2019-2025年中国化妆品ODM行业分析与发展前景预测报告

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

《2019-2025年中国化妆品ODM行业分析与发展前景预测报告》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/R1201/201901/11-284497.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

中国目前现有化妆品企业4000多家，约2万个化妆品品牌，大批不具备生产实力的小品牌都会找OEM企业合作；另一方面，大量的美容美发机构及大型卖场、日化连锁经营公司等也对ODM有较高需求。可以说，本土日化ODM市场具有广阔的发展空间。长期以来，中国都被认为是世界工厂。由于不掌握产品研发的核心技术，只能以低廉的劳动赚取全球产业链上最低端的制造费。而在日化行业，这一现象同样明显。在中国众多的日化ODM企业中，具备相当规模、实力的企业却少之又少；而具有较大研发实力，掌握自主知识产权的专业日化ODM企业则更少。

目前，洋品牌化妆品的销量已占到中国化妆品总销量的67%左右，销售额更占到90%左右;在全国十大护肤品品牌中，仅有大宝、小护士、丁家宜、可伶可俐、东洋之花这五家是本土品牌，随着小护士被收购，本土品牌仅剩下以大宝为首的四家，市场份额总共仅为40%左右。中高档化妆品市场几乎完全被洋品牌独霸，国有品牌的表现令人担忧，国有品牌的四成市场几乎都是局限于一些中低档日化用品，品牌建设方面杯水车薪。无论未来化妆品市场发展趋势如何，品牌的塑造是不可忽视的。

中国产业研究报告网发布的《2019-2025年中国化妆品ODM行业分析与发展前景预测报告》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研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

中国产业研究报告网是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第.一部分 发展现状与前景分析 23
第.一章 全球化妆品ODM行业发展分析 23
第.一节 2017年全球化妆品ODM市场分析 23
一、2017年全球化妆品ODM市场回顾 23
二、2017年全球化妆品ODM市场环境 23
三、2017年全球化妆品ODM销售分析 24

四、2017年全球化妆品ODM市场规模 24
第二节 2017年全球化妆品ODM市场分析 24
一、2017年全球化妆品ODM需求分析 25
二、2017年全球化妆品ODM市场规模 25
三、2017年全球化妆品ODM品牌分析 25
四、2017年中外化妆品ODM市场对比 25
第三节 部分国家地区化妆品ODM行业发展状况 26
一、2014-2017年美国化妆品ODM行业发展分析 26
二、2014-2017年欧洲化妆品ODM行业发展分析 26
三、2014-2017年日本化妆品ODM行业发展分析 26
四、2014-2017年韩国化妆品ODM行业发展分析 27

第二章 我国化妆品ODM行业发展现状 28
第.一节 我国化妆品ODM行业发展现状 28
一、化妆品ODM行业品牌发展现状 28
二、化妆品ODM行业消费市场现状 28
三、化妆品ODM市场需求层次分析 29
四、我国化妆品ODM市场走向分析 29
第二节 我国化妆品ODM行业发展状况 29
一、2017年中国化妆品ODM行业发展回顾 29
二、2017年化妆品ODM行业发展情况分析 30
三、2017年我国化妆品ODM市场特点分析 30
四、2017年我国化妆品ODM市场发展分析 31
第三节 中国化妆品ODM行业供需分析 31
一、2017年中国化妆品ODM市场供给总量分析 31
二、2017年中国化妆品ODM市场供给结构分析 32
三、2017年中国化妆品ODM市场需求总量分析 32
四、2017年中国化妆品ODM市场需求结构分析 33
五、2017年中国化妆品ODM市场供需平衡分析 33

第三章 中国化妆品ODM行业经济运行分析 35
第.一节 2014-2017年化妆品ODM行业运行情况分析 35

一、2017年化妆品ODM行业经济指标分析 35
二、2017年化妆品ODM行业经济指标分析 35
第二节 2014-2017年化妆品ODM行业产量分析 35
一、2017年我国化妆品ODM产品产量分析 35
二、2017年我国化妆品ODM产品产量预测 36
第三节 2017年化妆品ODM行业进出口分析 37
一、2014-2017年化妆品ODM行业进口总量及价格 37
二、2014-2017年化妆品ODM行业出口总量及价格 39
三、2014-2017年化妆品ODM行业进出口数据统计 41
四、2019-2025年化妆品ODM进出口态势展望 42

第四章 中国化妆品ODM消费市场分析 44
第.一节 化妆品ODM行业产品目标客户群体调查 44
一、不同收入水平消费者偏好调查 44
二、不同年龄的消费者偏好调查 44
三、不同地区的消费者偏好调查 44
第二节 化妆品ODM市场消费需求分析 44
一、化妆品ODM市场的消费需求变化 45
二、化妆品ODM行业的需求情况分析 45
第三节 化妆品ODM消费市场状况分析 46
一、化妆品ODM行业消费特点 46
二、化妆品ODM消费者分析 46
三、化妆品ODM消费结构分析 47
四、化妆品ODM消费的市场变化 47
五、化妆品ODM市场的消费方向 48
第四节 化妆品ODM行业产品的品牌市场调查 48
一、消费者对市场品牌认知度宏观调查 48
二、消费者对市场产品的品牌偏好调查 48
三、消费者对市场品牌的首要认知渠道 48
四、消费者经常购买的品牌调查 49
五、化妆品ODM市场品牌忠诚度调查 49
六、化妆品ODM市场品牌市场占有率调查 49

七、消费者的消费理念调研 50

第五章 中国化妆品ODM行业区域市场分析 51
第.一节 华北地区化妆品ODM行业分析 51
一、2014-2017年行业发展现状分析 51
二、2014-2017年市场规模情况分析 51
三、2019-2025年市场需求情况分析 51
四、2019-2025年行业发展前景预测 52
五、2019-2025年行业投资风险预测 52
第二节 东北地区化妆品ODM行业分析 52
一、2014-2017年行业发展现状分析 52
二、2014-2017年市场规模情况分析 53
三、2019-2025年市场需求情况分析 53
四、2019-2025年行业发展前景预测 53
五、2019-2025年行业投资风险预测 54
第三节 华东地区化妆品ODM行业分析 54
一、2014-2017年行业发展现状分析 54
二、2014-2017年市场规模情况分析 54
三、2019-2025年市场需求情况分析 55
四、2019-2025年行业发展前景预测 55
五、2019-2025年行业投资风险预测 55
第四节 华南地区化妆品ODM行业分析 56
一、2014-2017年行业发展现状分析 56
二、2014-2017年市场规模情况分析 56
三、2019-2025年市场需求情况分析 56
四、2019-2025年行业发展前景预测 57
五、2019-2025年行业投资风险预测 57
第五节 华中地区化妆品ODM行业分析 57
一、2014-2017年行业发展现状分析 58
二、2014-2017年市场规模情况分析 58
三、2019-2025年市场需求情况分析 58
四、2019-2025年行业发展前景预测 58

五、2019-2025年行业投资风险预测 59
第六节 西南地区化妆品ODM行业分析 59
一、2014-2017年行业发展现状分析 59
二、2014-2017年市场规模情况分析 59
三、2019-2025年市场需求情况分析 60
四、2019-2025年行业发展前景预测 60
五、2019-2025年行业投资风险预测 60
第七节 西北地区化妆品ODM行业分析 61
一、2014-2017年行业发展现状分析 61
二、2014-2017年市场规模情况分析 61
三、2019-2025年市场需求情况分析 61
四、2019-2025年行业发展前景预测 62
五、2019-2025年行业投资风险预测 62

第六章 化妆品ODM行业投资与发展前景分析 63
第.一节 2017年化妆品ODM行业投资情况分析 63
一、2017年总体投资结构 63
二、2017年投资规模情况 63
三、2017年投资增速情况 63
四、2017年分行业投资分析 63
五、2017年分地区投资分析 63
第二节 化妆品ODM行业投资机会分析 65
一、化妆品ODM投资项目分析 65
二、可以投资的化妆品ODM模式 65
三、2017年化妆品ODM投资机会 66
四、2017年化妆品ODM细分行业投资机会 66
五、2017年化妆品ODM投资新方向 66
第三节 化妆品ODM行业发展前景分析 67
一、化妆品ODM市场发展前景分析 67
二、我国化妆品ODM市场蕴藏的商机 68
三、金融危机下化妆品ODM市场的发展前景 68
四、2017年化妆品ODM市场面临的发展商机 68

五、2019-2025年化妆品ODM市场面临的发展商机 69

第二部分 市场竞争格局与形势 70
第七章 化妆品ODM行业竞争格局分析 70
第.一节 化妆品ODM行业集中度分析 70
一、化妆品ODM市场集中度分析 70
二、化妆品ODM企业集中度分析 70
三、化妆品ODM区域集中度分析 71
第二节 化妆品ODM行业主要企业竞争力分析 72
一、重点企业资产总计对比分析 72
二、重点企业从业人员对比分析 73
三、重点企业全年营业收入对比分析 73
四、重点企业利润总额对比分析 74
五、重点企业综合竞争力对比分析 75
第三节 化妆品ODM行业竞争格局分析 75
一、2014-2017年化妆品ODM行业竞争分析 75
二、2014-2017年中外化妆品ODM产品竞争分析 75
三、2014-2017年国内外化妆品ODM竞争分析 75
四、2014-2017年我国化妆品ODM市场竞争分析 76
五、2014-2017年我国化妆品ODM市场集中度分析 76
六、2019-2025年国内主要化妆品ODM企业动向 76

第八章 2014-2017年中国化妆品ODM行业发展形势分析 77
第.一节 化妆品ODM行业发展概况 77
一、化妆品ODM行业发展特点分析 77
二、化妆品ODM行业投资现状分析 77
三、化妆品ODM行业总产值分析 77
四、化妆品ODM行业技术发展分析 78
第二节 2014-2017年化妆品ODM行业市场情况分析 80
一、化妆品ODM行业市场发展分析 80
二、化妆品ODM市场存在的问题 81
三、化妆品ODM市场规模分析 81

第三节 2014-2017年化妆品ODM产销状况分析 81
一、化妆品ODM产量分析 81
二、化妆品ODM产能分析 82
三、化妆品ODM市场需求状况分析 82
第四节 产品发展趋势预测 83
一、产品发展新动态 83
二、技术新动态 83
三、产品发展趋势预测 83

第三部分 赢利水平与企业分析 85
第九章 中国化妆品ODM行业整体运行指标分析 85
第.一节 2014-2017年中国化妆品ODM行业总体规模分析 85
一、企业数量结构分析 85
二、行业生产规模分析 85
第二节 2014-2017年中国化妆品ODM行业产销分析 85
一、行业产成品情况总体分析 86
二、行业产品销售收入总体分析 86
第三节 2014-2017年中国化妆品ODM行业财务指标总体分析 87
一、行业盈利能力分析 87
二、行业偿债能力分析 87
三、行业营运能力分析 88
四、行业发展能力分析 88

第十章 化妆品ODM行业赢利水平分析 90
第.一节 成本分析 90
一、2014-2017年化妆品ODM原材料价格走势 90
二、2014-2017年化妆品ODM行业人工成本分析 90
第二节 产销运存分析 90
一、2014-2017年化妆品ODM行业产销情况 90
二、2014-2017年化妆品ODM行业库存情况 91
三、2014-2017年化妆品ODM行业资金周转情况 91
第三节 盈利水平分析 92

一、2014-2017年化妆品ODM行业价格走势 92
二、2014-2017年化妆品ODM行业营业收入情况 94
三、2014-2017年化妆品ODM行业毛利率情况 94
四、2014-2017年化妆品ODM行业赢利能力 94
五、2014-2017年化妆品ODM行业赢利水平 95
六、2019-2025年化妆品ODM行业赢利预测 95

第十一章 化妆品ODM行业盈利能力分析 96
第.一节 2014-2017年中国化妆品ODM行业利润总额分析 96
一、利润总额分析 96
二、不同规模企业利润总额比较分析 96
三、不同所有制企业利润总额比较分析 96
第二节 2014-2017年中国化妆品ODM行业销售利润率 97
一、销售利润率分析 97
二、不同规模企业销售利润率比较分析 97
三、不同所有制企业销售利润率比较分析 98
第三节 2014-2017年中国化妆品ODM行业总资产利润率分析 98
一、总资产利润率分析 98
二、不同规模企业总资产利润率比较分析 99
三、不同所有制企业总资产利润率比较分析 99
第四节 2014-2017年中国化妆品ODM行业产值利税率分析 99
一、产值利税率分析 99
二、不同规模企业产值利税率比较分析 100
三、不同所有制企业产值利税率比较分析 100

第十二章 化妆品ODM重点企业发展分析 102
第.一节 重点企业一 102
一、企业概况 102
二、2014-2017年经营状况 103
三、2019-2025年盈利能力 111
四、2019-2025年投资风险 112
第二节 重点企业二 112

一、企业概况 112
二、2014-2017年经营状况 113
三、2019-2025年盈利能力 122
四、2019-2025年投资风险 123
第三节 重点企业三 123
一、企业概况 123
二、2014-2017年经营状况 125
三、2019-2025年盈利能力 131
四、2019-2025年投资风险 132
第四节 重点企业四 133
一、企业概况 133
二、2014-2017年经营状况 133
三、2019-2025年盈利能力 139
四、2019-2025年投资风险 139
第五节 重点企业五 140
一、企业概况 140
二、2014-2017年经营状况 140
三、2019-2025年盈利能力 146
四、2019-2025年投资风险 146
第六节 重点企业六 146
一、企业概况 146
二、2014-2017年经营状况 147
三、2019-2025年盈利能力 153
四、2019-2025年投资风险 153
第七节 重点企业七 153
一、企业概况 153
二、2014-2017年经营状况 155
三、2019-2025年盈利能力 160
四、2019-2025年投资风险 161
第八节 重点企业八 161
一、企业概况 161
二、2014-2017年经营状况 162

三、2019-2025年盈利能力 168
四、2019-2025年投资风险 168
第九节 重点企业九 169
一、企业概况 169
二、2014-2017年经营状况 169
三、2019-2025年盈利能力 175
四、2019-2025年投资风险 175
第十节 重点企业十 176
一、企业概况 176
二、2014-2017年经营状况 176
三、2019-2025年盈利能力 182
四、2019-2025年投资风险 182

第四部分 投资策略与风险预警 184
第十三章 化妆品ODM行业投资策略分析 184
第.一节 行业发展特征 184
一、行业的周期性 184
二、行业的区域性 185
三、行业的上下游 185
四、行业经营模式 185
第二节 行业投资形势分析 186
一、行业发展格局 186
二、行业进入壁垒 188
三、行业SWOT分析 188
四、行业五力模型分析 189
第三节 化妆品ODM行业投资效益分析 194
一、2017年化妆品ODM行业投资状况分析 194
二、2017年化妆品ODM行业投资效益分析 195
三、2019-2025年化妆品ODM行业投资方向 195
四、2019-2025年化妆品ODM行业投资建议 196
第四节 化妆品ODM行业投资策略研究 197
一、2017年化妆品ODM行业投资策略 197

二、2017年化妆品ODM行业投资策略 198
三、2019-2025年化妆品ODM行业投资策略 199
四、2019-2025年化妆品ODM细分行业投资策略 201

第十四章 化妆品ODM行业投资风险预警 203
第.一节 影响化妆品ODM行业发展的主要因素 203
一、2017年影响化妆品ODM行业运行的有利因素 203
二、2017年影响化妆品ODM行业运行的稳定因素 203
三、2017年影响化妆品ODM行业运行的不利因素 204
四、2017年我国化妆品ODM行业发展面临的挑战 205
五、2017年我国化妆品ODM行业发展面临的机遇 205
第二节 化妆品ODM行业投资风险预警 206
一、2019-2025年化妆品ODM行业市场风险预测 206
二、2019-2025年化妆品ODM行业政策风险预测 206
三、2019-2025年化妆品ODM行业经营风险预测 207
四、2019-2025年化妆品ODM行业技术风险预测 207
五、2019-2025年化妆品ODM行业竞争风险预测 207
六、2019-2025年化妆品ODM行业其它风险预测 208

第五部分 发展趋势与规划建议 209
第十五章 化妆品ODM行业发展趋势分析 209
第.一节 2019-2025年中国化妆品ODM市场趋势分析 209
一、2014-2017年我国化妆品ODM市场趋势总结 209
二、2019-2025年我国化妆品ODM发展趋势分析 209
第二节 2019-2025年化妆品ODM产品发展趋势分析 210
一、2019-2025年化妆品ODM产品技术趋势分析 210
二、2019-2025年化妆品ODM产品价格趋势分析 210
第三节 2019-2025年中国化妆品ODM行业供需预测 210
一、2019-2025年中国化妆品ODM供给预测 210
二、2019-2025年中国化妆品ODM需求预测 211
三、2019-2025年中国化妆品ODM价格预测 211
第四节 2019-2025年化妆品ODM行业规划建议 212

一、化妆品ODM行业“十二五”整体规划 212
二、化妆品ODM行业“十三五”规划预测 212
三、2019-2025年化妆品ODM行业规划建议 213

第十六章 化妆品ODM企业管理策略建议 220
第.一节 市场策略分析 220
一、化妆品ODM价格策略分析 220
二、化妆品ODM渠道策略分析 220
第二节 销售策略分析 221
一、媒介选择策略分析 221
二、产品定位策略分析 224
三、企业宣传策略分析 225
第三节 提高化妆品ODM企业竞争力的策略 227
一、提高中国化妆品ODM企业核心竞争力的对策 227
二、化妆品ODM企业提升竞争力的主要方向 230
三、影响化妆品ODM企业核心竞争力的因素及提升途径 230
四、提高化妆品ODM企业竞争力的策略 232
第四节 对我国化妆品ODM品牌的战略思考 233
一、化妆品ODM实施品牌战略的意义 233
二、化妆品ODM企业品牌的现状分析 234
三、我国化妆品ODM企业的品牌战略 236
四、化妆品ODM品牌战略管理的策略 238

图表目录：

图表1 2017年全球化妆品ODM需求分析 24
图表2 2017年全球化妆品ODM市场规模分析 24
图表3 2014-2017年全球化妆品ODM需求分析 25
图表4 2014-2017年全球化妆品ODM市场规模分析 25
图表5 2014-2017年美国化妆品ODM市场规模分析 26
图表6 2014-2017年欧洲化妆品ODM市场规模分析 26
图表7 2014-2017年日本化妆品ODM市场规模分析 27
图表8 2014-2017年韩国化妆品ODM市场规模分析 27

图表9 2014-2017年我国化妆品ODM行业销量分析 28
图表10 2014-2017年我国化妆品ODM行业供给量分析 32
图表11 2014-2017年我国化妆品ODM各规格产品供给结构变化 32
图表12 2014-2017年我国化妆品ODM行业需求量分析 33
图表13 2006-2017年我国化妆品ODM各规格产品需求结构变化 33
图表14 2014-2017年我国化妆品ODM行业供需分析 34
图表15 2014-2017年我国化妆品ODM行业产值分析 35
图表16 2014-2017年化妆品ODM制造基本经济 35
图表17 2017年我国化妆品ODM行业产量分析 36
图表18 2017年中国化妆品ODM产量数据统计 36
图表19 2014-2017年我国化妆品ODM进口分析 37
图表20 2014-2017年我国化妆品ODM进口来源国分析 38
图表21 2014-2017年我国化妆品ODM进口贸易方式分析 39
图表22 2014-2017年我国化妆品ODM出口分析 39
图表23 2014-2017年我国化妆品ODM出口目的地分析 40
略……

详细请访问：http://www.chinairr.org/report/R12/R1201/201901/11-284497.html