

# 2020-2026年中国化妆品行业 前景展望与投资分析报告

## 报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

[www.cction.com](http://www.cction.com)

## 一、报告报价

《2020-2026年中国化妆品行业前景展望与投资分析报告》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/202009/185901.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

被称为“美丽经济”的中国化妆品市场，经过20多年的迅猛发展，现今已经取得了前所未有的成就。中国的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。化妆品企业如雨后春笋般越来越多，名目繁多的化妆品品牌层出不穷，市场竞争愈演愈烈。2011-2017年中国化妆品利润总额走势

中企顾问网发布的《2020-2026年中国化妆品行业前景展望与投资分析报告》共二十二章。首先介绍了化妆品行业市场发展环境、化妆品整体运行态势等，接着分析了化妆品行业市场运行的现状，然后介绍了化妆品市场竞争格局。随后，报告对化妆品做了重点企业经营状况分析，最后分析了化妆品行业发展趋势与投资预测。您若想对化妆品产业有个系统的了解或者想投资化妆品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

### 第一章 化妆品的相关概述

#### 第一节 化妆品的介绍

##### 一、化妆品的定义

##### 二、化妆品的主要作用

##### 三、化妆品的分类

#### 第二节 中国化妆品行业的发展沿革

##### 一、古代化妆品

##### 二、现代化妆品

#### 第三节 化妆品产业特性分析

##### 一、化妆品的产品特性

##### 二、中国化妆品的监督管理特性

## 第二章 2018年国际化妆品所属行业市场营运形势分析

### 第一节 2018年国际化妆品市场的总体概况分析

一、国际化妆品的区域市场发展综述

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、美国化妆品销售市场发展近况

三、美国化妆品市场规模及发展趋势分析

四、美国化妆品行业法规管理概述

五、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、欧盟化妆品行业的新法规解读

三、德国化妆品行业天然产品发展态势良好

四、法国化妆品行业发展分析

五、俄罗斯化妆品市场容量分析

## 第四节 日本

一、日本化妆品市场的总体概况

二、日本化妆品企业大力开拓中老年消费市场

三、日本化妆品的政府管制概述

四、日本化妆品行业的发展趋势

## 第五节 韩国

一、韩国化妆品行业发展概述

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发展势头强劲

## 第三章 2018年中国化妆品所属行业市场发展格局分析

### 第一节 2018年中国化妆品行业总体概况分析

一、“十二五”期间中国化妆品行业发展综述

二、我国化妆品行业oem生产节奏加快

三、我国化妆品零售终端市场呈现新特点

### 第二节 2013-2018年中国化妆品所属行业市场发展分析

一、2018年中国化妆品所属行业销售状况分析

- 二、2018年我国化妆品市场掀起营养护肤新潮
- 三、2018年国内药店化妆品市场生存现状
- 四、2018年国内外企业争相布局有机化妆品市场

### 第三节 2018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、女性购买化妆品的心理因素研究
- 三、化妆品网络消费者的类型及购买行为
- 四、2018年化妆品网络消费状况透析
- 五、化妆品消费的新趋势分析

### 第四节 2018年中国化妆品包装发展分析

- 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、美容化妆品包装的发展走向

### 第五节 2018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、国内化妆品市场亟待整合
- 四、本土化妆品企业存在的深层次问题

### 第六节 2018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 2013-2018年中国化妆品制造所属行业主要数据监测分析

### 第一节 2013-2018年中国化妆品制造所属行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、从业人数增长分析
- 三、资产规模增长分析2011-2017年中国化妆品总产值走势

### 第二节 2013-2018年中国化妆品制造所属行业产值分析

- 一、产成品增长分析

## 二、工业销售产值分析

## 三、出口交货值分析

### 第三节 2013-2018年中国化妆品制造所属行业成本费用分析

#### 一、销售成本分析

#### 二、费用分析

### 第四节 2013-2018年中国化妆品制造所属行业盈利能力分析

#### 一、主要盈利指标分析

#### 二、资产规模增长分析

### 第五节 我国化妆品所属行业进出口数据分析

#### 一、2018年我国美容品或化妆品及护肤品的进出口数据分析

#### 二、2018年我国香水及花露水的进出口数据分析<sup>89</sup>

#### 三、2018年我国护发品的进出口数据分析

## 第五章 中国化妆品网络市场调查分析

### 第一节 2018年我国化妆品网络市场调查状况

#### 一、总体分析

#### 二、化妆品品牌属性与品牌等级情况

#### 三、化妆品产品分类情况

#### 四、化妆品网民特征透析

### 第二节 2018年我国化妆品网络市场调查状况

#### 一、总体分析

#### 二、化妆品品牌等级情况

#### 三、化妆品网民特征透析

### 第三节 2018年我国化妆品网络市场调查状况

#### 一、总体分析

#### 二、化妆品品牌等级情况

#### 三、化妆品产品分类情况

## 第六章 2018年中国护肤品所属行业市场发展态势分析

### 第一节 2018年中国护肤品行业营运综述

#### 一、中国护肤品品牌发展的四个阶段

#### 二、中国护肤品市场总体概况

三、国产“老字号”护肤品市场销售现况

四、中小护肤品企业发展对策分析

第二节 2013-2018年中国护肤品市场走势分析

一、2018年我国护肤品市场发展形态分析

二、2018年我国护肤品市场持续快速增长

三、2018年护肤品市场植物护肤品异军突起

四、2018年精油护肤品市场呈火爆发展态势

五、2013-2018年护肤品所属行业进出口分析

第三节 2018年中国护肤品市场竞争格局分析

一、我国护肤品市场竞争态势分析

二、国内主要护肤品竞争手段分析

三、2018年中国高端特殊护肤品市场竞争激烈

四、品牌成为护肤品竞争突破点

第四节 2018年中国护肤品市场营销分析

一、国内护肤品销售渠道分析

二、国内护肤品营销策略分析

三、护肤品营销模式创新

四、星纯护肤品的营销案例解析

第五节 2020-2026年中国护肤品行业发展前景分析

一、绿色生态护肤品市场前景看好

二、花朵美容护肤品有望成为新宠

三、茶护肤品发展前景分析

四、未来最有潜力的护肤品市场

第七章 2018年中国防晒用品市场运行格局分析

第一节 防晒用品的概述

一、防晒化妆品的常识综述

二、防晒化妆品的种类

三、防晒化妆品的识别及应用

第二节 各类防晒产品主要成分分析

一、化学性防晒成分（含紫外线吸收剂）

二、物理性防晒成分（含紫外线散乱剂）

### 三、纯天然防晒成分

#### 第三节 2018年全球防晒品市场的发展分析

##### 一、全球防晒品市场发展概述

##### 二、2018年美国出台实施防晒品监管新规

##### 三、韩国市场防晒霜受消费者青睐

#### 第四节 2018年中国防晒品市场的发展分析

##### 一、夏防晒品市场终端分析

##### 二、防晒化妆品市场发展状况

##### 三、2018年防晒品终端市场竞争激烈

##### 四、未来防晒护肤品发展趋势

##### 五、专用防晒化妆品市场发展潜力分析

### 第八章 2018年中国洗面奶和美白用品市场分析

#### 第一节 洗面奶市场

##### 一、洗面奶相关介绍

##### 二、中国洗面奶零售渠道分析

#### 第二节 美白产品市场

##### 一、美白用品市场的特点

##### 二、2018年美白产品销售热潮提前到来

#### 第三节 祛斑产品市场

##### 一、祛斑护肤品主要特点

##### 二、中国祛斑产品市场发展的三大趋势

##### 三、祛斑护肤品消费者购买因素分析

### 第九章 2018年中国发用化妆品市场发展分析

#### 第一节 2018年中国发用品产业总体概述

##### 一、护发品定义及类别

##### 二、洗发护发销售特点及趋势变化

##### 三、中药洗护发产品成市场竞争新热点

##### 四、新兴护发用品市场发展前景展望

#### 第二节 洗发水

##### 一、洗发水市场步入繁荣阶段



- 二、中国高端洗发水市场的发展形态剖析
- 三、洗发水市场细分以及定位策略
- 四、洗发水市场品牌营销分析
- 五、我国洗发水市场本土品牌突破实例分析
- 六、洗发水市场的发展方向

### 第三节 护发素

- 一、护发素的介绍
- 二、护发化妆品的总体概况
- 三、护发素市场的品牌分析

### 第四节 染发剂

- 一、中国染发剂市场概况
- 二、中国染发剂产品市场有待创新
- 三、染发剂市场发展趋势的特点

## 第十章 2018年中国男士化妆品市场营运局势分析

### 第一节 2018年中国男士化妆品的市场概况分析

- 一、催生男士化妆品发展的三大要素
- 二、男性化妆品市场进入快速增长期
- 三、男士化妆品市场发展的趋势剖析
- 四、本土企业在男士专用化妆品市场有机可寻

### 第二节 2018年中国男士化妆品开发分析

- 一、开发男士化妆品对企业的意义
- 二、男士化妆品开发的可能性
- 三、男士化妆品品种开发设想
- 四、男士化妆品品牌开发

### 第三节 2018年中国男士化妆品市场营销分析

- 一、中国男士化妆品消费者的心理与行为特征
- 二、中国男士化妆品市场营销的问题分析
- 三、针对我国男士心理与行为特点的化妆品营销策略

## 第十一章 2018年中国儿童化妆品市场发展局势分析

### 第一节 儿童化妆品市场产品介绍

一、个人护理用品

二、按摩油系列

三、其他儿童化妆品

## 第二节 2018年中国儿童化妆品市场发展概况分析

一、儿童化妆品市场成长缓慢的原因分析

二、中国儿童化妆品市场逐渐走向繁荣

三、儿童化妆品消费趋势特点

四、儿童化妆品市场的产品和营销攻略

## 第三节 2020-2026年中国儿童化妆品市场趋势分析

一、中国儿童化妆品市场发展潜力大

二、儿童化妆品市场前景展望

三、未来儿童化妆品市场生机勃勃

四、中国儿童化妆品的渠道趋势

## 第十二章 2018年中国中老年化妆品市场营运分析

### 第一节 2018年中国中老年人化妆品市场发展概况分析

一、老年化妆品的种类

二、老年人化妆品市场发展综述

三、抗衰老化妆品受中老年女性的青睐

四、老年化妆品市场有待发展开拓

### 第二节 2018年中国中老年人化妆品市场的问题及对策分析

一、老年人化妆品市场发展的制约因素分析

二、我国老年专用护肤品市场存在空白

三、开发老年人化妆品市场的对策建议

四、中老年人化妆品的广告营销策略

## 第十三章 2018年中国天然化妆品市场运行格局分析

### 第一节 2018年国际天然化妆品市场发展概况分析

一、全球四大天然化妆品品牌介绍

二、全球天然有机化妆品市场发展状况

三、美国天然化妆品进入标准化时代

### 第二节 2018年中国绿色化妆品发展概述

一、绿色化妆品的介绍

二、建立并完善绿色化妆品产业制度的意义

三、中国绿色化妆品产业法律制度完善的建议

### 第三节 2020-2026年中国天然化妆品市场发展趋势分析

一、天然成分化妆品市场的发展趋势

二、绿色化妆品在中国大有市场

三、绿色化妆品专卖店投资前景可观

## 第十四章 2018年中国其他热点化妆品市场发展分析

### 第一节 香水

一、中国香水市场发展现状分析

二、我国香水消费与国外消费存在差异

三、我国香水市场的发展建议

四、香水市场消费新的走势

五、香水市场的发展方向

### 第二节 护体化妆品

一、美体产品的作用

二、护体化妆品市场的品牌概述

### 第三节 纳米化妆品

一、纳米技术在化妆品中的应用

二、纳米化妆品具有的优势

三、纳米美容化妆品的开发概况

## 第十五章 2018年中国化妆品原料与成分分析

### 第一节 化妆品原料构成

一、油性原料（油、脂、蜡）

二、表面活性剂

三、保湿剂

四、香精

五、防腐剂

### 第二节 化妆品成分简析

一、化妆品成分概述

二、应当避免的化妆品成分

三、质量好的化妆品应含有的成分

### 第三节 化妆品成分安全性研究

一、除皱产品主打成分

二、美白产品主打成分

## 第十六章 2018年中国主要地区化妆品市场营运分析

### 第一节 广东

一、广东化妆品行业发展概述

二、广东化妆品专营店竞争局势透析

三、中山市强化化妆品产业监管

四、广东化妆品业亟需出“大腕”

### 第二节 浙江

一、浙江省化妆品专营店发展迅猛

二、杭州市化妆品行业发展概况

三、义乌市化妆品行业发展势头迅猛

四、2018年丽水龙泉化妆品出口形势良好

### 第三节 上海

一、上海化妆品市场老牌产品受青睐

二、上海护肤品市场国货热销

三、上海男性化妆品市场份额不断扩大

四、上海出台管理规范促进化妆品专卖店发展

### 第四节 武汉

一、武汉化妆品市场中外顶级品牌扎堆

二、2018年夏季武汉欧美系高端化妆品小幅提价

三、武汉中高端化妆品市场发展空间广阔

### 第五节 其他地区

一、北京化妆品市场“一站式”零售探析

二、重庆化妆品市场消费形态分析

## 第十七章 2018年中国化妆品市场竞争格局分析

### 第一节 2018年中国化妆品市场竞争概况分析

- 一、同质化导致化妆品市场竞争日益激烈
- 二、化妆品行业竞争加剧挤压新品牌生存空间
- 三、我国化妆品专营店市场竞争格局解析
- 四、中国化妆品b2c市场竞争格局透析

## 第二节 2018年中国本土化妆品企业的swot分析

- 一、优势
- 二、劣势
- 三、机会
- 四、威胁

## 第三节 2018年中国化妆品企业品牌战略分析

- 一、品牌在市场营销中的功能
- 二、品牌化经营是化妆品企业生存根本之道
- 三、中国化妆品企业的品牌战略

## 第四节 2018年中国化妆品的包装策略分析

- 一、化妆品的心理价位
- 二、消费者的购买行为方式
- 三、化妆品包装策略

## 第五节 2018年中国中小化妆品企业竞争战略分析

- 一、中小企业的市场策略
- 二、中小企业产品开发策略
- 三、中小企业发展策略

# 第十八章 2018年中国化妆品市场营销分析

## 第一节 2018年中国化妆品行业主要市场渠道分析

- 一、批发市场
- 二、零售终端市场
- 三、专业市场

## 第二节 2018年中国化妆品市场营销概况分析

- 一、化妆品市场营销的十大趋势透析
- 二、化妆品市场微博营销悄然升温
- 三、迪彩创新体验营销模式成化妆品行业翘楚
- 四、化妆品软文营销的三大关键点

### 第三节 2018年中国化妆品网络营销分析

- 一、化妆品网络营销的特征和优势
- 二、中国化妆品网络营销发展概况
- 三、我国化妆品sns社区营销异军突起

### 第四节 2018年中国化妆品直销分析

- 一、化妆品直销的概述
- 二、化妆品直销企业“反周期”规律深度思考
- 三、我国化妆品网上直销市场销售通路的主流趋势

### 第五节 2018年中国化妆品专卖店经营分析

- 一、中国化妆品专卖店市场发展现状
- 二、化妆品专卖店成行业发展新趋势
- 三、化妆品专卖店的运营策略探讨
- 四、化妆品专卖店发展的前景剖析

### 第六节 2018年中国化妆品梯度营销渠道的策略分析

- 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

## 第十九章 国外化妆品企业及品牌经营情况分析

### 第一节 法国欧莱雅（loreal）

- 一、集团简介
- 二、欧莱雅经营状况
- 三、卡尼尔
- 四、美宝莲
- 五、巴黎欧莱雅
- 六、兰蔻
- 七、薇姿

### 第二节 美国宝洁公司（procter&gamble）

- 一、公司简介
- 二、宝洁经营状况
- 三、玉兰油
- 四、skii

五、沙宣

六、舒肤佳

### 第三节 美国安利公司（amway）

一、公司简介

二、雅姿

三、丝婷

四、雅蜜

### 第四节 雅诗兰黛（esteelauder）

一、公司简介

二、雅诗兰黛旗下品牌

三、雅诗兰黛公司经营状况

### 第五节 美国雅芳（avon）

一、公司简介

二、雅芳经营状况

三、雅芳品牌在华销售情况分析

### 第六节 日本资生堂（shiseido）

一、公司简介

二、资生堂经营状况

三、欧珀莱

四、思魅欧珀莱

五、uno（吾诺）

六、za

七、urara悠莱

### 第七节 爱茉莉集团

一、公司简介

二、爱茉莉集团经营状况

三、iope

四、兰芝

五、爱丽

六、雪花秀

### 第八节 英国联合利华（unilever）

一、公司简介

二、联合利华公司经营状况

三、旁氏

四、力士

## 第二十章 2018年国内化妆品重点企业关键性数据分析

### 第一节 上海家化联合股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业成长能力分析

### 第二节 索芙特股份有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业成长能力分析

### 第三节 玫琳凯（中国）化妆品有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业成长能力分析

### 第四节 雅芳（中国）有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业成长能力分析

### 第五节 天津郁美净集团有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业成长能力分析

### 第六节 妮维雅（上海）有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析

三、企业成长能力分析

### 第七节 四川可采实业有限公司

一、企业概况

二、企业经营情况分析



### 三、企业成长能力分析

## 第八节 江苏东洋之花化妆品有限公司

### 一、企业概况

### 二、企业经营情况分析

### 三、企业成长能力分析

## 第二十一章 2020-2026年中国化妆品投资可行性分析

### 第一节 投资基本概况

#### 一、化妆品的产业特性

#### 二、化妆品产业的赢利模式剖析

#### 三、化妆品项目投资的主要优势

#### 四、中国渐成化妆品投资的热点市场

### 第二节 2020-2026年中国化妆品的投资前景分析

#### 一、我国化妆品市场投资存在的商机

#### 二、我国化妆品行业口服美容产品投资潜力大

#### 三、药妆美护肤品市场投资前景看好

#### 四、芦荟化妆品的前景和开发

### 第三节 2020-2026年中国化妆品投资面临的问题及建议分析

#### 二、化妆品行业投资风险因素

#### 三、化妆品企业投资经营策略

#### 四、中药化妆品的投资策略

## 第二十二章 化妆品行业发展前景预测分析

### 第一节 2020-2026年中国化妆品行业的发展趋势

#### 一、全球化妆品市场的发展趋势探析

#### 二、绿色与有机化妆品成未来发展方向

#### 三、未来化妆品包装向环保化发展

### 第二节 2020-2026年中国化妆品市场的发展潜力及预测

#### 一、农村市场将逐渐成为重要的需求来源

#### 二、高校化妆品市场的发展潜力巨大

#### 三、2020-2026年中国化妆品制造行业预测分析

#### 四、“十三五”时期中国化妆品行业发展目标

图表目录：

图表 消费购买行为分类

图表 中国化妆品制造行业从业人数

图表 2013-2018年我国化妆品制造行业产成品增长情况

图表 2013-2018年我国化妆品制造行业工业销售情况

图表 2013-2018年我国化妆品制造业总产值

图表 2013-2018年我国护肤品制造业总产值

图表 2013-2018年我国化妆品制造行业出口交货值

图表 2013-2018年我国化妆品制造行业销售成本

图表 2013-2018年我国化妆品制造行业费用分析

图表 2013-2018年我国化妆品制造行业主要盈利指标分析

图表 2013-2018年我国化妆品制造行业资产规模增长情况

图表 2018年我国美容品或化妆品及护肤品的进口数据分析

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202009/185901.html>