# 2015-2020中国化妆品行业市场需求预测与投资战略规划分析报告

## 目 录

*CONTENTS*


**第1章：中国化妆品行业发展综述**

**1.1 化妆品行业定义及分类**

1.1.1 行业概念及定义

1.1.2 行业主要产品大类

**1.2 化妆品行业统计标准**

1.2.1 行业统计部门和口径

1.2.2 行业统计方法

**1.3 化妆品行业地位分析**

1.3.1 行业在国民经济中的地位

1.3.2 行业在化妆品行业中的地位

**1.4 化妆品行业产业链分析**

1.4.1 行业产业链概况

1.4.2 原材料行业

1.4.3 化妆品包装行业

（1）化妆品包装特点

（2）化妆品包装趋势

**第2章：中国化妆品行业市场环境分析**

**2.1 化妆品行业政策环境分析**

2.1.1 行业政策动向

（1）国家引导防晒类护肤品消费

（2）国家规范化妆品产品技术要求

（3）国家完善化妆品安全风险评估

（4）国家调控化妆品检验机构建设

（5）国家规范化妆品相关产品的命名

（6）国家规范非特殊用途化妆品的管理

（7）国家推进化妆品安全风险控制体系建设

2.1.2 行业发展规划

（1）行业规模规划

（2）行业企业规划

（3）行业品牌规划

（4）行业产品规划

**2.2 化妆品行业经济环境分析**

2.2.1 中国GDP增长情况

（1）中国GDP增长状况

（2）行业与GDP的关联性分析

2.2.2 居民人均收入变化

（1）居民人均收入变化情况

（2）行业与居民收入的关联性分析

**2.3 化妆品行业消费环境分析**

2.3.1 消费群体变化分析

2.3.2 消费观念变化分析

（1）从“节约”到“时尚”

（2）从“关注质量”到“关注品牌文化”

（3）从“整齐划一”到“追求个性与自我”

2.3.3 不同人口特征城市居民化妆品购买比例

（1）不同性别居民的化妆品购买分析

1）女性消费者行为研究

2）男性消费者行为研究

3）不同性别居民化妆品购买分析

（2）不同年龄居民的化妆品购买分析

（3）不同学历居民的化妆品购买分析

（4）不同收入居民的化妆品购买分析
1）低收入消费者行为研究
2）高收入消费者行为研究
3）不同收入居民化妆品购买分析
2.3.4 不同媒介接触频率居民化妆品消费情况
（1）不同电视媒介接触频率居民化妆品消费情况
（2）不同广播媒介接触频率居民化妆品消费情况
（3）不同报纸媒介接触频率居民化妆品消费情况
（4）不同杂志媒介接触频率居民化妆品消费情况
（5）不同网络媒介接触频率居民化妆品消费情况
2.3.5 城市居民接触各类化妆品广告排名情况
**第3章：中国化妆品行业发展现状分析**
**3.1 化妆品行业发展概况**
3.1.1 行业发展历程
3.1.2 行业市场规模
（1）全部化妆品企业零售总额
（2）限额以上化妆品企业零售总额
（3）规模以上化妆品企业销售规模
3.1.3 行业区域分布
**3.2 化妆品行业供需平衡分析**
3.2.1 全国化妆品行业供给情况分析
（1）全国化妆品行业总产值分析
（2）全国化妆品行业产成品分析
3.2.2 各地区化妆品行业供给情况分析
（1）总产值排名前10个地区分析
（2）产成品排名前10个地区分析
3.2.3 全国化妆品行业需求情况分析
（1）全国化妆品行业销售产值分析
（2）全国化妆品行业销售收入分析
3.2.4 各地区化妆品行业需求情况分析
（1）销售产值排名前10个地区分析
（2）销售收入排名前10个地区分析
3.2.5 全国化妆品行业产销率分析
**3.3 化妆品行业经营情况分析**
3.3.1 中国化妆品关注度分析
（1）化妆品行业关注指数
（2）化妆品相关关注内容
（3）化妆品网民关注的肌肤问题
（4）化妆品网民关注的品牌等级
（5）化妆品网民关注的产品大类
3.3.2 中国化妆品行业发展总体概况
3.3.3 中国化妆品行业发展主要特点
3.3.4 行业主要经济效益影响因素
3.3.5 行业经营情况分析
（1）化妆品行业经营效益分析
（2）行业盈利能力分析
（3）行业运营能力分析
（4）行业偿债能力分析
（5）行业发展能力分析
**第4章：中国化妆品行业竞争状况现状**
**4.1 国外化妆品行业竞争现状分析**
4.1.1 国际市场竞争格局
（1）区域分布格局
（2）产品竞争格局
4.1.2 重点国家市场分析
（1）美国化妆品市场分析
（2）日本化妆品市场分析
（3）法国化妆品市场分析
（4）德国化妆品市场分析

（5）巴西化妆品市场分析
（6）印度化妆品市场分析
（7）非洲化妆品市场分析
（8）俄罗斯化妆品市场分析
**4.2 国外重点化妆品企业竞争分析**
4.2.1 法国欧莱雅集团市场分析
（1）集团发展概况
（2）总体经营情况
（3）品牌经营状况
（4）销售区域分布
（5）企业在华竞争
4.2.2 美国宝洁集团市场分析
（1）集团发展概况
（2）总体经营情况
（3）品牌经营状况
（4）销售区域分布
（5）企业经营战略
（6）企业在华竞争
4.2.3 英国联合利华集团市场分析
（1）集团发展概况
（2）总体经营情况
（3）品牌经营状况
（4）销售区域分布
（5）企业经营战略
（6）企业在华竞争
4.2.4 美国强生集团市场分析
（1）集团发展概况
（2）总体经营情况
（3）品牌经营状况
（4）企业在华竞争
4.2.5 其他化妆品企业市场分析
（1）法国LVMH
（2）法国香奈儿
（3）雅诗兰黛
（4）日本资生堂
（5）韩国爱茉莉
（6）美国雅芳公司
（7）美国玫琳凯公司
（8）美国安利公司
（9）韩国LG集团
（10）花王
（11）拜尔斯道夫
（12）露华浓
**4.3 国内化妆品行业竞争现状分析**
4.3.1 国内市场竞争格局
（1）区域分布格局
（2）企业规模格局
（3）企业性质格局
4.3.2 行业五力模型分析
（1）上游议价能力
（2）下游议价能力
（3）新进入者威胁
（4）替代产品威胁
（5）行业内部竞争
**4.4 行业投资兼并重组整合分析**
4.4.1 国际投资兼并重组分析
（1）投资兼并重组现状
（2）投资兼并重组案例
4.4.2 国内投资兼并重组分析

（1）投资兼并重组现状
（2）投资兼并重组案例
第5章：中国化妆品行业细分市场分析
5.1 按产品功能划分细分市场分析
5.1.1 洗护用品市场分析
（1）洗护用品市场概况
（2）头发护理类关注度分析
1）头发护理类关注指数
2）头发护理类关注内容
3）头发护理类品牌关注度
4）头发护理类单品关注度
5）头发护理类产品用途关注度
（3）洗护用品细分市场分析
1）洗发产品市场分析
2）护发产品市场分析
3）洗发露/护发素市场调查分析
4）美发产品市场分析
5）沐浴类产品市场分析
5.1.2 润肤护肤用品市场
（1）护肤类化妆品关注度分析
1）护肤类化妆品关注指数
2）护肤类化妆品关注内容
3）护肤类化妆品品牌关注度
4）护肤类化妆品产品用途关注度
（2）润肤护肤用品细分市场分析
1）美白类产品市场分析
2）保湿类产品市场分析
3）防晒类产品市场分析
5.1.3 香水产品市场分析
（1）香水类化妆品关注度分析
1）香水类化妆品关注指数
2）香水类化妆品关注内容
3）香水类化妆品品牌关注度
4）香水类化妆品单品关注度
（2）香水市场发展现状
（3）香水细分市场分析
1）女士香水
2）男士香水
3）车用香水
（4）中国香水市场品牌格局
（5）香水市场发展前景预测
5.1.4 彩妆市场分析
（1）彩妆类化妆品关注度分析
1）彩妆类化妆品关注指数
2）彩妆类化妆品关注内容
3）彩妆类化妆品品牌关注度
4）彩妆类化妆品单品关注度
5）彩妆类化妆品产品用途关注度
（2）彩妆细分市场分析
1）眼部彩妆市场分析
2）唇彩市场分析
3）粉底市场分析
5.2 按产品档次划分细分市场分析
5.2.1 高端化妆品市场分析
（1）高端化妆品关注度分析
1）高端化妆品关注指数
2）高端化妆品关注内容
3）高端化妆品品牌关注度
4）高端化妆品单品关注度

5）高端化妆品产品大类关注度
（2）高端化妆品市场现状分析
（3）高端化妆品营销策略与渠道
5.2.2 大众化妆品市场分析
（1）大众化妆品关注度分析
1）大众化妆品关注指数
2）大众化妆品关注内容
3）大众化妆品品牌关注度
4）大众化妆品单品关注度
5）大众化妆品产品大类关注度
（2）大众化妆品市场现状分析
（3）大众化妆品营销策略与渠道
**5.3 潜力产品细分市场分析与前景预测**
5.3.1 儿童化妆品市场分析与前景预测
（1）儿童化妆品主要产品种类
（2）儿童化妆品市场的品牌格局与竞争态势
（3）儿童化妆品市场消费者分析
（4）儿童化妆品的营销策略和渠道
（5）儿童化妆品市场的发展前景
5.3.2 男性化妆品市场分析与前景预测
（1）男性化妆品关注度分析
1）男性化妆品关注指数
2）男性化妆品关注内容
3）男性关注的肌肤问题
4）男性化妆品品牌关注度
5）男性化妆品单品关注度
6）男性化妆品产品用途关注度
（2）男性化妆品主要产品种类
（3）男性化妆品市场现状
（4）男性化妆品市场竞争
（5）男性化妆品营销策略
（6）男性化妆品市场前景
5.3.3 中老年化妆品市场分析与前景预测
（1）中老年化妆品主要产品种类
（2）中老年化妆品市场现状
（3）中老年化妆品营销策略
（4）中老年化妆品市场发展前景
**5.4 热点产品细分市场分析与前景预测**
5.4.1 药妆市场发展现状及前景预测
（1）药妆定义及主要分类
1）相关定义
2）主要分类
（2）国外药妆市场现状
1）药妆总体概况
2）法国药妆市场
3）日本药妆市场
4）美国药妆市场
（3）国外药妆主要品牌
（4）国内药妆市场现状
（5）国内药妆竞争现状
1）竞争层次
2）竞争格局
（6）药妆市场发展趋势
（7）药妆市场投资策略
5.4.2 有机/天然化妆品市场发展现状及前景预测
（1）有机/天然化肤品的定义与认证
（2）有机/天然化妆品关注度分析
1）有机/天然化妆品关注指数
2）有机/天然化妆品关注内容

3）有机/天然化妆品品牌关注度
4）有机/天然化妆品单品关注度
5）有机/天然化妆品产品大类关注度
（3）国内有机/天然化妆品发展现状
（4）国内有机/天然化肤品品牌格局
（5）有机/天然化妆品市场前景预测
**第6章：中国化妆品行业营销策略分析**
**6.1 化妆品行业传统渠道策略分析**
6.1.1 传统销售渠道概述
6.1.2 商场专柜渠道分析
（1）渠道概况
（2）品牌分析
（3）进入壁垒
（4）成本构成
（5）收益分析
6.1.3 超市卖场渠道分析
（1）渠道概况
（2）品牌分析
（3）进入壁垒
（4）成本构成
（5）收益分析
6.1.4 专营店渠道分析
（1）渠道概况
（2）运营策略
（3）进入壁垒
（4）成本构成
（5）收益分析
1）化妆品专营店利润下降因素分析
2）化妆品专营店现有盈利分析
3）化妆品专营店的核心盈利点
6.1.5 加盟专卖渠道分析
（1）渠道概况
（2）品牌分析
（3）运营策略
（4）成本构成
（5）收益分析
6.1.6 药店零售渠道分析
（1）渠道概况
（2）品牌分析
（3）进入壁垒
（4）成本构成
（5）收益分析
6.1.7 美容院零渠道分析
（1）渠道概况
（2）品牌分析
（3）进入壁垒
（4）成本构成
（5）收益分析
6.1.8 电视购物渠道分析
（1）渠道概况
（2）品牌分析
（3）进入壁垒
（4）成本构成
（5）收益分析
**6.2 化妆品行业电子商务渠道分析**
6.2.1 渠道销售规模
6.2.2 渠道特性分析
6.2.3 渠道优劣势分析
（1）三方平台

（2）自有平台
6.2.4 与传统渠道关联
（1）利好关联
（2）不利关联
（3）解决方案
6.2.5 渠道经营策略
（1）规划共同愿景
（2）规范产品价格
（3）产品差异化经营
（4）完善售后服务
6.2.6 渠道广告投放
（1）2013年时尚网站行业数据
（2）2013年热门行业品牌网络广告投放
（3）2013年化妆护肤品网络广告投放费用
（4）2013年化妆护肤品网络广告投放媒体类别
（5）2012年化妆及卫生用品品牌网络广告投放规模
**6.3 化妆品行业的产品策略分析**
6.3.1 行业领先产品策略分析
（1）品牌定位策略分析
（2）产品组合策略分析
（3）产品差异化策略分析
（4）新产品开发策略分析
（5）产品生命周期运用策略分析
6.3.2 行业典型产品案例分析
**6.4 化妆品行业的定价策略分析**
6.4.1 行业领先定价策略分析
（1）结合产品品牌、产品定位
（2）结合产品组合、产品功效
（3）结合竞争对手的价格定价
6.4.2 行业典型定价案例分析
**6.5 化妆品行业的促销策略分析**
6.5.1 行业促销策略概述
6.5.2 行业领先促销策略分析
（1）广告促销策略
（2）活动促销策略
6.5.3 行业典型促销案例分析
**第7章：中国化妆品行业区域市场分析**
**7.1 行业总体区域结构特征分析**
7.1.1 行业市场分布情况
7.1.2 行业产值分布情况
7.1.3 行业利润分布情况
**7.2 广东省化妆品行业发展现状及前景预测**
7.2.1 广东省化妆品行业发展规划及配套措施
7.2.2 广东省化妆品行业在行业中的地位变化
7.2.3 广东省化妆品行业市场发展规模分析
（1）行业产值增长情况
（2）销售收入增长情况
7.2.4 广东省化妆品行业经济运行状况分析
**7.3 江苏省化妆品行业发展现状及前景预测**
7.3.1 江苏省化妆品行业发展规划及配套措施
7.3.2 江苏省化妆品行业在行业中的地位变化
7.3.3 江苏省化妆品行业市场发展规模分析
（1）行业产值增长情况
（2）销售收入增长情况
7.3.4 江苏省化妆品行业经济运行状况分析
**7.4 上海市化妆品行业发展现状及前景预测**
7.4.1 上海市化妆品行业发展规划及配套措施
7.4.2 上海市化妆品行业在行业中的地位变化
7.4.3 上海市化妆品行业市场发展规模分析

（1）行业产值增长情况
（2）销售收入增长情况
7.4.4 上海市化妆品行业经济运行状况分析
**7.5 安徽省化妆品行业发展现状及前景预测**
7.5.1 安徽省化妆品行业发展规划及配套措施
7.5.2 安徽省化妆品行业在行业中的地位变化
7.5.3 安徽省化妆品行业市场发展规模分析
（1）行业产值增长情况
（2）销售收入增长情况
7.5.4 安徽省化妆品行业经济运行状况分析
**7.6 浙江省化妆品行业发展现状及前景预测**
7.6.1 浙江省化妆品行业发展规划及配套措施
7.6.2 浙江省化妆品行业在行业中的地位变化
7.6.3 浙江省化妆品行业市场发展规模分析
（1）行业产值增长情况
（2）销售收入增长情况
7.6.4 浙江省化妆品行业经济运行状况分析
**7.7 北京市化妆品行业发展现状及前景预测**
7.7.1 北京市化妆品行业发展规划及配套措施
7.7.2 北京市化妆品行业在行业中的地位变化
7.7.3 北京市化妆品行业市场发展规模分析
（1）行业产值增长情况
（2）销售收入增长情况
7.7.4 北京市化妆品行业经济运行状况分析
**7.8 湖北省化妆品行业发展现状及前景预测**
7.8.1 湖北省化妆品行业发展规划及配套措施
7.8.2 湖北省化妆品行业在行业中的地位变化
7.8.3 湖北省化妆品行业经济运行状况分析
**第8章：中国化妆品行业重点企业分析**
**8.1 化妆品企业发展总体状况分析**
8.1.1 化妆品企业整体排名
8.1.2 化妆品行业销售收入状况
8.1.3 化妆品行业资产总额状况
8.1.4 化妆品行业利润总额状况
**8.2 化妆品行业上市企业个案分析**
8.2.1 上海家化联合股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向
8.2.2 索芙特股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向

8.2.3 霸王国际集团（控股）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
（6）企业最新发展动向
8.2.4 美即（控股）国际有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营情况分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营优劣势分析
**8.3 化妆品行业重点企业个案分析**
8.3.1 江苏隆力奇集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业组织架构分析
（4）企业产品结构及新产品动向
（5）企业销售渠道与网络
（6）企业经营状况优劣势分析
（7）企业最新发展动向分析
8.3.2 广州宝洁有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
8.3.3 玫琳凯（中国）化妆品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络

（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
8.3.4 雅芳（中国）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业投资兼并与重组分析
（7）企业最新发展动向分析
8.3.5 新生活集团（中国）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.3.6 广州好迪集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.3.7 厦门顶康生物科技有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.3.8 浙江艳庄化妆品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析

8.3.9 广东拉芳日化有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.3.10 联合利华（中国）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
8.3.11 资生堂丽源化妆品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.3.12 广州安利日用品制造有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.3.13 仙妮蕾德（中国）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.3.14 北京大宝化妆品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析

1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.3.15 妮维雅（上海）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.3.16 湖北丝宝股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.3.17 江苏东洋之花化妆品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营状况优劣势分析
8.3.18 上海卓多姿中信化妆品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.3.19 无锡标榜化妆品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.3.20 贝侬生化（苏州工业园区）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析

5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络建设
（5）企业经营状况优劣势分析
8.3.21 天津郁美净集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.3.22 高丝化妆品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.3.23 克缇（中国）日用品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.3.24 天津宝洁工业有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.3.25 川艾丽碧丝（集团）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析

8.3.26 上海伽蓝（集团）股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营状况优劣势分析
（5）企业最新动向分析
8.3.27 广州娇兰佳人化妆品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向
（3）企业营销模式分析
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）公司最新发展动向分析
8.3.28 上海相宜本草化妆品股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）主要经济指标分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
8.3.29 杭州柏莱雅控股股份有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营状况优劣势分析
（5）公司最新发展动向分析
8.3.30 丸美（中国）控股公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营状况优劣势分析
8.3.31 广州环亚化妆品科技有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营状况优劣势分析
（5）企业最新发展动向分析
8.3.32 浙江欧诗漫集团有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
（6）企业最新发展动向分析
8.3.33 深圳市维真化妆品有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营状况优劣势分析
8.3.34 广州麦斯朗程男士化妆品有限公司经营情况分析

（1）企业发展简况分析
（2）企业产品结构及新产品动向
（3）企业销售渠道与网络
（4）企业经营状况优劣势分析
8.3.35 松泽化妆品（深圳）有限公司经营情况分析
（1）企业发展简况分析
（2）企业经营状况分析
1）企业产销能力分析
2）企业盈利能力分析
3）企业运营能力分析
4）企业偿债能力分析
5）企业发展能力分析
（3）企业产品结构及新产品动向
（4）企业销售渠道与网络
（5）企业经营状况优劣势分析
**第9章：中国化妆品行业发展投资策略**
**9.1 化妆品行业投资特性分析**
9.1.1 行业进入壁垒分析
（1）技术壁垒
（2）渠道壁垒
（3）品牌壁垒
9.1.2 行业投资机会分析
（1）80后将带动行业消费增长
（2）渠道下沉扩大市场容量
（3）中国的高消费时代到来
（4）产业升级成本将会压缩
（5）网络市场加快市场开拓
**9.2 化妆品行业投资风险分析**
9.2.1 行业政策波动风险
9.2.2 行业技术落后风险
9.2.3 行业供求变动风险
9.2.4 行业企业内部风险
9.2.5 行业宏观经济波动风险
9.2.6 行业产品结构变动风险
9.2.7 行业消费者意识转变风险
9.2.8 行业其他相关风险
**9.3 化妆品行业投资建议**
9.3.1 行业存在问题分析
（1）准入门槛偏低源头把关不严
（2）缺乏统一标准质量管理滞后
（3）法规体制滞后与行业发展不相适应
9.3.2 前瞻行业投资建议
（1）强化本土品牌的本土特色
（2）注重跟踪研发和合作研发策略
（3）从趋势性技术寻找市场机会
（4）积极申请专利技术学会自我保护

# 图表目录

图表1：化妆品行业代码表
图表2：化妆品行业产品分类表
图表3：2007-2013年化妆品行业工业总产值占GDP比重走势图（单位：%）
图表4：2006-2013年中国化妆品产值及占日化行业产值比例（单位：%）
图表5：化妆品行业所处产业链示意图
图表6：化妆品原材料介绍
图表7：化妆品包装特点

图表8：化妆品包装趋势分析
图表9：2010-2015年中国化妆品行业销售收入规划图（单位：亿元，%）
图表10：化妆品行业规划品牌目标
图表11：化妆品行业新产品份额规划
图表12：2005-2014年中国国内生产总值及其预测（单位：万亿元，%）
图表13：2007-2013年中国GDP与化妆品行业产值对比图（单位：亿元，万亿元）
图表14：2006-2013年中国城乡居民收入水平（单位：元）
图表15：2007-2013年居民人均收入与化妆品行业销售收入对比图（单位：亿元，万亿元）
图表16：中国消费者的主要分类（单位：%）
图表17：不同心理的女性消费者行为研究
图表18：男性消费者的购买动机形成分析
图表19：六大城市不同性别居民化妆品购买比例（单位：%，人）
图表20：六大城市不同年龄居民化妆品的购买比例（单位：%，人）
图表21：六大城市不同学历居民化妆品的购买比例（单位：%，人）
图表22：中低收入消费者消费行为研究
图表23：六大城市不同收入居民化妆品的购买比例（单位：%，人）
图表24：六大城市不同电视媒介接触频率居民化妆品消费情况（单位：%，人）
图表25：六大城市不同广播媒介接触频率居民化妆品消费情况（单位：%，人）
图表26：六大城市不同杂志媒介接触频率居民化妆品的购买比例（单位：%，人）
图表27：六大城市不同杂志媒介接触频率居民化妆品消费情况（单位：%，人）
图表28：六大城市不同网络媒介接触频率居民化妆品消费情况（单位：%，人）
图表29：不同化妆品消费人群接触各类广告的排名及比例（单位：%，人）
图表30：中国化妆品行业发展历程示意图
图表31：2009-2013年中国化妆品零售总额及增长（单位：亿元，%）
图表32：2004-2013年中国限额以上化妆品企业零售总额及增长（单位：亿元，%）
图表33：2008-2013年化妆品行业规模及增长率走势（单位：亿元，%）
图表34：中国化妆品行业区域分布示意图（按市场规模）
图表35：2008-2013年化妆品行业工业总产值及增长率走势（单位：亿元，%）
图表36：2008-2013年化妆品行业产成品及增长率走势图（单位：亿元，%）
图表37：2011-2013年工业总产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
图表38：2013年工业总产值居前的5个地区比重图（单位：%）
图表39：以来产成品居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
图表40：2008-2013年化妆品行业销售产值及增长率变化情况（单位：亿元，%）
图表41：2008-2013年化妆品行业销售收入及增长率变化趋势图（单位：亿元，%）
图表42：以来销售产值居前的10个地区统计表（单位：万元，%）
图表43：2011-2013年销售收入居前的10个地区统计表（单位：万元）
图表44：2013年销售收入居前的5个地区比重图（单位：%）
图表45：2008-2013年全国化妆品行业产销率变化趋势图（单位：%）
图表46：2012-2013年化妆品行业搜索指数（单位：百万次/天）
图表47：2012-2013年化妆品行业相关搜索内容（单位：%）
图表48：肌肤问题关注度排行（单位：%）
图表49：2012-2013年化妆品品牌等级关注度（单位：%）
图表50：2012-2013年化妆品产品类别关注度（单位：%）
图表51：2011-2013年化妆品制造行业经营效益分析（单位：家，人，万元，%）
图表52：2010-2013年中国化妆品制造行业盈利能力分析（单位：%）
图表53：2010-2013年中国化妆品制造行业运营能力分析（单位：次）
图表54：2010-2013年中国化妆品制造行业偿债能力分析（单位：%，倍）
图表55：2010-2013年中国化妆品制造行业发展能力分析（单位：%）
图表56：世界化妆品分布图（按销售收入）（单位：%）
图表57：世界化妆品产品结构图（按销售收入）（单位：%）
图表58：美国化妆品销售排名
图表59：2011-2013年法国欧莱雅集团主要经济指标（单位：亿欧元，%）
图表60：2012-2013年法国欧莱雅集团各产品销售情况（单位：亿欧元，%）
图表61：2012-2013年法国欧莱雅集团产品结构（按收入）（单位：%）
图表62：欧莱雅旗下品牌
图表63：欧莱雅旗下产品
图表64：2012-2013年法国欧莱雅集团各区域销售情况（单位：亿欧元，%）
图表65：2012-2013年法国欧莱雅集团市场分布（按收入）（单位：%）
图表66：2012-2013年法国欧莱雅集团区域市场收入增速对比（单位：%）

图表67：2009-2013年法国欧莱雅集团在华销售收入增长情况（单位：亿元，%）
图表68：美国宝洁集团简况
图表69：2009-2014财年美国宝洁公司销售收入增长情况（单位：亿美元，%）
图表70：2009-2014财年美国宝洁公司主要经济指标（单位：百万美元）
图表71：2013年宝洁公司营业收入分业务（单位：%）
图表72：宝洁公司旗下品牌
图表73：2012-2013年宝洁公司营业收入分区域（单位：%）
图表74：2010-2013年联合利华经营情况（单位：亿欧元）
图表75：2013年联合利华营业收入分业务（单位：%）
图表76：联合利华营业收入分区域（单位：%）
图表77：联合利华在中国投资生产活动
图表78：2010-2013年强生公司经营情况（单位：亿美元）
图表79：强生公司营业收入分业务（单位：%）
图表80：LV集团旗下的香水和化妆品品牌
图表81：香奈儿公司的招牌产品列表
图表82：资生堂旗下品牌
图表83：LG集团旗下化妆品品牌
图表84：中国化妆品行业区域分布图（按市场规模）（单位：%）
图表85：中国化妆品企业规模分布图（按销售收入）（单位：%）
图表86：中国化妆品企业性质分布图（按销售收入）（单位：%）
图表87：中国化妆品行业对上游行业的议价能力分析列表
图表88：中国化妆品行业对上游行业的议价能力分析列表
图表89：中国化妆品行业潜在进入者威胁分析列表
图表90：中国化妆品行业替代业务威胁分析列表
图表91：2007-2013年中国化妆品行业利润率走势图（单位：%）
图表92：国际化妆品行业投资兼并重组分析表
图表93：国内化妆品行业投资兼并重组分析表
图表94：中国洗护用品市场消费分布图（单位：%）
图表95：2012-2013年头发护理类搜索指数（单位：百万次/天）
图表96：2012-2013年头发护理类相关搜索内容（单位：%）
图表97：2012-2013年头发护理类品牌关注度（单位：%）
图表98：巴黎欧莱雅单品口碑关注度TOP10
图表99：霸王单品口碑关注度TOP10
图表100：2012-2013年头发护理类产品用途关注度（单位：%）
图表101：2012-2013年彩妆类化妆品产品用途关注度（分品牌）（单位：%）
图表102：洗发露/护发素购买普及率（单位:%）
图表103：洗发露/护发素购买考虑因素（单位：%）
图表104：洗发露/护发素使用偏好（单位：%）
图表105：洗发露/护发素购买场所（单位：%）
图表106：2012-2013年护肤类化妆品搜索指数（单位：百万次/天）
图表107：2012-2013年护肤类化妆品相关搜索内容（单位：%）
图表108：2011-2013年护肤类化妆品品牌关注度（单位：%）
图表109：2012-2013年护肤类化妆品产品用途关注度（单位：%）
图表110：2012-2013年护肤类化妆品产品用途关注度（分品牌）（单位：%）
图表111：2013年护肤类化妆品产品分类关注度（单位：%）
图表112：中国美白产品市场特点列表
图表113：2012-2013年香水类化妆品搜索指数（单位：百万次/天）
图表114：2012-2013年香水类化妆品相关搜索内容（单位：%）
图表115：2011-2013年香水类化妆品品牌关注度（单位：%）
图表116：香奈儿单品口碑关注度TOP10
图表117：迪奥单品口碑关注度TOP10
图表118：不同年龄的女性使用香水的情况（单位：%）
图表119：不同收入的女性使用香水的情况（单位：%）
图表120：女性常用的香水品牌（单位：%）

……略

如需了解报告详细内容，请直接致电前瞻客服中心。

全国免费服务热线：400-068-7188 0755-82925195 82925295 83586158

或发电子邮件：service@qianzhan.com

或登录网站：https://bg.qianzhan.com/

我们会竭诚为您服务！