

2016-2022年中国彩妆行业 监测及投资前景预测报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2016-2022年中国彩妆行业监测及投资前景预测报告》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.cction.com/report/201601/129744.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

彩饰自古指覆彩于土木之上的华饰，是对建筑木构、墙面之类的粉刷、涂抹。

现代彩妆作化妆技巧，是为一门“形象美”的艺术，是利用化妆产品对面部进行修饰，“扬长补短”达到美化的效果。可以在很大程度上弥补女性身体和年龄缺陷所带来的美丽遗憾。

彩妆一般会跟化妆品密切关联，好的化妆品能够出色的表现出彩妆的魅力。

报告目录：

第一章 彩妆相关概述14

1.1 化妆品的相关概述14

1.1.1化妆品的定义14

1.1.2化妆品的分类15

1.1.3化妆品的主要作用17

1.1.4化妆品的发展历程18

1.2彩妆及其产品简释23

1.2.1彩妆的概念及作用23

1.2.2彩妆用品简介24

1.3主要彩妆产品介绍27

1.3.1粉底的定义及成分27

1.3.2眼影的概念及作用28

1.3.3睫毛膏的概念及发展历史28

1.3.4唇彩的相关概述30

第二章2013-2015年中国彩妆行业市场发展环境分析32

2.12015年中国宏观经济环境分析32

2.1.12015年中国gdp增长情况分析32

2.1.22015年中国居民消费价格走势32

2.1.32015年城乡居民收入与消费分析33

2.1.42015年中国社会消费品零售总额35

2.1.52015年全社会固定资产投资分析35

2.1.6	2015年进出口总额及增长率分析	36
2.2	2013-2015年中国彩妆行业政策环境分析	37
2.2.1	化妆品卫生规范	37
2.2.2	化妆品评审和命名新政策解读	37
2.2.3	化妆品广告管理办法	39
2.3	2013-2015年中国彩妆行业社会环境分析	41
2.3.1	2015年中国人口及分布总体情况	41
2.3.2	2015年中国女性人口及年龄分布	42
2.3.3	女性化妆品消费观念变革	43
2.4	2012-2015年中国化妆品行业发展分析	47
2.4.1	2012年中国化妆品市场概况	47
2.4.2	2013年中国化妆品行业发展概况	50
2.4.3	2014年中国化妆品行业发展概况	53
2.4.4	2015年中国化妆品行业发展概况	56

第三章 2013-2015年中国彩妆市场运行分析 59

3.1	2013-2015年中国彩妆市场概况	59
3.1.1	2013-2015年中国彩妆市场规模	59
3.1.2	2015年中国彩妆市场结构	59
3.1.3	2013-2015年中国彩妆市场的新变化	60
3.1.4	2015年中国高档彩妆品走俏市场	65
3.2	2015年中国彩妆市场关注度分析	66
3.2.1	2015年彩妆品牌关注度	66
3.2.2	2015年彩妆产品类型关注度	66
3.3	2015年中国彩妆品消费市场调查	67
3.3.1	中国彩妆市场消费者调查分析	67
3.3.2	中国彩妆消费者生活态度分析	69
3.3.3	中国彩妆消费者体育及休闲活动	72
3.4	中国彩妆市场运作模式分析	73
3.4.1	流通型彩妆运作模式	73
3.4.2	辐射型彩妆运作模式	74
3.4.3	代理型彩妆运作模式	74

- 3.4.4终端型彩妆运作模式75
- 3.52013-2015年中国国产彩妆市场现状及问题分析76
- 3.5.1国产彩妆市场发展现状76
- 3.5.2国产彩妆发展中的问题76
- 3.5.3国产彩妆品牌发展的困局77
- 3.5.4国产彩妆产品包装单纯模仿国际品牌78

第四章2013-2015年中国彩妆主要细分市场发展分析82

- 4.12013-2015年中国颊部彩妆市场分析82
- 4.1.12015年中国颊部彩妆市场规模82
- 4.1.22015年中国颊部彩妆品牌竞争状况82
- 4.1.32015年中国腮红市场消费调研分析84
- 4.1.42015年中国粉底市场消费调研分析85
- 4.1.52015年中国粉底液市场消费调研分析87
- 4.22013-2015年中国眼部彩妆市场发展分析88
- 4.2.12015年中国眼部彩妆市场规模88
- 4.2.22015年中国眼部彩妆品牌竞争状况88
- 4.2.32015年中国眼影市场消费调研分析90
- 4.2.42015年中国睫毛膏市场消费调研分析91
- 4.32013-2015年中国唇部彩妆市场分析93
- 4.3.12015年中国唇部彩妆市场规模93
- 4.3.22015年中国唇部彩妆品牌竞争状况93
- 4.3.32015年中国唇彩市场需求状况分析95
- 4.3.42015年中国唇膏市场消费调研分析96
- 4.42013-2015年中国美甲用品市场分析97
- 4.4.12015年中国美甲用品市场规模97
- 4.4.22015年中国美甲用品品牌竞争分析98
- 4.4.32015年中国指甲油市场消费调研分析100

第五章2015年中国唇用化妆品进出口分析102

- 5.12013-2015年中国唇用化妆品进出口总体情况102
- 5.1.12013-2015年中国唇用化妆品进口情况102

5.1.2	2013-2015年中国唇用化妆品出口情况	103
5.2	2015年中国主要省市唇用化妆品进出口情况	104
5.2.1	2015年中国主要省市唇用化妆品进口状况	104
5.2.2	2015年中国主要省市唇用化妆品出口状况	105
5.3	2015年中国唇用化妆品进出口流向情况	106
5.3.1	2015年中国唇用化妆品进口流向	106
5.3.2	2015年中国唇用化妆品出口流向	107
5.4	2015年中国唇用化妆品进出口均价分析	108

第六章 2015年中国眼用化妆品进出口分析 110

6.1	2015年中国眼用化妆品进出口总体情况	110
6.1.1	2013-2015年中国眼用化妆品进口情况	110
6.1.2	2013-2015年中国眼用化妆品出口情况	111
6.2	2015年中国主要省市眼用化妆品进出口情况	112
6.2.1	2015年中国主要省市眼用化妆品进口状况	112
6.2.2	2015年中国主要省市眼用化妆品出口状况	113
6.3	2015年中国眼用化妆品进出口流向情况	114
6.3.1	2015年中国眼用化妆品进口流向	114
6.3.2	2015年中国眼用化妆品出口流向	115
6.4	2015年中国眼用化妆品进出口均价分析	116

第七章 2015年中国指(趾)甲化妆品进出口分析 118

7.1	2015年中国指(趾)甲化妆品进出口总体情况	118
7.1.1	2013-2015年中国指(趾)甲化妆品进口情况	118
7.1.2	2013-2015年中国指(趾)甲化妆品出口情况	119
7.2	2015年中国主要省市指(趾)甲化妆品进出口情况	120
7.2.1	2015年中国主要省市指(趾)甲化妆品进口状况	120
7.2.2	2015年中国主要省市指(趾)甲化妆品出口状况	121
7.3	2015年中国指(趾)甲化妆品进出口流向情况	122
7.3.1	2015年中国指(趾)甲化妆品进口流向	122
7.3.2	2015年中国指(趾)甲化妆品出口流向	122
7.4	2015年中国指(趾)甲化妆品进出口均价分析	123

第八章2015年中国彩妆市场竞争格局分析125

8.12015年中国彩妆市场竞争125

8.1.1中国彩妆市场竞争概况125

8.1.22015年中国彩妆厂商竞争格局126

8.1.32015年中国彩妆品牌竞争分析127

8.2国际知名彩妆品牌提升竞争力的经验借鉴130

8.2.1artdeco彩妆品牌竞争力提升的经验借鉴130

8.2.2markwins彩妆品牌竞争力提升的经验借鉴131

8.2.3其他国际彩妆品牌对中国本土企业提升竞争力的启示132

8.3化妆品行业市场竞争新动向132

第九章彩妆市场营销策略分析134

9.1中国彩妆市场营销基本概述134

9.1.1彩妆营销的误区134

9.1.2彩妆营销的特点135

9.2彩妆营销策略分析136

9.2.1定位策略136

9.2.2贴身跟进大牌的市场---137

9.2.3品质优先的诚信策略137

9.2.4人性化营销策略137

9.2.5体验式营销策略138

9.3 彩妆活动促销方式简析141

9.3.1活动促销对彩妆品牌发展的意义141

9.3.2保障彩妆活动促销成功的条件141

9.3.3吸引顾客的法则143

9.3.4促使活动成功的三要素143

9.4 重点彩妆品牌营销案例145

9.4.1美宝莲与娥佩兰的营销对比分析145

9.4.2卡姿兰彩妆的营销法宝146

9.5彩妆市场营销的创新148

9.5.1彩妆产品组合创新148

9.5.2彩妆营销渠道创新149

第十章2015年世界彩妆企业旗下品牌分析150

10.1法国欧莱雅(l'oreal)150

10.1.1企业简介150

10.1.2欧莱雅在中国的发展151

10.1.32015年企业经营状况153

10.1.42015年企业经营状况155

10.1.5 2015年美宝莲在中国的发展现状155

10.2美国宝洁(p&g , procter&gamble)156

10.2.1企业简介156

10.2.22015年企业经营状况158

10.2.3宝洁公司在中国的营销策略分析159

10.3美国雅诗兰黛(esteelauder)161

10.3.1企业及品牌简介161

10.3.2雅诗兰黛发展简史162

10.3.3雅诗兰黛的产品与服务163

10.3.42015年企业经营情况168

10.4日本资生堂(shiseido)170

10.4.1企业简介170

10.4.2资生堂历史171

10.4.32015年企业经营状况172

10.5.4资生堂品牌线路174

10.4.5资生堂在日本推出低端彩妆品牌175

10.5美国雅芳(avon)175

10.5.1企业简介175

10.5.22015年企业经营状况176

10.5.3雅芳的产品简介178

10.5.4雅芳营销模式转型179

10.5.5 2015年雅芳新一代彩妆上市180

10.6 法国丝芙兰(sephora)181

10.6.1 公司简介181

- 10.6.2 丝芙兰在中国的发展182
- 10.6.3 丝芙兰化妆品连锁店的创新经营模式182
- 10.7 其他彩妆品牌185
 - 10.7.1 植村秀(shuueemura)185
 - 10.7.2 爱丽(etude)186
 - 10.7.3 天使色彩186
 - 10.7.4 色彩地带187
 - 10.7.5卡姿兰188
 - 10.7.6伊卡露诗189

第十一章2015年中国彩妆重点品牌和企业分析191

- 11.1玫琳凯(中国)化妆品有限公司191
 - 11.1.1企业基本情况191
 - 11.1.22015年企业经营状况191
 - 11.1.3玫琳凯中国抢占电子商务先机193
- 11.2雅芳(中国)制造有限公司194
 - 11.2.1企业基本情况194
 - 11.2.22015年企业经营状况195
 - 11.2.3雅芳中国转型之殇196
- 11.3资生堂丽源化妆品有限公司198
 - 11.3.1企业基本情况198
 - 11.3.22015年企业经营状况201
 - 11.3.3资生堂丽源再登行业效益十佳榜203
- 11.4苏州尚美国际化妆品有限公司203
 - 11.4.1企业基本情况203
 - 11.4.22015年企业经营状况204
- 11.5松泽化妆品(深圳)有限公司205
 - 11.5.1企业基本情况205
 - 11.5.22015年企业经营状况206
- 11.6其他品牌介绍207
 - 11.6.1巧迪尚惠207
 - 11.6.2雅美姿209

11.6.3蓝色之恋209

第十二章2016-2022年中国彩妆市场前景及发展趋势211

12.1 中国化妆品市场的发展前景及趋势211

12.1.1化妆品行业发展总趋势211

12.1.22012-2014年中国化妆品市场趋势预测213

12.1.3化妆品连锁专卖将逐步取代单体店213

12.1.42016-2022年中国化妆品行业市场规模预测216

12.2 2016-2022年中国彩妆市场的前景及发展趋势预测216

12.2.1 中国低价彩妆市场潜力巨大216

12.2.2未来彩妆产品的发展方向217

12.2.3特许经营模式将成中国彩妆市场新亮点218

12.2.4 彩妆原料往安全、天然、滋养方向发展219

12.32016-2022年中国彩妆市场规模预测分析220

12.3.12016-2022年中国彩妆总体市场规模预测220

12.3.22016-2022年中国眼部彩妆总体市场规模预测221

12.3.32016-2022年中国颊部彩妆总体市场规模预测221

12.3.42016-2022年中国唇部彩妆总体市场规模预测222

12.3.52016-2022年中国美甲产品总体市场规模预测222

图表目录：

图表1化妆品分类(按使用目的分)14

图表2化妆品分类(按使用部位分)15

图表3化妆品分类(按剂型分)15

图表4化妆品分类(按年龄分)16

图表5化妆品分类(按产品特点分)16

图表6粉底的成分和作用27

图表152011-2015年中国国内生产总值及增长速度31

图表162011-2015年中国居民消费价格指数变化趋势图32

图表172011-2015年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图33

图表182011-2015年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图33

图表192011-2015年中国城镇居民消费与恩格尔系数33

图表202011-2015年中国农村居民家庭恩格尔系数34

图表212011-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度34

图表222011-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图35

图表232011-2015年中国进出口总额及增长速度35

图表132015年中国人口数及其构成情况40

图表142011-2015年中国城市人口及所占比例趋势图41

图表152011-2015年间主要年份中国女性人口数量及比重41

图表162014年中国女性人口年龄分布41

图表172014年中国女性人口年龄分布结构图42

图表182011-2015年中国化妆品市场规模增长趋势图46

图表192011-2015年中国高档化妆品市场规模及增长率48

图表202014年中国化妆品行业经济指标统计49

图表212014年中国化妆品行业前五省区企业数量排名51

图表222014年中国化妆品行业前五省区工业总产值排名51

图表232014年中国化妆品行业前五省区资产总计排名51

图表242014年中国化妆品行业前五省区销售收入排名52

图表252014年中国化妆品行业前五省区利润总额排名52

图表262015年中国化妆品行业经济指标统计53

图表272015年中国化妆品行业前五省区企业数量排名54

图表282015年中国化妆品行业前五省区资产总计排名54

图表292015年中国化妆品行业前五省区销售收入排名54

图表302015年中国化妆品行业前五省区利润总额排名55

图表312015年中国化妆品行业经济指标统计55

图表462015年中国化妆品行业前五省区企业数量排名56

图表472015年中国化妆品行业前五省区资产总计排名57

图表482015年中国化妆品行业前五省区销售收入排名57

图表362011-2015年中国彩妆市场规模及增长率58

图表372014年中国彩妆市场结构(单位：亿元)59

图表382015年中国彩妆市场结构(单位：亿元)59

图表392011-2015年中国高档彩妆品市场份额64

图表402015年彩妆品牌关注度排行65

图表412015年彩妆产品类型关注度排行65

图表42中国30大城市彩妆市场需求总体状况66

图表43中国30大城市彩妆品牌渗透率总体情况66

图表44中国30大城市消费者最经常使用的彩妆品牌总体情况67

图表45中国彩妆消费者的品牌观68

图表46中国彩妆消费者的广告观68

图表47中国彩妆消费者的购物投资观69

图表48中国彩妆消费者的饮食生活观69

图表49中国彩妆消费者的个性时尚观70

图表50中国彩妆消费者的工作成就观70

图表51中国彩妆消费者的科技环保观70

图表52中国彩妆消费者参加体育运动所占份额71

图表53中国彩妆消费者参加休闲活动所占份额72

图表542011-2015年中国颊部彩妆市场规模及增长率81

图表552011-2015年中国颊部彩妆品牌市场占有率统计82

图表562014年中国颊部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额83

图表572015年中国颊部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额83

图表582015年中国30座城市腮红市场需求分析83

图表592015年中国30座城市粉底市场需求分析85

图表602015年中国30座城市粉底液市场需求分析86

图表612011-2015年中国眼部彩妆市场规模及增长率87

图表622011-2015年中国眼部彩妆品牌市场占有率统计88

图表632014年中国眼部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额89

图表642015年中国眼部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额89

图表652015年中国30座城市眼影市场需求分析89

图表662015年中国30座城市睫毛膏市场需求分析91

图表672011-2015年中国唇部彩妆市场规模及增长率92

图表682011-2015年中国唇部彩妆品牌市场占有率统计92

图表692014年中国唇部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额93

图表702015年中国唇部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额94

图表712015年中国30座城市唇彩市场需求分析94

图表722015年中国30座城市唇膏市场需求分析95

图表732011-2015年中国美甲用品市场规模及增长率97

图表742011-2015年中国美甲用品品牌市场占有率97

图表752014年中国美甲用品市场份额排名前十位的品牌份额98

图表762015年中国美甲用品市场份额排名前十位的品牌份额99

图表772015年中国30座城市指甲油市场需求分析99

图表782011-2014年中国唇用化妆品进口数量统计101

图表792011-2014年中国唇用化妆品进口数量增长趋势图101

图表802011-2014年中国唇用化妆品进口金额统计102

图表812011-2014年中国唇用化妆品进口金额增长趋势图102

图表822011-2014年中国唇用化妆品出口数量统计102

图表832011-2014年中国唇用化妆品出口数量增长趋势图103

图表842011-2014年中国唇用化妆品出口金额统计103

图表852011-2014年中国唇用化妆品出口金额增长趋势图103

图表862014年h中国主要省市(分海关)唇用化妆品进口统计104

图表872014年h中国主要省市(分海关)唇用化妆品出口统计104

图表882014年中国唇用化妆品进口来源地情况105

图表892014年中国唇用化妆品出口流向情况106

图表902011-2014年中国唇用化妆品进出口均价情况107

图表912011-2014年中国唇用化妆品进出口均价趋势图108

图表922011-2014年中国眼用化妆品进口数量统计109

图表932011-2014年中国眼用化妆品进口数量增长趋势图109

图表942011-2014年中国眼用化妆品进口金额统计110

图表952011-2014年中国眼用化妆品进口金额增长趋势图110

图表962011-2014年中国眼用化妆品出口数量统计110

图表972011-2014年中国眼用化妆品出口数量增长趋势图111

图表982011-2014年中国眼用化妆品出口金额统计111

图表992011-2014年中国眼用化妆品出口金额增长趋势图111

图表1002014年h中国主要省市(分海关)眼用化妆品进口统计112

图表1012014年h中国主要省市(分海关)眼用化妆品出口统计112

图表1022014年中国眼用化妆品进口来源地情况113

图表1032015年1-10月中国眼用化妆品出口流向情况114

图表1042011-2014年中国眼用化妆品进出口均价情况115

图表1052011-2014年中国眼用化妆品进出口均价趋势图116

图表1062011-2014年中国指(趾)甲化妆品进口数量统计117

图表1072011-2014年中国指(趾)甲化妆品进口数量增长趋势图117

图表1082011-2014年中国指(趾)甲化妆品进口金额统计118

图表1092011-2014年中国指(趾)甲化妆品进口金额增长趋势图118

图表1102011-2014年中国指(趾)甲化妆品出口数量统计118

图表1112011-2014年中国指(趾)甲化妆品出口数量增长趋势图119

图表1122011-2014年中国指(趾)甲化妆品出口金额统计119

图表1132011-2014年中国指(趾)甲化妆品出口金额增长趋势图119

图表1142014年h中国主要省市(分海关)指(趾)甲化妆品进口统计120

图表1152014年h中国主要省市(分海关)指(趾)甲化妆品出口统计120

图表1162014年中国指(趾)甲化妆品进口来源地情况121

图表1172014年中国指(趾)甲化妆品出口流向情况121

图表1182011-2014年中国指(趾)甲化妆品进出口均价情况122

图表1192011-2014年中国指(趾)甲化妆品进出口均价趋势图123

图表1202014年中国彩妆市场品牌竞争概况124

图表1212011-2015年中国彩妆市场厂商市场份额125

图表1222014年市场份额排名前十位的彩妆生产企业占比126

图表1232015年市场份额排名前十位的彩妆生产企业占比126

图表1242011-2015年中国彩妆品牌市场占有率127

图表1252014年中国彩妆市场份额排名前十位的品牌份额128

图表1262015年中国彩妆市场份额排名前十位的品牌份额129

图表1272011-2015年欧莱雅集团经营情况152

图表1282014年欧莱雅集团分部门经营情况152

图表1292015年欧莱雅集团分产品及部门经营情况153

图表1302011-2015年欧莱雅集团销售额分地区情况统计153

图表1312011-2015年欧莱雅集团化妆品业务分地区销售额统计153

图表1322011-2015年欧莱雅集团经营利润分地区情况统计154

图表1332015年宝洁公司经营状况157

图表1342011-2015年宝洁公司分产品经营状况157

图表1352011-2015年宝洁公司分产品销售收入统计158

图表1362011-2015年雅诗兰黛销售和利润情况统计167

图表1372011-2015年雅诗兰黛销售收入增长趋势168

图表1382011-2015年雅诗兰黛利润总额增长趋势168

图表1392011-2015年雅诗兰黛净利润增长趋势168

图表1402011-2015年雅诗兰黛分地区销售收入统计168

图表1412011-2015年雅诗兰黛分产品销售收入统计169

图表1422013-2015年资生堂资产负债状况171

图表1432013-2015年资生堂销售及利润统计172

图表1442013-2015年资生堂分地区主营业务收入状况172

图表1452013-2015年资生堂分地区销售额状况172

图表1462013-2015年资生堂具体分地区销售额状况172

图表1472013-2015年资生堂经营利润分地区状况统计173

图表1482011-2015年雅芳销售和利润状况统计175

图表1492011-2015年雅芳销售收入及增长率情况176

图表1502011-2015年雅芳经营利润及增长率情况176

图表1512011-2015年雅芳净利润及增长率情况176

图表1522011-2015年雅芳毛利率变化情况177

图表1532011-2015年雅芳集团按产品分销售额占比177

图表1542011-2015年雅芳分地区经营情况177

图表155丝芙兰发展历程180

图表156天使色彩品牌发展历程186

图表1572011-2015年玫琳凯(中国)化妆品有限公司收入及利润统计190

图表1582011-2015年玫琳凯(中国)化妆品有限公司收入增长趋势图191

图表1592011-2015年玫琳凯(中国)化妆品有限公司销售利润率191

图表1602014年玫琳凯(中国)化妆品有限公司成本费用统计191

图表1612011-2015年雅芳(中国)制造有限公司收入及利润统计194

图表1622011-2015年雅芳(中国)制造有限公司收入增长趋势图194

图表1632011-2015年雅芳(中国)制造有限公司销售利润率194

图表1642014年雅芳(中国)制造有限公司成本费用统计195

图表1652014年雅芳(中国)制造有限公司成本费用比例图195

图表1662011-2015年资生堂丽源化妆品有限公司收入及利润统计200

图表1672011-2015年资生堂丽源化妆品有限公司收入增长趋势图201

图表1682011-2015年资生堂丽源化妆品有限公司销售利润率201

图表1692014年资生堂丽源化妆品有限公司成本费用统计201

图表170	2014年资生堂丽源化妆品有限公司成本费用比例图	202
图表171	2011-2015年苏州尚美国际化妆品有限公司收入及利润统计	203
图表172	2011-2015年苏州尚美国际化妆品有限公司收入增长趋势图	204
图表173	2011-2015年苏州尚美国际化妆品有限公司销售利润率	204
图表174	2014年苏州尚美国际化妆品有限公司成本费用统计	204
图表175	2011-2015年松泽化妆品(深圳)有限公司收入及利润统计	205
图表176	2011-2015年松泽化妆品(深圳)有限公司收入增长趋势图	205
图表177	2011-2015年松泽化妆品(深圳)有限公司销售利润率	206
图表178	2014年松泽化妆品(深圳)有限公司成本费用统计	206
图表179	2014年松泽化妆品(深圳)有限公司成本费用比例图	206
图表180	尚惠国际发展历程及荣誉	207
图表181	化妆品消费趋势	210
图表182	2016-2022年中国化妆品行业市场规模预测	215
图表183	2016-2022年中国彩妆行业市场规模预测	220
图表184	2016-2022年中国眼部彩妆行业市场规模预测	220
图表185	2016-2022年中国颊部彩妆行业市场规模预测	221
图表186	2016-2022年中国唇部彩妆行业市场规模预测	221
图表187	2016-2022年中国美甲产品行业市场规模预测	222

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201601/129744.html>