

2023-2029年中国天然化妆品行业发展趋势与投资战略咨询报告

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

《2023-2029年中国天然化妆品行业发展趋势与投资战略咨询报告》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/202307/377725.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

天然化妆品指的是用天然植物萃取物提炼的成分研制而成的化妆品。天然植物是指来自于天然农业生产体系，根据国际天然农业生产要求和相应的标准生产加工的、并通过独立的天然认证机构认证的一切农副产品，包括粮食、蔬菜、水果、奶制品、禽畜产品、蜂蜜、水产品、调料、化妆品甚至还有天然食品、纺织品、林产品、生物农药、天然肥料等，他们被统称为天然产品。就是在未被农药，化肥污染过的原生态土壤进行天然种植，以最接近自然的方式生长，并且在生长过程中绝不使用人工合成化合物、化肥及转基因技术等，在加工生产过程中也没有任何人工合成化学成份。从加工、生产、包装整个过程都符合环保和健康原则。国际标准的天然认证需要每年有独立第三方认证机构从种植，加工，生产制造，到成品批发的全过程进行评审。如果土地曾用过化肥，想达到天然土壤，必须7年之内没有用过任何化肥并要经过权威认证才可算得上天然天然。

中企顾问网发布的《2023-2029年中国天然化妆品行业发展趋势与投资战略咨询报告》共十三章。首先介绍了天然化妆品相关概念及发展环境，接着分析了中国天然化妆品规模及消费需求，然后对中国天然化妆品市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国天然化妆品面临的机遇及发展前景。您若想对中国天然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 国际化妆品市场运行总况分析

第一节 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新趋势
- 三、国际化妆品研发潮流分析

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、美国化妆品法律法规概述

四、美国严格要求化妆品标签

第三节 欧洲

一、欧洲化妆品市场总体发展状况

二、欧盟将提高化妆品生产标准

三、欧洲美容化妆品市场运行分析

四、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分析

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华发展

三、韩国天然化妆品产业概述

第二章 中国化妆品市场发展状况分析

第一节 中国化妆品市场总体概况

一、中国化妆品市场发展回顾

二、化妆品市场零售规模统计

三、中国化妆品市场结构分析

四、中国化妆品网购市场概况

第二节 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、化妆品市场产品消费结构

四、化妆品人均消费水平分析

五、美容化妆品市场消费状况调查

六、女性购买化妆品的心理因素研究

第三节 中国化妆品包装行业运行情况分析

- 一、化妆品包装的特点分析
- 二、中国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、中草药成化妆品包装禁用语惹争议
- 五、美容化妆品包装的发展走向

第四节 中国化妆品市场存在的问题分析

- 一、中国化妆品市场的薄弱方面
- 二、中国化妆品企业面临的难题
- 三、中国化妆品市场产品质量堪忧
- 四、中国化妆品市场亟待整合

第五节 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、中国化妆品市场品牌提升策略
- 三、中国化妆品企业发展策略分析
- 四、化妆品行业地位提升的对策探讨

第三章 国际天然化妆品市场运行态势透析

第一节 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、全球植物药妆品牌市场分析
- 四、全球天然化妆品标准亟待统一

第二节 全球天然化妆品产业区域市场格局分析

- 一、欧盟
- 二、美国
- 三、日本
- 四、韩国

第三节 2023-2029年世界天然化妆品行业发展前景预测分析

第四章 全球天然化妆品品牌运营分析

第一节 德国世家ka

- 一、企业概况

二、产品特性分析

三、企业竞争优势分析

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'悦木之源

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

第五章 中国天然化妆品行业运行形势分析

第一节 中国天然化妆品产业运行现状

一、中国天然化妆品产业发展分析

二、中国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 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 中国天然化妆品行业发展存在的问题分析

第六章 中国天然化妆品市场运营态势分析

第一节 中国天然化妆品市场运行概况

- 一、中国天然化妆品市场现状分析
- 二、亚洲化妆品企业青睐天然有机标准
- 三、中国药妆市场运行概况分析
 - (一) 中国药妆市场现状分析
 - (二) 药妆市场零售规模分析
 - (三) 药妆企业市场份额分析
 - (四) 中国药妆市场投资动向
 - (五) 药企纷纷试水药妆行业

第二节 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、中国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
- 四、中国天然化妆品品牌关注度分析

第三节 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、产品价格走势预测分析

第七章 2023-2029年中国化妆品制造所属行业主要数据监测分析

第一节 中国化妆品行业发展分析

第二节 2023-2029年中国化妆品所属行业规模分析

- 一、企业数量增长分析
- 二、资产规模增长分析
- 三、销售规模增长分析
- 四、利润规模增长分析

第三节 中国化妆品所属行业结构分析

- 一、企业数量结构分析
- 二、资产规模结构分析
- 三、销售规模结构分析
- 四、利润规模结构分析

第四节 2023-2029年中国化妆品所属行业产值分析

- 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

第五节 2023-2029年中国化妆品所属行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、主要费用分析

第六节 2023-2029年中国化妆品所属行业运营效益分析

一、偿债能力分析

二、盈利能力分析

三、运营能力分析

第八章 中国天然化妆品行业竞争格局分析

第一节 中国天然化妆品行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第二节 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 中国天然化妆品行业竞争策略分析

第九章 中国天然化妆品行业优势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、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

第二节 上海相宜本草化妆品股份有限公司

一、企业基本情况

二、企业经营情况分析

三、企业经济指标分析

第三节 玫琳凯（中国）化妆品有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

第四节 雅芳（中国）有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

第五节 天津郁美净集团有限公司

一、公司基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业偿债能力分析

第十章 中国化妆品市场营销分析

第一节 中国化妆品行业主要市场渠道分析

一、批发市场

二、零售终端市场分析

三、化妆品企业迎来“全渠道营销时代”

四、化妆品全渠道营销成败在于整合

第二节 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、中国化妆品直销五大竞争阵地

三、中国化妆品直销发展面临的挑战

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 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

第十一章 中国天然化妆品行业投资环境分析

第一节 中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP增长情况分析
- 二、工业经济发展形势分析
- 三、全社会固定资产投资分析
- 四、社会消费品零售总额分析
- 五、城乡居民收入与消费分析
- 六、对外贸易的发展形势分析

第二节 中国天然化妆品概述行业政策环境分析

- 一、化妆品行业管理体制分析
- 二、行业主要法规及政策标准
- 三、化妆品生产企业卫生规范
- 四、进出口化妆品监督检验管理办法
- 五、化妆品卫生监督条例及其实施细则

第三节 中国天然化妆品行业社会环境分析

- 一、中国人口环境分析
- 二、中国女性人口特征分析
- 三、中国城镇化进程分析
- 四、女性化妆品消费观念变革
- 五、男性化妆品消费观念建立

第四节 中国天然化妆品行业投资背景分析

- 一、化妆品行业的投资特性
- 二、化妆品项目投资的主要优势
- 三、中国渐成化妆品投资的热点市场
- 四、本土化妆品具有的八大机会透析

第十二章 中国天然化妆品行业投资机遇与建议分析

第一节 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、中药化妆品行业投资前景分析

三、祛斑化妆品的市场商机分析

四、芦荟化妆品的前景和开发

第二节 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 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

第四节 中国天然化妆品行业投资建议

第十三章 2023-2029年中国天然化妆品行业发展走向预测

第一节 2023-2029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 2023-2029年中国天然化妆品市场发展走势预测

一、市场前景分析预测

二、产品供给形势预测

三、市场竞争格局预测分析

第三节 2023-2029年中国天然化妆品市场盈利能力预测分析

图表目录：

图表 1 美国化妆品销售渠道

图表 2 日本各类化妆品销售额占比

图表 3 2023-2029年中国化妆品市场规模增长趋势图

图表 4 2023-2029年中国高档化妆品市场规模及增长率

图表 5 2023-2029年中国化妆品网购市场交易规模及增长趋势

图表 6 2022年人均化妆品消费额

图表 7 消费者选购化妆品时的关注因素

图表 9 2023-2029年中国药妆细分市场零售规模统计

图表 10 2023-2029年中国药妆零售额增长趋势图

图表 11 2023-2029年主要药妆企业零售市场份额统计

图表 8 2023-2029年中国天然化妆品零售规模

图表 12 2022年天然化妆品品牌关注度排行

图表 13 2022年中国化妆品行业经济指标统计

图表 14 2022年中国化妆品行业前五省区企业数量排名

图表 15 2022年中国化妆品行业前五省区资产总计排名

图表 16 2022年中国化妆品行业前五省区销售收入排名

图表 17 2022年中国化妆品行业前五省区利润总额排名

图表 18 2022年中国化妆品行业经济指标统计

图表 19 2022年中国化妆品行业前五省区企业数量排名

图表 20 2022年中国化妆品行业前五省区资产总计排名

图表 21 2022年中国化妆品行业前五省区销售收入排名

图表 22 2022年中国化妆品行业前五省区利润总额排名

图表 23 2023-2029年中国化妆品企业数量增长趋势图

更多图表见正文.....

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202307/377725.html>