

2018-2024年中国化妆品多 肽市场全景调查与市场全景评估报告

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

《2018-2024年中国化妆品多肽市场全景调查与市场全景评估报告》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/V81894CKWP.html>

报告价格：印刷版：RMB 8000 电子版：RMB 8000 印刷版+电子版：RMB 8200

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

报告目录：

第一章 2017年中国行业整体局势发展综述 21

第一节 中国化妆品多肽行业发展形势情况 21

一、中国化妆品多肽行业发展周期 21

二、中国化妆品多肽行业产业链分析 23

三、中国化妆品多肽行业发展SWOTW分析 26

第二节 近几年中国化妆品多肽行业运行状况研究 27

一、2015-2017年中国化妆品多肽行业产量统计 27

二、2015-2017年中国化妆品多肽行业需求量走势 28

三、2015-2017年中国化妆品多肽行业进出口分析 28

四、2015-2017年中国行业整体供需状况 29

第二章 2015-2017年当前经济形势对行业发展环境的影响 30

第一节 2015-2017年中国化妆品多肽行业经济环境展望 30

一、2017年中国国民经济分析 30

二、2017年中国固定资产投资情况分析 33

三、2015年中国恩格尔系数分析 36

四、2018-2024年中国宏观经济发展预测 40

第二节 中国化妆品多肽行业社会环境分析 43

一、居民消费水平分析 43

二、城镇人员从业状况 59

第三节 中国化妆品多肽行业政策法规解读 60

一、产业振兴规划 60

二、产业发展规划 61

三、行业标准政策 62

四、市场应用政策 65

五、财政税收政策 65

第四节 中国化妆品多肽行业国际贸易环境研究 66

第五节 当前经济形势对行业发展环境的影响 77

第三章2015-2017年中国化妆品多肽行业数据情报跟踪监测 82

第一节2015-2017年中国化妆品多肽行业规模分析 82

一、企业数量增长分析 82

二、从业人数增长分析 82

三、资产规模增长分析 83

第二节2017年中国化妆品多肽行业结构分析 83

一、企业数量结构分析 83

1、不同类型分析 84

2、不同所有制分析 84

二、销售收入结构分析 84

1、不同类型分析 85

2、不同所有制分析 85

第三节2015-2017年中国化妆品多肽行业产值分析 85

一、产成品增长分析 86

二、工业销售产值分析 86

三、出口交货值分析 87

第四节2015-2017年中国化妆品多肽行业成本费用分析 87

一、销售成本统计 87

二、费用统计 88

第五节2015-2017年中国化妆品多肽行业盈利能力分析 88

一、主要盈利指标分析 88

二、主要盈利能力指标分析 89

第四章 2018-2024年中国化妆品多肽行业区域市场需求状况预测 90

第一节2018-2024年华北地区化妆品多肽市场需求状况 90

一、2017年行业发展现状分析 90

二、2017年市场规模情况分析 90

三、2018-2024年市场需求情况 91

四、2018-2024年化妆品多肽行业发展前景预测 91

第二节2018-2024年东北地区化妆品多肽市场规模研究 92

一、2017年化妆品多肽行业发展现状 92

二、2017年市场规模情况分析 92

| | |
|---------------------------------|-----|
| 三、2018-2024年市场需求情况 | 93 |
| 四、2018-2024年化妆品多肽行业发展前景预测 | 93 |
| 第三节2018-2024年华东地区化妆品多肽行业前景展望 | 94 |
| 一、2017年化妆品多肽行业发展回顾 | 94 |
| 二、2017年市场规模情况分析 | 94 |
| 三、2018-2024年市场需求情况 | 95 |
| 四、2018-2024年化妆品多肽行业发展前景预测 | 95 |
| 第四节2018-2024年华南地区化妆品多肽市场需求预测 | 96 |
| 一、2017年化妆品多肽行业发展局势分析 | 96 |
| 二、2017年市场规模情况分析 | 96 |
| 三、2018-2024年市场需求格局 | 96 |
| 四、2018-2024年化妆品多肽行业发展前景预测 | 97 |
| 第五节2018-2024年华中地区化妆品多肽行业发展潜力分析 | 98 |
| 一、2017年化妆品多肽行业发展情况 | 98 |
| 二、2017年市场规模研究 | 98 |
| 三、2018-2024年市场需求情况 | 98 |
| 四、2018-2024年化妆品多肽行业发展前景预测 | 99 |
| 第六节2018-2024年西南地区化妆品多肽市场规模预测 | 99 |
| 一、2017年化妆品多肽行业发展形势 | 99 |
| 二、2018-2024年市场规模情况 | 100 |
| 三、2018-2024年市场需求预测 | 100 |
| 四、2018-2024年化妆品多肽行业发展前景预测 | 101 |
| 第七节2018-2024年西北地区化妆品多肽行业发展预测 | 101 |
| 一、2017年化妆品多肽行业发展现状分析 | 101 |
| 二、2017年市场规模情况分析 | 102 |
| 三、2018-2024年化妆品多肽行业市场需求状况 | 102 |
| 四、2018-2024年化妆品多肽行业发展前景预测 | 103 |
| 第五章 2015-2017年中国化妆品多肽行业成本费用统计分析 | 104 |
| 第一节2015-2017年化妆品多肽行业产品销售成本分析 | 104 |
| 一、2015-2017年化妆品多肽行业销售成本总额分析 | 104 |
| 二、不同规模企业销售成本比较分析 | 104 |

| | |
|------------------------------|-----|
| 三、不同所有制企业销售成本比较分析 | 105 |
| 第二节2015-2017年化妆品多肽行业销售费用分析 | 105 |
| 一、2015-2017年化妆品多肽行业销售费用总额分析 | 105 |
| 二、不同规模企业销售费用比较分析 | 106 |
| 三、不同所有制企业销售费用比较分析 | 106 |
| 第三节2015-2017年化妆品多肽行业管理费用分析 | 106 |
| 一、2015-2017年化妆品多肽行业管理费用总额分析 | 106 |
| 二、不同规模企业管理费用比较分析 | 107 |
| 三、不同所有制企业管理费用比较分析 | 107 |
| 第四节2015-2017年化妆品多肽行业财务费用分析 | 108 |
| 一、2015-2017年化妆品多肽行业财务费用总额分析 | 108 |
| 二、不同规模企业财务费用比较分析 | 108 |
| 三、不同所有制企业财务费用比较分析 | 109 |
| | |
| 第六章 中国化妆品多肽产业市场营销策略竞争深度研究 | 110 |
| 第一节 不同规模企业市场营销策略竞争分析 | 110 |
| 一、不同规模企业市场产品策略 | 110 |
| 二、不同规模企业市场渠道策略 | 112 |
| 三、不同规模企业市场价格策略 | 113 |
| 四、不同规模企业广告媒体策略 | 114 |
| 五、不同规模企业客户服务策略 | 117 |
| 第二节 不同所有制企业市场营销策略竞争分析 | 119 |
| 第三节 不同规模企业/所有制企业市场营销策略专家观点 | 131 |
| | |
| 第七章2017年中国化妆品多肽行业营销策略和销售渠道考察 | 202 |
| 第一节 中国化妆品多肽行业目前主要营销渠道分析 | 202 |
| 第二节 中国化妆品多肽行业重点企业营销策略 | 202 |
| 第三节 中国化妆品多肽行业产品营销策略建议 | 202 |
| 一、产品功效优先策略 | 202 |
| 二、产品品牌提升策略 | 203 |
| 三、产品价格杠杆策略 | 203 |
| 四、产品媒体组合策略 | 204 |

| | |
|---------------------------|-----|
| 五、产品个性推介策略 | 205 |
| 六、产品层次营销策略 | 205 |
| 第四节 中国化妆品多肽行业营销渠道变革专家研究 | 206 |
| 一、化妆品多肽行业营销渠道新理念 | 206 |
| 二、化妆品多肽行业渠道管理新发展 | 206 |
| 三、当前中国中小企业的外部营销环境 | 208 |
| 四、中小企业营销渠道存在的问题和不足 | 209 |
| 第五节 中国化妆品多肽行业营销渠道发展趋势点评 | 211 |
| 一、营销渠道结构扁平化 | 211 |
| 二、营销渠道终端个性化 | 211 |
| 三、营销渠道关系互动化 | 211 |
| 四、营销渠道商品多样化 | 212 |
| | |
| 第八章2017年中国化妆品多肽行业需求用户调研结果 | 213 |
| 第一节2017年化妆品多肽行业用户认知程度分析 | 213 |
| 一、不同收入用户认知程度分析 | 213 |
| 二、不同年龄用户认知程度分析 | 213 |
| 三、不同地区用户认知程度分析 | 213 |
| 四、不同学历用户认知程度分析 | 213 |
| 第二节2017年中国化妆品多肽行业用户需求特点 | 214 |
| 一、不同收入用户需求特点分析 | 214 |
| 二、不同年龄用户需求特点分析 | 214 |
| 三、不同地区用户需求特点分析 | 215 |
| 四、不同学历用户需求特点分析 | 215 |
| 第三节2017年中国化妆品多肽行业用户关注因素分析 | 216 |
| 一、功能多样性 | 216 |
| 二、质量可靠性 | 216 |
| 三、价格合理性 | 216 |
| 四、外型美观性 | 216 |
| 五、服务便捷性 | 217 |
| 第四节2017年化妆品多肽行业其它用户特征分析 | 217 |

第九章2017年中国化妆品多肽行业整体竞争格局形势剖析 219

第一节 2017年中国化妆品多肽行业集中度分析 219

一、行业集中度分析 219

二、不同所有制企业市场份额调查 220

三、不同规模企业市场份额调查 220

第二节2017年中国区域竞争格局深度剖析 220

第三节2017年中国化妆品多肽行业与替代品行业市场占有率分析 221

第四节2018-2024年中国化妆品多肽行业市场竞争趋势预测 221

第十章2017年中国化妆品多肽标杆企业竞争力指标分析 222

第一节 SK-II 222

一、企业发展概况 222

二、企业主要经济指标分析 223

三、企业盈利能力分析 225

四、企业偿债能力分析 226

五、企业运营能力分析 227

六、企业成长能力分析 228

第二节 玉兰油 (OLAY) 229

一、企业发展概况 229

二、企业主要经济指标分析 230

三、企业盈利能力分析 231

四、企业偿债能力分析 232

五、企业运营能力分析 233

六、企业成长能力分析 234

第三节 雅芳 235

一、企业发展概况 235

二、企业主要经济指标分析 236

三、企业盈利能力分析 237

四、企业偿债能力分析 238

五、企业运营能力分析 239

六、企业成长能力分析 240

第四节 迪奥 (Dior) 241

- 一、企业发展概况 241
- 二、企业主要经济指标分析 241
- 三、企业盈利能力分析 243
- 四、企业偿债能力分析 244
- 五、企业运营能力分析 245
- 六、企业成长能力分析 246
- 第五节 兰蔻 247
- 一、企业发展概况 247
- 二、企业主要经济指标分析 248
- 三、企业盈利能力分析 250
- 四、企业偿债能力分析 251
- 五、企业运营能力分析 252
- 六、企业成长能力分析 253

第十一章 2018-2024年中国化妆品多肽行业市场盈利预测与投资潜力 255

第一节 2018-2024年中国化妆品多肽行业重点企业投资行为研究 255

第二节 2018-2024年中国化妆品多肽行业市场规模预测 257

第三节 2018-2024年中国化妆品多肽行业盈利水平分析 258

第四节 2018-2024年中国化妆品多肽投资机会分析 258

- 一、细分市场机会 258
- 二、新进入者投资机会 259
- 三、产业链投资机会 259

第五节 2018-2024年中国化妆品多肽总体机会专家评价 260

第十二章 2018-2024年中国化妆品多肽行业前景展望及对策分析 261

第一节 2018-2024年中国化妆品多肽行业发展前景展望 261

- 一、化妆品多肽行业市场发展前景分析 261
- 二、化妆品多肽行业市场蕴藏的商机探讨 261
- 三、化妆品多肽行业“十三五”规划解读 261

第二节 2018-2024年中国行业发展对策研究 263

- 一、把握国家投资的契机 263
- 二、竞争性战略联盟的实施 264

三、市场重点客户战略实施 265

第十三章 2018-2024年中国化妆品多肽产业未来发展预测及投资风险 267

第一节 当前行业存在的问题解决 267

第二节 中国化妆品多肽行业发展预测与投资前景 267

第三节 中国化妆品多肽产业投资风险 267

一、政策风险 267

二、技术风险 267

三、市场风险 268

四、财务风险 269

五、经营管理风险 269

第四节 当前经济不景气环境下化妆品多肽企业防范措施及策略 270

第十四章 2018-2024年中国化妆品多肽行业投资风险策略探讨 272

第一节 产品定位与定价 272

第二节 成本控制建议 273

第三节 技术创新研究 278

第四节 投资策略解析 281

第五节 如何应对当前经济形势 282

第十五章 项目投资注意事项 285

第一节 中国化妆品多肽行业投资环境考察 285

一、经济因素 285

二、政策因素 285

三、人口因素 285

四、社会发展因素 288

第二节 中国化妆品多肽行业投资风险控制策略 289

一、行业投资风险控制及策略研究 289

二、建立健全投资风险预警机制 289

三、建立完善的质量管理体系（提高产品市场竞争力） 290

四、建立健全企业内控机制（降低投资风险的可能性） 291

第三节 化妆品多肽行业技术应用注意事项 291

第四节 化妆品多肽行业项目投资注意事项 293

- 一、注意选择好项目实施团队 293
- 二、注意对项目的前期分析 293
- 三、注意与企业现有产业相衔接 293
- 四、注意与所在地区产业相连接 294
- 五、注意与现有营销体系相连接 294
- 六、注意对项目投资总额的控制 295

第五节 化妆品多肽行业生产开发注意事项 295

- 一、产品开发与品牌路线相吻合，战线统一 295
- 二、开发新产品要差异化，拥有个性 296
- 三、注重生产现场管理，精益化生产 297

第六节 化妆品多肽行业销售注意事项 298

图表目录：

图表 1 我国化妆品多肽产业行业所处生命周期示意图 21

图表 2 行业生命周期、战略及其特征 22

图表 3 产业链形成模式示意图 24

图表 4 化妆品多肽的产业链结构图 26

图表5 2015-2017年中国化妆品多肽行业产量统计 27

图表6 2015-2017年中国化妆品多肽行业需求量走势 28

图表7 2015-2017年中国化妆品多肽行业进出口分析 28

图表8 2015-2017年中国化妆品多肽行业整体供需状况 29

图表 9 2016-2017我国全社会固定资产及其增长率情况 36

图表10 2012-2017中国城乡居民恩格尔系数对比表 38

图表11 2016-2017全国居民消费价格涨跌幅度 44

图表12 2016-2017我国猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况 45

图表13 2016-2017我国鲜菜、鲜果价格变动情况 45

图表14 2017居民消费价格分类别同比涨跌幅 46

图表15 2017居民消费价格分类别环比涨跌幅 47

图表16 2015年12月居民消费价格主要数据 48

图表17 2016-2017我国工业生产者出厂价格涨跌幅 50

图表18 2016-2017我国工业生产者购进价格涨跌幅 51

- 图表19 2016-2017我国生产资料出厂价格涨跌幅 51
- 图表20 2016-2017我国生活资料出厂价格涨跌幅 52
- 图表21 2017工业生产者价格主要数据 53
- 图表 22 2016-2017我国农村居民人均纯收入及其增长速度 58
- 图表 23 2016-2017我国城镇居民人均可支配收入及其增长速度 58
- 图表 24 2010-2014年城镇新增就业人数 59
- 图表 25 2010-2014年国家全员劳动生产率 59
- 图表26 23项新发布的化妆品国家标准一览表 63
- 图表27 我国网络购物市场用户购买商品品类分布（单位：%） 78
- 图表28 传统化妆品消费存在的“痛点” 80
- 图表 29 2015-2017年我国化妆品多肽行业企业数量增长情况分析 82
- 图表 30 2015-2017年我国化妆品多肽行业从业人数增长情况分析 82

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/V81894CKWP.html>