

2017-2022年中国化妆品市 场调查与发展前景报告

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

《2017-2022年中国化妆品市场调查与发展前景报告》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/K77161D42V.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

随居民消费水平提高以及生活习惯改变，中国化妆品消费市场快速发展，目前消费总额已超过日本成为仅次于美国的世界第二大化妆品消费市场。2015年中国化妆品消费总额已经达到4844亿元，并保持20%以上的年增速水平。

中国化妆品市场消费规模预测

2014年国内化妆品品牌格局

智研数据研究中心发布的《2017-2022年中国化妆品市场调查与发展前景报告》共十八章。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37

第一节 化妆品简介37

一、化妆品的定义37

二、化妆品的主要作用37

三、化妆品的分类42

第二节 化妆品的发展历程47

一、世界化妆品的发展阶段47

二、中国古代化妆品50

三、中国现代化妆品行业发展历程52

第三节 化妆品产业特性分析57

一、化妆品的产品特性57

二、化妆品行业的生命周期分析58

三、化妆品的品牌分类60

第二章 2015年国际化妆品市场运行概况68

第一节 2015年国际化妆品市场的总体概况68

- 一、世界化妆品行业发展概况68
- 二、世界名牌化妆品的特点分析69
- 三、世界知名化妆品品牌71

第二节 世界主要国家和地区化妆品行业发展分析78

- 一、美国化妆品行业发展概况78
- 二、日本化妆品行业发展概况78
- 三、法国化妆品行业发展概况80
- 四、欧盟化妆品行业发展概况80
- 五、韩国化妆品行业发展概况81

第三节 世界化妆品发展前景及趋势分析84

- 一、世界化妆品市场发展趋势84
- 二、世界化妆品原料发展趋势92

第三章 2016年中国化妆品行业发展环境分析98

第一节 2016年中国宏观经济环境分析98

- 一、2016年中国GDP增长情况分析98
- 二、2016年中国工业经济发展形势分析100
- 三、2016年中国全社会固定资产投资分析109
- 四、2016年中国社会消费品零售总额分析113
- 五、2016年中国城乡居民收入与消费分析115
- 六、2016年中国对外贸易发展形势分析116

第二节 2016年中国化妆品行业政策环境分析119

- 一、中国化妆品监管机构及职责119
- 二、中国化妆品被监管对象及特点119
- 三、中国化妆品监管领域的新问题121
- 四、中国化妆品监管的最新进展122
- 五、中国化妆品行业新政策解读123

第三节 2016年中国化妆品行业技术环境分析125

- 一、中国化妆品行业技术发展现状125

二、中国化妆品行业的新技术129
三、中国化妆品行业的新原料130
四、中国化妆品技术开发研究方向131
第四节 2016年中国化妆品行业社会环境分析133

一、2015年中国人口及城镇化133
二、2015年中国女性人口特征134
三、女性化妆品消费观念变革135
四、男性化妆品消费观念建立135

第五节 2016年中国日化行业发展分析136
一、中国日化行业现状概述136
二、2015年中国日化行业发展概况137
三、2016年中国日化行业发展状况137
四、中国日化行业发展影响因素分析140
五、中国日化行业未来发展前景分析143

第四章 2015-2016年中国化妆品行业经济运行状况147

第一节 2015-2016年中国化妆品制造行业发展分析147
一、2014年中国化妆品行业发展概况147
二、2015年中国化妆品行业发展概况147
三、2016年中国化妆品行业发展概况147

第二节 2013-2016年中国化妆品行业总体运行情况149

一、2013-2016年中国化妆品行业企业数量统计149
二、2013-2016年中国化妆品行业从业人员统计149
三、2013-2016年中国化妆品行业资产负债分析150
四、2013-2016年中国化妆品行业销售收入分析150
五、2013-2016年中国化妆品行业利润总额分析150
六、2013-2016年中国化妆品行业亏损情况分析151

第三节 2015-2016年中国化妆品行业盈利能力分析151

一、2015-2016年中国化妆品行业成本费用利润率151
二、2015-2016年中国化妆品行业毛利率分析151
三、2015-2016年中国化妆品行业销售利润率分析152
四、2015-2015年中国化妆品行业资产利润率分析152

第四节 2015-2016年中国化妆品行业偿债能力分析	152
第五节 2015-2016年中国化妆品行业营运能力分析	153
一、2015-2016年中国化妆品行业流动资产周转率	153
二、2015-2016年中国化妆品行业应收账款周转率	153
三、2015-2016年中国化妆品行业资产周转率分析	153
第六节 2015-2016年化妆品行业成本费用结构分析	154
一、2013-2016年中国化妆品行业销售成本分析	154
二、2013-2016年中国化妆品行业销售费用分析	154
三、2013-2016年中国化妆品行业管理费用统计	154
四、2013-2016年中国化妆品行业财务费用统计	155

第五章 2016年中国化妆品市场发展分析 156

第一节 2016年中国化妆品市场总体概况 156

一、2013-2016年中国化妆品市场规模 156
2017-2022年中国化妆品市场规模预测（亿元）

二、2015年中国化妆品交易规模分析 156

三、2016年中国化妆品市场特点分析 157

四、2016年中国化妆品市场结构分析 159

五、2016年化妆品区域市场结构分析 159

第二节 2016年中国化妆品市场区域分析 160

一、2016年华东地区化妆品市场分析 160

二、2016年华中地区化妆品市场分析 160

三、2016年华北和东北地区化妆品市场分析 160

四、2016年西北地区化妆品市场分析 161

五、2016年华南地区化妆品市场分析 161

六、2016年西南地区化妆品市场分析 161

第三节 中国化妆品市场存在的问题 162

一、中国化妆品市场总体问题分析 162

二、中国化妆品市场的卫生问题 163

三、中国化妆品市场薄弱环节 166

第四节 中国化妆品市场发展的对策分析 167

- 一、中国化妆品市场发展总体对策167
- 二、中国化妆品市场卫生问题的对策173
- 三、中国化妆品行业地位提升的对策176
- 四、中国化妆品市场营销策略分析179

第六章 2013-2016年中国化妆品进出口状况分析182

第一节 2013-2016年中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析（3304）182

- 一、2013-2016年中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析182
- 二、2013-2016年中国化妆品、美容品及护肤品进出口均价分析182
- 三、2015-2016年中国化妆品、美容品及护肤品进出口流向分析182

第二节 2013-2016年中国香水及花露水进出口分析（3303）183

- 一、2013-2016年中国香水及花露水进出口分析183
- 二、2013-2016年中国香水及花露水进出口均价分析184
- 三、2015-2016年中国香水及花露水进出口流向分析184

第三节 2013-2016年中国护发品进出口分析（3305）185

- 一、2013-2016年中国护发品进出口分析185
- 二、2013-2016年中国护发品进出口均价分析185
- 三、2015-2016年中国护发品进出口流向分析186

第四节 2013-2016年中国口腔护理用品进出口分析（3306）187

- 一、2013-2016年中国口腔护理用品进出口分析187
- 二、2013-2016年中国口腔护理用品进出口均价分析187
- 三、2015-2016年中国口腔护理用品进出口流向分析187

第七章 2016年中国护肤品市场发展分析189

第一节 中国护肤品行业发展概况189

- 一、中国护肤品行业简况189
- 二、中国护肤品品牌发展历程189
- 三、中国护肤品行业产品概况190

第二节 2016年中国护肤品市场运行现状分析191

- 一、2016年护肤品市场规模分析191
- 二、2016年护肤品市场结构分析191
- 三、中国护肤品市场热点透视191

四、中国护肤品市场消费特点	192
五、中国护肤品市场总体特征	193
第三节 2015年中国护肤品市场竞争分析	194
一、2015年中国护肤品市场竞争格局	194
二、2015年中国护肤品品牌竞争状况	195
三、2015年中国护肤品细分市场竞争状况	196
第四节 中国护肤品市场营销分析	198
一、中国护肤品企业的战略营销模型	198
二、中国护肤品企业战略营销模式	200
第五节 中国护肤品行业存在的问题与对策分析	205
一、中国护肤品市场存在的问题	205
二、中国护肤品企业竞争力提升策略	206
第六节 2017-2022年中国护肤品行业发展前景与趋势预测	209
一、中国护肤品市场发展趋势分析	209
二、2017-2022年护肤品总体市场规模预测	211
三、2017-2022年中国护肤品各细分产品市场规模预测	212
第八章 2016年中国洗浴用品市场发展分析	214
第一节 2016年中国洗浴用品市场运行分析	214
一、2016年中国洗浴用品市场规模	214
二、2016年中国洗浴用品市场结构	214
三、中国洗浴用品市场消费特点	214
第二节 中国洗浴用品市场竞争分析	215
一、中国洗浴用品市场竞争格局	215
二、中国洗浴用品品牌竞争状况	215
第三节 2017-2022年中国洗浴用品行业发展前景和趋势预测	216
一、2017-2022年洗浴用品总体市场规模预测	216
二、2017-2022年中国洗浴产品结构预测分析	216
第九章 2016年中国发用化妆品市场发展分析	217
第一节 2016年中国发用化妆品市场运行分析	217
一、2016年中国发用化妆品市场规模	217

- 二、2016年中国发用化妆品市场消费特点217
- 三、2016年发用定型剂市场规模分析217
- 第二节 2015年中国发用化妆品市场竞争分析218
 - 一、2015年中国发用化妆品企业市场占有率218
 - 二、2015年中国发用化妆品品牌市场占有率219
 - 三、2015年中国发用定型剂品牌市场占有率219
 - 四、2015年中国染发剂品牌市场占有率220
- 第三节 2017-2022年中国发用化妆品行业发展前景和趋势预测220
 - 一、2017-2022年发用化妆品总体市场规模预测220
 - 二、2017-2022年中国发用化妆品市场结构预测221

第十章 2016年中国彩妆市场发展分析222

第一节 彩妆用品概述222

- 一、彩妆用品分类222
- 二、彩妆品牌简介222

第二节 2016年中国彩妆市场分析223

- 一、2016年中国彩妆市场规模223
- 二、2016年中国彩妆市场结构223
- 三、中国彩妆市场消费特点224

第三节 2015年中国彩妆市场竞争分析225

- 一、2015年中国彩妆企业市场占有率225
- 二、2015年中国彩妆品牌市场占有率225
- 三、2015年中国面部彩妆品牌市场占有率226
- 四、2015年中国眼部彩妆品牌市场占有率227
- 五、2015年中国唇部彩妆品牌市场占有率228
- 六、2015年中国美甲产品品牌市场占有率228

第四节 2017-2022年中国彩妆行业发展前景和趋势预测229

- 一、2017-2022年中国彩妆总体市场规模预测229
- 二、2017-2022年中国彩妆品细分产品市场规模预测230

第十一章 2016年中国口腔护理用品市场发展分析231

第一节 2016年中国口腔护理用品市场分析231

- 一、中国口腔护理用品市场现状231
- 二、2016年中国口腔护理用品市场规模231
- 三、2015年中国口腔护理用品市场消费热点232
- 四、2016年中国牙刷市场分析233
- 第二节 2016年中国口腔护理用品市场竞争分析233
 - 一、中国口腔护理用品市场竞争格局233
 - 二、中国口腔护理用品品牌市场占有率234
- 第三节 2017-2022年中国口腔护理用品行业发展前景和趋势预测234
 - 一、2017-2022年中国口腔护理用品总体市场规模预测234
 - 二、2017-2022年中国口腔护理用品细分产品市场规模预测235

第十二章 2016年中国香水市场发展分析238

- 第一节 2016年中国香水市场分析238
 - 一、2016年中国香水市场规模238
 - 二、2016年中国香水市场结构238
- 第二节 中国香水市场竞争分析239
 - 一、中国香水企业市场占有率239
 - 二、中国香水品牌市场占有率240
- 第三节 2017-2022年中国香水行业发展前景和趋势预测242
 - 一、2017-2022年香水总体市场规模预测242
 - 二、2017-2022年中国香水品细分产品市场规模预测242

第十三章 2016年中国防晒品市场发展分析244

- 第一节 防晒品的概述244
 - 一、防晒品的基本常识244
 - 二、防晒品的分类及成分245
- 第二节 2016年中国防晒品市场分析246
 - 一、世界防晒品市场现状及特点246
 - 二、2016年中国防晒化妆品市场规模247
 - 三、2016年中国防晒化妆品市场结构247
 - 四、2016年中国防晒品市场消费特点248
- 第三节 2015年中国防晒品市场竞争分析248

- 一、2015年中国防晒品市场竞争格局248
- 二、2015年中国防晒品品牌市场占有率250
- 第四节 2017-2022年中国防晒品行业发展前景和趋势预测250
 - 一、中国防晒品行业发展趋势250
 - 二、2017-2022年中国防晒品总体市场规模预测251
 - 三、2017-2022年中国防晒品细分产品市场规模预测252

第十四章 2016年中国化妆品品牌消费调研分析253

- 第一节 2016年中国化妆品总体关注度分析253
 - 一、2016年中国化妆品品牌等级关注度253
 - 二、2016年中国化妆品细分市场关注度254
- 第二节 2016年中国化妆品品牌等级关注度分析256
 - 一、2016年中国大众化妆品关注度256
 - 二、2016年中国高档化妆品关注度256
 - 三、2016年中国活性化妆品关注度256
- 第三节 2015年中国化妆品细分市场关注度分析256
 - 一、2016年中国护肤品关注度256
 - 二、2016年中国彩妆关注度257
 - 三、2016年中国香水关注度257
- 第四节 2016年中国男士化妆品关注度分析257
 - 一、2016年男士化妆品细分市场关注度257
 - 二、2016年中国男士护肤品牌关注度258

第十五章 2016年中国化妆品市场营销分析259

- 第一节 化妆品直复营销分析259
 - 一、直复营销的概念259
 - 二、直复营销的特征259
 - 三、直复营销的类型260
 - 四、化妆品直复营销的优势262
 - 五、中外品牌化妆品直复营销对比263
 - 六、中国化妆品企业直营SWOT分析263
- 第二节 化妆品网络营销分析267

- 一、网络营销定义及分类267
- 二、网络营销的理论及特点优势269
- 三、中国化妆品网络营销的现状271
- 四、中国化妆品业网络化的特点272
- 第三节化妆品直销分析272
 - 一、直销的定义272
 - 二、中国化妆品业直销现状概述272
 - 三、中国化妆品直销五大竞争阵地275
- 第四节化妆品业连锁经营分析278
 - 一、化妆品业连锁经营的必然性278
 - 二、化妆品业连锁经营的优势分析280
 - 三、中国化妆品业连锁经营的问题280
 - 四、中国化妆品业连锁经营的重新构建282
 - 五、化妆品企业建立连锁经营组织的步骤286
- 第五节化妆品梯度营销分析289
 - 一、化妆品行业梯度营销的必要性289
 - 二、渠道梯度290
 - 三、目标消费者梯度290
 - 四、品牌梯度291
 - 五、价格梯度291
 - 六、促销梯度292
 - 七、服务梯度292
- 第十六章2016年世界化妆品企业及品牌分析293
 - 第一节欧莱雅（L'Oreal）293
 - 一、企业简介293
 - 二、欧莱雅在中国的最新发展293
 - 三、2016年公司经营情况分析294
 - 四、欧莱雅在中国的经营策略分析294
 - 五、欧莱雅建亚洲最大彩妆生产基地294
 - 第二节宝洁（P&G，Procter&Gamble）295
 - 一、公司简介295

- 二、2016年公司经营情况分析295
- 三、宝洁在中国迅速发展的成功经验295
- 四、宝洁公司多品牌策略的分析299
- 五、宝洁品牌广告的四大绝招300
- 六、宝洁公司“4C”营销策略分析302
- 第三节联合利华 (Unilever) 304
 - 一、公司简介304
 - 二、联合利华在中国的发展情况304
 - 三、2016年公司经营情况分析304
 - 四、联合利华在华发展策略分析305
 - 五、联合利华多品牌营销战略优势分析305
 - 六、联合利华品牌战略提升竞争力306
 - 七、联合利华圈地加大产品投入306
- 第四节雅芳 (Avon) 307
 - 一、企业简介307
 - 二、雅芳的产品简介308
 - 三、2016年企业经营状况308
 - 四、雅芳营销模式转型分析309
 - 五、雅芳在上海建最大海外研发中心312
- 第五节资生堂 (Shiseido) 313
 - 一、企业简介313
 - 二、资生堂历史313
 - 三、2016年企业经营状况314
 - 四、日本资生堂品牌线路探讨315
 - 五、资生堂彩妆业务经营特色317
 - 六、资生堂在华未来发展战略318
- 第十七章 2017-2022年中国化妆品行业前景预测319
 - 第一节 中国化妆品行业的发展趋势319
 - 一、化妆品行业发展总趋势319
 - 二、未来化妆品市场发展趋势预测320
 - 三、化妆品连锁专卖将逐步取代单体店320

四、药妆将成化妆品行业发展新趋势323

第二节 2017-2022年中国化妆品市场规模预测324

一、中国化妆品市场规模预测324

二、中国高档化妆品市场规模预测324

第三节 2017-2022年中国化妆品各区域市场规模预测325

一、华东地区325

二、华中地区325

三、华北和东北地区326

四、西北地区326

五、华南地区500

六、西南地区500

第十八章 2017-2022年中国化妆品行业投资分析330 (ZY GXH)

第一节 中国化妆品业投资概况分析330

一、外行投资者看好化妆品行业330

二、化妆品市场需求持续上升引发投资热潮331

三、化妆品市场竞争环境趋于规范有利投资332

四、化妆品利润空间大营造新的投资增长点334

五、化妆品产业关联化带来新的投资点337

六、化妆品市场热点清晰有助投资338

七、化妆品行业环境不断完善将带来更多投资338

第二节 2017-2022年中国化妆品行业的投资前景分析340

一、男士化妆品投资前景分析340

二、中药化妆品行业的投资前景分析343

三、中国芦荟化妆品投资前景分析348

第三节 中国化妆品行业投资的问题与策略349

一、化妆品行业外行投资的问题和建议349

二、化妆品企业如何吸引风险投资355 (ZY GXH)

图表目录：

图表 1 2015年GDP初步核算数据98

图表 2 2015年GDP环比和同比增长速度98

图表 3 2016年1-3季度GDP初步核算数据99

图表 4 2016年3季度GDP环比和同比增长速度99

图表 5 2015-2016年规模以上工业增加值同比增长速度100

图表 6 2016年10月份规模以上工业生产主要数据102

图表 7 2015-2016年钢材日均产量及同比增速104

图表 8 2015-2016年水泥日均产量及同比增速105

图表 9 2015-2016年十种有色金属日均产量及同比增速106

图表 10 2015-2016年乙烯日均产量及同比增速106

图表 11 2015-2016年汽车日均产量及同比增速106

图表 12 2015-2016年轿车日均产量及同比增速107

图表 13 2015-2016年发电量日均产量及同比增速107

图表 14 2015-2016年原油加工量日均产量及同比增速108

图表 15 2015-2016年固定资产投资（不含农户）同比增速109

图表 16 2015-2016年固定资产投资到位资金同比增速110

图表 17 2016年1-10月份固定资产投资（不含农户）主要数据111

图表 18 2015-2016年10月社会消费品零售总额分月同比增长速度113

图表 19 2016年10月份社会消费品零售总额主要数据114

图表 20 2014-2016年中国化妆品行业企业数量统计149

图表 21 2014-2016年中国化妆品行业从业人员统计149

图表 22 2014-2016年中国化妆品行业资产负债分析150

图表 23 2014-2016年中国化妆品行业销售收入分析150

图表 24 2014-2016年中国化妆品行业利润增长分析150

图表 25 2014-2016年中国化妆品行业亏损分析151

图表 26 2014-2016年中国化妆品行业成本费用利润率统计151

图表 27 2014-2016年中国化妆品行业毛利率统计151

图表 28 2014-2016年中国化妆品行业利润率统计152

图表 29 2014-2016年中国化妆品行业资产利润率统计152

图表 30 2014-2016年中国化妆品行业偿债能力统计152

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/K77161D42V.html>