

2016-2022年中国彩妆市场 研究与战略咨询报告

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年中国彩妆市场研究与战略咨询报告》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.abaogao.com/b/hzhp/T61651NDG3.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

中国日化市场经过三十多年的发展，流通渠道已经成熟，商超渠道在国内三、四级市场也逐步成熟。日化终端渠道的护肤、彩妆和香水还是有待改进和完善的领域。未来将是日化终端渠道护肤品由波峰波谷的低潮期;而香水在未来还是国内相关渠道的市场培育期，及国际、国内强势连锁个人护理、化妆品专营店渠道的增长期;彩妆在未来几年中无疑将成为该渠道增长率的“领头羊”。

彩妆从区域市场方面来说，全国各大区域由于经济的发展速度不同，各有突出特点，各地的经济水平也决定了彩妆本身的市场潜力，从整个需求市场来看，彩妆需求量比较集中的地区主要集中在华东、华北等地区。

智研数据研究中心发布的《2016-2022年中国彩妆市场研究与战略咨询报告》依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行研究分析。它是业内企业、相关投资公司及政府部门准确把握行业发展趋势，洞悉行业竞争格局，规避经营和投资风险，制定正确竞争和投资战略决策的重要决策依据之一，具有重要的参考价值！

智研数据研究中心是国内权威的市场调查、行业分析专家，主要服务有市场调查报告，行业分析报告，投资发展报告，市场研究报告,市场分析报告,行业研究报告,行业调查报告,投资咨询报告,投资情报，免费报告,行业咨询,数据等，是中国知名的研究报告提供商。

报告目录：

第一章 彩妆相关概述 14

1.1 化妆品的相关概述 14

1.1.1 化妆品的定义 14

1.1.2 化妆品的分类 15

1.1.3 化妆品的主要作用 17

1.1.4 化妆品的发展历程 18

1.2 彩妆及其产品简释 23

1.2.1 彩妆的概念及作用 23

1.2.2 彩妆用品简介 24

1.3 主要彩妆产品介绍 27

1.3.1 粉底的定义及成分 27

1.3.2 眼影的概念及作用 28

1.3.3 睫毛膏的概念及发展历史 28

1.3.4 唇彩的相关概述 30

第二章 2015年中国彩妆行业市场发展环境分析 32

2.1 2015年中国宏观经济环境分析 32

2.1.1 2015年中国gdp增长情况分析 32

2.1.2 2015年中国居民消费价格走势 32

2.1.3 2015年城乡居民收入与消费分析 33

2.1.4 2015年中国社会消费品零售总额 35

2.1.5 2015年全社会固定资产投资分析 35

2.1.6 2015年进出口总额及增长率分析 36

2.2 2015年中国彩妆行业政策环境分析 37

2.2.1 化妆品卫生规范 37

2.2.2 化妆品评审和命名新政策解读 37

2.2.3 化妆品广告管理办法 39

2.3 2015年中国彩妆行业社会环境分析 41

2.3.1 2015年中国人口及分布总体情况 41

2.3.2 2015年中国女性人口及年龄分布 42

2.3.3 女性化妆品消费观念变革 43

2.4 2015年中国化妆品行业发展分析 47

2.4.1 2015年中国化妆品市场概况 47

2.4.2 2014年中国化妆品行业发展概况 50

2.4.3 2015年中国化妆品行业发展概况 53

2.4.4 2015年中国化妆品行业发展概况 56

第三章 2015年中国彩妆市场运行分析 59

3.1 2015年中国彩妆市场概况 59

3.1.1 2015年中国彩妆市场规模 59

3.1.2 2015年中国彩妆市场结构 59

3.1.3 2015年中国彩妆市场的新变化 60

3.1.4 2015年中国高档彩妆品走俏市场 65

3.2 2015年中国彩妆市场关注度分析 66

- 3.2.1 2015年彩妆品牌关注度 66
- 3.2.2 2015年彩妆产品类型关注度 66
- 3.3 2015年中国彩妆品消费市场调查 67
 - 3.3.1 中国彩妆市场消费者调查分析 67
 - 3.3.2 中国彩妆消费者生活态度分析 69
 - 3.3.3 中国彩妆消费者体育及休闲活动 72
- 3.4 中国彩妆市场运作模式分析 73
 - 3.4.1 流通型彩妆运作模式 73
 - 3.4.2 辐射型彩妆运作模式 74
 - 3.4.3 代理型彩妆运作模式 74
 - 3.4.4 终端型彩妆运作模式 75
- 3.5 2015年中国国产彩妆市场现状及问题分析 76
 - 3.5.1 国产彩妆市场发展现状 76
 - 3.5.2 国产彩妆发展中的问题 76
 - 3.5.3 国产彩妆品牌发展的困局 77
 - 3.5.4 国产彩妆产品包装单纯模仿国际品牌 78

第四章 2015年中国彩妆主要细分市场发展分析 82

- 4.1 2015年中国颊部彩妆市场分析 82
 - 4.1.1 2015年中国颊部彩妆市场规模 82
 - 4.1.2 2015年中国颊部彩妆品牌竞争状况 82
 - 4.1.3 2015年中国腮红市场消费调研分析 84
 - 4.1.4 2015年中国粉底市场消费调研分析 85
 - 4.1.5 2015年中国粉底液市场消费调研分析 87
- 4.2 2015年中国眼部彩妆市场发展分析 88
 - 4.2.1 2015年中国眼部彩妆市场规模 88
 - 4.2.2 2015年中国眼部彩妆品牌竞争状况 88
 - 4.2.3 2015年中国眼影市场消费调研分析 90
 - 4.2.4 2015年中国睫毛膏市场消费调研分析 91
- 4.3 2015年中国唇部彩妆市场分析 93
 - 4.3.1 2015年中国唇部彩妆市场规模 93
 - 4.3.2 2015年中国唇部彩妆品牌竞争状况 93

- 4.3.3 2015年中国唇彩市场需求状况分析 95
- 4.3.4 2015年中国唇膏市场消费调研分析 96
- 4.4 2015年中国美甲用品市场分析 97
 - 4.4.1 2015年中国美甲用品市场规模 97
 - 4.4.2 2015年中国美甲用品品牌竞争分析 98
 - 4.4.3 2015年中国指甲油市场消费调研分析 100

第五章 2010-2015年中国唇用化妆品进出口分析102

- 5.1 2010-2015年中国唇用化妆品进出口总体情况 102
 - 5.1.1 2010-2015年中国唇用化妆品进口情况 102
 - 5.1.2 2010-2015年中国唇用化妆品出口情况 103
- 5.2 2015年中国主要省市唇用化妆品进出口情况 104
 - 5.2.1 2015年中国主要省市唇用化妆品进口状况 104
 - 5.2.2 2015年中国主要省市唇用化妆品出口状况 105
- 5.3 2015年中国唇用化妆品进出口流向情况 106
 - 5.3.1 2015年中国唇用化妆品进口流向 106
 - 5.3.2 2015年中国唇用化妆品出口流向 107
- 5.4 2010-2015年中国唇用化妆品进出口均价分析 108

第六章 2010-2015年中国眼用化妆品进出口分析110

- 6.1 2010-2015年中国眼用化妆品进出口总体情况 110
 - 6.1.1 2010-2015年中国眼用化妆品进口情况 110
 - 6.1.2 2010-2015年中国眼用化妆品出口情况 111
- 6.2 2015年中国主要省市眼用化妆品进出口情况 112
 - 6.2.1 2015年中国主要省市眼用化妆品进口状况 112
 - 6.2.2 2015年中国主要省市眼用化妆品出口状况 113
- 6.3 2015年中国眼用化妆品进出口流向情况 114
 - 6.3.1 2015年中国眼用化妆品进口流向 114
 - 6.3.2 2015年中国眼用化妆品出口流向 115
- 6.4 2010-2015年中国眼用化妆品进出口均价分析 116

第七章 2010-2015年中国指(趾)甲化妆品进出口分析118

7.1 2010-2015年中国指(趾)甲化妆品进出口总体情况	118
7.1.1 2010-2015年中国指(趾)甲化妆品进口情况	118
7.1.2 2010-2015年中国指(趾)甲化妆品出口情况	119
7.2 2015年中国主要省市指(趾)甲化妆品进出口情况	120
7.2.1 2015年中国主要省市指(趾)甲化妆品进口状况	120
7.2.2 2015年中国主要省市指(趾)甲化妆品出口状况	121
7.3 2015年中国指(趾)甲化妆品进出口流向情况	122
7.3.1 2015年中国指(趾)甲化妆品进口流向	122
7.3.2 2015年中国指(趾)甲化妆品出口流向	122
7.4 2010-2015年中国指(趾)甲化妆品进出口均价分析	123

第八章 2015年中国彩妆市场竞争格局分析 125

8.1 2015年中国彩妆市场竞争	125
8.1.1 中国彩妆市场竞争概况	125
8.1.2 2015年中国彩妆厂商竞争格局	126
8.1.3 2015年中国彩妆品牌竞争分析	127
8.2 国际知名彩妆品牌提升竞争力的经验借鉴	130
8.2.1 artdeco彩妆品牌竞争力提升的经验借鉴	130
8.2.2 markwins彩妆品牌竞争力提升的经验借鉴	131
8.2.3 其他国际彩妆品牌对中国本土企业提升竞争力的启示	132
8.3 化妆品行业市场竞争新动向	132

第九章 彩妆市场营销策略分析 134

9.1 中国彩妆市场营销基本概述	134
9.1.1 彩妆营销的误区	134
9.1.2 彩妆营销的特点	135
9.2 彩妆营销策略分析	136
9.2.1 定位策略	136
9.2.2 贴身跟进大牌的市场---	137
9.2.3 品质优先的诚信策略	137
9.2.4 人性化营销策略	137
9.2.5 体验式营销策略	138

- 9.3 彩妆活动促销方式简析 141
 - 9.3.1 活动促销对彩妆品牌发展的意义 141
 - 9.3.2 保障彩妆活动促销成功的条件 141
 - 9.3.3 吸引顾客的法则 143
 - 9.3.4 促使活动成功的三要素 143
- 9.4 重点彩妆品牌营销案例 145
 - 9.4.1 美宝莲与娥佩兰的营销对比分析 145
 - 9.4.2 卡姿兰彩妆的营销法宝 146
- 9.5 彩妆市场营销的创新 148
 - 9.5.1 彩妆产品组合创新 148
 - 9.5.2 彩妆营销渠道创新 149

第十章 2015年世界彩妆企业旗下品牌分析 150

- 10.1 法国欧莱雅(L'oreal) 150
 - 10.1.1 企业简介 150
 - 10.1.2 欧莱雅在中国的发展 151
 - 10.1.3 2015年企业经营状况 153
 - 10.1.4 2015年企业经营状况 155
 - 10.1.5 2015年美宝莲在中国的发展现状 155
- 10.2 美国宝洁(p&g , procter&gambles) 156
 - 10.2.1 企业简介 156
 - 10.2.2 2015年企业经营状况 158
 - 10.2.3 宝洁公司在中国的营销策略分析 159
- 10.3 美国雅诗兰黛(esteelauder) 161
 - 10.3.1 企业及品牌简介 161
 - 10.3.2 雅诗兰黛发展简史 162
 - 10.3.3 雅诗兰黛的产品与服务 163
 - 10.3.4 2015财年企业经营情况 168
- 10.4 日本资生堂(shiseido) 170
 - 10.4.1 企业简介 170
 - 10.4.2 资生堂历史 171
 - 10.4.3 2015财年企业经营状况 172

- 10.5.4 资生堂品牌线路 174
- 10.4.5 资生堂在日本推出低端彩妆品牌 175
- 10.5 美国雅芳(avon) 175
 - 10.5.1 企业简介 175
 - 10.5.2 2015年企业经营状况 176
 - 10.5.3 雅芳的产品简介 178
 - 10.5.4 雅芳营销模式转型 179
 - 10.5.5 2015年雅芳新一代彩妆上市 180
- 10.6 法国丝芙兰(sephora) 181
 - 10.6.1 公司简介 181
 - 10.6.2 丝芙兰在中国的发展 182
 - 10.6.3 丝芙兰化妆品连锁店的创新经营模式 182
- 10.7 其他彩妆品牌 185
 - 10.7.1 植村秀(shu uemura) 185
 - 10.7.2 爱丽(etude) 186
 - 10.7.3 天使色彩 186
 - 10.7.4 色彩地带 187
 - 10.7.5 卡姿兰 188
 - 10.7.6 伊卡露诗 189

第十一章 2015年中国彩妆重点品牌和企业分析 191

- 11.1 玫琳凯(中国)化妆品有限公司 191
 - 11.1.1 企业基本情况 191
 - 11.1.2 2015年企业经营状况 191
 - 11.1.3 玫琳凯中国抢占电子商务先机 193
- 11.2 雅芳(中国)制造有限公司 194
 - 11.2.1 企业基本情况 194
 - 11.2.2 2015年企业经营状况 195
 - 11.2.3 雅芳中国转型之殇 196
- 11.3 资生堂丽源化妆品有限公司 198
 - 11.3.1 企业基本情况 198
 - 11.3.2 2015年企业经营状况 201

11.3.3 资生堂丽源再登行业效益十佳榜	203
11.4 苏州尚美国际化妆品有限公司	203
11.4.1 企业基本情况	203
11.4.2 2015年企业经营状况	204
11.5 松泽化妆品(深圳)有限公司	205
11.5.1 企业基本情况	205
11.5.2 2015年企业经营状况	206
11.6 其他品牌介绍	207
11.6.1 巧迪尚惠	207
11.6.2 雅美姿	209
11.6.3 蓝色之恋	209
第十二章 2016-2022年中国彩妆市场前景及发展趋势	211
12.1 中国化妆品市场的发展前景及趋势	211
12.1.1 化妆品行业发展总趋势	211
12.1.2 中国化妆品市场趋势预测	213
12.1.3 化妆品连锁专卖将逐步取代单体店	213
12.1.4 2016-2022年中国化妆品行业市场规模预测	216
12.2 2016-2022年中国彩妆市场的前景及发展趋势预测	216
12.2.1 中国低价彩妆市场潜力巨大	216
12.2.2 未来彩妆产品的发展方向	217
12.2.3 特许经营模式将成中国彩妆市场新亮点	218
12.2.4 彩妆原料往安全、天然、滋养方向发展	219
12.3 2016-2022年中国彩妆市场规模预测分析	220
12.3.1 2016-2022年中国彩妆总体市场规模预测	220
12.3.2 2016-2022年中国眼部彩妆总体市场规模预测	221
12.3.3 2016-2022年中国颊部彩妆总体市场规模预测	221
12.3.4 2016-2022年中国唇部彩妆总体市场规模预测	222
12.3.5 2016-2022年中国美甲产品总体市场规模预测	222

图表目录：

图表 1 化妆品分类(按使用目的分)	14
--------------------	----

图表 2 化妆品分类(按使用部位分) 15

图表 3 化妆品分类(按剂型分) 15

图表 4 化妆品分类(按年龄分) 16

图表 5 化妆品分类(按产品特点分) 16

图表 6 粉底的成分和作用 27

图表15 2011-2015年中国国内生产总值及增长速度 31

图表16 2011-2015年中国居民消费价格指数变化趋势图 32

图表17 2011-2015年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图 33

图表18 2011-2015年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图 33

图表19 2011-2015年中国城镇居民消费与恩格尔系数 33

图表20 2011-2015年中国农村居民家庭恩格尔系数 34

图表21 2011-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度 34

图表22 2011-2015年中国全社会固定资产投资增长趋势图 35

图表23 2011-2015年中国进出口总额及增长速度 35

图表 13 2015年中国人口数及其构成情况 40

图表 14 2011-2015年中国城市人口及所占比例趋势图 41

图表 15 2011-2015年间主要年份中国女性人口数量及比重 41

图表 16 2015年中国女性人口年龄分布 41

图表 17 2015年中国女性人口年龄分布结构图 42

图表 18 2011-2015年中国化妆品市场规模增长趋势图 46

图表 19 2011-2015年中国高档化妆品市场规模及增长率 48

图表 20 2014年中国化妆品行业经济指标统计 49

图表 21 2014年中国化妆品行业前五省区企业数量排名 51

图表 22 2014年中国化妆品行业前五省区工业总产值排名 51

图表 23 2014年中国化妆品行业前五省区资产总计排名 51

图表 24 2014年中国化妆品行业前五省区销售收入排名 52

图表 25 2014年中国化妆品行业前五省区利润总额排名 52

图表 26 2015年中国化妆品行业经济指标统计 53

图表 27 2015年中国化妆品行业前五省区企业数量排名 54

图表 28 2015年中国化妆品行业前五省区资产总计排名 54

图表 29 2015年中国化妆品行业前五省区销售收入排名 54

图表 30 2015年中国化妆品行业前五省区利润总额排名 55

图表 31 2015年中国化妆品行业经济指标统计 55

图表 46 2015年中国化妆品行业前五省区企业数量排名 56

图表 47 2015年中国化妆品行业前五省区资产总计排名 57

图表 48 2015年中国化妆品行业前五省区销售收入排名 57

图表 36 2011-2015年中国彩妆市场规模及增长率 58

图表 37 2014年中国彩妆市场结构(单位：亿元) 59

图表 38 2015年中国彩妆市场结构(单位：亿元) 59

图表 39 2011-2015年中国高档彩妆品市场份额 64

图表 40 2015年彩妆品牌关注度排行 65

图表 41 2015年彩妆产品类型关注度排行 65

图表 42 中国30大城市彩妆市场需求总体状况 66

图表 43 中国30大城市彩妆品牌渗透率总体情况 66

图表 44 中国30大城市消费者最经常使用的彩妆品牌总体情况 67

图表 45 中国彩妆消费者的品牌观 68

图表 46 中国彩妆消费者的广告观 68

图表 47 中国彩妆消费者的购物投资观 69

图表 48 中国彩妆消费者的饮食生活观 69

图表 49 中国彩妆消费者的个性时尚观 70

图表 50 中国彩妆消费者的工作成就观 70

图表 51 中国彩妆消费者的科技环保观 70

图表 52 中国彩妆消费者参加体育运动所占份额 71

图表 53 中国彩妆消费者参加休闲活动所占份额 72

图表 54 2011-2015年中国颊部彩妆市场规模及增长率 81

图表 55 2011-2015年中国颊部彩妆品牌市场占有率统计 82

图表 56 2014年中国颊部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额 83

图表 57 2015年中国颊部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额 83

图表 58 2015年中国30座城市腮红市场需求分析 83

图表 59 2015年中国30座城市粉底市场需求分析 85

图表 60 2015年中国30座城市粉底液市场需求分析 86

图表 61 2011-2015年中国眼部彩妆市场规模及增长率 87

图表 62 2011-2015年中国眼部彩妆品牌市场占有率统计 88

图表 63 2014年中国眼部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额 89

图表 64 2015年中国眼部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额 89

图表 65 2015年中国30座城市眼影市场需求分析 89

图表 66 2015年中国30座城市睫毛膏市场需求分析 91

图表 67 2011-2015年中国唇部彩妆市场规模及增长率 92

图表 68 2011-2015年中国唇部彩妆品牌市场占有率统计 92

图表 69 2014年中国唇部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额 93

图表 70 2015年中国唇部彩妆市场份额排名前十位的品牌份额 94

图表 71 2015年中国30座城市唇彩市场需求分析 94

图表 72 2015年中国30座城市唇膏市场需求分析 95

图表 73 2011-2015年中国美甲用品市场规模及增长率 97

图表 74 2011-2015年中国美甲用品品牌市场占有率 97

图表 75 2014年中国美甲用品市场份额排名前十位的品牌份额 98

图表 76 2015年中国美甲用品市场份额排名前十位的品牌份额 99

图表 77 2015年中国30座城市指甲油市场需求分析 99

图表 78 2011-2015年中国唇用化妆品进口数量统计 101

图表 79 2011-2015年中国唇用化妆品进口数量增长趋势图 101

图表 80 2011-2015年中国唇用化妆品进口金额统计 102

图表 81 2011-2015年中国唇用化妆品进口金额增长趋势图 102

图表 82 2011-2015年中国唇用化妆品出口数量统计 102

图表 83 2011-2015年中国唇用化妆品出口数量增长趋势图 103

图表 84 2011-2015年中国唇用化妆品出口金额统计 103

图表 85 2011-2015年中国唇用化妆品出口金额增长趋势图 103

图表 86 2015年中国主要省市(分海关)唇用化妆品进口统计 104

图表 87 2015年中国主要省市(分海关)唇用化妆品出口统计 104

图表 88 2015年中国唇用化妆品进口来源地情况 105

图表 89 2015年中国唇用化妆品出口流向情况 106

图表 90 2011-2015年中国唇用化妆品进出口均价情况 107

图表 91 2011-2015年中国唇用化妆品进出口均价趋势图 108

图表 92 2011-2015年中国眼用化妆品进口数量统计 109

图表 93 2011-2015年中国眼用化妆品进口数量增长趋势图 109

图表 94 2011-2015年中国眼用化妆品进口金额统计 110

图表 95 2011-2015年中国眼用化妆品进口金额增长趋势图 110

图表 96 2011-2015年中国眼用化妆品出口数量统计 110

图表 97 2011-2015年中国眼用化妆品出口数量增长趋势图 111

图表 98 2011-2015年中国眼用化妆品出口金额统计 111

图表 99 2011-2015年中国眼用化妆品出口金额增长趋势图 111

图表 100 2015年中国主要省市(分海关)眼用化妆品进口统计 112

图表 101 2015年中国主要省市(分海关)眼用化妆品出口统计 112

图表 102 2015年中国眼用化妆品进口来源地情况 113

图表 103 2015年中国眼用化妆品出口流向情况 114

图表 104 2011-2015年中国眼用化妆品进出口均价情况 115

图表 105 2011-2015年中国眼用化妆品进出口均价趋势图 116

图表 106 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品进口数量统计 117

图表 107 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品进口数量增长趋势图 117

图表 108 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品进口金额统计 118

图表 109 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品进口金额增长趋势图 118

图表 110 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品出口数量统计 118

图表 111 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品出口数量增长趋势图 119

图表 112 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品出口金额统计 119

图表 113 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品出口金额增长趋势图 119

图表 114 2015年中国主要省市(分海关)指(趾)甲化妆品进口统计 120

图表 115 2015年中国主要省市(分海关)指(趾)甲化妆品出口统计 120

图表 116 2015年中国指(趾)甲化妆品进口来源地情况 121

图表 117 2015年中国指(趾)甲化妆品出口流向情况 121

图表 118 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品进出口均价情况 122

图表 119 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品进出口均价趋势图 123

图表 120 2015年中国彩妆市场品牌竞争概况 124

图表 121 2011-2015年中国彩妆市场厂商市场份额 125

图表 122 2014年市场份额排名前十位的彩妆生产企业占比 126

图表 123 2015年市场份额排名前十位的彩妆生产企业占比 126

图表 124 2011-2015年中国彩妆品牌市场占有率 127

图表 125 2014年中国彩妆市场份额排名前十位的品牌份额 128

图表 126 2015年中国彩妆市场份额排名前十位的品牌份额 129

图表 127 2011-2015年欧莱雅集团经营情况 152

图表 128 2014年欧莱雅集团分部门经营情况 152

图表 129 2015年欧莱雅集团分产品及部门经营情况 153

图表 130 2011-2015年欧莱雅集团销售额分地区情况统计 153

图表 131 2011-2015年欧莱雅集团化妆品业务分地区销售额统计 153

图表 132 2011-2015年欧莱雅集团经营利润分地区情况统计 154

图表 133 2015年宝洁公司经营状况 157

图表 134 2011-2015年宝洁公司分产品经营状况 157

图表 135 2011-2015年宝洁公司分产品销售收入统计 158

图表 136 2011-2015年雅诗兰黛销售和利润情况统计 167

图表 137 2011-2015年雅诗兰黛销售收入增长趋势 168

图表 138 2011-2015年雅诗兰黛利润总额增长趋势 168

图表 139 2011-2015年雅诗兰黛净利润增长趋势 168

图表 140 2011-2015年雅诗兰黛分地区销售收入统计 168

图表 141 2011-2015年雅诗兰黛分产品销售收入统计 169

图表 142 2013-2015年资生堂资产负债状况 171

图表 143 2013-2015年资生堂销售及利润统计 172

图表 144 2013-2015年资生堂分地区主营业务收入状况 172

图表 145 2013-2015年资生堂分地区销售额状况 172

图表 146 2013-2015年资生堂具体分地区销售额状况 172

图表 147 2013-2015年资生堂经营利润分地区状况统计 173

图表 148 2011-2015年雅芳销售和利润状况统计 175

图表 149 2011-2015年雅芳销售收入及增长率情况 176

图表 150 2011-2015年雅芳经营利润及增长率情况 176

图表 151 2011-2015年雅芳净利润及增长率情况 176

图表 152 2011-2015年雅芳毛利率变化情况 177

图表 153 2011-2015年雅芳集团按产品分销售额占比 177

图表 154 2011-2015年雅芳分地区经营情况 177

图表 155 丝芙兰发展历程 180

图表 156 天使色彩品牌发展历程 186

图表 157 2011-2015年玫琳凯(中国)化妆品有限公司收入及利润统计 190

图表 158 2011-2015年玫琳凯(中国)化妆品有限公司收入增长趋势图 191

图表 159 2011-2015年玫琳凯(中国)化妆品有限公司销售利润率 191

图表 160 2014年玫琳凯(中国)化妆品有限公司成本费用统计 191

图表 161 2011-2015年雅芳(中国)制造有限公司收入及利润统计 194

图表 162 2011-2015年雅芳(中国)制造有限公司收入增长趋势图 194

图表 163 2011-2015年雅芳(中国)制造有限公司销售利润率 194

图表 164 2015年雅芳(中国)制造有限公司成本费用统计 195

图表 165 2015年雅芳(中国)制造有限公司成本费用比例图 195

图表 166 2011-2015年资生堂丽源化妆品有限公司收入及利润统计 200

图表 167 2011-2015年资生堂丽源化妆品有限公司收入增长趋势图 201

图表 168 2011-2015年资生堂丽源化妆品有限公司销售利润率 201

图表 169 2015年资生堂丽源化妆品有限公司成本费用统计 201

图表 170 2015年资生堂丽源化妆品有限公司成本费用比例图 202

图表 171 2011-2015年苏州尚美国际化妆品有限公司收入及利润统计 203

图表 172 2011-2015年苏州尚美国际化妆品有限公司收入增长趋势图 204

图表 173 2011-2015年苏州尚美国际化妆品有限公司销售利润率 204

图表 174 2015年苏州尚美国际化妆品有限公司成本费用统计 204

图表 175 2011-2015年松泽化妆品(深圳)有限公司收入及利润统计 205

图表 176 2011-2015年松泽化妆品(深圳)有限公司收入增长趋势图 205

图表 177 2011-2015年松泽化妆品(深圳)有限公司销售利润率 206

图表 178 2015年松泽化妆品(深圳)有限公司成本费用统计 206

图表 179 2015年松泽化妆品(深圳)有限公司成本费用比例图 206

图表 180 尚惠国际发展历程及荣誉 207

图表 181 化妆品消费趋势 210

图表 182 2016-2022年中国化妆品行业市场规模预测 215

图表 183 2016-2022年中国彩妆行业市场规模预测 220

图表 184 2016-2022年中国眼部彩妆行业市场规模预测 220

图表 185 2016-2022年中国颊部彩妆行业市场规模预测 221

图表 186 2016-2022年中国唇部彩妆行业市场规模预测 221

图表 187 2016-2022年中国美甲产品行业市场规模预测 222

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/T61651NDG3.html>