竞争格局综述	102
9.2.1 化妆品行业竞争概况	102
1、中国化妆品行业竞争格局	102
2、化妆品行业未来竞争格局和特点	103
3、化妆品市场进入及竞争对手分析	103
9.2.2 中国化妆品行业竞争力分析	103
1、我国化妆品行业竞争力剖析	103
2、我国化妆品企业市场竞争的优势	104
3、国内化妆品企业竞争能力提升途径	104
9.2.3 化妆品市场竞争策略分析	106

第十章中国化妆品行业领先企业经营形势分析 109

10.1 上海家化联合股份有限公司	109
10.1.1 企业概况	109
10.1.2 企业优势分析	110
10.1.3 产品/服务特色	112
10.1.4 2015-2017年经营状况	113
10.1.5 2018-2024年发展规划	115
10.2 青岛金王应用化学股份有限公司	115
10.2.1 企业概况	115
10.2.2 企业优势分析	116
10.2.3 产品/服务特色	117
10.2.4 2015-2017年经营状况	120
10.2.5 2018-2024年发展规划	125
10.3 拉芳家化股份有限公司	126
10.3.1 企业概况	126
10.3.2 企业优势分析	128
10.3.3 产品/服务特色	128
10.3.4 2015-2017年经营状况	129
10.3.5 2018-2024年发展规划	131
10.4 惠州市肌缘生物科技股份有限公司	133
10.4.1 企业概况	133
10.4.2 企业优势分析	137
10.4.3 产品/服务特色	137
10.4.4 2015-2017年经营状况	141
10.4.5 2018-2024年发展规划	143
10.5 苏州蜜思肤化妆品股份有限公司	143
10.5.1 企业概况	143
10.5.2 企业优势分析	145
10.5.3 产品/服务特色	147
10.5.4 2015-2017年经营状况	148
10.5.5 2018-2024年发展规划	151
10.6 厦门美易在线科技股份有限公司	152
10.6.1 企业概况	152

10.6.2 企业优势分析	152
10.6.3 产品/服务特色	153
10.6.4 2015-2017年经营状况	154
10.6.5 2018-2024年发展规划	156
10.7 深圳市兰亭科技股份有限公司	157
10.7.1 企业概况	157
10.7.2 企业优势分析	158
10.7.3 产品/服务特色	159
10.7.4 2015-2017年经营状况	162
10.7.5 2018-2024年发展规划	163
10.8 上海潇雅生物科技股份有限公司	164
10.8.1 企业概况	164
10.8.2 企业优势分析	165
10.8.3 产品/服务特色	166
10.8.4 2015-2017年经营状况	169
10.8.5 2018-2024年发展规划	171
10.9 新疆伊帕尔汗香料股份有限公司	171
10.9.1 企业概况	171
10.9.2 企业优势分析	174
10.9.3 产品/服务特色	176
10.9.4 2015-2017年经营状况	180
10.9.5 2018-2024年发展规划	182
10.10 莱博实业（上海）股份有限公司	182
10.10.1 企业概况	182
10.10.2 企业优势分析	183
10.10.3 产品/服务特色	184
10.10.4 2015-2017年经营状况	189
10.10.5 2018-2024年发展规划	190
 第十一章 2018-2024年化妆品行业投资前景	 192
11.1 2018-2024年化妆品市场发展前景	192
11.1.1 2018-2024年化妆品市场发展潜力	192

11.1.2 2018-2024年化妆品市场发展前景展望	192
11.1.3 2018-2024年化妆品细分行业发展前景分析	193
11.2 2018-2024年化妆品市场发展趋势预测	194
11.2.1 2018-2024年化妆品行业发展趋势	194
11.2.2 2018-2024年化妆品市场规模预测	196
11.2.3 2018-2024年化妆品行业应用趋势预测	196
11.2.4 2018-2024年细分市场发展趋势预测	197
11.3 2018-2024年中国化妆品行业供需预测	198
11.3.1 2018-2024年中国化妆品行业供给预测	198
11.3.2 2018-2024年中国化妆品行业需求预测	199
11.3.3 2018-2024年中国化妆品供需平衡预测	200
11.4 影响企业生产与经营的关键趋势	200
11.4.1 市场整合成长趋势	200
11.4.2 需求变化趋势及新的商业机遇预测	201
11.4.3 企业区域市场拓展的趋势	201
11.4.4 科研技术发展趋势	202
11.4.5 影响企业销售与服务方式的关键趋势	202

第十二章 2018-2024年化妆品行业投资机会与风险 204

12.1 化妆品行业投融资情况	204
12.1.1 行业资金渠道分析	204
12.1.2 固定资产投资分析	206
12.1.3 兼并重组情况分析	206
12.2 2018-2024年化妆品行业投资机会	208
12.2.1 产业链投资机会	208
12.2.2 细分市场投资机会	209
12.2.3 重点区域投资机会	209
12.3 2018-2024年化妆品行业投资风险及防范	210
12.3.1 新产品研发风险及防范	210
12.3.2 技术风险及防范	210
12.3.3 市场竞争风险及防范	210
12.3.4 宏观经济波动风险及防范	210

12.3.5 互联网行业发展的风险及防范	211
12.3.6 产品质量和安全风险及防范	211
12.3.7 其他风险及防范	211

第十三章化妆品行业投资战略研究 213

13.1 化妆品行业发展战略研究	213
13.1.1 战略综合规划	213
13.1.2 技术开发战略	213
13.1.3 业务组合战略	214
13.1.4 区域战略规划	214
13.1.5 产业战略规划	215
13.1.6 营销品牌战略	216
13.1.7 竞争战略规划	216
13.2 对我国化妆品品牌的战略思考	217
13.2.1 化妆品品牌的重要性	217
13.2.2 化妆品实施品牌战略的意义	218
13.2.3 化妆品企业品牌的现状分析	219
13.2.4 我国化妆品企业的品牌战略	222
13.2.5 化妆品品牌战略管理的策略	223
13.3 化妆品经营策略分析	223
13.3.1 化妆品市场细分策略	223
13.3.2 化妆品市场创新策略	224
13.3.3 品牌定位与品类规划	225
13.3.4 化妆品新产品差异化战略	225
13.4 化妆品行业投资战略研究	226
13.4.1 2017年化妆品行业投资战略	226
13.4.2 2018-2024年化妆品行业投资战略	226
13.4.3 2018-2024年细分行业投资战略	227

第十四章研究结论及投资建议 229 (ZY LII)

14.1 化妆品行业研究结论	229
14.2 化妆品行业投资价值评估	229

14.3化妆品行业投资建议	230
14.3.1 行业发展策略建议	230
14.3.2 行业投资方向建议	231
14.3.3 行业投资方式建议	232 (ZY LII)

图表目录：

图表：2012-2017年国内生产总值及其增长速度	19
图表：2012-2017年三次产业增加值占国内生产总值比重	19
图表：2017年2017年人口数及其构成	20
图表：2017年居民消费价格月度涨跌幅度	20
图表：2017年居民消费价格比2015年涨跌幅度	21
图表：2012-2017年全社会消费品零售总额	21
图表：2012-2017年货物进出口总额	22
图表：2017年货物进出口总额及其增长速度	23
图表：2017年主要商品出口数量、金额及其增长速度	23
图表：2017年主要商品进口数量、金额及其增长速度	24
图表：2017年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度	24
图表：2017年外商直接投资（不含银行、证券、保险）及其增长速度	25
图表：2017年对外直接投资额（不含银行、证券、保险）及其增长速度	25
图表：2012-2017年全国居民人均可支配收入及其增长速度	27

详细请访问：<http://www.chinairr.org/report/R12/R1201/201805/25-262321.html>