

中国化妆品行业深度调研与前景预测分析报告

内容概要：

目前化妆品的消费群体已经逐渐的被 80 后、90 后所代替，这个年龄层次的消费者消费意识更加的前卫，对于时尚的追求更加的强烈。在经济条件提高的同时，追求更高品质、安全以及可靠的化妆品成为了主流旋律。

国际化妆品企业拥有上百年的品牌历史，在国际和国内都有巨大的品牌影响力，占有高端市场绝大部分的市场份额。虽然中国化妆品企业起步比较晚，但是近年来经过快速发展，全行业形成了一个初具规模、极富生机活力的产业大军。中国化妆品市场是全世界最大的新兴市场，市场发展空间广阔。

中国在逐渐发展成为化妆品消费大国，总体消费水平已超越欧盟、日本，仅次于美国，成为世界上化妆品第二消费大国。随着经济能力水平的提高，市场消费潜力将会逐渐得到释放。

前海中泰咨询结合了大量一手市场调研数据以及已有的专业数据库、公开数据信息、合作资源渠道等数据信息资源，深入客观地对化妆品行业的基本概况、全球发展状况、宏观发展环境、行业发展状况、供需形势发展分析、经营情况、进出口市场分析、细分市场状况、国内外重点企业经营情况、市场发展前景、发展趋势及投资潜力等重点内容进行了全面而系统的分析。

本研究报告数据主要依据于国家统计局、国家商务部、海关总署、国务院发展研究中心信息网、国家药品监督管理局、中国香料香精化妆品工业协会、中华工商业联合会、中国知网、前海中泰数据库以及国内外重点期刊杂志等渠道的基础信息，数据详实丰富、准确全面。本研究报告为化妆品行业相关企业、销售企业、科研单位、投资企业等准确了解化妆品行业现状和市场动态，把握企业定位和投资机遇提供投资决策参考依据，从而在竞争中赢得先机！

■ 基本信息

服务形式：电子版/印刷版

交付方式：Email 或特快专递

报告定制：可按需专项定制

服务热线：400-6630-998

订购专线：0755-32919669

订购邮箱：service@qhztzx.com

公司网址：www.qhztzx.com

出版日期：动态更新

■ 核心竞争力

- **数据库资源：**涵盖前海中泰数据库、中外文数据库、政府官方数据、合作伙伴资源共享数据库五大主要板块。
- **咨询经验丰富**
- **专业咨询团队**
- **社会公共资源**
- **服务水平与质量**
- **不断创新与探索**

■ 核心业务

产业研究 可行性研究报告

产业规划 商业计划书

园区规划 资金申请报告

上市咨询 企业管理咨询

市场调研 投资价值分析报告

招商策划 项目稳定回报论证

数据分析 投资风险评估报告

中国化妆品行业深度调研与前景预测分析报告

■ 报告目录

第 1 章 中国化妆品行业发展综述

1.1 化妆品的基本概念

1.1.1 化妆品的定义

1.1.2 化妆品的分类

1.1.3 化妆品的作用

1.2 化妆品行业特性分析

1.2.1 化妆品的产品特性

1.2.2 中国化妆品的监督管理特性

1.3 化妆品产业链发展分析

1.3.1 产业链简况

1.3.2 上游行业的影响

1.3.3 下游行业的影响

1.4 化妆品行业地位分析

1.4.1 化妆品行业在国民经济中的地位

1.4.2 化妆品行业在日化行业中的地位

第 2 章 全球化妆品行业市场发展状况分析

2.1 全球化妆品行业市场发展分析

2.1.1 全球化妆品行业发展现状

2.1.2 全球化妆品市场规模分析

2.1.3 全球化妆品产品结构分析

2.1.4 全球化妆品竞争格局分析

2.1.5 全球化妆品销售渠道分析

2.1.6 全球化妆品区域市场分析

2.2 美国化妆品行业市场发展分析

2.2.1 美国化妆品行业发展现状

2.2.2 美国化妆品行业发展历程

2.2.3 美国化妆品行业市场规模

2.2.4 美国化妆品产品结构分析

2.2.5 美国化妆品竞争格局分析

2.3 法国化妆品行业发展分析

2.3.1 法国化妆品行业发展现状

2.3.2 法国化妆品行业发展历程

2.3.3 法国化妆品行业市场规模

2.3.4 法国化妆品产品结构分析

2.3.5 法国化妆品竞争格局分析

2.4 韩国化妆品行业发展分析

2.4.1 韩国化妆品行业发展现状

2.4.2 韩国化妆品行业发展历程

2.4.3 韩国化妆品行业市场规模

2.4.4 韩国化妆品产品结构分析

2.4.5 韩国化妆品竞争格局分析

2.5 日本化妆品行业发展分析

2.5.1 日本化妆品行业发展现状

2.5.2 日本化妆品行业发展历程

2.5.3 日本化妆品行业市场规模

2.5.4 日本化妆品产品结构分析

2.5.5 日本化妆品竞争格局分析

2.6 德国化妆品行业发展分析

2.6.1 德国化妆品行业发展现状

2.6.2 德国化妆品行业发展历程

2.6.3 德国化妆品行业市场规模

2.6.4 德国化妆品产品结构分析

2.6.5 德国化妆品竞争格局分析

第3章 中国化妆品行业发展环境 PEST 分析

3.1 中国化妆品行业政策环境分析

3.1.1 化妆品行业标准分析

3.1.2 化妆品行业相关政策

3.1.3 化妆品行业发展规划

3.2 中国化妆品行业经济环境分析

3.2.1 中国 GDP 增长情况

3.2.2 工业经济发展形势

3.2.3 社会固定资产投资情况

3.2.4 全社会消费品零售总额

3.2.5 中国融资环境分析

3.3 中国化妆品行业社会环境分析

3.3.1 人口结构环境分析

3.3.2 居民人均可支配收入

3.3.3 居民消费水平情况

3.3.4 中国城镇化率水平

3.4 中国化妆品行业技术环境分析

3.4.1 行业技术水平现状

3.4.2 技术发展趋势分析

第4章 中国化妆品行业发展状况分析

4.1 中国化妆品行业发展状况分析

4.1.1 化妆品行业发展现状

4.1.2 化妆品行业发展阶段特征

4.1.3 化妆品行业区域分布分析

4.2 中国化妆品行业市场发展分析

4.2.1 化妆品市场发展动因分析

4.2.2 化妆品行业运营模式分析

4.2.3 化妆品行业市场特点分析

4.3 中国化妆品行业电子商务市场发展分析

4.3.1 中国化妆品行业电子商务优点分析

4.3.2 中国化妆品行业电子商务缺点分析

4.3.3 中国化妆品行业电子商务市场规模

4.3.4 中国化妆品行业电子商务境外发展

4.4 化妆品行业发展存在的问题及措施建议

4.4.1 中国化妆品行业发展存在的主要问题

4.4.2 中国化妆品行业市场发展的主要对策

第5章 中国化妆品行业供需形势发展分析

5.1 中国化妆品零售规模分析

5.1.1 全部化妆品企业零售总额

5.1.2 限额以上化妆品企业零售总额

5.1.3 规模以上化妆品企业销售规模

5.2 中国化妆品行业供给情况分析

5.2.1 中国化妆品行业总产值分析

5.2.2 中国化妆品行业产成品分析

5.2.3 各地区化妆品行业供给情况分析

5.3 中国化妆品行业需求情况分析

5.3.1 中国化妆品行业销售产值分析

5.3.2 中国化妆品行业销售收入分析

5.3.3 各地区化妆品行业需求情况分析

第6章 中国化妆品行业经营情况分析

6.1 中国化妆品行业经营状况分析

6.1.1 中国化妆品行业经营效益分析

6.1.2 中国化妆品行业盈利水平分析

6.2 中国化妆品行业经营能力分析

- 6.1.1 行业盈利能力分析
- 6.1.2 行业运营能力分析
- 6.1.3 行业偿债能力分析
- 6.1.4 行业发展能力分析

6.3 中国化妆品行业价格走势分析

第7章 中国化妆品行业进出口市场分析

- 7.1 中国化妆品行业进出口总体状况分析
- 7.2 中国化妆品行业出口分析
 - 7.2.1 中国化妆品行业出口整体情况
 - 7.2.2 中国化妆品行业出口产品结构
 - 7.2.3 中国化妆品行业出口前景分析
- 7.3 中国化妆品行业进口分析
 - 7.3.1 中国化妆品行业进口整体情况
 - 7.3.2 中国化妆品行业进口产品结构
 - 7.3.3 中国化妆品行业进口前景分析

第8章 中国化妆品行业竞争格局分析

- 8.1 化妆品行业竞争格局分析
 - 8.1.1 区域分布结构
 - 8.1.2 市场集中度分析
 - 8.1.3 行业竞争态势分析
- 8.2 化妆品行业波特五力竞争模型分析
 - 8.2.1 现有企业间竞争
 - 8.2.2 潜在进入者分析
 - 8.2.3 替代品威胁分析
 - 8.2.4 供应商议价能力
 - 8.2.5 购买者议价能力
- 8.3 化妆品行业投资兼并重组整合分析
 - 8.3.1 投资兼并重组现状

8.3.2 投资兼并重组案例

8.3.3 投资兼并重组趋势

第9章 中国化妆品行业产品细分市场发展状况分析

9.1 按产品档次划分细分市场分析

9.1.1 高端化妆品市场分析

- (1) 高端化妆品市场规模分析
- (2) 高端化妆品品牌竞争格局
- (3) 高端化妆品消费者关注情况
- (4) 高端化妆品营销策略与渠道

9.1.2 大众化妆品市场分析

- (1) 大众化妆品市场规模分析
- (2) 大众化妆品品牌竞争格局
- (3) 大众化妆品消费者关注情况
- (4) 大众化妆品营销策略与渠道

9.2 潜力产品细分市场分析

9.2.1 儿童化妆品市场分析

- (1) 儿童化妆品市场规模分析
- (2) 儿童化妆品品牌竞争格局
- (3) 儿童化妆品消费者关注情况
- (4) 儿童化妆品营销策略与渠道

9.2.2 男性化妆品市场分析

- (1) 男性化妆品市场规模分析
- (2) 男性化妆品品牌竞争格局
- (3) 男性化妆品消费者关注情况
- (4) 男性化妆品营销策略与渠道

9.2.3 中老年化妆品市场分析

- (1) 中老年化妆品市场规模分析
- (2) 中老年化妆品品牌竞争格局

(3) 中老年化妆品消费者关注情况

(4) 中老年化妆品营销策略与渠道

9.3 热点产品细分市场分析

9.3.1 药妆市场分析

(1) 药妆市场规模分析

(2) 药妆品牌竞争格局

(3) 药妆消费者关注情况

(4) 药妆营销策略与渠道

9.3.2 有机/天然化妆品市场分析

(1) 有机/天然化妆品市场规模分析

(2) 有机/天然化妆品品牌竞争格局

(3) 有机/天然化妆品消费者关注情况

(4) 有机/天然化妆品营销策略与渠道

第 10 章 全球化妆品行业领先企业经营分析

10.1 美国雅诗兰黛 (THE ESTÉE LAUDER)

10.1.1 企业发展概况

10.1.2 主要业务分析

10.1.3 经营情况分析

10.1.4 化妆品产品分析

10.1.5 在华业务布局

10.2 法国欧莱雅 (L' ORÉAL)

10.2.1 企业发展概况

10.2.2 主要业务分析

10.2.3 经营情况分析

10.2.4 化妆品产品分析

10.2.5 在华业务布局

10.3 日本资生堂 (SHISEIDO)

10.3.1 企业发展概况

10.3.2 主要业务分析

10.3.3 经营情况分析

10.3.4 化妆品产品分析

10.3.5 在华业务布局

10.4 德国拜尔斯道夫 (BEIERSDORF)

10.4.1 企业发展概况

10.4.2 主要业务分析

10.4.3 经营情况分析

10.4.4 化妆品产品分析

10.4.5 在华业务布局

10.5 韩国爱茉莉太平洋 (AMOREPACIFIC GROUP)

10.5.1 企业发展概况

10.5.2 主要业务分析

10.5.3 经营情况分析

10.5.4 化妆品产品分析

10.5.5 在华业务布局

10.6 英国联合利华 (UNILEVER)

10.6.1 企业发展概况

10.6.2 主要业务分析

10.6.3 经营情况分析

10.6.4 化妆品产品分析

10.6.5 在华业务布局

10.7 美国宝洁 (P&G)

10.7.1 企业发展概况

10.7.2 主要业务分析

10.7.3 经营情况分析

10.7.4 化妆品产品分析

10.7.5 在华业务布局

10.8 法国路威酩轩 (LVMH)

- 10.8.1 企业发展概况
- 10.8.2 主要业务分析
- 10.8.3 经营情况分析
- 10.8.4 化妆品产品分析
- 10.8.5 在华业务布局

10.9 日本花王 (KAO)

- 10.9.1 企业发展概况
- 10.9.2 主要业务分析
- 10.9.3 经营情况分析
- 10.9.4 化妆品产品分析
- 10.9.5 在华业务布局

10.10 法国科蒂 (COTY)

- 10.10.1 企业发展概况
- 10.10.2 主要业务分析
- 10.10.3 经营情况分析
- 10.10.4 化妆品产品分析
- 10.10.5 在华业务布局

第 11 章 中国化妆品行业领先企业经营分析

11.1 重点企业一

- 11.1.1 企业发展概况
- 11.1.2 主要业务分析
- 11.1.3 经营情况分析
- 11.1.4 化妆品产品分析
- 11.1.5 发展优劣势分析

11.2 重点企业二

- 11.2.1 企业发展概况
- 11.2.2 主要业务分析

11.2.3 经营情况分析

11.2.4 化妆品产品分析

11.2.5 发展优劣势分析

11.3 重点企业三

11.3.1 企业发展概况

11.3.2 主要业务分析

11.3.3 经营情况分析

11.3.4 化妆品产品分析

11.3.5 发展优劣势分析

11.4 重点企业四

11.4.1 企业发展概况

11.4.2 主要业务分析

11.4.3 经营情况分析

11.4.4 化妆品产品分析

11.4.5 发展优劣势分析

11.5 重点企业五

11.5.1 企业发展概况

11.5.2 主要业务分析

11.5.3 经营情况分析

11.5.4 化妆品产品分析

11.5.5 发展优劣势分析

11.6 重点企业六

11.6.1 企业发展概况

11.6.2 主要业务分析

11.6.3 经营情况分析

11.6.4 化妆品产品分析

11.6.5 发展优劣势分析

11.7 重点企业七

- 11.7.1 企业发展概况
- 11.7.2 主要业务分析
- 11.7.3 经营情况分析
- 11.7.4 化妆品产品分析
- 11.7.5 发展优劣势分析

11.8 重点企业八

- 11.8.1 企业发展概况
- 11.8.2 主要业务分析
- 11.8.3 经营情况分析
- 11.8.4 化妆品产品分析
- 11.8.5 发展优劣势分析

11.9 重点企业九

- 11.9.1 企业发展概况
- 11.9.2 主要业务分析
- 11.9.3 经营情况分析
- 11.9.4 化妆品产品分析
- 11.9.5 发展优劣势分析

11.10 重点企业十

- 11.10.1 企业发展概况
- 11.10.2 主要业务分析
- 11.10.3 经营情况分析
- 11.10.4 化妆品产品分析
- 11.10.5 发展优劣势分析

第 12 章 中国化妆品行业发展趋势与前景预测

12.1 中国化妆品行业发展趋势分析

- 12.1.1 行业政策趋向
- 12.1.3 市场价格走势
- 12.1.4 化妆品发展趋势

12.2 中国化妆品行业市场前景展望

12.2.1 化妆品市场发展前景展望

12.2.2 化妆品行业市场规模预测

第 13 章 中国化妆品行业发展投资潜力分析

13.1 中国化妆品行业市场投资特性分析

13.1.1 行业周期分析

13.1.2 进入壁垒分析

13.1.3 盈利因素分析

13.1.4 成长性分析

13.2 中国化妆品行业市场投资潜力分析

13.2.1 行业发展影响因素分析

13.2.2 行业市场投资潜力分析

13.3 中国化妆品行业市场投资风险预警

13.3.1 政策风险及对策

13.3.2 技术风险及对策

13.3.3 供求风险及对策

13.3.4 竞争风险及对策

■ 图表目录

图表 1：化妆品产品分类

图表 2：全球化妆品产品发展历程分析

图表 3：美国主要化妆品品牌

图表 4：日本主要化妆品品牌

图表 5：中国化妆品行业相关标准

图表 6：中国国内生产总值

图表 7：工业增加值及同比增速

图表 8：中国农村居民人均纯收入情况

图表 9：中国城镇居民人均可支配收入情况

图表 10：社会消费量零售总额

图表 11：中国城镇化率水平

图表 12：中国化妆品主要代表品牌

图表 13：中国化妆品进口整体情况

图表 14：中国化妆品出口整体情况

图表 15：高端化妆品市场规模

图表 16：重点企业一主要经济指标分析

图表 17：重点企业一盈利能力分析

图表 18：重点企业一运营能力分析

图表 19：重点企业一偿债能力分析

图表 20：重点企业一发展能力分析

... ..

更多图表详见报告原文或咨询客服。

如需了解报告详细内容，请直接致电前海中泰咨询客服中心。

全国服务热线：400-6630-998 0755-32919669

QQ 在线咨询：3119207588

电子邮箱：service@qhztzx.com

公司网站：www.qhztzx.com

大批量采购报告可享受会员特惠，详情请来电咨询，我们会竭诚为您服务！

【版权声明】 本报告由前海中泰咨询出品，版权归前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司所有，拥有唯一著作权。前海中泰咨询的咨询产品为有偿提供给购买该产品的客户使用，并仅限于该客户内部使用。本报告及相关资料未经前海中泰（深圳）研究咨询控股有限公司书面授权许可，任何网站或媒体不得复制、转载或引用。