

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

- 2.1.62015年进出口总额及增长率分析36
- 2.22013-2015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
- 2.32013-2015年中国彩妆行业社会环境分析41
 - 2.3.12015年中国人口及分布总体情况41
 - 2.3.22015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
- 2.42012-2015年中国化妆品行业发展分析47
 - 2.4.12012年中国化妆品市场概况47
 - 2.4.22013年中国化妆品行业发展概况50
 - 2.4.32014年中国化妆品行业发展概况53
 - 2.4.42015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

- 3.12013-2015年中国彩妆市场概况59
 - 3.1.12013-2015年中国彩妆市场规模59
 - 3.1.22015年中国彩妆市场结构59
 - 3.1.32013-2015年中国彩妆市场的新变化60
 - 3.1.42015年中国高档彩妆品走俏市场65
- 3.22015年中国彩妆市场关注度分析66
 - 3.2.12015年彩妆品牌关注度66
 - 3.2.22015年彩妆产品类型关注度66
- 3.32015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

- 5.1.22013-2015年中国唇用化妆品出口情况103
- 5.22015年中国主要省市唇用化妆品进出口情况104
- 5.2.12015年中国主要省市唇用化妆品进口状况104
- 5.2.22015年中国主要省市唇用化妆品出口状况105
- 5.32015年中国唇用化妆品进出口流向情况106
- 5.3.12015年中国唇用化妆品进口流向106
- 5.3.22015年中国唇用化妆品出口流向107
- 5.42015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

- 6.12015年中国眼用化妆品进出口总体情况110
- 6.1.12013-2015年中国眼用化妆品进口情况110
- 6.1.22013-2015年中国眼用化妆品出口情况111
- 6.22015年中国主要省市眼用化妆品进出口情况112
- 6.2.12015年中国主要省市眼用化妆品进口状况112
- 6.2.22015年中国主要省市眼用化妆品出口状况113
- 6.32015年中国眼用化妆品进出口流向情况114
- 6.3.12015年中国眼用化妆品进口流向114
- 6.3.22015年中国眼用化妆品出口流向115
- 6.42015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

- 7.12015年中国指(趾)甲化妆品进出口总体情况118
- 7.1.12013-2015年中国指(趾)甲化妆品进口情况118
- 7.1.22013-2015年中国指(趾)甲化妆品出口情况119
- 7.22015年中国主要省市指(趾)甲化妆品进出口情况120
- 7.2.12015年中国主要省市指(趾)甲化妆品进口状况120
- 7.2.22015年中国主要省市指(趾)甲化妆品出口状况121
- 7.32015年中国指(趾)甲化妆品进出口流向情况122
- 7.3.12015年中国指(趾)甲化妆品进口流向122
- 7.3.22015年中国指(趾)甲化妆品出口流向122
- 7.42015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1702014年资生堂丽源化妆品有限公司成本费用比例图202
图表1712011-2015年苏州尚美国际化妆品有限公司收入及利润统计203
图表1722011-2015年苏州尚美国际化妆品有限公司收入增长趋势图204
图表1732011-2015年苏州尚美国际化妆品有限公司销售利润率204
图表1742014年苏州尚美国际化妆品有限公司成本费用统计204
图表1752011-2015年松泽化妆品(深圳)有限公司收入及利润统计205
图表1762011-2015年松泽化妆品(深圳)有限公司收入增长趋势图205
图表1772011-2015年松泽化妆品(深圳)有限公司销售利润率206
图表1782014年松泽化妆品(深圳)有限公司成本费用统计206
图表1792014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1822016-2022年中国化妆品行业市场规模预测215
图表1832016-2022年中国彩妆行业市场规模预测220
图表1842016-2022年中国眼部彩妆行业市场规模预测220
图表1852016-2022年中国颊部彩妆行业市场规模预测221
图表1862016-2022年中国唇部彩妆行业市场规模预测221
图表1872016-2022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>