2019-2025年中国化妆品市场前景预测及投资规划研究报告

报告大纲

华经情报网
www.huaon.com

一、报告简介

华经情报网发布的《2019-2025年中国化妆品市场前景预测及投资规划研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本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，以及我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市场调研分析。

官网地址：https://www.huaon.com//detail/408349.html

报告价格：电子版: 9000元　纸介版：9000元　电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联 系 人: 刘老师

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、报告目录及图表目录

随着居民收入和财富的不断增长，我国消费者越来越重视自身的仪容，护肤彩妆已不仅仅是女性爱美的表现，更多的男性开始投资护肤彩妆。
2012—2018年，中国化妆品零售整体保持平稳增长趋势。2018年，全国化妆品限额以上单位商品零售额为2619亿元，同比增长4.2%。
本研究报告数据主要采用国家统计数据，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
第一节化妆品简介
一、化妆品的定义
二、化妆品的主要作用
三、化妆品的分类
第二节化妆品的发展历程
一、世界化妆品的发展阶段
二、中国古代化妆品发展分析
三、现代化妆品行业发展历程
第三节化妆品行业特性分析
一、化妆品的产品特性分析
二、化妆品行业的生命周期
三、行业所处产业链中地位

第二章国际化妆品市场运行概况
第一节国际化妆品市场的总体概况
一、世界化妆品行业发展概况
二、世界名牌化妆品特点分析
三、世界知名化妆品品牌分析
第二节世界主要国家和地区化妆品行业发展分析
一、美国化妆品行业发展概况
二、日本化妆品行业发展概况

三、法国化妆品行业发展概况
四、欧盟化妆品行业发展概况
五、韩国化妆品行业发展概况
第三节世界化妆品发展前景及趋势分析
一、世界化妆品市场发展趋势
二、世界化妆品原料发展趋势

第三章中国化妆品行业发展环境分析
第一节2018年中国宏观经济发展环境分析
第二节中国化妆品行业政策环境分析
一、中国化妆品监管机构及职责
二、中国化妆品被监管对象及特点
三、中国化妆品监管领域的新问题
四、中国化妆品监管的最新进展
五、中国化妆品行业新政策解读
第三节中国化妆品行业技术环境分析
一、中国化妆品行业技术发展现状
二、中国化妆品行业的新技术
三、中国化妆品行业的新原料
四、中国化妆品技术开发研究方向
第四节中国化妆品行业社会环境分析
一、中国人口及城镇化
二、中国女性人口特征
三、女性化妆品消费观念变革
四、男性化妆品消费观念建立
第五节中国日化行业发展分析
一、中国日化行业现状概述
二、2018年中国日化行业发展概况
三、中国日化行业发展影响因素分析
四、中国日化行业未来发展前景分析

第四章2014-2018年中国化妆品所属行业经济运行状况
第一节2014-2018年中国化妆品制造所属行业规模分析
一、企业数量增长分析
二、资产规模增长分析

三、销售规模增长分析
四、利润规模增长分析
第二节2014-2018年中国化妆品制造所属行业成本费用分析
一、销售成本统计
二、主要费用统计
第三节2014-2018年中国化妆品制造所属行业运营效益分析
一、偿债能力分析
二、盈利能力分析
三、运营能力分析

第五章2018年中国化妆品市场发展分析
第一节中国化妆品市场总体概况
一、中国化妆品市场规模分析
二、中国化妆品市场特点分析
三、中国化妆品市场结构分析
四、化妆品区域市场结构分析
第二节中国化妆品市场区域分析
一、华东地区化妆品市场分析
二、华中地区化妆品市场分析
三、华北和东北地区化妆品市场分析
四、西北地区化妆品市场分析
五、华南地区化妆品市场分析
六、西南地区化妆品市场分析
第三节中国化妆品市场存在的问题
一、中国化妆品市场总体问题分析
二、中国化妆品市场的卫生问题
三、中国化妆品市场薄弱环节
第四节中国化妆品市场发展的对策分析
一、中国化妆品市场发展总体对策
二、中国化妆品市场卫生问题的对策
三、中国化妆品行业地位提升的对策
四、中国化妆品市场营销策略分析

第六章2014-2018年中国化妆品进出口状况分析
第一节2014-2018年美容品或化妆品及护肤品进出口分析

一、美容品或化妆品及护肤品进口分析
（一）美容品或化妆品及护肤品进口数量分析
（二）美容品或化妆品及护肤品进口金额分析
2014-2018年中国美容化妆品及护肤品进口量和金额都逐渐增长，2018年中国美容化妆品及护肤品进口量为20.37万吨，进口额为99.21亿美元，同比增长68.9%。
（三）美容品或化妆品及护肤品进口来源分析
（四）美容品或化妆品及护肤品进口均价分析
二、美容品或化妆品及护肤品出口分析
（一）美容品或化妆品及护肤品出口数量分析
（二）美容品或化妆品及护肤品出口金额分析
（三）美容品或化妆品及护肤品出口流向分析
（四）美容品或化妆品及护肤品出口均价分析
第二节2014-2018年护发品进出口分析
一、护发品进口分析
（一）护发品进口数量分析
（二）护发品进口金额分析
（三）护发品进口来源分析
（四）护发品进口均价分析
二、护发品出口分析
（一）护发品出口数量分析
（二）护发品出口金额分析
（三）护发品出口流向分析
（四）护发品出口均价分析
第三节2014-2018年香水及花露水进出口分析
一、香水及花露水进口分析
（一）香水及花露水进口数量分析
（二）香水及花露水进口金额分析
（三）香水及花露水进口来源分析
（四）香水及花露水进口均价分析
二、香水及花露水出口分析
（一）香水及花露水出口数量分析
（二）香水及花露水出口金额分析
（三）香水及花露水出口流向分析
（四）香水及花露水出口均价分析

第七章中国护肤品市场发展分析
第一节中国护肤品行业发展概况
一、中国护肤品行业简况
二、中国护肤品品牌发展历程
三、中国护肤品行业产品概况
第二节中国护肤品市场运行现状分析
一、护肤品市场规模分析
二、护肤品市场结构分析
三、中国护肤品市场热点透视
四、中国护肤品市场消费特点
五、中国护肤品市场总体特征
第三节中国护肤品市场竞争分析
一、中国护肤品市场竞争格局
二、中国护肤品品牌竞争状况
三、中国护肤品细分市场竞争状况
第四节中国护肤品市场营销分析
一、中国护肤品企业的战略营销模型
二、中国护肤品企业战略营销模式
第五节中国护肤品行业存在的问题与对策分析
一、中国护肤品市场存在的问题
二、中国护肤品企业竞争力提升策略
第六节2019-2025年中国护肤品行业发展前景与趋势预测
一、中国护肤品市场发展趋势分析
二、护肤品总体市场规模预测
三、中国护肤品各细分产品市场规模预测

第八章中国洗浴用品市场发展分析
第一节中国洗浴用品市场运行分析
一、中国洗浴用品市场规模
二、中国洗浴用品市场结构
三、中国洗浴用品市场消费特点
第二节中国洗浴用品市场竞争分析
一、中国洗浴用品市场竞争格局
二、中国洗浴用品品牌竞争状况
第三节2019-2025年中国洗浴用品行业发展前景和趋势预测

一、洗浴用品总体市场规模预测
二、中国洗浴产品结构预测分析

第九章中国发用化妆品市场发展分析
第一节中国发用化妆品市场运行分析
一、中国发用化妆品市场规模
二、中国发用化妆品市场消费特点
三、发用定型剂市场规模分析
第二节中国发用化妆品市场竞争分析
一、中国发用化妆品企业市场占有率
二、中国发用化妆品品牌市场占有率
三、中国发用定型剂品牌市场占有率
四、中国染发剂品牌市场占有率
第三节2019-2025年发用化妆品行业总体市场规模预测

第十章中国彩妆市场发展分析
第一节彩妆用品概述
一、彩妆用品分类
二、彩妆品牌简介
第二节中国彩妆市场分析
一、中国彩妆市场规模
二、中国彩妆市场结构
三、中国彩妆市场消费特点
第三节中国彩妆市场竞争分析
一、中国彩妆企业市场占有率
二、中国彩妆品牌市场占有率
三、中国面部彩妆品牌市场占有率
四、中国眼部彩妆品牌市场占有率
五、中国唇部彩妆品牌市场占有率
六、中国美甲产品品牌市场占有率
第四节2019-2025年中国彩妆行业发展前景和趋势预测
一、中国彩妆总体市场规模预测
二、中国彩妆品细分产品市场规模预测

第十一章中国口腔护理用品市场发展分析

第一节中国口腔护理用品市场分析
一、中国口腔护理用品市场现状
二、中国口腔护理用品市场规模
三、中国牙刷市场分析
第二节中国口腔护理用品市场竞争分析
一、中国口腔护理用品市场竞争格局
二、中国口腔护理用品品牌市场占有率
第三节2019-2025年中国口腔护理用品行业发展前景和趋势预测
一、中国口腔护理用品总体市场规模预测
二、中国口腔护理用品细分产品市场规模预测

第十二章中国香水市场发展分析
第一节中国香水市场分析
一、中国香水市场规模
二、中国香水市场结构
第二节中国香水市场竞争分析
一、中国香水企业市场占有率
二、中国香水品牌市场占有率
第三节2019-2025年中国香水行业发展前景和趋势预测
一、香水总体市场规模预测
二、香水细分产品市场预测

第十三章中国防晒品市场发展分析
第一节防晒品的概述
一、防晒品的基本常识
二、防晒品的分类及成分
第二节中国防晒品市场分析
一、世界防晒品市场现状及特点
二、中国防晒化妆品市场规模
三、中国防晒化妆品市场结构
四、中国防晒品市场消费特点
第三节中国防晒品市场竞争分析
一、中国防晒品市场竞争格局
二、中国防晒品品牌市场占有率
第四节2019-2025年中国防晒品行业发展前景和趋势预测

一、中国防晒品行业发展趋势
二、中国防晒品总体市场规模预测
三、中国防晒品品细分产品市场规模预测

第十四章2018年中国化妆品品牌消费调研分析
第一节中国化妆品总体关注度分析
一、中国化妆品行业检索趋势
二、中国化妆品行业检索内容
三、中国化妆品品类检索趋势
四、不同人群对化妆品关注度
第二节中国品牌化妆关注度分析
一、高端和大众化妆品差距
二、中国高端化妆品关注度
三、中国大众化妆品关注度
第三节中国化妆品细分市场关注度分析
一、中国护肤品关注度
二、中国彩妆关注度
三、中国香氛产品关注度
四、中国美发护发关注度
第四节中国男士化妆品关注度分析
一、男士化妆品检索趋势
二、男士化妆品检索内容
三、中国男士护肤产品关注度
四、中国男士护肤品牌关注度
五、男士护肤品功效关注度

第十五章中国化妆品市场营销分析
第一节化妆品直复营销分析
一、直复营销的概念
二、直复营销的特征
三、直复营销的类型
四、化妆品直复营销的优势
五、中外品牌化妆品直复营销对比
六、中国化妆品企业直营SWOT分析
第二节化妆品网络营销分析

一、网络营销定义及分类
二、网络营销的理论及特点优势
三、中国化妆品网络营销的现状
四、中国化妆品业网络化的特点
第三节化妆品直销分析
一、直销的定义
二、中国化妆品业直销现状概述
三、中国化妆品直销五大竞争阵地
第四节化妆品业连锁经营分析
一、化妆品业连锁经营的必然性
二、化妆品业连锁经营的优势分析
三、中国化妆品业连锁经营的问题
四、中国化妆品业连锁经营的重新构建
五、化妆品企业建立连锁经营组织的步骤
第五节化妆品梯度营销分析
一、化妆品行业梯度营销的必要性
二、渠道梯度
三、目标消费者梯度
四、品牌梯度
五、价格梯度
六、促销梯度
七、服务梯度

第十六章世界化妆品企业及品牌分析
第一节欧莱雅（L'Oreal）
一、企业基本情况分析
二、企业主营业务分析
三、企业经营情况分析
四、企业在华经营情况
五、企业在华布局情况
第二节宝洁（P&G，Procter
一、企业基本情况分析
二、企业主营业务分析
三、企业经营情况分析
四、企业在华经营情况

五、在华营销策略分析
第三节联合利华（Unilever）
一、企业基本情况分析
二、企业主营业务分析
三、企业经营情况分析
四、企业在华经营情况
五、在华发展策略分析
第四节雅芳（Avon）
一、企业基本情况分析
二、企业主营业务分析
三、企业经营情况分析
四、企业在华经营情况
第五节资生堂（Shiseido）
一、企业基本情况分析
二、企业主营业务分析
三、企业经营情况分析
四、企业在华经营情况
第六节安利（Amway）
一、企业基本情况分析
二、企业主营业务分析
三、企业在华经营情况
四、在华营销策略分析
第七节雅诗兰黛（Est é e
一、企业基本情况分析
二、企业主营业务分析
三、企业经营情况分析
四、企业在华经营情况
第八节如新（Nu
一、企业基本情况分析
二、企业主营业务分析
三、企业经营情况分析
四、企业在华经营情况
第九节花王株式会社
一、企业基本情况分析
二、企业主营业务分析

三、企业经营情况分析
四、企业在华经营情况
第十节爱茉莉（Amore）
一、企业基本情况分析
二、企业主营业务分析
三、企业经营情况分析
四、企业在华经营情况

第十七章中国化妆品行业重点企业竞争分析
第一节上海家化联合股份有限公司
一、企业发展基本情况
二、企业主要产品分析
三、企业经营状况分析
四、企业经济指标分析
第二节上海相宜本草化妆品股份有限公司
一、企业发展基本情况
二、企业主要产品分析
三、企业经营情况分析
四、企业销售网络分布
第三节索芙特股份有限公司
一、企业发展基本情况
二、企业主要产品分析
三、企业经营状况分析
四、企业经济指标分析
第四节霸王国际（集团）控股有限公司
一、企业发展基本情况
二、企业主要产品分析
三、企业经营情况分析
四、企业经济指标分析
第五节广东幸美化妆品股份有限公司
一、企业发展基本情况
二、企业主要产品分析
三、企业经营状况分析
四、企业经济指标分析
第六节深圳市兰亭科技股份有限公司

一、企业发展基本情况
二、企业主要产品分析
三、企业经营状况分析
四、企业经济指标分析
第七节广州栋方生物科技股份有限公司
一、企业发展基本情况
二、企业主要产品分析
三、企业经营状况分析
四、企业经济指标分析
第八节上海乐宝日化股份有限公司
一、企业发展基本情况
二、企业主要产品分析
三、企业经营状况分析
四、企业经济指标分析
第九节北京大宝化妆品有限公司
一、企业发展基本情况
二、企业主要产品分析
三、企业经营情况分析
四、企业品牌发展分析
第十节广东拉芳家化股份有限公司
一、企业发展基本情况
二、企业主要产品分析
三、企业经营情况分析
四、企业品牌发展分析

第十八章2019-2025年中国化妆品行业前景预测
第一节中国化妆品行业的发展趋势
一、化妆品行业发展前景分析
二、化妆品需求市场发展趋势
三、化妆品产品发展趋势分析
四、化妆品营销渠道发展趋势
第二节2019-2025年中国化妆品市场规模预测
一、中国化妆品市场规模预测
二、高档化妆品市场规模预测
第三节2019-2025年中国化妆品各区域市场规模预测

一、华东地区
二、华中地区
三、华北和东北地区
四、西北地区
五、华南地区
六、西南地区

第十九章2019-2025年中国化妆品行业投资分析
第一节中国化妆品业投资概况分析(AK LX)
一、外行投资者看好化妆品行业
二、化妆品市场需求持续上升引发投资热潮
三、化妆品市场竞争环境趋于规范有利投资
四、化妆品利润空间大营造新的投资增长点
五、化妆品产业关联化带来新的投资点
六、化妆品市场热点清晰有助投资
七、化妆品行业环境不断完善将带来更多投资
第二节2019-2025年中国化妆品行业的投资前景分析
一、男士化妆品投资前景分析
二、中药化妆品行业的投资前景分析
三、中国芦荟化妆品投资前景分析
第三节中国化妆品行业投资的问题与策略
一、化妆品行业外行投资的问题和建议
二、化妆品企业如何吸引风险投资

图表目录：

图表1化妆品分类（按使用目的分）
图表2化妆品分类（按使用部位分）
图表3行业生命周期的判断
图表4美国化妆品市场前十名公司市场占比情况
图表5美国化妆品B2C市场CR10分布情况
图表6美国化妆品线上市场专业品牌市场占比情况
图表7日本各类化妆品销售额占比
图表8韩国化妆品市场主导公司市场占比情况
图表92012-2018年中国国内生产总值及增长变化趋势图
图表102014-2018年国内生产总值构成统计

图表112012-2018年中国固定资产投资（不含农户）变化趋势图
图表122012-2018年中国社会消费品零售总额及增长速度趋势图
图表132012-2018年中国城镇居民人均可支配收入增长趋势图
图表142012-2018年中国货物进出口总额变化趋势图
图表152012-2018年中国人口总量增长趋势图

详细请访问：https://www.huaon.com//detail/408349.html