



艾凯咨询
ICAN Consulting

2018-2024年中国天然化妆品行业 市场运营态势及投资战略咨询 报告

一、调研说明

《2018-2024年中国天然化妆品行业市场运营态势及投资战略咨询报告》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/292368.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

报告目录：

第一章 中国天然化妆品行业投资环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2017年中国天然化妆品经济发展预测分析

第二节 中国天然化妆品行业政策环境分析

第二章 2015-2017年国际化妆品市场运行总况分析

第一节 2015-2017年国际化妆品市场的总体概况

一、世界美容化妆品行业的发展

二、国际化妆品原料市场的新趋势

三、国际化妆品产品研发潮流

第二节 美国

一、美国化妆品市场综述

二、美国化妆品市场发展动向

三、美国化妆品法规概述

四、美国对化妆品标签有着严格要求

第三节 欧洲

一、欧洲化妆品市场总体发展状况

二、欧盟提高化妆品生产标准

三、欧洲美容化妆品市场需求分析

四、欧洲化妆品市场竞争依然激烈

五、英国化妆品市场发展势头良好

第四节 日本

一、日本化妆品市场的总体概况

二、日本化妆品市场竞争格局

三、日本诸多行业进军化妆品市场

四、日本化妆品的政府管制概述

五、日本化妆品市场发展趋势

第五节 韩国

- 一、韩国化妆品市场发展回顾
- 二、韩国化妆品企业加快在中国的发展
- 三、韩国天然化妆品产业概述

第三章 2015-2017年中国化妆品市场发展状况分析

第一节 2015-2017年中国化妆品市场总体概况

- 一、中国化妆品市场发展回顾
- 二、化妆品市场发展的总体概述
- 三、国内化妆品市场结构分析
- 四、化妆品网购市场

第二节 2015-2017年中国化妆品市场消费分析

- 一、化妆品市场消费者的构成
- 二、化妆品市场消费的特点
- 三、化妆品市场居民消费的构成
- 四、美容化妆品市场的消费状况调查
- 五、女性购买化妆品的心理因素研究

第三节 2015-2017年中国化妆品包装行业运行情况分析

- 一、化妆品包装的特性
- 二、国内美容化妆品包装分析
- 三、化妆品包装需标注所有成分
- 四、中草药成为化妆品包装禁用语惹争端
- 五、美容化妆品包装的发展走向

第四节 2015-2017年中国化妆品市场存在的问题分析

- 一、中国化妆品市场面临的难题
- 二、国内美容化妆品市场的薄弱方面
- 三、中国化妆品市场产品质量堪忧
- 四、国内化妆品市场亟待整合

第五节 2015-2017年中国化妆品市场发展的对策分析

- 一、中国化妆品市场发展的建议
- 二、国内化妆品市场的发展对策
- 三、化妆品企业发展要集体补标识规范课

四、化妆品行业地位提升的对策探讨

第四章 2015-2017年国际天然化妆品市场运行态势透析

第一节 2015-2017年国际天然化妆品市场

一、天然化妆品概述

二、全球天然化妆品品牌格局概述

三、全球天然化妆品茶品结构简析

四、国外天然化妆品销售方式分析

第二节 2015-2017年全球天然化妆品产业区域市场格局分析

一、欧洲

二、美国

三、日本

四、韩国

第三节 2018-2024年世界天然化妆品行业发展前景预测分析

第五章 2015-2017年全球天然化妆品品牌运营分析

第一节 德国世家Dr.Hauschka

一、企业概况

二、产品特性分析

三、企业竞争优势分析

四、企业在华投资动态分析

第二节 纽约曼哈顿的Kiehl's

一、企业概况

二、产品特性分析

三、企业竞争优势分析

四、企业在华投资动态分析

第三节 法国拉斐特的Caudalie

一、企业概况

二、产品特性分析

三、企业竞争优势分析

四、企业在华投资动态分析

第四节 Origins品木宣言

- 一、企业概况
- 二、产品特性分析
- 三、企业竞争优势分析
- 四、企业在华投资动态分析

第六章 2015-2017年中国天然化妆品行业运行形势分析

第一节 2015-2017年中国天然化妆品产业运行现状

- 一、中国天然化妆品行业规模分析
- 二、国内天然化妆品行业动态分析
- 三、中国天然化妆品技术工艺分析

第二节 2015-2017年中国绿色化妆品产业发展情况分析

- 一、绿色化妆品概况
- 二、绿色化妆品产业的特点
- 三、建立并完善绿色化妆品产业制度的意义
- 四、中国绿色化妆品产业法律制度完善的建议

第三节 2015-2017年中国天然化妆品行业发展存在的问题分析

第七章 2015-2017年中国天然化妆品市场运营态势分析

第一节 2015-2017年中国天然化妆品市场运行概况

- 一、国内天然化妆品市场现状
- 二、天然、有机和绿色将成化妆品的潮流
- 三、亚洲化妆品生产企业青睐天然有机标准

第二节 2015-2017年中国天然化妆品市场发展格局分析

- 一、中国天然化妆品生产情况分析
- 二、国内天然化妆品市场需求分析
- 三、中国天然化妆品销售现状分析

第三节 2015-2017年中国天然化妆品市场价格走势分析

- 一、产品市场价格行情分析
- 二、市场价格影响因素分析
- 三、2018-2024年价格走势预测分析

第八章 2015-2017年中国化妆品制造行业规模主要数据监测分析

第一节 2015-2017年中国化妆品行业总体数据分析

一、2015年中国化妆品行业全部企业数据分析

二、2016年中国化妆品行业全部企业数据分析

三、2017年中国化妆品行业全部企业数据分析

第二节 2015-2017年中国化妆品行业不同规模企业数据分析

一、2015年中国化妆品行业不同规模企业数据分析

二、2016年中国化妆品行业不同规模企业数据分析

三、2017年中国化妆品行业不同规模企业数据分析

第三节 2015-2017年中国化妆品行业不同所有制企业数据分析

一、2015年中国化妆品行业不同所有制企业数据分析

二、2016年中国化妆品行业不同所有制企业数据分析

三、2017年中国化妆品行业不同所有制企业数据分析

第九章 2015-2017年中国天然化妆品行业竞争格局分析

第一节 2015-2017年中国天然化妆品行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

第二节 2015-2017年中国天然化妆品市场竞争格局分析

一、品牌竞争格局分析

二、生产成本竞争分析

三、行业竞争力分析

第三节 2015-2017年中国天然化妆品行业竞争策略分析

第十章 中国天然化妆品行业优势企业关键性数据分析

第一节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第二节 雅芳(中国)有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 天津郁美净集团有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 妮维雅(上海)有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第五节 四川可采实业有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第六节 江苏东洋之花化妆品有限公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十一章 2015-2017年中国化妆品市场营销分析

第一节 2015-2017年中国化妆品行业市场渠道分析

一、批发市场

二、零售终端市场

三、专业市场

四、黑市对化妆品销售市场的影响

第二节 2015-2017年中国化妆品直复营销与网络营销分析

一、直复营销的概念

二、化妆品网络营销的特征和优势

三、网络营销理论

四、化妆品网络营销的现状

第三节 化妆品直销

一、化妆品直销的概述

二、欧瑞莲化妆品成为中国第9家获得直销牌照的企业

三、中国化妆品直销发展存在的瓶颈

第四节 化妆品专卖店经营

一、美容化妆品业连锁特许经营的简析

二、化妆品专卖店经营面临的挑战及经营策略

三、化妆品行业连锁经营的发展趋势

第五节 2015-2017年中国化妆品梯度营销渠道的策略解读

一、化妆品实行梯度营销的必要性

二、渠道梯度

三、目标消费者梯度

第十二章 2018-2024年中国天然化妆品行业投资机遇与建议分析

第一节 2018-2024年中国化妆品行业投资前景分析

一、化妆品市场投资存在的商机

二、中药化妆品行业的投资前景分析

三、祛斑化妆品的配方设计 and 应用前景

四、芦荟化妆品的前景和开发

第二节 2018-2024年中国天然化妆品行业投资机会分析

一、行业吸引力分析

二、区域投资潜力分析

三、与产业政策相关的投资机遇分析

第三节 2018-2024年中国天然化妆品行业投资风险分析

一、市场风险

二、经营风险

三、技术风险

四、原材料风险

五、其它风险

第十三章 2018-2024年中国天然化妆品行业发展走向预测

第一节 2018-2024年中国天然化妆品产业运行趋势展望

一、产品技术研发方向

二、行业走向预测

第二节 2018-2024年中国天然化妆品市场发展走势预测

一、市场需求预测

二、产品供给形势预测

三、市场竞争格局预测分析

第三节 2018-2024年中国天然化妆品市场盈利能力预测分析

部分图表目录：

图表：2005-2017年国内生产总值

图表：2005-2017年居民消费价格涨跌幅度

图表：2017年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2017年国家外汇储备

图表：2005-2017年财政收入

图表：2005-2017年全社会固定资产投资

图表：2017年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2017年固定资产投资新增主要生产能力

图表：2015-2017年中国化妆品制造行业企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2015-2017年中国化妆品制造行业亏损企业数量及增长率分析 单位：个

图表：2015-2017年中国化妆品制造行业从业人数及同比增长分析 单位：个

图表：2015-2017年中国化妆品制造企业总资产分析 单位：亿元

图表：2017年中国化妆品制造行业不同类型企业数量 单位：个

图表：2017年中国化妆品制造行业不同所有制企业数量 单位：个

图表：2017年中国化妆品制造行业不同类型销售收入 单位：千元

图表：2017年中国化妆品制造行业不同所有制销售收入 单位：千元

图表：2015-2017年中国化妆品制造产成品及增长分析 单位：亿元

图表：2015-2017年中国化妆品制造工业销售产值分析 单位：亿元

图表：2015-2017年中国化妆品制造行业销售成本分析 单位：亿元

图表：2015-2017年中国化妆品制造行业费用分析 单位：亿元

图表：2015-2017年中国化妆品制造行业主要盈利指标分析 单位：亿元

图表：2015-2017年中国化妆品制造行业主要盈利能力指标分析

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司主要经济指标走势图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司经营收入走势图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司盈利指标走势图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司负债情况图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司负债指标走势图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司运营能力指标走势图

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司成长能力指标走势图

更多图表见正文……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/292368.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提供专业投资咨询报告、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。