

# 2021-2027年中国化妆品市场评估与投资可行性报告

## 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

《2021-2027年中国化妆品市场评估与投资可行性报告》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/202102/205213.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

随着社会的发展科技的进步，人们的生活水平不断提高，人均可支配收入进一步提高。也越来越多的人开始追求时尚追求美，从而带动了化妆品领域市场规模的持续增加。通过数据显示，近几年来，我国化妆品零售总额逐年增长，截止2018年10月底，我国化妆品限额以上单位商品零售额为2094亿元，同比增长11.4%。2012-2018年中国化妆品限额以上单位零售额

中企顾问网发布的《2021-2027年中国化妆品市场评估与投资可行性报告》共十三章。首先介绍了化妆品相关概念及发展环境，接着分析了中国化妆品规模及消费需求，然后对中国化妆品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国化妆品面临的机遇及发展前景。您若想对中国化妆品有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将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：

### 第一章化妆品行业相关概述

#### 1.1化妆品行业介绍

##### 1.1.1化妆品的定义

##### 1.1.2化妆品的主要作用

##### 1.1.3化妆品的分类

##### 1.1.4化妆品的产品特性

#### 1.2化妆品行业经营模式分析

##### 1.2.1生产模式

##### 1.2.2采购模式

##### 1.2.3销售模式

#### 1.3化妆品产业链发展分析

##### 1.3.1产业链简况

##### 1.3.2上游行业的影响

##### 1.3.3下游行业的影响

### 第二章2016-2019年中国化妆品行业发展环境分析

## 2.1化妆品行业政治法律环境（P）

### 2.1.1行业主管部门分析

### 2.1.2行业监管体制分析

### 2.1.3行业相关政策法规分析

- 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、国家推进化妆品安全风险控制体系
- 8、《化妆品生产企业卫生规范》
- 9、《化妆品卫生监督条例》
- 10、《化妆品卫生监督条例实施细则》
- 11、《进出口化妆品监督检验管理办法》

## 2.2化妆品行业经济环境分析（E）

### 2.2.1宏观经济形势分析

### 2.2.2居民收入分析

## 2.3化妆品行业社会环境分析（S）

### 2.3.1化妆品产业社会环境

### 2.3.2社会环境对行业的影响

## 2.4化妆品行业技术环境分析（T）

### 2.4.1化妆品行业技术发展现状

### 2.4.2化妆品行业的新技术

### 2.4.3化妆品行业的新原料

### 2.4.4化妆品技术开发研究方向

## 第三章全球化妆品行业发展概述

### 3.12016-2019年全球化妆品行业发展情况概述

#### 3.1.1全球化妆品行业发展现状

#### 3.1.2全球化妆品行业发展特征

#### 3.1.3全球化妆品行业市场规模

### 3.22016-2019年全球主要地区化妆品行业发展状况

#### 3.2.1欧洲化妆品行业发展情况概述

#### 3.2.2美国化妆品行业发展情况概述

#### 3.2.3日韩化妆品行业发展情况概述

#### 2.4.2日本化妆品市场规模分析

### 3.32020-2026年全球化妆品行业发展前景预测

#### 3.3.1全球化妆品行业市场规模预测

#### 3.3.2全球化妆品行业发展前景分析

#### 3.3.3全球化妆品行业发展趋势分析

### 3.4全球化妆品行业重点企业发展动态分析

## 第四章中国化妆品行业发展概述

### 4.1中国化妆品行业发展状况分析

#### 4.1.1中国化妆品行业发展阶段

#### 4.1.2中国化妆品行业发展总体概况

#### 4.1.3中国化妆品行业发展特点分析

### 4.22016-2019年化妆品行业发展现状

#### 4.2.12016-2019年中国化妆品行业市场规模

#### 4.2.22016-2019年中国化妆品行业发展分析

#### 4.2.32016-2019年中国化妆品企业发展分析

### 4.32020-2026年中国化妆品行业面临的困境及对策

#### 4.3.1中国化妆品行业面临的困境及对策

##### 1、中国化妆品行业面临困境

##### 2、中国化妆品行业对策探讨

#### 4.3.2中国化妆品企业发展困境及策略分析

##### 1、中国化妆品企业面临的困境

##### 2、中国化妆品企业的对策探讨

#### 4.3.3国内化妆品企业的出路分析

## 第五章中国化妆品所属行业市场运行分析

### 5.12016-2019年中国化妆品所属行业总体规模分析

#### 5.1.1企业数量结构分析

- 5.1.2 人员规模状况分析
- 5.1.3 行业资产规模分析
- 5.1.4 行业市场规模分析
- 5.2 2016-2019年中国化妆品所属行业产销情况分析
- 5.2.1 中国化妆品所属行业工业总产值
- 5.2.2 中国化妆品所属行业工业销售产值
- 5.2.3 中国化妆品所属行业产销率
- 5.3 2016-2019年中国化妆品所属行业市场供需分析
- 5.3.1 中国化妆品所属行业供给分析
- 5.3.2 中国化妆品所属行业需求分析
- 5.3.3 中国化妆品所属行业供需平衡
- 5.4 2016-2019年中国化妆品所属行业财务指标总体分析
- 5.4.1 行业盈利能力分析
- 5.4.2 行业偿债能力分析
- 5.4.3 行业营运能力分析
- 5.4.4 行业发展能力分析

## 第六章 行业消费者分析

- 6.1 消费群体变化分析
- 6.2 消费观念变化分析
- 6.2.1 从“节约”到“时尚”;
- 6.2.2 从“关注质量”到“关注品牌文化”;
- 6.2.3 从“整齐划一”到“追求个性与自我”;
- 6.3 不同人口特征城市居民化妆品购买比例
- 6.3.1 不同性别居民的化妆品购买分析
- 1、 女性消费者行为研究
- 2、 男性消费者行为研究
- 3、 不同性别居民化妆品购买分析
- 6.3.2 不同年龄居民的化妆品购买分析
- 6.3.3 不同学历居民的化妆品购买分析
- 6.3.4 不同收入居民的化妆品购买分析
- 1、 低收入消费者行为研究

- 2、高收入消费者行为研究
- 3、不同收入居民化妆品购买分析

## 第七章2016-2019年中国化妆品市场营销分析

### 7.1中国化妆品行业主要市场渠道

#### 7.1.1销售渠道介绍

#### 7.1.2批发市场

#### 7.1.3零售终端市场2013-2018年中国化妆品网络零售额变化

#### 7.1.4专业市场

### 7.2化妆品市场营销概况

#### 7.2.1化妆品市场营销趋势透析

#### 7.2.2企业创新体验营销模式

#### 7.2.3化妆品软文营销的关键点

### 7.3化妆品品牌营销渠道选择

#### 7.3.1核心销售渠道

#### 7.3.2品牌功效渠道

#### 7.3.3互动体验渠道

### 7.4化妆品网络营销

#### 7.4.1化妆品网络营销特征和优势

#### 7.4.2中国化妆品网络营销的发展

#### 7.4.3化妆品网络营销体系日渐完善

#### 7.4.4化妆品网络营销存在的问题

#### 7.4.5化妆品网络营销策略建议

#### 7.4.6化妆品网络营销趋势分析

### 7.5化妆品直销

#### 7.5.1化妆品直销的概述

#### 7.5.2直销企业“反周期”规律

#### 7.5.3化妆品直销企业两极化态势

#### 7.5.4网上直销成主流趋势

### 7.6化妆品专卖店经营

#### 7.6.1化妆品专卖店市场现状

#### 7.6.2化妆品专卖成发展趋势

- 7.6.3化妆品专卖店运营策略
- 7.6.4化妆品专卖店前景展望
- 7.7化妆品市场营销对策及建议
  - 7.7.1营销方式创新
  - 7.7.2做好渠道选择
  - 7.7.3推进内容营销
  - 7.7.4打造微关系营销
  - 7.7.5关注农村市场
- 7.8化妆品梯度营销渠道策略分析
  - 7.8.1梯度营销的必要性
  - 7.8.2渠道梯度
  - 7.8.3目标消费者梯度

## 第八章中国化妆品行业市场竞争格局分析

- 8.1中国化妆品行业竞争格局分析
  - 8.1.1化妆品行业区域分布格局
  - 8.1.2化妆品行业企业规模格局
  - 8.1.3化妆品行业企业性质格局
- 8.2中国化妆品行业竞争五力分析
  - 8.2.1化妆品行业上游议价能力
  - 8.2.2化妆品行业下游议价能力
  - 8.2.3化妆品行业新进入者威胁
  - 8.2.4化妆品行业替代产品威胁
  - 8.2.5化妆品行业现有企业竞争
- 8.3中国化妆品行业竞争SWOT分析
  - 8.3.1化妆品行业优势分析（S）
  - 8.3.2化妆品行业劣势分析（W）
  - 8.3.3化妆品行业机会分析（O）
  - 8.3.4化妆品行业威胁分析（T）
- 8.4中国化妆品行业投资兼并重组整合分析
  - 8.4.1投资兼并重组现状
  - 8.4.2投资兼并重组案例



## 8.5中国化妆品行业重点企业竞争策略分析

### 第九章中国化妆品行业领先企业竞争力分析

#### 9.1欧莱雅（中国）有限公司

##### 9.1.1企业发展基本情况

##### 9.1.2企业主要产品分析

##### 9.1.3企业竞争优势分析

##### 9.1.4企业经营状况分析

#### 9.2宝洁（中国）有限公司

##### 9.2.1企业发展基本情况

##### 9.2.2企业主要产品分析

##### 9.2.3企业竞争优势分析

##### 9.2.4企业经营状况分析

#### 9.3上海家化联合股份有限公司

##### 9.3.1企业发展基本情况

##### 9.3.2企业主要产品分析

##### 9.3.3企业竞争优势分析

##### 9.3.4企业经营状况分析

#### 9.4妮维雅（上海）有限公司

##### 9.4.1企业发展基本情况

##### 9.4.2企业主要产品分析

##### 9.4.3企业竞争优势分析

##### 9.4.4企业经营状况分析

#### 9.5江苏谢馥春国妆股份有限公司

##### 9.5.1企业发展基本情况

##### 9.5.2企业主要产品分析

##### 9.5.3企业竞争优势分析

##### 9.5.4企业经营状况分析

#### 9.6上海百雀羚日用化学有限公司

##### 9.6.1企业发展基本情况

##### 9.6.2企业主要产品分析

##### 9.6.3企业竞争优势分析

## 9.6.4企业经营状况分析

### 第十章2020-2026年中国化妆品行业发展趋势与前景分析

#### 10.12020-2026年中国化妆品市场发展前景

##### 10.1.12020-2026年化妆品市场发展潜力

##### 10.1.22020-2026年化妆品市场发展前景展望

##### 10.1.32020-2026年化妆品细分行业发展前景分析

#### 10.22020-2026年中国化妆品市场发展趋势预测

##### 10.2.12020-2026年化妆品行业发展趋势

##### 10.2.22020-2026年化妆品市场规模预测

##### 10.2.32020-2026年化妆品行业应用趋势预测

##### 10.2.42020-2026年细分市场发展趋势预测

#### 10.32020-2026年中国化妆品行业供需预测

##### 10.3.12020-2026年中国化妆品行业供给预测

##### 10.3.22020-2026年中国化妆品行业需求预测

##### 10.3.32020-2026年中国化妆品供需平衡预测

#### 10.4影响企业生产与经营的关键趋势

##### 10.4.1行业发展有利因素与不利因素

##### 10.4.2需求变化趋势及新的商业机遇预测

##### 10.4.3科研开发趋势及替代技术进展

##### 10.4.4影响企业销售与服务方式的关键趋势

### 第十一章2020-2026年中国化妆品行业投资分析

#### 11.1化妆品行业投资特性分析

##### 11.1.1行业进入壁垒分析

###### 1、技术壁垒

###### 2、渠道壁垒

###### 3、品牌壁垒

##### 11.1.2行业投资机会分析

###### 1、90后将带动行业消费增长

###### 2、渠道下沉扩大市场容量

###### 3、中国的高消费时代到来

4、产业升级成本将会压缩

5、网络市场加快市场开拓

11.2化妆品行业投资风险分析

11.2.1行业政策波动风险

11.2.2行业技术落后风险

11.2.3行业市场竞争风险

11.2.4行业企业内部风险

11.2.5行业宏观经济波动风险

11.2.6行业产品结构变动风险

11.2.7行业其他相关风险

11.3化妆品行业投资建议

11.3.1强化本土品牌的本土特色

11.3.2注重跟踪研发和合作研发策略

11.3.3从趋势性技术寻找市场机会

11.3.4积极申请专利技术学会自我保护

第十二章2020-2026年中国化妆品企业投资战略与客户策略分析

12.1化妆品企业发展战略规划背景意义

12.2化妆品企业战略规划制定依据

12.2.1国家政策支持

12.2.2行业发展规律

12.2.3企业资源与能力

12.2.4可预期的战略定位

12.3化妆品企业战略规划策略分析

12.3.1战略综合规划

12.3.2技术开发战略

12.3.3区域战略规划

12.3.4产业战略规划

12.3.5营销品牌战略

12.3.6竞争战略规划

第十三章研究结论及建议（）

13.1研究结论

13.2建议

13.2.1行业发展策略建议

13.2.2行业投资方向建议

13.2.3行业投资方式建议

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202102/205213.html>