

2016-2022年中国化妆品市 场研究与市场前景预测报告

报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

www.abaogao.com

一、报告报价

《2016-2022年中国化妆品市场研究与市场前景预测报告》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.abaogao.com/b/hzhp/4410439I55.html>

报告价格：印刷版：RMB 9800 电子版：RMB 9800 印刷版+电子版：RMB 10000

智研数据研究中心

订购电话：400-600-8596(免长话费) 010-80993963

海外报告销售：010-80993963

传真：010-60343813

Email：sales@abaogao.com

联系人：刘老师 谭老师 陈老师

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

化妆品指的是美容及个人护理品的概念，包括11大细分子品类。按照2015年子品类容量大小，依次为：护肤品、护发产品、口腔护理品类、沐浴用品、彩妆、男士护理用品、婴幼儿与儿童专用产品、香水、防晒用品、止汗香体、脱毛产品。

2015年我国化妆品行业市场容量为3156.3亿元，2011-2015年的年均复合增长率达到8.2%。由于受人口结构变化、收入水平提升带来的消费升级、消费习惯的改变、核心消费人群的增加、化妆品消费理念的加强、营销渠道的多元化等因素的影响，中国化妆品行业将在未来几年继续保持稳定增长态势。预计到2020年市场容量将达到4352.4亿元，2016-2020年年均复合增长率6.7%，行业发展空间巨大行业内的龙头企业也将从行业增长中获得更多的红利。

从国内化妆品市场的构成情况来看，护肤品、护发产品、口腔护理产品、沐浴用品和彩妆是前五大品类，贡献了89%的市场销售额。

中国化妆品市场下游需求潜力巨大，但由于国内化妆品消费基础较为薄弱、国内化妆品商在品牌营销效率上较低，目前国内化妆品市场以国际品牌主导，行业集中度不高，市场呈现明显的长尾格局。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国化妆品市场研究与市场前景预测报告》共十九章。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：

第一部分 行业环境篇. 28

第一章 化妆品行业相关概述. 28

第一节 化妆品简介. 28

一、化妆品的定义. 28

二、化妆品的作用. 29

| |
|------------------------|
| 三、化妆品的分类. 30 |
| 第二节 化妆品行业的地位分析. 32 |
| 一、行业在国民经济中的地位. 32 |
| 二、行业目前所处的生命周期. 32 |
| 三、行业在所处产业链中地位. 33 |
| 第三节 化妆品行业产业链相关市场分析. 33 |
| 一、原材料市场分析. 33 |
| （一）天然油脂原料. 33 |
| （二）合成油脂原料. 33 |
| （三）粉质原料. 35 |
| （四）胶质原料. 35 |
| （五）表面活性剂. 35 |
| 二、包装市场分析. 35 |
| （一）纸质包装. 35 |
| （二）玻璃包装. 37 |
| （三）塑料包装. 37 |
| （四）铝包装. 38 |
| 第四节 化妆品行业统计标准. 38 |
| 一、行业统计部门和口径. 38 |
| 二、行业统计方法. 39 |
| |
| 第二章 国际化妆品市场运行概况. 40 |
| 第一节 国际化妆品市场的总体概况. 40 |
| 一、世界化妆品行业发展概况. 40 |
| 二、世界名牌化妆品特点分析. 40 |
| 三、世界知名化妆品品牌分析. 42 |
| 四、世界知名化妆品行业前景. 60 |
| 第二节 世界化妆品行业区域发展分析. 63 |
| 一、美国化妆品行业发展分析. 63 |
| 二、日本化妆品行业发展分析. 65 |
| 三、法国化妆品行业发展分析. 67 |
| 四、欧盟化妆品行业发展分析. 68 |

五、韩国化妆品行业发展分析. 68

第三节 世界化妆品企业及品牌分析. 72

一、欧莱雅 (loreal) . 72

(一) 企业基本情况概述. 72

(二) 企业产品结构分析. 72

(三) 企业品牌发展分析. 74

(四) 企业经营情况分析. 74

(五) 企业在华营销策略分析. 75

(六) 企业在华投资情况. 76

二、宝洁 (p&g , procter & gamble) . 77

(一) 企业基本情况概述. 77

(二) 企业产品结构分析. 77

(三) 企业品牌发展分析. 78

(四) 企业经营情况分析. 80

(五) 企业营销策略分析. 80

(六) 企业在华投资情况. 82

三、联合利华 (unilever) . 83

(一) 企业基本情况概述. 83

(二) 企业产品结构分析. 83

(三) 企业品牌发展分析. 84

(四) 企业经营情况分析. 86

(五) 企业投资策略分析. 86

(六) 企业在华投资情况. 87

四、雅芳 (avon) . 88

(一) 企业基本情况概述. 88

(二) 企业产品结构分析. 89

(三) 企业品牌发展分析. 89

(四) 企业经营情况分析. 90

(五) 企业营销策略分析. 90

(六) 企业在华投资情况. 91

五、资生堂 (shiseido) . 92

(一) 企业基本情况概述. 92

| | |
|----------------------------------|-----|
| (二) 企业产品结构分析. | 93 |
| (三) 企业品牌发展分析. | 94 |
| (四) 企业经营情况分析. | 95 |
| (五) 企业营销策略分析. | 95 |
| (六) 企业在华投资情况. | 98 |
| 六、安利 (amway) . | 100 |
| (一) 企业基本情况概述. | 100 |
| (二) 企业产品结构分析. | 101 |
| (三) 企业品牌发展分析. | 101 |
| (四) 企业经营情况分析. | 102 |
| (五) 企业营销策略分析. | 102 |
| (六) 企业在华投资情况. | 103 |
| 七、雅诗兰黛 (estée lauder) . | 104 |
| (一) 企业基本情况概述. | 104 |
| (二) 企业产品服务分析. | 104 |
| (三) 企业品牌发展分析. | 107 |
| (四) 企业经营情况分析. | 109 |
| (五) 企业营销策略分析. | 110 |
| (六) 企业在华投资情况. | 110 |
| 八、如新 (nu skin) . | 111 |
| (一) 企业基本情况概述. | 111 |
| (二) 企业产品结构分析. | 111 |
| (三) 企业经营情况分析. | 112 |
| (四) 企业竞争优势分析. | 113 |
| (五) 企业营销策略分析. | 114 |
| (六) 企业在华投资情况. | 115 |
| 九、花王株式会社. | 116 |
| (一) 企业基本情况概述. | 116 |
| (二) 企业产品结构分析. | 117 |
| (三) 企业品牌发展分析. | 117 |
| (四) 企业经营情况分析. | 119 |
| (五) 企业在华投资情况. | 121 |

十、爱茉莉 (amore) . 121

- (一) 企业基本情况概述. 121
- (二) 企业产品结构分析. 122
- (三) 企业品牌发展分析. 123
- (四) 企业营销策略分析. 124
- (五) 企业在华投资情况. 124

第三章 中国化妆品行业发展环境分析. 125

第一节 中国宏观经济发展环境分析. 125

一、中国gdp增长情况. 125

- (一) 中国gdp增长状况. 125
- (二) 行业与gdp的关联性分析. 126

二、居民人均收入变化. 127

- (一) 居民人均收入变化情况. 127
- (二) 行业与居民收入的关联性分析. 128

第二节 中国化妆品行业政策环境分析. 128

一、化妆品行业政策动向. 128

- (一) 中国化妆品监管机构及职责. 128
- (二) 中国化妆品被监管对象及特点. 130
- (三) 中国化妆品监管的最新进展. 131
- (四) 中国化妆品行业新政策解读. 133
- (五) 国家引导防晒类护肤品消费. 135
- (六) 国家规范化妆品产品技术要求. 138
- (七) 国家完善化妆品安全风险评估. 142
- (八) 《化妆品生产企业卫生规范》. 143
- (九) 《化妆品卫生监督条例》. 143
- (十) 《化妆品卫生监督条例实施细则》. 144
- (十一) 《进出口化妆品监督检验管理办法》. 145

二、化妆品行业发展规划. 147

- (一) 行业规模规划. 148
- (二) 行业企业规划. 148
- (三) 行业品牌规划. 148

| |
|------------------------------------|
| (四) 行业产品规划. 148 |
| 第三节 化妆品行业技术环境分析. 148 |
| 一、化妆品行业技术发展现状. 148 |
| 二、化妆品行业的新技术. 149 |
| 三、化妆品行业的新原料. 150 |
| 四、化妆品技术开发研究方向. 152 |
| 第四节 化妆品行业消费环境分析. 153 |
| 一、消费群体变化分析. 153 |
| 二、消费观念变化分析. 155 |
| 三、消费者心理研究. 155 |
| (一) 消费者价值心理. 155 |
| (二) 消费者规范心理. 156 |
| (三) 消费者习惯心理. 156 |
| (四) 消费者身份心理. 157 |
| (五) 消费者情感心理. 157 |
| 四、消费者行为研究. 157 |
| (一) 女性消费者行为研究. 157 |
| (二) 男性消费者行为研究. 161 |
| (三) 儿童消费者行为研究. 163 |
| (四) 中老年消费者行为研究. 164 |
| (五) 低收入消费者行为研究. 164 |
| (六) 高收入消费者行为研究. 165 |
| 第二部分 行业全景篇. 167 |
| 第四章 2010-2015年中国化妆品制造行业经济运行分析. 167 |
| 第一节 2013-2015年中国化妆品行业发展分析. 167 |
| 一、2013年中国化妆品行业发展概况. 167 |
| 二、2014年中国化妆品行业发展概况. 168 |
| 三、2015年中国化妆品行业发展概况. 169 |
| 第二节 2010-2015年中国化妆品行业规模分析. 171 |
| 一、企业数量增长分析. 171 |
| 二、资产规模增长分析. 171 |

| | |
|-------------------------------|------|
| 三、销售规模增长分析. | 172 |
| 四、利润规模增长分析. | 173 |
| 第三节 2010-2015年中国化妆品行业成本费用分析. | 174 |
| 一、销售成本统计. | 174 |
| 二、主要费用统计. | 175 |
| 第四节 2010-2015年中国化妆品行业运营效益分析. | 175 |
| 一、偿债能力分析. | 175 |
| 二、盈利能力分析. | 176 |
| 三、运营能力分析. | 178 |
| | |
| 第五章 2011-2015中国化妆品行业市场总体运行态势. | 180 |
| 第一节 中国化妆品市场总体概况. | 180 |
| 一、中国化妆品市场规模分析. | 180。 |
| 二、中国化妆品市场特点分析. | 180 |
| 三、中国化妆品市场结构分析. | 181 |
| 四、化妆品区域市场结构分析. | 182 |
| 第二节 中国化妆品区域市场分析. | 183 |
| 一、华东地区化妆品市场分析. | 183 |
| 二、华中地区化妆品市场分析. | 184 |
| 三、华北地区化妆品市场分析. | 184 |
| 四、东北地区化妆品市场分析. | 185 |
| 五、西北地区化妆品市场分析. | 185 |
| 六、华南地区化妆品市场分析. | 186 |
| 七、西南地区化妆品市场分析. | 186 |
| 第三节 中国化妆品市场存在的问题. | 187 |
| 一、化妆品市场总体问题分析. | 187 |
| 二、化妆品市场的卫生问题. | 189 |
| 三、化妆品市场薄弱环节. | 189 |
| 第四节 中国化妆品市场发展的对策分析. | 190 |
| 一、化妆品市场发展总体对策. | 190 |
| 二、化妆品市场卫生问题的对策. | 192 |
| 三、化妆品行业地位提升的对策. | 192 |

第六章 2009-2015年中国化妆品进出口状况分析. 195

第一节 2009-2015年中国护肤品进出口分析. 195

一、2009-2015年中国护肤品进出口分析. 195

二、2009-2015年中国护肤品进出口均价. 195

三、2015年中国护肤品进出口流向. 196

四、2015年中国护肤品进出口省市. 198

第二节 2009-2015年中国香水及花露水进出口分析. 200

一、2009-2015年中国香水及花露水进出口分析. 200

二、2009-2015年中国香水及花露水进出口均价. 201

三、2015年中国香水及花露水进出口流向. 201

四、2015年中国香水及花露水进出口省市. 203

第三节 2009-2015年中国护发品进出口分析. 204

一、2009-2015年中国护发品进出口分析. 204

二、2009-2015年中国护发品进出口均价. 205

三、2015年中国护发品进出口流向. 205

四、2015年中国护发品进出口省市. 207

第三部分 细分市场篇. 210

第七章 中国护肤品市场发展分析. 210

第一节 护肤品市场发展现状分析. 210

一、护肤品市场发展历程. 210

二、护肤品市场发展特点. 211

三、护肤品市场规模分析. 211

四、护肤品市场产品结构. 212

第二节 护肤品市场竞争格局分析. 212

一、现有品牌间竞争. 212

二、潜在进入者威胁. 213

三、替代品威胁分析. 214

四、供应商议价能力. 215

五、消费者议价能力. 215

第三节 不同档次护肤品市场格局. 215

| | |
|------------------------|--|
| 一、高档护肤品品牌市场格局. 215 | |
| (一) 高档护肤品市场容量. 215 | |
| (二) 高档护肤品品牌竞争. 216 | |
| 二、中档护肤品品牌市场格局. 216 | |
| (一) 中档护肤品市场容量. 216 | |
| (二) 中档护肤品品牌竞争. 217 | |
| 三、大众护肤品品牌市场格局. 217 | |
| (一) 大众护肤品市场容量. 217 | |
| (二) 大众护肤品品牌竞争. 218 | |
| 第四节 护肤品细分市场分析. 218 | |
| 一、美白类产品市场分析. 218 | |
| 二、保湿类产品市场分析. 220 | |
| 三、防晒类产品市场分析. 221 | |
| 四、紧致产品分析. 221 | |
| 五、抗脂紧致产品市场分析. 222 | |
| 第五节 面膜市场发展分析. 223 | |
| 一、面膜市场现状分析. 223 | |
| 二、面膜市场销售总额. 224 | |
| 三、面膜市场的渗透率. 225 | |
| 四、面膜购买渠道分析. 225 | |
| 五、面膜购买影响因素. 226 | |
| 六、不同价格产品结构. 227 | |
| | |
| 第八章 中国发用化妆品市场发展分析. 228 | |
| 第一节 发用化妆品市场发展现状. 228 | |
| 一、发用化妆品市场发展特点. 228 | |
| 二、发用化妆品市场规模分析. 228 | |
| 三、发用化妆品市场产品结构. 229 | |
| 第二节 发用化妆品市场竞争分析. 229 | |
| 一、发用化妆品企业竞争分析. 229 | |
| 二、发用化妆品品牌竞争分析. 230 | |
| 三、发用化妆品细分产品分析. 231 | |

第三节 发用化妆品细分市场规模分析. 232

一、不同档次发用化妆品市场规模. 232

(一) 高档发用化妆品市场规模. 232

(二) 大众发用化妆品市场规模. 232

二、发用化妆品细分产品市场规模. 233

(一) 染发剂市场规模. 233

(二) 护发素市场规模. 233

(三) 洗发水市场规模. 234

(四) 定型剂市场规模. 234

(五) 防脱产品市场规模. 235

(六) 沙龙护理市场规模. 235

第九章 中国彩妆市场发展分析. 237

第一节 彩妆市场发展现状. 237

一、彩妆市场发展特点. 237

二、彩妆市场规模分析. 237

三、彩妆市场产品结构. 237

四、彩妆消费市场特点. 238

第二节 彩妆市场竞争分析. 238

一、彩妆企业竞争格局. 238

二、彩妆品牌竞争格局. 240

三、彩妆细分产品格局. 241

第三节 彩妆细分市场规模及品牌分析. 241

一、不同档次彩妆市场规模. 241

(一) 高档彩妆市场规模. 241

(二) 大众彩妆市场规模. 242

二、彩妆细分产品市场品牌市场占有率. 242

(一) 眼部彩妆市场品牌市场占有率. 242

(二) 脸部彩妆市场品牌市场占有率. 243

(三) 唇部彩妆市场品牌市场占有率. 245

(四) 美甲产品市场品牌市场占有率. 246

第十章 中国防晒品市场发展分析. 247

第一节 防晒品市场发展现状. 247

一、防晒品市场发展特点. 247

二、防晒品市场规模分析. 249

三、防晒品市场产品结构. 249

四、防晒品消费市场特点. 250

第二节 防晒品市场竞争分析. 250

一、防晒品企业竞争格局. 250

二、防晒品品牌竞争格局. 251

三、防晒品细分产品格局. 252

第三节 防晒品细分市场格局. 252

一、不同档次防晒产品市场格局. 252

(一) 高档防晒产品市场格局. 252

(二) 大众防晒产品市场格局. 253

二、防晒品细分产品市场规模. 253

(一) 晒后修复市场规模. 253

(二) 日晒防护市场规模. 254

第十一章 中国香水市场发展分析. 255

第一节 香水市场发展现状. 255

一、香水市场规模分析. 255

二、香水市场产品结构. 255

三、香水消费市场特点. 256

第二节 香水市场竞争分析. 256

一、香水企业竞争格局. 256

二、香水品牌竞争格局. 257

三、香水细分产品格局. 258

第三节 香水细分市场规模分析. 259

一、不同档次香水市场规模. 259

(一) 高档香水市场规模. 259

(二) 大众香水市场规模. 260

二、香水细分产品市场规模. 260

(一) 女士香水市场规模. 260

(二) 男士香水市场规模. 260

第十二章 中国各类型化妆品市场分析. 262

第一节 按产品档次划分细分市场分析. 262

一、高端化妆品市场分析. 262

(一) 高端化妆品品牌关注度分析. 262

(二) 高端化妆品市场现状分析. 263

(三) 高端化妆品营销渠道及策略. 263

二、大众化妆品市场分析. 265

(一) 大众化妆品品牌关注度分析. 265

(二) 大众化妆品市场现状分析. 265

(三) 大众化妆品营销渠道及策略. 266

第二节 潜力产品细分市场分析与趋势分析. 268

一、婴儿护肤品市场分析与趋势分析. 268

(一) 婴儿护肤品主要产品种类. 268

(二) 婴儿护肤品品牌竞争格局. 268

(三) 婴儿护肤品市场消费者分析. 269

(四) 婴儿护肤品营销渠道及策略. 271

(五) 婴儿护肤品市场的趋势预测. 274

二、男性化妆品市场分析与趋势分析. 275

(一) 男性化妆品关注度分析. 275

1、男性化妆品搜索指数. 275

2、男性关注清洁产品. 276

3、男性关注化妆品品牌排名. 277

(二) 男性化妆品市场现状. 278

(三) 男性化妆品竞争力分析. 278

(四) 男性化妆品营销渠道. 279

(五) 男性化妆品市场前景. 279

三、中老年化妆品市场分析与趋势分析. 280

(一) 中老年化妆品产品需求种类. 280

(二) 中老年化妆品市场现状分析. 282

| |
|----------------------------|
| (三) 中老年化妆品市场营销分析. 283 |
| (四) 中老年化妆品市场趋势预测. 284 |
| 第三节 热点产品细分市场分析趋势分析. 285 |
| 一、药妆市场发展现状及趋势分析. 285 |
| (一) 药妆定义及主要分类. 285 |
| (二) 药妆市场的政策规范. 286 |
| (三) 国外药妆市场现状. 288 |
| (四) 国内药妆市场现状. 288 |
| (五) 国内药妆市场竞争格局. 289 |
| (六) 国内药妆市场存在问题. 289 |
| (七) 国内药妆市场趋势分析. 291 |
| 二、有机/天然化妆品市场发展现状及趋势分析. 292 |
| (一) 有机/天然化妆品的定义与认证. 292 |
| (二) 全球有机/天然化妆品市场现状. 293 |
| (三) 有机/天然化妆品的政策规范. 293 |
| (四) 有机/天然化肤品的品牌分析. 294 |
| (五) 有机/天然化妆品的趋势分析. 299 |
| |
| 第四部分 市场营销篇. 300 |
| 第十三章 中国化妆品行业营销模式分析. 300 |
| 第一节 化妆品直销模式分析. 300 |
| 一、化妆品直销特征. 300 |
| 二、化妆品直销类型. 301 |
| 三、化妆品直销优势. 303 |
| 四、化妆品直销现状. 304 |
| 五、化妆品直销竞争. 304 |
| 六、化妆品直销案例. 307 |
| (一) 雅芳直销案例分析. 307 |
| (二) 安利直销案例分析. 308 |
| (三) 完美直销案例分析. 310 |
| (四) 玫琳凯直销案例分析. 312 |
| 第二节 化妆品连锁经营模式分析. 312 |

- 一、化妆品连锁经营特征. 312
 - 二、化妆品连锁经营优势. 313
 - 三、化妆品连锁经营现状. 315
 - 四、化妆品连锁经营前景. 317
- 第三节 化妆品梯度营销模式分析. 317

- 一、梯度营销的必要性. 317
- 二、化妆品渠道梯度营销. 319
- 三、化妆品品牌梯度营销. 322
- 四、化妆品价格梯度营销. 324
- 五、化妆品促销梯度营销. 325
- 六、化妆品服务梯度营销. 325
- 七、化妆品消费者梯度营销. 327

第十四章 中国化妆品行业营销渠道分析. 330

第一节 化妆品传统营销渠道分析. 330

- 一、商场专柜渠道分析. 330
 - (一) 渠道发展现状. 330
 - (二) 渠道发展优势. 330
 - (三) 渠道趋势预测. 330
- 二、超市卖场渠道分析. 330
 - (一) 渠道发展现状. 330
 - (二) 渠道发展优势. 331
 - (三) 渠道趋势预测. 331
- 三、专营店渠道分析. 331
 - (一) 渠道发展现状. 331
 - (二) 渠道发展优势. 331
 - (三) 渠道趋势预测. 332
- 四、连锁专卖渠道分析. 332
 - (一) 渠道发展现状. 332
 - (二) 渠道发展优势. 332
 - (三) 渠道趋势预测. 333
- 五、药店零售渠道分析. 333

- (一) 渠道发展现状. 333
- (二) 渠道发展优势. 333
- (三) 渠道趋势预测. 333
- 第二节 化妆品电商渠道发展分析. 334
- 一、化妆品电商市场发展现状. 334
- (一) 化妆品电商行业总体态势. 334
- (二) 化妆品的网购渗透率走势. 334
- (三) 化妆品网购交易规模分析. 335
- (四) 化妆品网购企业市场份额. 336
- 二、化妆品电商发展模式分析. 336
- (一) b2b模式. 336
- (二) b2c模式. 337
- (三) c2c模式. 337
- 三、化妆品电商典型平台分析. 337
- (一) 天猫/淘宝. 337
- (二) 京东商城. 338
- (三) 乐蜂网. 338
- (四) 聚美优品. 338
- (五) 天天网. 339
- (六) 知我药妆. 340
- (七) 米奇网. 340

第十五章 中国化妆品行业营销策略分析. 342

第一节 化妆品行业产品策略分析. 342

- 一、品牌定位策略. 342
- 二、产品组合策略. 343
- 三、产品差异化策略. 344
- 四、新产品开发策略. 345
- 五、产品生命周期运用策略. 347

第二节 化妆品行业定价策略分析. 348

- 一、成本导向定价策略. 348
- 二、竞争导向定价策略. 348

| |
|-----------------------------|
| 三、顾客导向定价策略. 349 |
| 第三节 化妆品行业促销策略分析. 350 |
| 一、广告促销策略. 350 |
| 二、活动促销策略. 352 |
| 三、促销案例分析. 357 |
| |
| 第五部分 市场竞争篇. 359 |
| 第十六章 中国化妆品行业重点省市市场竞争分析. 359 |
| 第一节 广东省化妆品行业市场竞争及前景. 359 |
| 一、广东省化妆品消费特征分析. 359 |
| 二、广东省化妆品行业运行态势. 359 |
| 三、广东省化妆品市场供需分析. 360 |
| 四、广东省化妆品市场竞争格局. 361 |
| 五、广东省化妆品市场趋势预测. 361 |
| 第二节 江苏省化妆品行业市场竞争及前景. 361 |
| 一、江苏省化妆品消费特征分析. 361 |
| 二、江苏省化妆品行业运行态势. 362 |
| 三、江苏省化妆品市场供需分析. 363 |
| 四、江苏省化妆品市场竞争格局. 363 |
| 五、江苏省化妆品市场趋势预测. 364 |
| 第三节 上海市化妆品行业市场竞争及前景. 364 |
| 一、上海市化妆品消费特征分析. 364 |
| 二、上海市化妆品行业运行态势. 364 |
| 三、上海市化妆品市场供需分析. 366 |
| 四、上海市化妆品市场竞争格局. 366 |
| 五、上海市化妆品市场趋势预测. 366 |
| 第四节 安徽省化妆品行业市场竞争及前景. 367 |
| 一、安徽省化妆品消费特征分析. 367 |
| 二、安徽省化妆品行业运行态势. 367 |
| 三、安徽省化妆品市场供需分析. 368 |
| 四、安徽省化妆品市场竞争格局. 369 |
| 五、安徽省化妆品市场趋势预测. 369 |

| | |
|----------------------|-----|
| 第五节 浙江省化妆品行业市场竞争及前景 | 369 |
| 一、浙江省化妆品消费特征分析 | 369 |
| 二、浙江省化妆品行业运行态势 | 370 |
| 三、浙江省化妆品市场供需分析 | 371 |
| 四、浙江省化妆品市场竞争格局 | 371 |
| 五、浙江省化妆品市场趋势预测 | 372 |
| 第六节 北京市化妆品行业市场竞争及前景 | 372 |
| 一、北京市化妆品消费特征分析 | 372 |
| 二、北京市化妆品行业运行态势 | 372 |
| 三、北京市化妆品市场供需分析 | 374 |
| 四、北京市化妆品市场竞争格局 | 374 |
| 五、北京市化妆品市场趋势预测 | 374 |
| 第七节 湖北省化妆品行业市场竞争及前景 | 375 |
| 一、湖北省化妆品消费特征分析 | 375 |
| 二、湖北省化妆品行业运行态势 | 375 |
| 三、湖北省化妆品市场供需分析 | 376 |
| 四、湖北省化妆品市场竞争格局 | 376 |
| 五、湖北省化妆品市场趋势预测 | 377 |
| | |
| 第十七章 中国化妆品行业重点企业竞争分析 | 378 |
| 第一节 上海家化联合股份有限公司 | 378 |
| 一、企业发展基本情况 | 378 |
| 二、企业主要产品分析 | 379 |
| 三、企业经营状况分析 | 379 |
| 四、企业经济指标分析 | 380 |
| 五、企业品牌发展分析 | 381 |
| 六、企业销售网络分布 | 382 |
| 七、企业竞争的优劣势 | 382 |
| 第二节 上海相宜本草化妆品股份有限公司 | 383 |
| 一、企业发展基本情况 | 383 |
| 二、企业主要产品分析 | 384 |
| 三、企业经营情况分析 | 385 |

| | |
|------------------|-----|
| 四、企业经济效益分析. | 385 |
| 五、企业成本费用分析. | 386 |
| 六、企业销售网络分布. | 386 |
| 七、企业竞争的优劣势. | 386 |
| 第三节 索芙特股份有限公司. | 387 |
| 一、企业发展基本情况. | 387 |
| 二、企业主要产品分析. | 388 |
| 三、企业经营状况分析. | 389 |
| 四、企业经济指标分析. | 389 |
| 五、企业品牌发展分析. | 390 |
| 六、企业销售网络分布. | 391 |
| 七、企业竞争的优劣势. | 391 |
| 第四节 霸王国际集团. | 392 |
| 一、企业发展基本情况. | 392 |
| 二、企业主要产品分析. | 392 |
| 三、企业经营情况分析. | 393 |
| 四、企业经济指标分析. | 394 |
| 五、企业品牌发展分析. | 395 |
| 六、企业销售网络分布. | 397 |
| 七、企业竞争的优劣势. | 397 |
| 第五节 北京大宝化妆品有限公司. | 397 |
| 一、企业发展基本情况. | 397 |
| 二、企业主要产品分析. | 398 |
| 三、企业经营情况分析. | 399 |
| 四、企业经济效益分析. | 399 |
| 五、企业成本费用分析. | 400 |
| 六、企业品牌发展分析. | 400 |
| 七、企业销售网络分布. | 400 |
| 第六节 广东拉芳日化有限公司. | 401 |
| 一、企业发展基本情况. | 401 |
| 二、企业主要产品分析. | 401 |
| 三、企业经营情况分析. | 402 |

| | |
|---------------------|-----|
| 四、企业经济效益分析. | 402 |
| 五、企业成本费用分析. | 403 |
| 六、企业品牌发展分析. | 403 |
| 七、企业竞争的优劣势. | 403 |
| 八、企业发展战略分析. | 404 |
| 第七节 江苏隆力奇集团有限公司. | 404 |
| 一、企业发展基本情况. | 404 |
| 二、企业主要产品分析. | 405 |
| 三、企业经营情况分析. | 405 |
| 四、企业经济效益分析. | 406 |
| 五、企业成本费用分析. | 406 |
| 六、企业销售网络分布. | 407 |
| 七、企业竞争的优劣势. | 408 |
| 第八节 联合利华(中国)有限公司. | 410 |
| 一、企业发展基本情况. | 410 |
| 二、企业主要产品分析. | 410 |
| 三、企业经营情况分析. | 411 |
| 四、企业经济效益分析. | 412 |
| 五、企业成本费用分析. | 412 |
| 六、企业竞争优势分析. | 413 |
| 七、企业发展战略分析. | 413 |
| 第九节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司. | 413 |
| 一、企业发展基本情况. | 413 |
| 二、企业主要产品分析. | 414 |
| 三、企业经营情况分析. | 415 |
| 四、企业经济效益分析. | 415 |
| 五、企业成本费用分析. | 416 |
| 六、企业发展战略分析. | 416 |
| 第十节 上海卓多姿中信化妆品有限公司. | 416 |
| 一、企业发展基本情况. | 416 |
| 二、企业主要产品分析. | 417 |
| 三、企业经营情况分析. | 417 |

| | |
|---------------------|-----|
| 四、企业经济效益分析. | 418 |
| 五、企业成本费用分析. | 418 |
| 六、企业发展战略分析. | 419 |
| 第十一节 沈阳新生活实业有限公司. | 419 |
| 一、企业发展基本情况. | 419 |
| 二、企业主要产品分析. | 419 |
| 三、企业经营情况分析. | 419 |
| 四、企业经济效益分析. | 420 |
| 五、企业成本费用分析. | 420 |
| 六、企业营销网络分析. | 421 |
| 第十二节 天津郁美净集团有限公司. | 421 |
| 一、企业发展基本情况. | 421 |
| 二、企业主要产品分析. | 422 |
| 三、企业经营情况分析. | 423 |
| 四、企业经济效益分析. | 423 |
| 五、企业成本费用分析. | 424 |
| 六、企业竞争优势分析. | 424 |
| 七、企业发展战略分析. | 424 |
| 第十三节 中山市嘉丹婷日用品有限公司. | 424 |
| 一、企业发展基本情况. | 424 |
| 二、企业主要产品分析. | 425 |
| 三、企业经营情况分析. | 425 |
| 四、企业经济效益分析. | 425 |
| 五、企业成本费用分析. | 426 |
| 六、企业竞争优势分析. | 426 |
| 第十四节 资生堂丽源化妆品有限公司. | 427 |
| 一、企业基本情况分析. | 427 |
| 二、企业产品品牌分析. | 427 |
| 三、企业经营情况分析. | 428 |
| 四、企业经济效益分析. | 428 |
| 五、企业成本费用分析. | 429 |
| 六、企业营销网络分析. | 429 |

第十五节 广州市好迪化妆品有限公司. 429

- 一、企业发展基本情况. 429
- 二、企业主要产品分析. 430
- 三、企业经营情况分析. 431
- 四、企业经济效益分析. 431
- 五、企业成本费用分析. 432
- 六、企业营销网络分析. 432
- 七、企业竞争优势分析. 433

第十六节 上海自然美富丽化妆品有限公司. 434

- 一、企业发展基本情况. 434
- 二、企业主要产品分析. 434
- 三、企业经营情况分析. 436
- 四、企业经济效益分析. 436
- 五、企业成本费用分析. 437
- 六、企业营销策略分析. 437
- 七、企业竞争优势分析. 437

第十七节 松泽化妆品（深圳）有限公司. 438

- 一、企业基本情况分析. 438
- 二、企业经营情况分析. 439
- 三、企业经济效益分析. 440
- 四、企业成本费用分析. 440
- 五、企业营销网络分析. 441

第十八节 苏州尚美国际化妆品有限公司. 441

- 一、企业发展情况分析. 441
- 二、企业主要产品分析. 441
- 三、企业经营情况分析. 442
- 四、企业经济效益分析. 442
- 五、企业成本费用分析. 443
- 六、企业销售网络分布. 443
- 七、企业竞争优势分析. 443

第十九节 广东名臣有限公司. 444

- 一、企业发展情况分析. 444

- 二、企业主要产品分析. 444
- 三、企业经营情况分析. 445
- 四、企业经济效益分析. 445
- 五、企业成本费用分析. 446
- 六、企业销售网络分布. 446
- 七、企业竞争优势分析. 447
- 第二十章 广东雅倩化妆品有限公司. 447
 - 一、企业发展情况分析. 447
 - 二、企业主要产品分析. 448
 - 三、企业经营情况分析. 448
 - 四、企业经济效益分析. 449
 - 五、企业成本费用分析. 449
 - 六、企业投资策略分析. 450
- 第二十一章 雅芳（中国）有限公司. 450
 - 一、企业发展情况分析. 450
 - 二、企业主要产品分析. 451
 - 三、企业经营情况分析. 451
 - 四、企业经济效益分析. 451
 - 五、企业成本费用分析. 452
 - 六、企业营销策略分析. 453
 - 七、企业发展战略分析. 454
- 第二十二章 浙江欧诗漫特种化妆品有限公司. 454
 - 一、企业发展情况分析. 454
 - 二、企业主要产品分析. 454
 - 三、企业经营情况分析. 455
 - 四、企业经济效益分析. 455
 - 五、企业成本费用分析. 456
 - 六、企业发展战略分析. 456
- 第二十三章 仙妮蕾德（中国）有限公司. 457
 - 一、企业发展情况分析. 457
 - 二、企业主要产品分析. 457
 - 三、企业经营情况分析. 458

| | |
|-----------------------------|-----|
| 四、企业经济效益分析. | 458 |
| 五、企业成本费用分析. | 459 |
| 六、企业生产优势分析. | 459 |
| 第二十四节 广州环亚化妆品科技有限公司. | 460 |
| 一、企业发展情况分析. | 460 |
| 二、企业主要产品分析. | 460 |
| 三、企业经营情况分析. | 460 |
| 四、企业经济效益分析. | 461 |
| 五、企业成本费用分析. | 461 |
| 六、企业竞争优势分析. | 462 |
| 七、企业销售网络分布. | 462 |
| 八、企业发展战略分析. | 463 |
| 第二十五节 珀莱雅化妆品股份有限公司. | 463 |
| 一、企业发展情况分析. | 463 |
| 二、企业主要产品分析. | 464 |
| 三、企业经营情况分析. | 465 |
| 四、企业经济效益分析. | 466 |
| 五、企业成本费用分析. | 466 |
| 六、企业营销网络分析. | 467 |
| 七、企业经营策略分析. | 467 |
| 第六部分 前景及投资篇. | 468 |
| 第十八章 2016-2022年中国化妆品市场趋势调查. | 468 |
| 第一节 2016-2022年中国化妆品行业的发展趋势. | 468 |
| 一、化妆品行业总体发展走向. | 468 |
| 二、化妆品需求市场发展趋势. | 470 |
| 三、化妆品产品发展趋势分析. | 470 |
| 四、化妆品营销渠道发展趋势. | 471 |
| 第二节 2016-2022年中国化妆品市场规模预测. | 474 |
| 一、2016-2022年中国化妆品市场规模预测. | 474 |
| 二、2016-2022年高档化妆品市场规模预测. | 474 |
| 三、2016-2022年大众化妆品市场规模预测. | 475 |

第三节 2016-2022年中国化妆品细分市场趋势分析. 475

一、2016-2022年护肤品市场趋势分析. 475

(一) 2016-2022年护肤品市场规模预测. 475

(二) 2016-2022年护肤品细分市场预测. 476

二、2016-2022年发用化妆品市场趋势分析. 477

(一) 2016-2022年发用化妆品市场规模预测. 477

(二) 2016-2022年发用化妆品市场结构预测. 477

三、2016-2022年彩妆市场趋势分析. 478

(一) 2016-2022年彩妆市场规模预测. 478

(二) 2016-2022年彩妆细分市场预测. 478

四、2016-2022年防晒品市场趋势分析. 479

(一) 2016-2022年防晒品市场规模预测. 479

(二) 2016-2022年防晒品细分市场预测. 479

五、2016-2022年香水市场趋势分析. 480

(一) 2016-2022年香水市场规模预测. 480

(二) 2016-2022年香水细分市场预测. 481

第四节 2016-2022年中国化妆品各区域市场规模预测. 482

一、2016-2022年华东地区市场规模预测. 482

二、2016-2022年华中地区市场规模预测. 482

三、2016-2022年华北地区市场规模预测. 483

四、2016-2022年东北地区市场规模预测. 483

五、2016-2022年西北地区市场规模预测. 483

六、2016-2022年华南地区市场规模预测. 484

七、2016-2022年西南地区市场规模预测. 484

第十九章 2016-2022年中国化妆品行业投资分析 (ZY GXH) . 486

第一节 化妆品行业投资特性分析. 486

一、行业进入壁垒分析. 486

(一) 技术壁垒. 486

(二) 渠道壁垒. 486

(三) 品牌壁垒. 486

二、行业投资机会分析. 487

- (一) 90后将带动行业消费增长. 487
- (二) 渠道下沉扩大市场容量. 488
- (三) 中国的高消费时代到来. 489
- (四) 产业升级成本将会压缩. 489
- (五) 网络市场加快市场开拓. 489
- 第二节 化妆品行业投资前景分析. 490
 - 一、行业政策波动风险. 490
 - 二、行业技术落后风险. 491
 - 三、行业市场竞争风险. 491
 - 四、行业企业内部风险. 491
 - 五、行业宏观经济波动风险. 492
 - 六、行业产品结构变动风险. 492
 - 七、行业其他相关风险. 492
- 第三节 化妆品行业投资建议. 493
 - 一、强化本土品牌的本土特色. 493
 - 二、注重跟踪研发和合作研发策略. 494
 - 三、从趋势性技术寻找市场机会. 494
 - 四、积极申请专利技术学会自我保护. 495 (ZY GXH)

图表目录：

- 图表 1 化妆品分类（按使用目的分）. 30
- 图表 2 化妆品分类（按使用部位分）. 31
- 图表 3 行业生命周期的判断. 32
- 图表 4 美国化妆品销售渠道. 64
- 图表 5 日本各类化妆品销售额占比. 66
- 图表 6 巴黎欧莱雅主要产品情况. 72
- 图表 7 2010-2015年欧莱雅集团营业收入分部门情况表. 74
- 图表 8 2015年欧莱雅集团收入结构图. 75
- 图表 9 2010-2015财年欧莱雅集团收入与利润统计表. 75
- 图表 10 宝洁主要品牌、产品情况. 78
- 图表 11 2010-2015财年美国宝洁公司经济情况统计表. 80
- 图表 12 2015财年美国宝洁公司收入结构图. 80

图表 13 联合利华主要品牌. 85

图表 14 2010-2015年联合利华公司收入与利润统计表. 86

图表 15 2010-2015年联合利华公司营业收入分部门情况表. 86

图表 16 2015年联合利华公司收入结构图. 86

图表 17 雅芳化妆类产品简介. 89

图表 18 雅芳产品类别. 89

图表 19 2010-2015年雅芳公司收入与利润统计表. 90

图表 20 2010-2015年雅芳公司分产品情况表. 90

图表 21 2015年雅芳公司收入结构图. 90

图表 22 资生堂化妆类产品简介. 93

图表 23 2009-2014财年日本资生堂公司营业收入变化趋势图. 95

图表 24 2009-2014财年日本资生堂公司营业利润变化趋势图. 95

图表 25 安利化妆类产品简介. 101

图表 26 2010-2015财年雅诗兰黛公司经济情况统计表. 109

图表 27 2010-2015年如新集团营业收入变化趋势图. 112

图表 28 2010-2015年如新集团营业利润变化趋势图. 113

图表 29 2010-2015年如新集团总资产变化趋势图. 113

图表 30 2011-2015年如新集团营业收入分地区情况表. 113

图表 31 花王株式会社产品简介. 117

图表 32 花王衣物洗涤及家居清洁用品事业产品attack洁霸图. 118

图表 33 工业用化学品产品系列图. 119

图表 34 2010-2015财年日本花王集团营业收入情况. 119

图表 35 2010-2015财年日本花王集团营业利润变化情况. 120

图表 36 2010-2015财年日本花王集团总资产情况. 120

图表 37 2015财年日本花王集团营业收入分部门情况表. 120

图表 38 2012-2015财年日本花王集团营业收入分地区情况表. 120

图表 39 2008-2015年中国国内生产总值及增长变化趋势图. 126

图表 40 2015年国内生产总值构成及增长速度统计. 126

图表 41 2008-2015年化妆品行业与国内gdp关联性. 126

图表 42 2008-2015年城镇居民人均可支配收入及增长趋势图. 127

图表 43 2008-2015年中国农村居民人均纯收入及增长趋势图. 128

图表 44 化妆品产品技术要求 (文本格式) . 139

图表 45 2008-2015年中国人口总量增长趋势图. 154

图表 46 2015年中国人口数量及其构成情况统计. 154

图表 47 不同学历男性使用化妆品的状况. 162

图表 48 不同收入男性使用化妆品的状况. 162

图表 49 男性不使用化妆品的原因分析. 163

图表 50 儿童化妆品消费的决策过程. 163

图表 51 2013年中国化妆品行业经济指标统计. 167

图表 52 2014年中国化妆品行业经济指标统计. 168

图表 53 2015年中国化妆品行业经济指标统计. 170

图表 54 2010-2015年中国化妆品企业数量变化趋势图. 171

图表 55 2010-2015年中国化妆品行业资产总额统计. 171

图表 56 2010-2015年中国化妆品行业资产变化趋势图. 172

图表 57 2010-2015年中国化妆品行业销售收入统计. 172

图表 58 2010-2015年中国化妆品行业销售收入变化趋势图. 173

图表 59 2010-2015年中国化妆品行业利润总额统计. 173

图表 60 2010-2015年中国化妆品行业利润变化趋势图. 174

图表 61 2010-2015年中国化妆品行业销售成本统计. 174

图表 62 2010-2015年中国化妆品行业销售成本趋势图. 175

图表 63 2010-2015年中国化妆品行业费用统计. 175

图表 64 2010-2015年中国化妆品行业资产负债率情况. 176

图表 65 2010-2015年中国化妆品行业毛利率情况. 176

图表 66 2010-2015年中国化妆品行业成本费用利润率情况. 177

图表 67 2010-2015年中国化妆品行业销售利润率情况. 177

图表 68 2010-2015年中国化妆品行业资产利润率情况. 178

图表 69 2010-2015年中国化妆品行业应收账款周转率情况. 178

图表 70 2010-2015年中国化妆品行业流动资产周转率情况. 179

图表 71 2010-2015年中国化妆品行业总资产周转率情况. 179

图表 72 2009-2015年中国化妆品市场规模增长趋势图. 180

图表 73 2015年中国高档化妆品市场规模区域结构. 183

图表 74 2009-2015年华东地区化妆品市场规模及增长趋势. 183

图表 75 2009-2015年华中地区化妆品市场规模及增长率. 184

图表 76 2009-2015年华北地区化妆品市场规模及增长率. 185

图表 77 2009-2015年东北地区化妆品市场规模及增长率. 185

图表 78 2009-2015年西北地区化妆品市场规模及增长率. 186

图表 79 2009-2015年华南地区化妆品市场规模及增长率. 186

图表 80 2009-2015年西南地区化妆品市场规模及增长趋势. 187

图表 81 2009-2015年中国护肤品进出口数量统计. 195

图表 82 2009-2015年中国护肤品进出口金额统计. 195

图表 83 2009-2015年中国护肤品进出口均价情况. 196

图表 84 2015年中国护肤品进口来源地情况. 196

图表 85 2015年中国护肤品进口来源地结构分布图. 197

图表 86 2015年中国护肤品出口流向情况. 197

图表 87 2015年中国护肤品出口流向结构分布图. 198

图表 88 2015年中国护肤品进口省市情况. 198

图表 89 2015年中国护肤品进口省市结构分布图. 199

图表 90 2015年中国护肤品出口省市情况. 199

图表 91 2015年中国护肤品进口省市结构分布图. 200

图表 92 2009-2015年中国香水及花露水进出口数量统计. 200

图表 93 2009-2015年中国香水及花露水进出口金额统计. 200

图表 94 2009-2015年中国香水及花露水进出口均价情况. 201

图表 95 2015年中国香水及花露水进口来源地情况. 201

图表 96 2015年中国香水及花露水进口来源地结构分布图. 202

图表 97 2015年中国香水及花露水出口流向情况. 202

图表 98 2015年中国香水及花露水出口结构分布图. 203

图表 99 2015年中国香水及花露水进口省市情况. 203

图表 100 2015年中国香水及花露水进口省市分布图. 204

图表 101 2009-2015年中国护发品进出口数量统计. 204

图表 102 2009-2015年中国护发品进出口金额统计. 205

图表 103 2009-2015年中国护发品进出口均价情况. 205

图表 104 2015年中国护发品进口来源地情况. 205

图表 105 2015年中国护发品进口结构分布图. 206

图表 106 2015年中国护发品出口流向情况. 206

图表 107 2015年中国护发品出口结构分布图. 207

图表 108 2015年中国护发品进口省市情况. 207

图表 109 2015年中国护发品进口省市分布图. 208

图表 110 2015年中国护发品出口省市情况. 208

图表 111 2015年中国护发品出口省市分布图. 209

图表 112 2009-2015年中国护肤品市场等级消费构成. 211

图表 113 2009-2015年中国护肤品市场规模及增长率. 212

图表 114 2005-2015年中国护肤品细分市场规规模统计. 212

图表 115 2009-2013高端护肤品的市场容量. 216

图表 116 2009-2015年中档护肤品的市场容量. 217

图表 117 2009-2015年大众护肤品的市场容量. 218

图表 118 2009-2015年美白面膜市场占比. 219

图表 119 2009-2015年美白洁肤品市场占有率. 219

图表 120 2009-2015年美白面部润肤霜市场占有率. 219

图表 121 2009-2015年美白紧致护肤品市场占有率. 220

图表 122 2009-2015年美白爽肤水市场占有率. 220

图表 123 2009-2015年中国保湿护肤品品牌品牌市场占有率. 220

图表 124 2009-2015年中国防晒品市场规模. 221

图表 125 2009-2015年紧致护肤品品牌市场占有率. 222

图表 126 2009-2015年中国抗脂紧致护肤品品牌市场占有率. 223

图表 127 不同使用类型面膜市场占比情况. 224

图表 128 2008-2015年中国面膜零售额变化趋势图. 224

图表 129 2009-2015年中国面膜渗透率变化趋势图. 225

图表 130 2011-2015年面膜现代销售渠道占比变化趋势图. 225

图表 131 面膜不同销售渠道占比情况. 226

图表 132 面膜购买影响因素占比情况. 227

图表 133 面膜不同价位产品占比情况. 227

图表 134 2009-2015年中国高档与大众发用化妆品市场份额. 228

图表 135 2009-2015年中国发用化妆品市场规模及增长率. 228

图表 136 2015年中国发用化妆品市场构成. 229

图表 137 2009-2015年中国发用化妆品市场企业市场份额. 229

图表 138 2009-2015年中国发用化妆品品牌市场占有率. 230

图表 139 2009-2015年中国发用化妆品市场规模及构成. 231

图表 140 2008-2015年高档发用化妆品市场规模趋势图. 232

图表 141 2008-2015年大众发用化妆品市场规模趋势图. 233

图表 142 2009-2015年中国染发剂市场规模趋势图. 233

图表 143 2009-2015年中国护发素市场规模趋势图. 234

图表 144 2009-2015年中国洗发水市场规模趋势图. 234

图表 145 2009-2015年中国定型剂市场规模趋势图. 235

图表 146 2009-2015年中国防脱市场规模趋势图. 235

图表 147 2009-2015年中国沙龙护理市场规模趋势图. 236

图表 148 2009-2015年中国彩妆市场规模变化趋势. 237

图表 149 2008-2015年中国彩妆市场规模情况. 238

图表 150 2007-2014年中国高档与大众彩妆市场份额. 238

图表 151 2008-2015年中国彩妆市场企业占有率. 239

图表 152 2009-2015年中国彩妆品牌市场占有率. 240

图表 153 彩妆细分产品零售占比情况. 241

图表 154 2008-2015年中国高档彩妆市场规模变化趋势. 241

图表 155 2008-2015年中国大众彩妆市场规模变化趋势. 242

图表 156 2009-2015年中国眼部彩妆品牌市场占有率. 242

图表 157 2009-2015年中国面部彩妆品牌市场占有率. 244

图表 158 2009-2015年中国唇部彩妆品牌市场占有率. 245

图表 159 2009-2015年中国美甲产品市场占有率. 246

图表 160 2009-2015年中国防晒品市场规模及增长趋势图. 249

图表 161 2015年中国防晒品市场结构图. 249

图表 162 2009-2015年中国高档防晒品品牌市场占有率. 250

图表 163 2008-2015年中国防晒品企业市场份额. 250

图表 164 2009-2015年中国防晒品品牌市场占有率. 251

图表 165 2009-2015年中国防晒品市场规模. 252

图表 166 2004-2015年中国高档防晒品市场份额. 252

图表 167 2004-2015年中国大众防晒品市场份额. 253

图表 168 2009-2015年晒后修护市场规模趋势图. 254

图表 169 2009-2015年日晒防护市场规模趋势图. 254

图表 170 2008-2015年中国香水市场规模变化趋势图. 255

图表 171 2015年中国香水市场结构情况. 256

图表 172 2008-2015年中国香水市场企业占有率. 256

图表 173 2009-2015年中国香水市场品牌占有率. 258

图表 174 2015香水细分产品格局. 259

图表 175 2009-2015年高级香水零售市场规模. 259

图表 176 2009-2015年大众香水零售市场规模. 260

图表 177 2009-2015年女士香水零售市场规模. 260

图表 178 2009-2015年男士香水零售市场规模. 261

图表 179 2015年高档化妆品牌分类关注度排行. 262

图表 180 2009-2015年中国高档化妆品市场规模及增长率. 263

图表 181 2015年大众化妆品牌分类关注度排行. 265

图表 182 婴儿护肤品品牌占有率. 269

图表 183 2015年男士化妆品搜索指数. 275

图表 184 2015年男士化妆品搜索词特征. 276

图表 185 2015年男士化妆品与行业搜索词特征对比. 276

图表 186 2015年男士面部清洁产品口碑关注度排行. 277

图表 187 2015年男士化妆品品牌关注度. 277

图表 188 2008-2015年全球药妆品市场规模变化趋势图. 288

图表 189 2008-2015年中国药妆品市场规模增长趋势图. 289

图表 190 2016-2022年中国药妆市场规模预测趋势图. 291

图表 191 2008-2015年中国化妆品网购渗透率走势. 335

图表 192 2008-2015年化妆品网购交易规模. 335

图表 193 中国b2c化妆品网购市场主要企业份额. 336

图表 194 返券促销与其他方式的比较. 353

图表 195 广东省化妆品行业经济指标统计. 359

图表 196 广东省化妆品行业经济指标统计. 361

图表 197 广东省化妆行业情况统计. 361

图表 198 江苏省化妆品行业经济指标统计. 362

图表 199 江苏化妆品行业经济指标统计. 363

图表 200 江苏省化妆行业情况统计. 363

图表 201 上海市化妆品行业经济指标统计. 365

图表 202 上海市化妆品行业经济指标统计. 366

图表 203 上海市化妆行业情况统计. 366

图表 204 安徽省化妆品行业经济指标统计. 367

图表 205 安徽省化妆品行业经济指标统计. 368

图表 206 安徽省化妆行业情况统计. 369

图表 207 浙江省化妆品行业经济指标统计. 370

图表 208 浙江省化妆品行业经济指标统计. 371

图表 209 浙江省化妆行业情况统计. 371

图表 210 北京市化妆品行业经济指标统计. 373

图表 211 北京市化妆品行业经济指标统计. 374

图表 212 北京市化妆行业情况统计. 374

图表 213 湖北省化妆品行业经济指标统计. 375

图表 214 湖北省化妆品行业经济指标统计. 376

图表 215 湖北省化妆行业情况统计. 376

图表 216 2015年上海家化联合股份有限公司分行业、分产品情况表. 379

图表 217 2015年上海家化联合股份有限公司业务结构情况. 380

图表 218 2015年上海家化联合股份有限公司分地区情况表. 380

图表 219 2011-2015年上海家化联合股份有限公司收入与利润统计. 381

图表 220 2011-2015年上海家化联合股份有限公司资产与负债统计. 381

图表 221 上海相宜本草化妆品股份有限公司资产及负债统计. 385

图表 222 上海相宜本草化妆品股份有限公司收入及利润情况. 385

图表 223 上海相宜本草化妆品股份有限公司产负债率情况. 385

图表 224 上海相宜本草化妆品股份有限公司盈利能力指标. 386

图表 225 上海相宜本草化妆品股份有限公司成本费用情况. 386

图表 226 索芙特股份有限公司产品简介. 388

图表 227 2015年索芙特股份有限公司分产品情况表. 389

图表 228 2015年索芙特股份有限公司业务结构情况. 389

图表 229 2011-2015年索芙特股份有限公司收入与利润统计. 390

图表 230 2011-2015年索芙特股份有限公司资产与负债统计. 390

图表 231 霸王产品线情况. 392

图表 232 霸王追风洗发水主要产品系列. 393

图表 233 2015年霸王国际集团分产品类别情况表. 393

图表 234 2015年霸王国际集团产品类别结构情况. 394

图表 235 2010-2015年霸王国际集团收入与利润统计. 394

图表 236 2010-2015年霸王国际集团资产与负债统计. 394

图表 237 北京大宝化妆品有限公司产品简介. 398

图表 238 北京大宝化妆品有限公司资产及负债统计. 399

图表 239 北京大宝化妆品有限公司收入及利润情况. 399

图表 240 北京大宝化妆品有限公司产负债率情况. 399

图表 241 北京大宝化妆品有限公司盈利能力指标. 399

图表 242 北京大宝化妆品有限公司成本费用情况. 400

图表 243 广东拉芳日化有限公司产品简介. 401

图表 244 广东拉芳日化有限公司资产及负债统计. 402

图表 245 广东拉芳日化有限公司收入及利润情况. 402

图表 246 广东拉芳日化有限公司盈利能力指标. 402

图表 247 广东拉芳日化有限公司成本费用情况. 403

图表 248 2015年广东拉芳日化有限公司成本费用结构. 403

图表 249 索芙特股份有限公司产品简介. 405

图表 250 江苏隆力奇集团有限公司资产及负债统计. 406

图表 251 江苏隆力奇集团有限公司收入及利润情况. 406

图表 252 江苏隆力奇集团有限公司产负债率情况. 406

图表 253 江苏隆力奇集团有限公司盈利能力指标. 406

图表 254 江苏隆力奇集团有限公司成本费用情况. 407

图表 255 2015年江苏隆力奇集团有限公司成本费用结构. 407

图表 256 江苏隆力奇生物科技股份有限公司国际营销网络图. 408

图表 257 江苏隆力奇生物科技股份有限公司产业链情况. 409

图表 258 江苏隆力奇生物科技股份有限公司国内外物流情况. 410

图表 259 联合利华（中国）有限公司产品简介. 411

图表 260 联合利华（中国）有限公司资产及负债统计. 411

图表 261 联合利华（中国）有限公司收入及利润情况. 412

图表 262 联合利华（中国）有限公司产负债率情况. 412

图表 263 联合利华（中国）有限公司盈利能力指标. 412

图表 264 联合利华（中国）有限公司成本费用情况. 412

图表 265 玫琳凯（中国）化妆品有限公司产品简介. 414

图表 266 玫琳凯(中国)化妆品有限公司资产及负债统计. 415

图表 267 玫琳凯(中国)化妆品有限公司收入及利润情况. 415

图表 268 玫琳凯(中国)化妆品有限公司产负债率情况. 415

图表 269 玫琳凯(中国)化妆品有限公司盈利能力指标. 416

图表 270 玫琳凯(中国)化妆品有限公司成本费用情况. 416

图表 271 上海卓多姿中信化妆品有限公司资产及负债统计. 417

图表 272 上海卓多姿中信化妆品有限公司收入及利润情况. 418

图表 273 上海卓多姿中信化妆品有限公司产负债率情况. 418

图表 274 上海卓多姿中信化妆品有限公司盈利能力指标. 418

图表 275 上海卓多姿中信化妆品有限公司成本费用情况. 418

图表 276 沈阳新生活实业有限公司资产及负债统计. 420

图表 277 沈阳新生活实业有限公司收入及利润情况. 420

图表 278 沈阳新生活实业有限公司产负债率情况. 420

图表 279 沈阳新生活实业有限公司盈利能力指标. 420

图表 280 沈阳新生活实业有限公司成本费用情况. 421

图表 281 2015年沈阳新生活实业有限公司成本费用结构. 421

图表 282 玫琳凯(中国)化妆品有限公司产品简介. 422

图表 283 天津郁美净集团有限公司资产及负债统计. 423

图表 284 天津郁美净集团有限公司收入及利润情况. 423

图表 285 天津郁美净集团有限公司产负债率情况. 423

图表 286 天津郁美净集团有限公司盈利能力指标. 423

图表 287 天津郁美净集团有限公司成本费用情况. 424

图表 288 中山市嘉丹婷日用品有限公司资产及负债统计. 425

图表 289 中山市嘉丹婷日用品有限公司收入及利润情况. 425

图表 290 中山市嘉丹婷日用品有限公司产负债率情况. 425

图表 291 中山市嘉丹婷日用品有限公司盈利能力指标. 426

图表 292 中山市嘉丹婷日用品有限公司成本费用情况. 426

图表 293 2015年中山市嘉丹婷日用品有限公司成本费用结构. 426

图表 294 资生堂丽源化妆品有限公司资产及负债统计. 428

图表 295 资生堂丽源化妆品有限公司收入及利润情况. 428

图表 296 资生堂丽源化妆品有限公司产负债率情况. 428

图表 297 资生堂丽源化妆品有限公司盈利能力指标. 429

图表 298 资生堂丽源化妆品有限公司成本费用情况. 429

图表 299 广州市好迪化妆品有限公司产品简介. 430

图表 300 广州市好迪化妆品有限公司资产及负债统计. 431

图表 301 广州市好迪化妆品有限公司收入及利润情况. 431

图表 302 广州市好迪化妆品有限公司产负债率情况. 431

图表 303 广州市好迪化妆品有限公司盈利能力指标. 432

图表 304 广州市好迪化妆品有限公司成本费用情况. 432

图表 305 广州市好迪化妆品有限公司销售网络分布图. 433

图表 306 上海自然美富丽化妆品有限公司产品简介. 435

图表 307 上海自然美富丽化妆品有限公司资产及负债统计. 436

图表 308 上海自然美富丽化妆品有限公司收入及利润情况. 436

图表 309 上海自然美富丽化妆品有限公司产负债率情况. 436

图表 310 上海自然美富丽化妆品有限公司盈利能力指标. 436

图表 311 上海自然美富丽化妆品有限公司成本费用情况. 437

图表 312 松泽化妆品（深圳）有限公司资产及负债统计. 439

图表 313 松泽化妆品（深圳）有限公司收入及利润情况. 440

图表 314 松泽化妆品（深圳）有限公司产负债率情况. 440

图表 315 松泽化妆品（深圳）有限公司盈利能力指标. 440

图表 316 松泽化妆品（深圳）有限公司成本费用情况. 440

图表 317 2015年松泽化妆品（深圳）有限公司成本费用结构. 441

图表 318 苏州尚美国际化妆品有限公司资产及负债统计. 442

图表 319 苏州尚美国际化妆品有限公司收入及利润情况. 442

图表 320 苏州尚美国际化妆品有限公司产负债率情况. 442

图表 321 苏州尚美国际化妆品有限公司盈利能力指标. 442

图表 322 苏州尚美国际化妆品有限公司成本费用情况. 443

图表 323 2015年苏州尚美国际化妆品有限公司成本费用结构. 443

图表 324 广东名臣有限公司主要产品表. 444

图表 325 广东名臣有限公司资产及负债统计. 445

图表 326 广东名臣有限公司收入及利润情况. 445

图表 327 广东名臣有限公司产负债率情况. 445

图表 328 广东名臣有限公司盈利能力指标. 446

图表 329 广东名臣有限公司成本费用情况. 446

图表 330 2015年广东名臣有限公司成本费用结构. 446

图表 331 广东雅倩化妆品有限公司主要产品表. 448

图表 332 广东雅倩化妆品有限公司资产及负债统计. 448

图表 333 广东雅倩化妆品有限公司收入及利润情况. 448

图表 334 广东雅倩化妆品有限公司产负债率情况. 449

图表 335 广东雅倩化妆品有限公司盈利能力指标. 449

图表 336 广东雅倩化妆品有限公司成本费用情况. 449

图表 337 2015年广东雅倩化妆品有限公司成本费用结构. 450

图表 338 雅芳（中国）有限公司主要产品表. 451

图表 339 雅芳（中国）有限公司资产及负债统计. 451

图表 340 雅芳（中国）有限公司收入及利润情况. 451

图表 341 雅芳（中国）有限公司产负债率情况. 452

图表 342 雅芳（中国）有限公司盈利能力指标. 452

图表 343 雅芳（中国）有限公司成本费用情况. 452

图表 344 2015年雅芳（中国）有限公司成本费用结构. 453

图表 345 浙江欧诗漫特种化妆品有限公司主要产品表. 454

图表 346 浙江欧诗漫特种化妆品有限公司资产及负债统计. 455

图表 347 浙江欧诗漫特种化妆品有限公司收入及利润情况. 455

图表 348 浙江欧诗漫特种化妆品有限公司产负债率情况. 455

图表 349 浙江欧诗漫特种化妆品有限公司盈利能力指标. 455

图表 350 浙江欧诗漫特种化妆品有限公司成本费用情况. 456

图表 351 2015年浙江欧诗漫特种化妆品有限公司成本费用结构. 456

图表 352 仙妮蕾德（中国）有限公司主要产品. 457

图表 353 仙妮蕾德（中国）有限公司资产及负债统计. 458

图表 354 仙妮蕾德（中国）有限公司收入及利润情况. 458

图表 355 仙妮蕾德（中国）有限公司产负债率情况. 458

图表 356 仙妮蕾德（中国）有限公司盈利能力指标. 459

图表 357 仙妮蕾德（中国）有限公司成本费用情况. 459

图表 358 广州环亚化妆品科技有限公司主要产品表. 460

图表 359 广州环亚化妆品科技有限公司资产及负债统计. 461

图表 360 广州环亚化妆品科技有限公司收入及利润情况. 461

图表 361 广州环亚化妆品科技有限公司产负债率情况. 461

图表 362 广州环亚化妆品科技有限公司盈利能力指标. 461

图表 363 广州环亚化妆品科技有限公司成本费用情况. 462

图表 364 广州环亚化妆品科技有限公司营销网络分布示意图. 463

图表 365 珀莱雅化妆品有限公司产品介绍. 464

图表 366 珀莱雅化妆品股份有限公司资产及负债统计. 465

图表 367 珀莱雅化妆品股份有限公司收入及利润情况. 466

图表 368 珀莱雅化妆品股份有限公司产负债率情况. 466

图表 369 珀莱雅化妆品股份有限公司盈利能力指标. 466

图表 370 珀莱雅化妆品股份有限公司成本费用情况. 466

图表 371 2015年珀莱雅化妆品股份有限公司成本费用结构. 467

图表 372 2016-2022年中国化妆品行业市场规模预测. 474

图表 373 2016-2022年中国高档化妆品市场规模及增长率预测. 475

图表 374 2016-2022年中国大众化妆品市场规模及增长率预测. 475

图表 375 2016-2022年中国护肤品市场规模预测增长趋势图. 476

图表 376 2016-2022年中国护肤品细分产品市场规模预测. 476

图表 377 2016-2022年中国发用化妆品市场规模预测. 477

图表 378 2016-2022年中国发用化妆品细分产品市场规模预测. 477

图表 379 2016-2022年中国彩妆市场规模预测. 478

图表 380 2016-2022年中国彩妆产品市场结构预测. 478

图表 381 2016-2022年中国防晒品市场规模预测. 479

图表 382 2016-2022年中国防晒品细分产品市场规模预测. 480

图表 383 2016-2022年高档防晒品市场份额预测. 480

图表 384 2016-2022年中国香水市场规模预测. 480

图表 385 2016-2022年中国高级香水市场规模预测. 481

图表 386 2016-2022年中国大众水市场规模预测. 481

图表 387 2016-2022年华东地区化妆品市场规模预测. 482

图表 388 2016-2022年华中地区化妆品市场规模预测. 482

图表 389 2016-2022年华北地区化妆品市场规模预测. 483

图表 390 2016-2022年东北地区化妆品市场规模预测. 483

图表 391 2016-2022年西北地区化妆品市场规模预测. 484

图表 392 2016-2022年华南地区化妆品市场规模预测. 484

图表 393 2016-2022年西南地区化妆品市场规模预测. 485

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/4410439I55.html>