

2016-2022年中国护肤品市场深度研究与投资可行性报告

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年中国护肤品市场深度研究与投资可行性报告》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/W91894074T.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

我国化妆品行业对外开放较早，早在80年代开始，外资化妆品巨头就开始逐步进入中国市场，对国内化妆品市场造成了很大冲击。初期，因国际化妆品巨头定位收入较高的高端人群，而由于改革开放初期国内日化产品严重匮乏，大宝等本土国产品牌主要走大众消费品路线，“价格便宜量又足”主打物美价廉牌，因此暂未直面交锋；进入90年代后期，随着更多国际高端品牌进入中国市场，外资品牌开始在中国发动全面战争，市场竞争越来越激烈，但定位低端的国产品牌仍蓬勃发展，涌现了如小护士、索芙特、丁家宜、姗拉娜等优秀国产品牌；以2003年欧莱雅收购国产品牌小护士开始，化妆品巨头们在高端市场站稳脚跟后，凭借强大的资本实力和品牌优势开始通过大肆收购本土品牌以切入中低端市场，实现其本土化战略，使得不少曾独领风骚的国产品牌纷纷被收购或是逐渐没落。

虽然外资品牌极大地挤占了本土品牌的市场空间，但带来了新鲜的产品体系、先进的营销及管理经验，激烈的市场竞争中稚嫩的本土品牌逐渐成长起来，涌现了不少优秀的、耳熟能详的国产品牌。

外资化妆品集团通过并购优秀国产品牌以切入中低端市场，实现本土化战略

时间	收购方	收购标的	收购价格
2003-12	欧莱雅	小护士	传闻2.5亿元
2004-6	欧莱雅	羽西	
2007-10	拜尔斯多尔夫	丝宝85%股权	2.7亿欧元
2008	强生	大宝	23亿元人民币
2011	科蒂	丁家宜	4亿美元
2012-12	强生	暖呵	6.5亿元人民币
2013-8-16	欧莱雅	美即面膜	65亿港元

资料来源：智研数据中心整理

2013年护肤品类市场容量达937亿元，是美容及个人护理用品中最大的子行业。2006-2013年的复合增长率约15%，远快于美容及个人护理用品12%的增速。2014年我国护肤品类市场容量增长至1055亿元。预计到2016年将超过1200亿元的市场容量。

《2016-2022年中国护肤品市场深度研究与投资可行性报告》由智研数据研究中心公司领衔撰写，在大量周密的市场调研基础上，主要依据了国家统计局、国家商务部、国家发改委、国家经济信息中心、国务院发展研究中心、国家海关总署、知识产权局、智研数据中心提供的最新行业运行数据为基础，验证于与我们建立联系的全国科研机构、行业协会组织的权威统计资料。

报告揭示了护肤品行业市场潜在需求与市场机会，报告对中国护肤品做了重点企业经营状况分析，并分析了中国护肤品行业发展前景预测。为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有

极大的参考价值。

报告目录：

第一章 2013-2015年护肤品行业分析

第一节 2013-2015年世界护肤品发展总体状况

一、国际护肤品行业结构面临发展变局

二、2014-2015年全球护肤品市场持续扩张

近十年来全球化妆市场呈现一种坚韧而稳定的增长，未有一年出现过停滞或负增长情形，即使在2008 - 2009危机之年增速放缓，但很快在复苏中回到历史正常增长水平。截至2014年全球化妆品市场规模达1723亿欧元。

而从产品品类看，护肤品、护发用品和彩妆依然需求最大。2013年全球护肤品市场规模为567.1亿欧元，占化妆品市场总量的34.1%；护发用品市场规模为400.8亿欧元，占比为24.1%；彩妆市场规模为276.1亿欧元，占比为16.6%；香水市场规模为211.2亿欧元，占市场总量的12.7%。

2014年全球护肤品市场规模为608.2亿欧元，占化妆品市场总量的35.3%；护发用品市场规模为401.5亿欧元，占比为23.3%；彩妆市场规模为286.0亿欧元，占比为16.6%；香水市场规模为220.5亿欧元，占市场总量的12.8%。

2010-2014年全球化妆品各细分产品市场份额变动趋势 - 2010年 2011年 2012年 2013年
2014年 护肤品 32.0% 31.0% 34.0% 34.1% 35.3% 护发 26.0% 25.0% 25.0% 24.1%
23.3% 彩妆 16.0% 17.0% 16.0% 16.6% 16.6% 香水 13.0% 14.0% 13.0% 12.7% 12.8%
卫生、香体 12.0% 12.0% 11.0% 11.2% 10.8% 口腔用品 1.0% 1.0% 1.0% 1.3% 1.2% 资料来源：欧莱雅集团

据统计，2009年全球护肤品需求规模为457.0亿欧元，2014年产业产品需求规模增长至608.2亿欧元。

三、2014-2015年国际护肤品市场发展态势

四、经济全球化下国外护肤品开发的策略

第二节 2013-2015年中国护肤品行业的发展

一、我国护肤品行业发展取得的进步

二、2014-2015年中国护肤品行业发展态势

三、中国护肤品行业逐步向优势区域集聚

四、我国护肤品行业的政策导向分析

第三节 护肤品行业的投资机遇

- 一、我国护肤品行业面临的政策机遇
- 二、产业结构调整为护肤品发展提供良机
- 三、我国护肤品行业投资潜力

第四节 护肤品行业发展存在的问题

- 一、中国护肤品行业化发展的主要瓶颈
- 二、我国护肤品行业发展中存在的不足
- 三、制约中国护肤品行业发展的因素
- 四、我国护肤品行业发展面临的挑战

第五节 促进我国护肤品行业发展的对策

- 一、加快我国护肤品行业发展的对策
- 二、促进护肤品行业健康发展的思路
- 三、发展壮大中国护肤品行业的策略简析
- 四、区域护肤品行业发展壮大的政策建议

第二章 2013-2015年中国护肤品产业运行环境分析

第一节 2013-2015年中国宏观经济环境分析

- 一、中国GDP分析
- 二、消费价格指数分析
- 三、城乡居民收入分析
- 四、社会消费品零售总额
- 五、全社会固定资产投资分析
- 六、进出口总额及增长率分析

第二节 2013-2015年中国护肤品产业政策环境分析

- 一、护肤品产业政策分析
- 二、护肤品标准分析
- 三、进出口政策分析

第三节 2013-2015年中国护肤品产业社会环境分析

- 一、人口环境分析
- 二、教育环境分析
- 三、文化环境分析

四、生态环境分析

第三章 2013-2015年中国护肤品产业运行走势分析

第一节 2013-2015年中国护肤品产业发展概述

一、护肤品产业回顾

二、世界护肤品市场分析

三、护肤品产业技术分析

第二节 2013-2015年中国护肤品产业运行态势分析

一、护肤品价格分析

二、世界先进水平的护肤品

第三节 2013-2015年中国护肤品产业发展存在问题分析

第四章 2013-2015年中国护肤品产业市场运行态势分析

第一节 2013-2015年中国护肤品产业市场发展总况

一、护肤品市场供给情况分析

二、护肤品需求分析

三、护肤品需求特点分析

第二节 2013-2015年中国护肤品产业市场动态分析

一、护肤品品牌分析

二、护肤品产品产量结构性分析

三、护肤品经营发展能力

第三节 2013-2015年中国护肤品产业市场销售情况分析

第五章 2013-2015年中国护肤品进出口数据监测分析

第一节 2013-2015年中国护肤品进口数据分析

一、进口数量分析

二、进口金额分析

第二节 2013-2015年中国护肤品出口数据分析

一、出口数量分析

二、出口金额分析

第三节 2013-2015年中国护肤品进出口平均单价分析

第四节 2013-2015年中国护肤品进出口国家及地区分析

一、进口国家及地区分析

二、出口国家及地区分析

第六章 2013-2015年中国护肤品行业主要数据监测分析

第一节 2013-2015年中国护肤品行业规模分析

一、企业数量增长分析

二、从业人数增长分析

三、资产规模增长分析

第二节 2014年中国护肤品行业结构分析

一、企业数量结构分析

二、销售收入结构分析

第三节 2013-2015年中国护肤品行业产值分析

一、产成品增长分析

二、工业销售产值分析

三、出口交货值分析

第四节 2013-2015年中国护肤品行业成本费用分析

一、销售成本分析

二、费用分析

第五节 2013-2015年中国护肤品行业盈利能力分析

一、主要盈利指标分析

二、主要盈利能力指标分析

第七章 2013-2015年中国护肤品产品市场竞争格局分析

第一节 2013-2015年中国护肤品竞争现状分析

一、护肤品市场竞争力分析

二、护肤品品牌竞争分析

三、护肤品价格竞争分析

第二节 2013-2015年中国护肤品产业集中度分析

一、护肤品市场集中度分析

二、护肤品区域集中度分析

第三节 2013-2015年中国护肤品企业提升竞争力策略分析

第八章 护肤品优势企业竞争性财务数据分析

第一节 A公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第二节 B公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第三节 C公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第四节 D公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第五节 E公司

- 一、企业概况
- 二、企业主要经济指标分析

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第六节 F公司

一、企业概况

二、企业主要经济指标分析（zyyzg）

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九章 2016-2022年中国护肤品产业发展趋势预测分析

第一节 2016-2022年中国护肤品发展趋势分析

一、护肤品产业技术发展方向分析

二、护肤品竞争格局预测分析

三、护肤品行业发展预测分析

第二节 2016-2022年中国护肤品市场预测分析

一、护肤品供给预测分析

二、护肤品需求预测分析

三、护肤品进出口预测分析

第三节 2016-2022年中国护肤品市场盈利预测分析

第十章 2016-2022年中国护肤品行业投资机会与风险分析

第一节 2016-2022年中国护肤品行业投资环境分析

第二节 2016-2022年中国护肤品行业投资机会分析

一、护肤品投资潜力分析

二、护肤品投资吸引力分析

第三节 2016-2022年中国护肤品行业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、政策风险分析

三、技术风险分析

第四节 专家建议

图表目录：

图表：2013-2015年全球护肤品行业市场规模分析

图表：2015年份社会消费品零售总额主要数据

图表：我国护肤品相关标准

图表：全球护肤品行业发展历程分析

图表：2013-2015年我国护肤品产品市场均价分析

图表：2013-2015年我国护肤品行业市场供给分析

图表：2013-2015年我国护肤品行业市场需求分析

图表：2015年我国护肤品行业需求结构分析

图表：2015年我国护肤品行业产量结构分析

图表：2013-2015年我国护肤品行业总资产周转率分析

图表：2013-2015年我国护肤品行业市场销售分析

图表：2013-2015年中国护肤品行业进口数量分析

图表：2013-2015年中国护肤品行业进口金额分析

图表：2013-2015年中国护肤品行业出口数量分析

图表：2013-2015年中国护肤品行业出口金额分析

图表：2013-2015年中国护肤品行业进口平均单价分析

图表：2013-2015年中国护肤品行业出口平均单价分析

图表：2015年中国护肤品行业进口来源国分析

图表：2015年中国护肤品行业出口目的地分析

图表：2013-2015年我国护肤品行业企业数量分析

图表：2013-2015年我国护肤品行业从业人数分析

图表：2013-2015年我国护肤品行业资产规模分析

图表：2015年我国护肤品行业企业数量结构分析

图表：2015年我国护肤品行业销售收入结构分析

图表：2013-2015年我国护肤品行业产成品资金占用分析

图表：2013-2015年我国护肤品行业工业销售产值分析

图表：2013-2015年我国护肤品行业出口交货值分析

图表：2013-2015年我国护肤品行业销售成本分析

图表：2013-2015年我国护肤品行业管理费用分析

图表：2013-2015年我国护肤品行业利润总额分析

图表：2013-2015年我国护肤品行业成本费用利润率分析

图表：2015年我国护肤品行业市场需求集中度分析

图表：2015年我国护肤品行业生产企业集中度分析

详细请访问：<http://www.abaogao.com/b/hzhp/W91894074T.html>