

# 2014-2019年中国化妆品代 工（OEM）行业前景研究与投资战略研究报告

## 报告目录及图表目录

智研数据研究中心 编制

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

## 一、报告报价

《2014-2019年中国化妆品代工（OEM）行业前景研究与投资战略研究报告》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/C97161TNG8.html>

报告价格：印刷版：RMB 7000 电子版：RMB 7200 印刷版+电子版：RMB 7500

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

### 第一部分 化妆品代工行业现状

#### 第一章 化妆品OEM综合概述 1

##### 第一节 OEM概述 1

###### 一、OEM概念 1

###### 二、OEM特性 1

###### 三、OEM分类 4

##### 第二节 化妆品OEM行业特性分析 6

###### 一、化妆品OEM市场特点 6

###### 二、化妆品OEM行业经济特性 7

###### 三、化妆品OEM行业成熟度分析 9

##### 第三节 化妆品OEM行业产业链分析 14

###### 一、化妆品OEM产业链上游分析 14

###### 二、化妆品OEM产业下游分析 29

###### 三、化妆品OEM成本构成 57

### 第二章 2013年中国化妆品OEM行业市场发展环境分析 59

#### 第一节 2013年全球环境分析 59

##### 一、经济环境分析 59

##### 二、社会环境分析 62

##### 三、政策环境分析 66

##### 四、研发环境 69

#### 第二节 2013年中国经济环境分析 72

##### 一、国民经济运行情况分析 72

##### 二、消费价格指数CPI、PPI分析 88

##### 三、全国居民收入情况解读 94

##### 四、2008-2013年恩格尔系数分析 95

##### 五、2008-2013年工业发展形势走势 97

##### 六、固定资产投资情况 103

##### 七、2008-2013年对外贸易进出口分析 109

#### 第三节 2013年中国化妆品OEM行业政策环境分析 112

- 一、与化妆品OEM相关的监管机构 112
- 二、与化妆品OEM相关的政策法规 113
- 三、其他化妆品OEM相关的法律法规 120
- 四、国外化妆品OEM政策法规 125
- 第四节 2013年中国化妆品OEM行业社会环境分析 127
  - 一、人口环境分析 127
  - 二、教育情况分析 132
  - 三、文化环境分析 133
  - 四、生态环境分析 134
  - 五、中国城镇化率 136
  - 六、居民消费观念和习惯分析 138
- 第五节 2013年中国化妆品OEM行业技术环境分析 142

### 第三章 全球化妆品OEM行业发展分析 144

#### 第一节 全球化妆品OEM行业市场发展分析 144

- 一、化妆品OEM市场现状分析 144
- 二、化妆品OEM全球市场规模分析 145
- 三、化妆品OEM消费结构分析 146
- 四、全球化妆品OEM的研发分析 147
- 五、全球化妆品OEM市场未来展望 150

#### 第二节 美国化妆品OEM产业运行概况 152

- 一、美国化妆品OEM市场现状 152
- 二、美国化妆品OEM进出口分析 153
- 三、美国化妆品OEM市场品牌分析 154
- 四、美国化妆品OEM市场发展趋势 166

#### 第三节 德国化妆品OEM产业运行概况 167

- 一、德国化妆品OEM市场现状 167
- 二、德国化妆品OEM进出口分析 168
- 三、德国化妆品OEM市场品牌分析 170
- 四、德国化妆品OEM市场发展趋势 171

#### 第四节 英国化妆品OEM产业运行概况 173

- 一、英国化妆品OEM市场现状 173

- 二、英国化妆品OEM进出口分析 174
- 三、英国化妆品OEM市场品牌分析 175
- 四、英国化妆品OEM市场发展趋势 178
- 第五节 法国化妆品OEM产业运行概况 179
  - 一、法国化妆品OEM市场现状 179
  - 二、法国化妆品OEM进出口分析 184
  - 三、法国化妆品OEM市场品牌分析 185
  - 四、法国化妆品OEM市场发展趋势 186
- 第六节 日本化妆品OEM产业运行概况 187
  - 一、日本化妆品OEM市场现状 187
  - 二、日本化妆品OEM进出口分析 191
  - 三、日本化妆品OEM市场品牌分析 191
  - 四、日本化妆品OEM市场发展趋势 194
- 第七节 韩国化妆品OEM产业运行概况 196
  - 一、韩国化妆品OEM市场现状 196
  - 二、韩国化妆品OEM进出口分析 197
  - 三、韩国化妆品OEM市场品牌分析 197
  - 四、韩国化妆品OEM市场发展趋势 202

#### 第四章 中国化妆品OEM发展现状分析 205

- 第一节 化妆品OEM行业发展概况 205
  - 一、中国化妆品OEM行业的现状 205
  - 二、中国化妆品OEM行业发展的阶段 207
  - 三、中国化妆品OEM行业存在的问题 209
  - 四、中国化妆品OEM行业的发展趋势 212
  - 五、化妆品OEM行业的最新动态 214
- 第二节 2013年中国化妆品OEM行业发展状况 216
  - 一、2013年中国化妆品OEM行业发展回顾 216
  - 二、2013年化妆品OEM行业发展特点分析 218
  - 三、2013年中国化妆品OEM行业市场分析 219
- 第三节 中国化妆品OEM行业要素分析 220
  - 一、2013年中国化妆品OEM行业企业数量分析 220

- 二、2013年化妆品OEM行业从业人员分析 220
- 三、2013年中国化妆品OEM行业资产规模分析 220
- 四、中国化妆品OEM行业品牌分析 220
- 第四节 2013年中国化妆品OEM行业经营分析 221
  - 一、化妆品OEM行业产销情况分析 221
  - 二、化妆品OEM行业盈利分析 222
- 第五节 化妆品OEM行业发展动态聚焦 223

## 第五章 化妆品OEM行业政策分析 226

### 第一节 现行发展政策分析 226

- 一、“十二五规划”对化妆品OEM行业的影响分析 226
- 二、“城镇化”对化妆品OEM行业影响分析 226
- 三、国家对化妆品OEM行业的规划分析 226
- 四、最新政策动向分析 229

### 第二节 化妆品OEM行业监管政策分析 231

- 一、现行的政策分析 231
- 二、现行政策的不足 232
- 三、行业监管分析 233
- 四、未来的政策趋势 235

## 第六章 中国化妆品行业消费分析 237

### 第一节 化妆品行业产品消费者分析 237

- 一、不同收入水平消费者偏好分析 237
- 二、不同年龄的消费者偏好分析 237
- 三、不同地区的消费者偏好分析 239
- 四、不同性别的偏好分析 240

### 第二节 化妆品市场消费需求分析 241

- 一、化妆品市场的消费需求变化 241
- 二、化妆品行业的需求情况分析 243
- 三、2013年化妆品品牌市场消费需求分析 244

### 第三节 化妆品消费市场状况分析 246

- 一、化妆品行业消费特点 246

- 二、化妆品消费者分析 248
- 三、化妆品消费结构分析 249
- 四、化妆品消费的市场变化 251
- 五、化妆品市场的消费方向 254
- 第四节 影响消费因素分析 256
  - 一、价格敏感程度 256
  - 二、品牌的影响 256
  - 三、购买方便的影响 256
  - 四、广告的影响程度 256
  - 五、包装的影响程度 257
  - 六、品牌忠诚度分析 25

## 第二部分 市场竞争格局

### 第七章 中国化妆品OEM行业市场分析 260

#### 第一节 中国化妆品OEM行业市场综述 260

- 一、中国化妆品OEM行业市场现状 260
- 二、中国化妆品OEM行业市场结构分析 260
- 三、化妆品OEM行业市场规模分析 261
- 四、化妆品OEM行业趋势分析 262
- 五、2013年化妆品OEM产值分析 265

#### 第二节 2013年化妆品OEM行业市场分析 265

- 一、2013年化妆品OEM行业市场供给分析 265
- 二、2013年化妆品OEM行业市场需求分析 265
- 三、2013年化妆品OEM行业市场规模分析 266
- 四、2013年中国化妆品OEM区域市场规模分析 266
- 五、化妆品OEM行业市场渠道分析 267
- 六、化妆品OEM行业市场发展策略 269

#### 第三节 化妆品OEM行业市场动态解析 270

### 第八章 化妆品OEM行业竞争分析 271

#### 第一节 行业竞争结构分析 271

- 一、现有企业间竞争 271

二、潜在进入者分析	272
三、替代品威胁分析	272
四、供应商议价能力	273
五、客户议价能力	273
第二节 行业集中度分析	274
一、市场集中度分析	274
二、企业集中度分析	274
三、区域集中度分析	275
四、品牌集中度分析	275
第三节 中国化妆品OEM行业竞争格局综述	275
一、2013年化妆品OEM行业集中度	275
二、2013年化妆品OEM行业竞争程度	275
三、2013年化妆品OEM行业竞争格局	276
第四节 2014-2019年中国化妆品OEM行业竞争分析及预测	279
一、2012年化妆品OEM市场竞争情况分析	279
二、2013年化妆品OEM市场竞争形势分析	279
三、2014-2019年集中度分析及预测	280
四、2014-2019年SWOT分析及预测	281
五、2014-2019年进入退出状况分析及预测	284
六、2014-2019年生命周期分析及预测	285
第九章 化妆品OEM市场区域分析	289
第一节 华东地区化妆品市场分析	289
一、消费者消费意识形态	289
二、国内外品牌渗透情况	290
三、市场销售动态	291
四、区域潜在消费空间	295
第二节 华南地区化妆品市场分析	298
一、消费者消费意识形态	298
二、国内外品牌渗透情况	300
三、市场销售动态	301
四、区域潜在消费空间	302

### 第三节 华中地区化妆品市场分析 303

一、消费者消费意识形态 303

二、国内外品牌渗透情况 304

三、市场销售动态 305

四、区域潜在消费空间 305

### 第四节 华北地区化妆品市场分析 306

一、消费者消费意识形态 306

二、国内外品牌渗透情况 308

三、市场销售动态 309

四、区域潜在消费空间 311

### 第五节 西南地区化妆品市场分析 311

一、消费者消费意识形态 311

二、国内外品牌渗透情况 313

三、市场销售动态 314

四、区域潜在消费空间 315

### 第六节 东北地区化妆品市场分析 316

一、消费者消费意识形态 316

二、国内外品牌渗透情况 317

三、市场销售动态 318

四、区域潜在消费空间 319

### 第七节 西北地区化妆品市场分析 320

一、消费者消费意识形态 320

二、国内外品牌渗透情况 321

三、市场销售动态 322

四、区域潜在消费空间 323

## 第十章 化妆品OEM行业相关化妆品市场分析 326

### 第一节 化妆品市场分析 326

一、化妆品市场概况分析 326

二、“十二五规划”对化妆品的影响 328

三、化妆品市场运行分析 331

四、化妆品市场发展存在的问题 334

五、化妆品市场前景分析	336
第二节 2012-2013年化妆品市场分析	337
一、2012年化妆品市场情况	337
二、2013年化妆品市场情况	337
第三节 2014-2019年化妆品市场预测分析	338
第四节 化妆品发展策略分析	339
一、化妆品市场定位分析	339
二、化妆品相关政策解读	339
三、化妆品发展趋势分析	346
第五节 化妆品最新动态	348
第十一章 化妆品OEM行业国内重点企业分析	350
第一节 广州科玛化妆品制造有限公司	350
一、企业概况	350
二、企业经营情况分析	352
三、企业经济指标分析	353
四、企业战略分析	354
第二节 广州宝生堂化妆品有限公司	355
一、企业概况	355
二、企业发展历程情况分析	356
三、企业品牌发展分析	358
四、企业技术和优势分析	359
五、企业战略分析	364
第三节 美辰生物科技	366
一、企业概况	366
二、企业经营情况分析	367
三、企业战略分析	368
第四节 复大生物集团	371
一、企业概况	371
二、企业科研领域分析	373
三、企业战略分析	379
第五节 广州雅姿达化妆品有限公司	380

## 第六节 广州丽丰化妆品制造有限公司 382

### 一、企业概况 382

### 二、企业经营情况分析 383

### 三、企业运营能力分析 385

## 第七节 广州瑞嘉精细化工有限公司 386

### 一、企业概况 386

### 二、企业文化理念分析 387

### 三、企业品牌OEM方案分析 387

## 第八节 德芙化妆品有限公司 389

### 一、企业概况 389

### 二、企业经营情况分析 390

### 三、企业运营能力分析 391

## 第九节 柏美国际化妆品有限公司 394

### 一、企业概况 394

### 二、企业经营情况分析 395

## 第十节 清茹化妆品有限公司 395

### 一、企业概况 395

### 二、企业运营能力分析 397

### 三、企业战略分析 400

## 第三部分 行业预测

## 第十二章 化妆品OEM行业投资机会与风险 402

### 第一节 化妆品OEM行业投资效益分析 402

#### 一、2011-2013年化妆品OEM行业投资状况分析 402

#### 二、2014-2019年化妆品OEM行业投资市场空间预测 402

#### 三、2014-2019年化妆品OEM行业的投资方向 403

#### 四、2014-2019年化妆品OEM行业投资的建议 405

#### 五、新进入者应注意的障碍因素分析 408

### 第二节 影响化妆品OEM行业发展的主要因素 411

#### 一、2014-2019年影响化妆品OEM行业运行的有利因素分析 411

#### 二、2014-2019年影响化妆品OEM行业运行的稳定因素分析 411

#### 三、2014-2019年影响化妆品OEM行业运行的不利因素分析 412

- 四、2014-2019年我国化妆品OEM行业发展面临的挑战分析 413
- 五、2014-2019年我国化妆品OEM行业发展面临的机遇分析 414
- 第三节 化妆品OEM行业投资风险及控制策略分析 416
  - 一、2014-2019年化妆品OEM行业市场风险及控制策略 416
  - 二、2014-2019年化妆品OEM行业政策风险及控制策略 416
  - 三、2014-2019年化妆品OEM行业经营风险及控制策略 417
  - 四、2014-2019年化妆品OEM同业竞争风险及控制策略 417
  - 五、2014-2019年化妆品OEM行业其他风险及控制策略 418

## 第四部分 投资战略

### 第十三章 化妆品OEM行业投资战略研究 419

#### 第一节 化妆品OEM行业发展战略研究 419

- 一、战略综合规划 419
- 二、业务组合战略 420
- 三、区域战略规划 421
- 四、产业战略规划 422
- 五、营销品牌战略 423
- 六、竞争战略规划 424

#### 第二节 对化妆品OEM品牌的战略思考 426

- 一、企业品牌的重要性 426
- 二、化妆品OEM实施品牌战略的意义 427
- 三、化妆品OEM企业品牌的现状分析 428
- 四、化妆品OEM企业的品牌战略 429
- 五、化妆品OEM品牌战略管理的策略 431

#### 第三节 化妆品OEM行业投资战略研究 435

- 一、2013年化妆品OEM行业投资战略 435
- 二、2013年化妆品OEM行业投资战略 437
- 三、2014-2019年化妆品OEM行业投资战略 438
- 四、2014-2019年细分行业投资战略 440

#### 第四节 研究结论与建议 441

- 一、研究结论 441
- 二、建议 443

## 图表目录

- 图表：化妆品OEM产业链 14
- 图表：化妆品原料厂家地区分布 20
- 图表：化妆品原料厂家企业规模分布 21
- 图表：化妆品原料分销商地区分布 21
- 图表：化妆品原料分销商企业规模分布 21
- 图表：2008-2013年中国化妆品网购市场交易规模 31
- 图表：2013年男士化妆品搜索指数 34
- 图表：2013年男士化妆品搜索词特征 35
- 图表：2013年男士化妆品与行业搜索词特征对比 35
- 图表：2013年男士化妆品品牌关注度 36
- 图表：2013年男士化妆品产品大类关注度 36
- 图表：2013年男士化妆品用途关注度排行 37
- 图表：2013年Onlylady男士面部产品口碑关注度排行 37
- 图表：2013年化妆品产品大类关注度 38
- 图表：2013年护肤类化妆品搜索指数 38
- 图表：2013年护肤类化妆品搜索词特征 39
- 图表：2013年护肤类与行业搜索词特征对比 39
- 图表：2013年护肤类化妆品品牌关注度 40
- 图表：2013年护肤类用途关注度排行 40
- 图表：2013年面部护理与面部清洁产品关注度排行 41
- 图表：2013年彩妆类化妆品搜索指数 41
- 图表：2013年彩妆类化妆品搜索词特征 41
- 图表：2013年彩妆类与行业搜索词特征对比 42
- 图表：2013年彩妆类化妆品品牌关注度 42
- 图表：2013年Onlylady美宝莲纽约单品口碑关注度排行TOP10 43
- 图表：2013年Onlylady姬芮单品口碑关注度排行TOP10 44
- 图表：2013年Onlylady卡姿兰单品口碑关注度排行TOP10 45
- 图表：2013年彩妆类用途关注度排行 46
- 图表：2013年肤色改善产品关注度排行 46
- 图表：2013眼部彩妆产品关注度排行 47
- 图表：2013年头发护理类化妆品搜搜指数 47

图表：2013年头发护理类搜索词特征 48

图表：2013年头发护理与行业搜索词特征对比 48

图表：2013年头发护理类化妆品品牌关注度 49

图表：2013年Onlylady巴黎欧莱雅头发护理类单品口碑关注度TOP10 50

图表：2013年头发护理类用途关注度排行 51

图表：2013年洗发产品关注度排行 51

图表：2013年染发产品关注度排行 52

图表：2013年Onlylady霸王单品口碑关注度排行TOP10 53

图表：2013香水类化妆品搜索指数 53

图表：2013年香水化妆品搜索词特征 54

图表：2013年香水类与行业搜索词特征对比 54

图表：2013年香水类化妆品品牌关注度 55

图表：2013年Onlylady香奈儿单品口碑关注排行TOP10 56

图表：2013年Onlylady迪奥香水单品口碑关注度排行TOP10 57

图表：2008-2013年国内生产总值及其增长速度 72

图表：2013年居民消费价格月度涨跌幅度 73

图表：2013年居民消费价格比2012年涨跌幅度 73

图表：2013年新建商品住宅月环比价格下降、持平、上涨城市个数变化情况 74

图表：2008-2013年城镇新增就业人数 74

图表：2008-2013年年末国家外汇储备及其增长速度 75

图表：2008-2013年公共财政收入及其增长速度 75

图表：2008-2013年粮食产量及其增长速度 76

图表：2008-2013年全部工业增加值及其增长速度 77

图表：2013年主要工业产品产量及其增长速度 77

图表：2008-2013年建筑业增加值及其增长速度 79

图表：2008-2013年社会消费品零售总额及其增长速度 80

图表：2013年货物进出口总额及其增长速度 81

图表：2013年主要商品出口数量、金额及其增长速度 81

图表：2013年主要商品进口数量、金额及其增长速度 82

图表：2013年对主要国家和地区货物进出口额及其增长速度 82

图表：2008-2013年货物进出口总额 83

图表：2013年非金融领域外商直接投资及其增长速度 83

图表：2013年各种运输方式完成货物运输量及其增长速度 84

图表：2013年各种运输方式完成旅客运输量及其增长速度 85

图表：2008-2013年年末电话用户数 86

图表：2013年年末全部金融机构本外币存贷款余额及其增长速度 87

图表：2013年12月份社会消费品零售总额分月同比增长速度 88

图表：2013年12月份社会消费品零售总额主要数据 89

图表：2013年12月份居民消费价格分类别同比上涨跌幅 91

图表：2013年12月份居民消费价格分类别环比涨跌幅 92

图表：2013年12月居民消费价格主要数据 92

图表：2013年1-11月份社会消费品零售总额主要数据 93

图表：2008-2013年我国恩格尔系数趋势分析 97

图表：2013年我国规模以上工业增加值同比增长速度 98

图表：2013年12月份规模以上工业生产主要数据 99

图表：2013年我国发电量日均产量及同比增速 100

图表：2013年我国钢材日均产量及同比增速 101

图表：2013年我国水泥日均产量及同比增速 101

图表：2013年我国原油加工量日均产量及同比增速 101

图表：2013年我国十种有色金属日均产量及同比增速 102

图表：2013年我国乙烯日均产量及同比增速 102

图表：2013年我国汽车日产量及同比增速 102

图表：2013年我国轿车日均产量及同比增速 103

图表：固定资产投资（不含农户）同比增速 103

图表：东、中、西部地区投资相邻两月累计同比增速 104

图表：2013年1-12月份固定资产投资到位资金同比增速 105

图表：2013年1-12月份固定资产投资（不含农户）主要数据 105

图表：2013年民间固定资产投资和固定资产投资（不含农户）增速 107

图表：2013年1-12月份民间固定资产投资主要数据 108

图表：2013年年末人口数及其构成 129

图表：2008-2013年农村居民人均纯收入及其实际增长速度 129

图表：2008-2013年城镇居民人均可支配收入及其实际增长速度 130

图表：平均预期寿命变化 131

图表：2008-2013普通高等教育、中等职业教育及普通高中招生人数 132

图表：2008-2013年研究试验发展（R&D）经费支出 133

图表：日本企业化妆品品牌及主营业务 193

图表：2013年化妆品OEM企业数量 220

图表：2013年化妆品OEM从业人员数 220

图表：2013年化妆品OEM总资产 220

图表：2013年化妆品OEM工业销售产值 221

图表：2010-2013年中国网购化妆品交易分析 254

图表：2010-2013年化妆品网购总额与零售总额分析 255

图表：2010-2013年化妆品网购总额占零售总额比例分析 255

图表：2013年化妆品OEM产值 265

图表：2013年化妆品OEM市场供给总额分析 265

图表：2013年化妆品OEM市场需求总额 265

图表：2013年化妆品OEM市场规模 266

图表：2013年东北地区化妆品OEM市场规模 266

图表：2013年华北地区化妆品OEM市场规模 266

图表：2013年华东地区化妆品OEM市场规模 266

图表：2013年华中地区化妆品OEM市场规模 267

图表：2013年华南地区化妆品OEM市场规模 267

图表：2013年西部地区化妆品OEM市场规模 267

图表：化妆品OEM涉水电商SWOT分析表 283

图表：2013年我国化妆品市场容量分析 337

图表：2014年我国化妆品市场容量分析 337

图表：2015年我国化妆品市场容量预测分析 338

图表：2016年我国化妆品市场容量预测分析 338

图表：2017年我国化妆品市场容量预测分析 338

图表：2018年我国化妆品市场容量预测分析 338

图表：2019年我国化妆品市场容量预测分析 338

图表：宝生堂国际企业集团日化线系列产品结构图（1） 361

图表：宝生堂国际企业集团日化线系列产品结构图（2） 362

图表：宝生堂国际企业集团专业线系列产品结构图（1） 362

图表：宝生堂国际企业集团专业线系列产品结构图（2） 363

图表：宝生堂国际企业集团专业线系列产品结构图（3） 363

图表：宝生堂国际企业集团生产设备 364

图表：复大生物集团产业结构 372

图表：广州市雅资达化妆品有限公司 381

图表：柏美国际化妆品制造有限公司经营情况 395

图表：2015年化妆品OEM产值预测 402

图表：2016年化妆品OEM产值预测 402

图表：2017年化妆品OEM产值预测 403

图表：2018年化妆品OEM产值预测 403

图表：2019年化妆品OEM产值预测 403

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/C97161TNG8.html>