



艾凯咨询
ICAN Consulting

2017-2022年中国化妆品产业发展现状及市场监测报告

一、调研说明

《2017-2022年中国化妆品产业发展现状及市场监测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/285180.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

中国化妆品市场是全世界最大的新兴市场，在短短的20多年里，中国化妆品行业从小到大，由弱到强，从简单粗放到科技领先、集团化经营，全行业形成了一个初具规模、极富生机活力的产业大军。我国化妆品行业整体已经初具规模，但从人均消费量来看，仍处于较低水平。目前我国人均化妆品消费水平仅仅略高于印度、越南等国家，远远低于欧美、日本和韩国等发达国家，化妆品人均年消费额仅相当于美国的1/10 和日本的1/20。

据不完全统计，目前我国生产的化妆品品种大约有25000多种，门类比较齐全。据市场调查，各类产品占消费额比重：护肤类占40-50%，发用类占30-40%，彩妆类占10%左右，其他小类占10%左右，这些品种基本可适应不同的消费群体，不同消费层次需求。从国家和地方有关部门每年抽检情况看，平均合格率95%以上，而且近两年来很多抽检合格率接近100%。这基本反映了化妆品质量不但总体水平良好，而且不断稳定提高。

我国化妆品虽然一直保持着稳定的增长态势，但是行业在发展过程中也面临着一些问题。一直以来我国化妆品人均消费较少，化妆品市场和内需有待挖掘扩大。相比西欧人均化妆品消费额2006年就达到了150欧元，而我国当前人均消费仅有百余元人民币，不足发达国家的十分之一。

未来随着我国经济的持续快速发展，市场需求潜力将不断释放，考虑到我国庞大的人口基数，化妆品行业具有巨大的成长空间。护肤品是我国化妆品市场中规模最大的子行业，占行业整体比重近七成。未来化妆品市场呈现出市场层次化日益清晰的趋势。产品细分越来越细，出现了部分全新的细分市场领域。男士剃须护理、婴幼儿护理用品、彩妆等细分市场具有很大的增长潜力。

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家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：

第一部分 化妆品行业发展现状

第一章 中国化妆品行业发展综述

第一节 化妆品行业定义及分类

一、行业定义

二、行业主要产品分类

第二节 化妆品行业统计标准

一、统计部门和统计口径

二、行业主要统计方法介绍

三、行业涵盖数据种类介绍

第三节 化妆品行业产业链分析

一、产业链结构分析

二、主要环节的增值空间

三、与上下游行业之间的关联性

四、行业产业链上游相关行业分析

1、化妆品原材料市场分析

2、化妆品包装市场分析

3、劳动力市场分析

五、行业下游产业链相关行业分析

1、零售行业发展现状分析

2、网络零售发展现状分析

六、上下游行业影响及风险提示

第二章 中国化妆品行业市场环境分析

第一节 化妆品行业政策环境分析

一、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、国家规范特殊用途化妆品的管理

二、行业发展规划

1、发展中存在的问题

2、发展目标

3、战略措施

第二节 化妆品行业经济环境分析

一、宏观经济形势分析

二、宏观经济环境对行业的影响分析

第三节 化妆品行业消费环境分析

一、消费群体变化分析

二、化妆品行业消费行为特点分析

1、非理性消费

2、情绪化消费

3、不言悔消费

三、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

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

四、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

第四节 行业技术环境分析（T）

一、化妆品技术分析

二、化妆品技术发展水平

三、化妆品技术特点分析

1、天然植物原料的功效研究、提取和应用

2、高新技术在化妆品中的应用

3、化妆品包装技术的升级换代

四、行业主要技术发展趋势

五、技术环境对行业的影响

第三章 中国化妆品行业发展现状分析

第一节 化妆品行业发展概况

一、行业发展历程

1、全球化妆品行业发展简述

2、化妆品国内行业现状阐述

二、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
- 三、我国化妆品行业发展分析
 - 1、我国化妆品市场规模庞大，增长迅速
 - 2、居民可支配收入提高和城镇化发展推动化妆品行业增长
 - 3、我国化妆品人均消费水平低，发展空间巨大
 - 4、我国化妆品市场未来发展空间广阔
 - 5、护肤品子行业市场规模最大
 - 6、产品细分日益清晰，功能更加个性化
 - 7、“天然”、“活性”、“健康”成为新兴理念

第二节 化妆品行业供需平衡分析

一、全国化妆品行业供给情况分析

- 1、我国化妆品行业工业总产值
- 2、我国化妆品行业工业销售产值

二、各地区化妆品行业供给情况分析

- 1、我国化妆品行业供给分析
- 2、我国化妆品行业产品产量分析

三、全国化妆品行业需求情况分析

- 1、化妆品行业需求市场
- 2、化妆品行业客户结构
- 3、化妆品行业需求的地区差异

四、2012-2015年我国化妆品行业供需平衡分析

五、全国化妆品行业产销率分析

第三节 2012-2015年中国化妆品行业财务指标总体分析

一、行业盈利能力分析

- 1、我国化妆品行业销售利润率
- 2、我国化妆品行业成本费用利润率
- 3、我国化妆品行业亏损面

二、行业偿债能力分析

- 1、我国化妆品行业资产负债比率
- 2、我国化妆品行业利息保障倍数

三、行业营运能力分析

- 1、我国化妆品行业应收帐款周转率
- 2、我国化妆品行业应交增值税及附加
- 3、我国化妆品行业主营业务税金及附加

四、行业发展能力分析

- 1、我国化妆品行业总资产增长率
- 2、我国化妆品行业利润总额增长率
- 3、我国化妆品行业主营业务收入增长率
- 4、我国化妆品行业资本保值增值率

第四节 化妆品行业进出口分析

一、化妆品行业进出口综述

- 1、中国化妆品进出口的特点分析
- 2、中国化妆品进出口政策与国际化经营
- 3、中国化妆品进出口整体情况

二、化妆品行业出口市场分析

- 1、2012-2015年化妆品行业出口产品结构
- 2、2012-2015年化妆品行业出口地域格局
- 3、2012-2015年化妆品行业出口量与金额统计

三、化妆品行业进口市场分析

- 1、2012-2015年化妆品行业进口产品结构
- 2、2012-2015年化妆品行业进口地域格局
- 3、2012-2015年化妆品行业进口量与金额统计

第四章 中国化妆品行业竞争状况现状

第一节 全球化妆品市场总体情况分析

- 一、全球化妆品行业的发展特点
- 二、2015年全球化妆品市场结构
- 三、2015年全球化妆品行业发展分析
- 四、2015年全球化妆品行业竞争格局
- 五、2015年全球化妆品市场区域分布
- 六、2015年国际重点化妆品企业运营分析

第二节 全球主要国家（地区）市场分析

一、欧洲

- 1、欧洲化妆品行业发展概况

- 2、2015年欧洲化妆品市场分析
- 3、2017-2022年欧洲化妆品行业发展前景预测

二、美国

- 1、美国化妆品行业发展概况
- 2、2015年美国化妆品市场分析
- 3、2017-2022年美国化妆品行业发展前景预测

三、日本

- 1、日本化妆品行业发展概况
- 2、2015年日本化妆品市场分析
- 3、2017-2022年日本化妆品行业发展前景预测

四、韩国

- 1、韩国化妆品行业发展概况
- 2、2015年韩国化妆品市场分析
- 3、2017-2022年韩国化妆品行业发展前景预测

五、其他国家地区

第三节 国外重点化妆品企业竞争分析

一、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、企业在华竞争

二、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、盈利能力分析
- 4、偿债能力分析
- 5、成长能力分析
- 6、运营能力分析
- 7、企业经营战略
- 8、企业在华竞争

三、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

四、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

五、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

第四节 国内化妆品行业竞争现状分析

一、国内市场竞争格局

- 1、行业整体竞争格局
- 2、高档化妆品市场竞争格局
- 3、中档化妆品市场竞争格局
- 4、大众化妆品市场竞争格局

二、行业五力模型分析

- 1、现有企业间竞争
- 2、潜在进入者分析
- 3、替代品威胁分析
- 4、供应商议价能力
- 5、客户议价能力

第五节 行业投资兼并重组整合分析

一、跨国公司在华投资兼并与重组分析

二、本土企业投资兼并与重组分析

三、行业投资兼并与重组趋势分析

第二部分 化妆品行业深度分析

第五章 中国化妆品行业细分市场分析

第一节 按产品功能划分细分市场分析预测

一、发用化妆品

1、洗发水市场分析预测

2、护发产品市场分析预测

3、染发剂市场分析预测

4、美发产品市场分析预测

二、脸部化妆品

1、洗面奶市场分析预测

2、美白产品市场分析预测

3、祛斑产品市场分析预测

三、护肤化妆品

1、护肤品行业概况

2、护肤品市场分析

3、护肤品竞争分析

4、护肤品营销分析

5、护肤品前景分析

四、防晒化妆品

1、防晒品发展综述

2、防晒品主要类别产品成分分析

3、防晒品市场分析

五、香水

1、香水产品关注度分析

2、香水市场发展现状

3、香水的细分市场分析

4、中国香水市场的品牌格局

5、香水市场的发展前景

六、彩妆

- 1、彩妆产品关注度分析
- 2、眼部彩妆市场分析
- 3、唇彩市场分析
- 4、粉底市场分析

第二节 按产品档次划分细分市场分析预测

一、高端化妆品市场分析

- 1、高端化妆品品牌关注度分析
- 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

二、大众化妆品市场分析

- 1、大众化妆品品牌关注度分析
- 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

第三节 潜力产品细分市场分析预测

一、儿童化妆品市场分析预测

- 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

二、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
- 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态势
- 5、男性化妆品营销策略
- 6、男性化妆品市场前景

三、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

第四节 热点产品细分市场分析预测

一、药妆市场分析预测

- 1、药妆的定义及主要分类
- 2、药妆市场的政策规范
- 3、国外药妆市场现状
- 4、国内药妆市场现状
- 5、国内药妆市场竞争格局
- 6、国内药妆市场存在问题
- 7、国内药妆市场前景预测

二、有机/天然化妆品市场分析预测

- 1、有机/天然护肤品的定义与认证
- 2、有机/天然护肤品的政策规范
- 3、国内有机/天然化妆品市场的发展现状
- 4、国内有机/天然护肤品的品牌格局
- 5、有机/天然化妆品的前景预测

三、护体化妆品市场分析预测

- 1、美体产品作用
- 2、护体化妆品品牌格局
- 3、护体化妆品消费趋势

四、纳米化妆品市场分析预测

- 1、纳米技术在化妆品上的应用概述
- 2、纳米化妆品优势分析
- 3、纳米化妆品开发情况
- 4、纳米化妆品发展前景

第六章 中国化妆品行业营销策略分析

第一节 化妆品行业传统渠道策略分析

一、传统销售渠道概述

二、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

三、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

四、专营店渠道分析

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

五、加盟专卖渠道分析

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

六、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

七、美容院零售渠道分析

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

八、直销渠道

九、其他渠道

第二节 化妆品行业电子商务渠道分析

一、渠道销售规模

二、渠道特性分析

- 1、化妆品网购的参与主体具有多样性
- 2、传统化妆品企业纷纷涉足"电商"
- 3、化妆品"淘品牌"发展良好并酝酿转型

三、渠道优劣势分析

- 1、三方平台
- 2、自有平台

四、与传统渠道关联

- 1、利好关联
- 2、不利关联
- 3、解决方案

五、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

六、渠道广告投放

- 1、2015年时尚网站行业数据
- 2、2015年热门行业品牌网络广告投放
- 3、2015年化妆护肤品网络广告投放费用
- 4、2015年化妆护肤品网络广告投放媒体类别

第三节 化妆品行业的产品策略分析

一、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

二、行业典型产品案例分析

第四节 化妆品行业的定价策略分析

一、投进期的价格策略（新产品定价策略）

二、成长期的价格策略

三、成熟期的价格策略

四、相关产品价格策略

第五节 化妆品行业的促销策略分析

一、行业促销策略概述

二、行业典型促销案例分析

第七章 化妆品行业需求与预测分析

第一节 化妆品行业需求分析及预测

一、化妆品行业需求总量及增长速度

二、化妆品行业需求结构分析

三、化妆品行业需求影响因素分析

第二节 化妆品行业地区需求分析

一、行业的总体区域需求分析

二、广东省化妆品市场分析

1、广东省化妆品市场发展概述

2、广东省化妆品市场经营分析

3、广东省化妆品市场发展形势

4、广东省化妆品市场发展前景

三、江苏省化妆品市场分析

1、江苏省化妆品市场发展概述

2、江苏省化妆品市场经营分析

3、江苏省化妆品市场发展形势

4、江苏省化妆品市场发展前景

四、上海市化妆品市场分析

1、上海市化妆品市场发展概述

2、上海市化妆品市场经营分析

3、上海市化妆品市场发展形势

4、上海市化妆品市场发展前景

五、安徽省化妆品市场分析

1、安徽省化妆品市场发展概述

- 2、安徽省化妆品市场经营分析
- 3、安徽省化妆品市场发展形势
- 4、安徽省化妆品市场发展前景

六、浙江省化妆品市场分析

- 1、浙江省化妆品市场发展概述
- 2、浙江省化妆品市场经营分析
- 3、浙江省化妆品市场发展形势
- 4、浙江省化妆品市场发展前景

七、北京市化妆品市场分析

- 1、北京市化妆品市场发展概述
- 2、北京市化妆品市场经营分析
- 3、北京市化妆品市场发展形势
- 4、北京市化妆品市场发展前景

八、湖北省化妆品市场分析

- 1、湖北省化妆品市场发展概述
- 2、湖北省化妆品市场经营分析
- 3、湖北省化妆品市场发展形势
- 4、湖北省化妆品市场发展前景

第三节 化妆品行业细分市场的需求分析

- 一、化妆品行业市场需求量情况
- 二、化妆品行业市场供求量情况

第八章 2015年化妆品行业领先企业经营形势分析

第一节 中国化妆品企业总体发展状况分析

- 一、化妆品企业主要类型
- 二、化妆品企业资本运作分析
- 三、化妆品企业创新及品牌建设
- 四、化妆品企业国际竞争力分析
- 五、化妆品行业企业排名分析

第二节 中国领先化妆品企业经营形势分析

- 一、上海家化联合股份有限公司
- 1、企业概况
- 2、企业经营分析

- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

二、索芙特股份有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

三、霸王国际（集团）控股有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

四、美即控股国际有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

五、江苏隆力奇生物科技股份有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

六、玫琳凯（中国）化妆品有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

七、雅芳（中国）有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

八、新生活集团（中国）有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

九、联合利华(中国)有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

十、资生堂丽源化妆品有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析

- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

十一、拜尔斯道夫日化（湖北）有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

十二、欧莱雅（中国）有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

十三、北京大宝化妆品有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

十四、浙江欧诗漫集团有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

十五、花王(中国)投资有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

十六、伽蓝（集团）股份有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

十七、广东名臣有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

十八、新时代健康产业（集团）有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

十九、浙江芳华日化集团有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络

5、企业优劣势分析

6、企业未来发展战略

二十、高丝化妆品有限公司

1、企业概况

2、企业经营分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

5、企业优劣势分析

6、企业未来发展战略

二十一、安利（中国）日用品有限公司

1、企业概况

2、企业经营分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

5、企业优劣势分析

6、企业未来发展战略

二十二、江苏东洋之花化妆品有限公司

1、企业概况

2、企业经营分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

5、企业优劣势分析

6、企业未来发展战略

二十三、中山市嘉丹婷日用品有限公司

1、企业概况

2、企业经营分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

5、企业优劣势分析

6、企业未来发展战略

二十四、天津郁美净集团有限公司

1、企业概况

- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

二十五、广东雅倩化妆品有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

二十六、克缇（中国）日用品有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

二十七、如新(中国)日用保健品有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业优劣势分析
- 6、企业未来发展战略

二十八、上海自然美富丽化妆品有限公司

- 1、企业概况
- 2、企业经营分析
- 3、企业产品结构分析
- 4、企业销售渠道与网络
- 5、企业优劣势分析

6、企业未来发展战略

二十九、北海市黑珍珠海洋生物科技有限公司

1、企业概况

2、企业经营分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

5、企业优劣势分析

6、企业未来发展战略

三十、广东美雅化妆品有限公司

1、企业概况

2、企业经营分析

3、企业产品结构分析

4、企业销售渠道与网络

5、企业优劣势分析

6、企业未来发展战略

第三部分 化妆品行业发展战略

第九章 中国化妆品行业发展投资策略

第一节 化妆品行业投资特性分析

一、行业进入壁垒分析

1、技术壁垒

2、渠道壁垒

3、品牌壁垒

二、行业投资机会分析

1、产业链投资机会

2、细分市场投资机会

3、重点区域投资机会

第二节 化妆品行业投资风险分析

一、政策风险及防范

二、技术风险及防范

三、供求风险及防范

四、宏观经济波动风险及防范

五、关联产业风险及防范

六、产品结构风险及防范

七、其他风险及防范

第三节 化妆品行业投资建议

一、行业法规存在漏洞

二、市场监管不成熟

三、科技质量低制约化妆品发展

四、资金不足限制化妆品市场发展

五、品牌意识弱，市场份额少

六、国内企业资本运作能力低，竞争力弱

七、行业投资建议

1、发展具有中国特色的化妆品产品路线

2、通过整合资源进行自主研发

3、跟踪行业高新技术

4、反向控制上游资源

5、积极申请专利技术

图表目录：

图表：化妆品产业链

图表：原料厂商环节企业分布情况

图表：分销商环节企业分布情况

图表：OEM厂商环节企业分布情况

图表：2012-2015年中国化妆品零售市场规模

图表：2015年中国化妆品零售渠道占比

图表：美国化妆品各类销售渠道占比

图表：俄罗斯化妆品各类销售渠道占比

图表：2015年GDP初步核算数据

图表：GDP环比和同比增长速度

图表：2011-2015年中国GDP及增长率

图表：2011-2015年中国人均GDP及增长率

图表：2012-2015年消费群体年龄变化情况

图表：2012-2015年消费群体性别变化情况

图表：不同性别居民的化妆品购买占比情况

图表：不同年龄居民的化妆品购买占比情况

图表：不同学历居民的化妆品购买占比情况

图表：不同收入居民的化妆品购买占比情况

图表：不同电视媒介接触频率居民化妆品消费占比

图表：不同广播媒介接触频率居民化妆品消费占比

图表：不同报纸媒介接触频率居民化妆品消费占比

图表：不同杂志媒介接触频率居民化妆品消费占比

图表：不同网络媒介接触频率居民化妆品消费占比

图表：近10年我国化妆品市场规模及增速

图表：2015年人均化妆品消费额

图表：2012-2015年中国化妆品市场人均化妆品消费及增长

图表：2015年我国化妆品市场构成

图表：2015年中国化妆品市场构成比例

图表：2012-2015年中国化妆品行业工业产值及增长

图表：2012-2015年中国化妆品工业销售产值及增长

图表：2012-2015年中国化妆品行业工业销售产值及增长

图表：2014年我国化妆品客户结构

图表：2015年中国化妆品消费者结构

图表：2012-2015年中国化妆品产品产销率

图表：2017-2022年中国化妆品产品产销率预测趋势

图表：2012-2015年中国日用化学产品产销率

图表：2012-2015年中国化妆品行业销售利润率

图表：2017-2022年中国化妆品行业销售利润率趋势预测

图表：2012-2015年我国化妆品制造行业主要盈利指标分析

图表：2012-2015年中国化妆品行业成本费用利润率

图表：2012-2015年中国化妆品行业亏损面

图表：2012-2015年中国化妆品行业资产负债比率

图表：2012-2015年中国化妆品行业利息保障倍数

图表：2012-2015年中国化妆品行业应收帐款周转率

图表：2012-2015年中国化妆品行业应交增值税及附加

图表：2012-2015年中国化妆品行业主营业务税金及附加

图表：2012-2015年中国日化应缴增值税及附加

图表：2012-2015年中国化妆品行业总资产增长率

图表：2012-2015年中国化妆品行业利润总额增长率

图表：2012-2015年中国化妆品行业主营业务收入增长率

图表：2012-2015年中国化妆品行业资本保值增值率

图表：中国出口化妆品结构比例分析

图表：2015年中国化妆品出口产品结构分析

图表：2011-2015年化妆品出口五大洲数量及金额

图表：中国进口化妆品结构比例分析

图表：2011-2015年全球化妆品行业市场增速

图表：2015年跨国公司化妆品销售规模

图表：2012-2015年国际化妆品企业销售额分析

图表：2014年美国化妆品各类销售渠道占比

图表：2015年美国化妆品各类销售渠道占比

图表：2014年俄罗斯化妆品各类销售渠道占比

图表：2015年俄罗斯化妆品各类销售渠道占比

图表：2015年全球化妆品市场占比

图表：2015年全球化妆品各地区占比

图表：2015年全球化妆品细分产品占比

图表：世界化妆品产品结构

图表：2015年全球化妆品各类产品占比

图表：2013-2015年宝洁公司盈利情况

图表：2013-2015年宝洁公司盈利能力指标

图表：2013-2015年宝洁公司偿债能力指标

图表：2013-2015年宝洁公司成长能力指标

图表：2013-2015年宝洁公司运营能力指标

图表：2013-2015年联合利华公司盈利情况

图表：2013-2015年联合利华公司盈利能力指标

图表：2013-2015年联合利华公司偿债能力指标

图表：2013-2015年联合利华公司成长能力指标

图表：2013-2015年联合利华公司运营能力指标

图表：2013-2015年强生公司盈利情况

图表：2013-2015年强生公司盈利能力指标

图表：2013-2015年强生公司偿债能力指标

图表：2013-2015年强生公司成长能力指标

图表：2013-2015年强生公司运营能力指标

图表：2013-2015年雅诗兰黛公司运营情况

图表：2015年女士香水排名

图表：中国香水市场-高级香水与大众香水的占有率

图表：2015年中国彩妆类化妆品品牌关注度

图表：2015年我国高档化妆品品牌关注度排行

图表：2015年高档化妆品分类关注度排行

图表：2015年高档化妆品品牌关注度排行

图表：2015年大众化妆品品牌关注度

图表：2015年大众化妆品分类关注度

图表：2015年男士化妆品搜索指数

图表：2015年男士肌肤问题关注度排行

图表：2015年男士化妆产品关注度排行

图表：2015年男士护肤品牌关注度排行

图表：我国农村和城市60岁以上老龄人口数预测

图表：我国60岁以上老龄人群医疗总费用预测（低方案）

图表：我国农村60岁以上老龄人群医疗总费用预测（低方案）

图表：我国城市60岁以上老龄人群医疗总费用预测（低方案）

图表：我国60岁以上老龄人群医疗总费用预测（高方案）

图表：我国农村60岁以上老龄人群医疗总费用预测（高方案）

图表：我国城市60岁以上老龄人群医疗总费用预测（高方案）

图表：2015年热门行业品牌广告预估费排名

图表：2015年热门行业品牌广告投放媒体排名

图表：我国重点区域规模以上化妆品企业分布

图表：分销商环节企业分布情况

图表：2012-2015年广东日用化学产品制造出口交货值及增速

图表：2012-2015年广东日用化学产品制造行业企业个数

图表：2012-2015年广东日用化学产品制造行业亏损企业单位数

图表：2012-2015年广东日用化学产品制造行业亏损面

图表：2012-2015年广东日用化学产品制造行业亏损总额及同比增长

图表：2012-2015年广东日用化学产品制造行业应收帐款净额及同比增长

图表：2012-2015年广东日用化学产品制造行业存货及同比增长

图表：2012-2015年广东日用化学产品制造行业产成品及同比增长

图表：2012-2015年广东日用化学产品制造行业流动资产合计及同比增长

图表：2012-2015年广东日用化学产品制造行业资产合计及同比增长

图表：2012-2015年广东日用化学产品制造行业负债合计及同比增长

图表：2012-2015年广东日用化学产品制造行业主营业务收入及同比增长

图表：2012-2015年广东日用化学产品制造行业主营业务成本及同比增长

图表：2012-2015年广东日用化学产品制造主营业务税金及附加及同比增长

图表：2012-2015年广东日用化学产品制造销售费用及同比增长

图表：2012-2015年广东日用化学产品制造管理费用及同比增长

图表：2012-2015年广东日用化学产品制造财务费用及同比增长

图表：2012-2015年广东日用化学产品制造利息支出及同比增长

图表：2012-2015年广东日用化学产品制造利润总额及同比增长

图表：2012-2015年广东日用化学产品制造应交增值税及同比增长

图表：2015年广东日用化学产品制造从业人员及同比增长

图表：2015年广东日用化学产品制造工业销售产值及同比增长

图表：2012-2015年江苏日用化学产品制造出口交货值及增速

图表：2012-2015年江苏日用化学产品制造行业企业个数

图表：2012-2015年江苏日用化学产品制造行业亏损企业单位数

图表：2012-2015年江苏日用化学产品制造行业亏损面

图表：2012-2015年江苏日用化学产品制造行业亏损总额及同比增长

图表：2012-2015年江苏日用化学产品制造行业应收帐款净额及同比增长

图表：2012-2015年江苏日用化学产品制造行业存货及同比增长

图表：2012-2015年江苏日用化学产品制造行业产成品及同比增长

图表：2012-2015年江苏日用化学产品制造行业流动资产合计及同比增长

图表：2012-2015年江苏日用化学产品制造行业资产合计及同比增长

图表：2012-2015年江苏日用化学产品制造行业负债合计及同比增长

图表：2012-2015年江苏日用化学产品制造行业主营业务收入及同比增长

图表：2012-2015年江苏日用化学产品制造行业主营业务成本及同比增长

图表：2012-2015年江苏日用化学产品制造主营业务税金及附加及同比增长

图表：2012-2015年江苏日用化学产品制造销售费用及同比增长

图表：2012-2015年江苏日用化学产品制造管理费用及同比增长

图表：2012-2015年江苏日用化学产品制造财务费用及同比增长

图表：2012-2015年江苏日用化学产品制造利息支出及同比增长

图表：2012-2015年江苏日用化学产品制造利润总额及同比增长

图表：2012-2015年江苏日用化学产品制造应交增值税及同比增长

图表：2015年江苏日用化学产品制造从业人员及同比增长

图表：2015年江苏日用化学产品制造工业销售产值及同比增长

图表：2012-2015年上海日用化学产品制造出口交货值及增速

图表：2012-2015年上海日用化学产品制造行业企业个数

图表：2012-2015年上海日用化学产品制造行业亏损企业单位数

图表：2012-2015年上海日用化学产品制造行业亏损面

图表：2012-2015年上海日用化学产品制造行业亏损总额及同比增长

图表：2012-2015年上海日用化学产品制造行业应收帐款净额及同比增长

图表：2012-2015年上海日用化学产品制造行业存货及同比增长

图表：2012-2015年上海日用化学产品制造行业产成品及同比增长

图表：2012-2015年上海日用化学产品制造行业流动资产合计及同比增长

图表：2012-2015年上海日用化学产品制造行业资产合计及同比增长

图表：2012-2015年上海日用化学产品制造行业负债合计及同比增长

图表：2012-2015年上海日用化学产品制造行业主营业务收入及同比增长

图表：2012-2015年上海日用化学产品制造行业主营业务成本及同比增长

图表：2012-2015年上海日用化学产品制造主营业务税金及附加及同比增长

图表：2012-2015年上海日用化学产品制造销售费用及同比增长

图表：2012-2015年上海日用化学产品制造管理费用及同比增长

图表：2012-2015年上海日用化学产品制造财务费用及同比增长

图表：2012-2015年上海日用化学产品制造利息支出及同比增长

图表：2012-2015年上海日用化学产品制造利润总额及同比增长

图表：2012-2015年上海日用化学产品制造应交增值税及同比增长

图表：2015年上海日用化学产品制造从业人员及同比增长

图表：2015年上海日用化学产品制造工业销售产值及同比增长

图表：2012-2015年安徽日用化学产品制造出口交货值及增速

图表：2012-2015年安徽日用化学产品制造行业企业个数

图表：2012-2015年安徽日用化学产品制造行业亏损企业单位数

图表：2012-2015年安徽日用化学产品制造行业亏损面

图表：2012-2015年安徽日用化学产品制造行业亏损总额及同比增长

图表：2012-2015年安徽日用化学产品制造行业应收帐款净额及同比增长

图表：2012-2015年安徽日用化学产品制造行业存货及同比增长

图表：2012-2015年安徽日用化学产品制造行业产成品及同比增长

图表：2012-2015年安徽日用化学产品制造行业流动资产合计及同比增长

图表：2012-2015年安徽日用化学产品制造行业资产合计及同比增长

图表：2012-2015年安徽日用化学产品制造行业负债合计及同比增长

图表：2012-2015年安徽日用化学产品制造行业主营业务收入及同比增长

图表：2012-2015年安徽日用化学产品制造行业主营业务成本及同比增长

图表：2012-2015年安徽日用化学产品制造主营业务税金及附加及同比增长

图表：2012-2015年安徽日用化学产品制造销售费用及同比增长

图表：2012-2015年安徽日用化学产品制造管理费用及同比增长

图表：2012-2015年安徽日用化学产品制造财务费用及同比增长

图表：2012-2015年安徽日用化学产品制造利息支出及同比增长

图表：2012-2015年安徽日用化学产品制造利润总额及同比增长

图表：2012-2015年安徽日用化学产品制造应交增值税及同比增长

图表：2015年安徽日用化学产品制造从业人员及同比增长

图表：2015年安徽日用化学产品制造工业销售产值及同比增长

图表：OEM厂商环节企业分布情况

图表：2012-2015年浙江日用化学产品制造出口交货值及增速

图表：2012-2015年浙江日用化学产品制造行业企业个数

图表：2012-2015年浙江日用化学产品制造行业亏损企业单位数

图表：2012-2015年浙江日用化学产品制造行业亏损面

图表：2012-2015年浙江日用化学产品制造行业亏损总额及同比增长

图表：2012-2015年浙江日用化学产品制造行业应收帐款净额及同比增长

图表：2012-2015年浙江日用化学产品制造行业存货及同比增长

图表：2012-2015年浙江日用化学产品制造行业产成品及同比增长

图表：2012-2015年浙江日用化学产品制造行业流动资产合计及同比增长

图表：2012-2015年浙江日用化学产品制造行业资产合计及同比增长

图表：2012-2015年浙江日用化学产品制造行业负债合计及同比增长

图表：2012-2015年浙江日用化学产品制造行业主营业务收入及同比增长

图表：2012-2015年浙江日用化学产品制造行业主营业务成本及同比增长

图表：2012-2015年浙江日用化学产品制造主营业务税金及附加及同比增长

图表：2012-2015年浙江日用化学产品制造销售费用及同比增长

图表：2012-2015年浙江日用化学产品制造管理费用及同比增长

图表：2012-2015年浙江日用化学产品制造财务费用及同比增长

图表：2012-2015年浙江日用化学产品制造利息支出及同比增长

图表：2012-2015年浙江日用化学产品制造利润总额及同比增长

图表：2012-2015年浙江日用化学产品制造应交增值税及同比增长

图表：2015年浙江日用化学产品制造从业人员及同比增长

图表：2015年浙江日用化学产品制造工业销售产值及同比增长

图表：化妆品厂商环节企业分布情况

图表：2012-2015年北京日用化学产品制造出口交货值及增速

图表：2012-2015年北京日用化学产品制造行业企业个数

图表：2012-2015年北京日用化学产品制造行业亏损企业单位数

图表：2012-2015年北京日用化学产品制造行业亏损面

图表：2012-2015年北京日用化学产品制造行业亏损总额及同比增长

图表：2012-2015年北京日用化学产品制造行业应收帐款净额及同比增长

图表：2012-2015年北京日用化学产品制造行业存货及同比增长

图表：2012-2015年北京日用化学产品制造行业产成品及同比增长

图表：2012-2015年北京日用化学产品制造行业流动资产合计及同比增长

图表：2012-2015年北京日用化学产品制造行业资产合计及同比增长

图表：2012-2015年北京日用化学产品制造行业负债合计及同比增长

图表：2012-2015年北京日用化学产品制造行业主营业务收入及同比增长

图表：2012-2015年北京日用化学产品制造行业主营业务成本及同比增长

图表：2012-2015年北京日用化学产品制造主营业务税金及附加及同比增长

图表：2012-2015年北京日用化学产品制造销售费用及同比增长

图表：2012-2015年北京日用化学产品制造管理费用及同比增长

图表：2012-2015年北京日用化学产品制造财务费用及同比增长

图表：2012-2015年北京日用化学产品制造利息支出及同比增长

图表：2012-2015年北京日用化学产品制造利润总额及同比增长

图表：2012-2015年北京日用化学产品制造应交增值税及同比增长

图表：2015年北京日用化学产品制造从业人员及同比增长

图表：2015年北京日用化学产品制造工业销售产值及同比增长

图表：2012-2015年湖北日用化学产品制造出口交货值及增速

图表：2012-2015年湖北日用化学产品制造行业企业个数

图表：2012-2015年湖北日用化学产品制造行业亏损企业单位数

图表：2012-2015年湖北日用化学产品制造行业亏损面

图表：2012-2015年湖北日用化学产品制造行业亏损总额及同比增长

图表：2012-2015年湖北日用化学产品制造行业应收帐款净额及同比增长

图表：2012-2015年湖北日用化学产品制造行业存货及同比增长

图表：2012-2015年湖北日用化学产品制造行业产成品及同比增长

图表：2012-2015年湖北日用化学产品制造行业流动资产合计及同比增长

图表：2012-2015年湖北日用化学产品制造行业资产合计及同比增长

图表：2012-2015年湖北日用化学产品制造行业负债合计及同比增长

图表：2012-2015年湖北日用化学产品制造行业主营业务收入及同比增长

图表：2012-2015年湖北日用化学产品制造行业主营业务成本及同比增长

图表：2012-2015年湖北日用化学产品制造主营业务税金及附加及同比增长

图表：2012-2015年湖北日用化学产品制造销售费用及同比增长

图表：2012-2015年湖北日用化学产品制造管理费用及同比增长

图表：2012-2015年湖北日用化学产品制造财务费用及同比增长

图表：2012-2015年湖北日用化学产品制造利息支出及同比增长

图表：2012-2015年湖北日用化学产品制造利润总额及同比增长

图表：2012-2015年湖北日用化学产品制造应交增值税及同比增长

图表：2015年湖北日用化学产品制造从业人员及同比增长

图表：2015年湖北日用化学产品制造工业销售产值及同比增长

图表：2017-2022年我国化妆品市场需求量预测

图表：2017-2022年中国化妆品行业工业总产值预测

图表：2017-2022年我国化妆品行业产能预测

图表：2017-2022年中国化妆品工业销售产值预测

图表：2013年上海家化联合股份有限公司主营构成分析

图表：2014年上海家化联合股份有限公司主营构成分析

图表：2015年上海家化联合股份有限公司主营构成分析

图表：2012-2015年上海家化联合股份有限公司每股指标

图表：2012-2015年上海家化联合股份有限公司成长能力指标

图表：2012-2015年上海家化联合股份有限公司盈利能力指标

图表：2012-2015年上海家化联合股份有限公司盈利质量指标
图表：2012-2015年上海家化联合股份有限公司运营能力指标
图表：2012-2015年上海家化联合股份有限公司财务风险指标
图表：2012-2015年上海家化联合股份有限公司资产负债表
图表：2012-2015年上海家化联合股份有限公司利润表
图表：2012-2015年上海家化联合股份有限公司现金流量表
图表：2015年上海家化联合股份有限公司资产百分比分析
图表：2013-2015年上海家化联合股份有限公司利润百分比分析
图表：2013年索芙特股份有限公司主营构成分析
图表：2014年索芙特股份有限公司主营构成分析
图表：2015年索芙特股份有限公司主营构成分析
图表：2012-2015年索芙特股份有限公司每股指标
图表：2012-2015年索芙特股份有限公司成长能力指标
图表：2012-2015年索芙特股份有限公司盈利能力指标
图表：2012-2015年索芙特股份有限公司盈利质量指标
图表：2012-2015年索芙特股份有限公司运营能力指标
图表：2012-2015年索芙特股份有限公司财务风险指标
图表：2012-2015年索芙特股份有限公司资产负债表
图表：2012-2015年索芙特股份有限公司利润表
图表：2012-2015年索芙特股份有限公司现金流量表
图表：2015年索芙特股份有限公司资产百分比分析
图表：2013-2015年索芙特股份有限公司利润百分比分析
图表：2012-2015年霸王国际(集团)控股有限公司重要财务摘要
图表：2012-2015年霸王国际(集团)控股有限公司财务表
图表：2012-2015年霸王国际(集团)控股有限公司资产负债表
图表：2012-2015年霸王国际(集团)控股有限公司综合损益表
图表：2012-2015年霸王国际(集团)控股有限公司现金流量表
图表：2012-2015年美即控股国际有限公司经营情况
图表：2012-2015年美即控股国际有限公司主要财务指标
图表：2012-2015年美即控股国际有限公司资产负债表
图表：2012-2015年美即控股国际有限公司综合损益表
图表：花王(中国)投资有限公司创造优质产品结构

图表：伽蓝（集团）股份有限公司育龙计划平台

图表：广东美雅化妆品有限公司国内市场销售网络

图表：广东美雅化妆品有限公司国际市场销售网络

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/285180.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。