

2018-2024年中国化妆品市场深度调查评估及投资 方向研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2018-2024年中国化妆品市场深度调查评估及投资方向研究报告》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/369341.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

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 三、中国现代化妆品行业发展历程
第三节化妆品产业特性分析 一、化妆品的产品特性 二、化妆品行业的生命周期分析
三、化妆品的品牌分类

第二章2018年国际化妆品市场运行概况

第一节2018年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、世界名牌化妆品的特点分析 三、世界知名化妆品品牌

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2018年中国化妆品行业发展环境分析 第一节2018年中国宏观经济环境分析
一、2018年中国GDP增长情况分析 二、2018年中国工业经济发展形势分析

三、2018年中国全社会固定资产投资分析 四、2018年中国社会消费品零售总额分析
五、2018年中国城乡居民收入与消费分析 六、2018年中国对外贸易发展形势分析

第二节2018年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2018年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2018年中国化妆品行业社会环境分析

一、2018年中国人口及城镇化 二、2018年中国女性人口特征 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2018年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、2018年中国日化行业发展状况 四、中国日化行业发展影响因素分析

五、中国日化行业未来发展前景分析

第四章2015-2018年中国化妆品所属行业经济运行状况

第一节2015-2018年中国化妆品制造所属行业发展分析

一、2016年中国化妆品所属行业发展概况 二、2017年中国化妆品所属行业发展概况
三、2018年中国化妆品所属行业发展概况

第二节2015-2018年中国化妆品所属行业总体运行情况

- 一、2015-2018年中国化妆品所属行业企业数量统计
- 二、2015-2018年中国化妆品所属行业从业人员统计
- 三、2015-2018年中国化妆品所属行业资产负债分析
- 四、2015-2018年中国化妆品所属行业销售收入分析
- 五、2015-2018年中国化妆品所属行业利润总额分析
- 六、2015-2018年中国化妆品所属行业亏损情况分析

第三节2015-2018年中国化妆品所属行业盈利能力分析

- 一、2015-2018年中国化妆品所属行业成本费用利润率
- 二、2015-2018年中国化妆品所属行业毛利率分析
- 三、2015-2018年中国化妆品所属行业销售利润率分析
- 四、2015-2018年中国化妆品所属行业资产利润率分析

第四节2015-2018年中国化妆品所属行业偿债能力分析

第五节2015-2018年中国化妆品所属行业营运能力分析

- 一、2015-2018年中国化妆品所属行业流动资产周转率
- 二、2015-2018年中国化妆品所属行业应收账款周转率
- 三、2015-2018年中国化妆品所属行业资产周转率分析

第六节2015-2018年化妆品所属行业成本费用结构分析

- 一、2015-2018年中国化妆品所属行业销售成本分析
- 二、2015-2018年中国化妆品所属行业销售费用分析
- 三、2015-2018年中国化妆品所属行业管理费用统计
- 四、2015-2018年中国化妆品所属行业财务费用统计

第五章2018年中国化妆品市场发展分析

- 一、2015-2018年中国化妆品市场规模
- 三、2018年中国化妆品市场特点分析
- 五、2018年化妆品区域市场结构分析
 - 一、2018年华东地区化妆品市场分析
 - 三、2018年华北和东北地区化妆品市场分析
 - 五、2018年华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

- 二、中国化妆品市场的卫生问题

第四节中国化妆品市场发展的对策分析

- 二、中国化妆品市场卫生问题的对策
- 四、中国化妆品市场营销策略分析

第一节2018年中国化妆品市场总体概况

- 二、2018年中国化妆品交易规模分析
- 四、2018年中国化妆品市场结构分析

第二节2018年中国化妆品市场区域分析

- 二、2018年华中地区化妆品市场分析
- 四、2018年西北地区化妆品市场分析
- 六、2018年西南地区化妆品市场分析

一、中国化妆品市场总体问题分析

- 三、中国化妆品市场薄弱环节

一、中国化妆品市场发展总体对策

- 三、中国化妆品行业地位提升的对策

第六章2015-2018年中国化妆品进出口状况分析

第一节2015-2018年中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析（3304）

- 一、2015-2018年中国化妆品、美容品及护肤品进出口分析
- 二、2015-2018年中国化妆品、美容品及护肤品进出口均价分析
- 三、2015-2018年中国化妆品、美容品及护肤品进出口流向分析
- 第二节2015-2018年中国香水及花露水进出口分析（3303）
 - 一、2015-2018年中国香水及花露水进出口分析
 - 二、2015-2018年中国香水及花露水进出口均价分析
 - 三、2015-2018年中国香水及花露水进出口流向分析
- 第三节2015-2018年中国护发品进出口分析（3305）
 - 一、2015-2018年中国护发品进出口分析
 - 二、2015-2018年中国护发品进出口均价分析
 - 三、2015-2018年中国护发品进出口流向分析
- 第四节2015-2018年中国口腔护理用品进出口分析（3306）
 - 一、2015-2018年中国口腔护理用品进出口分析
 - 二、2015-2018年中国口腔护理用品进出口均价分析
 - 三、2015-2018年中国口腔护理用品进出口流向分析
- 第七章2018年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2018年中国护肤品市场运行现状分析
 - 一、2018年护肤品市场规模分析
 - 二、2018年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2018年中国护肤品市场竞争分析
 - 一、2018年中国护肤品市场竞争格局
 - 二、2018年中国护肤品品牌竞争状况
 - 三、2018年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2018-2024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、2018-2024年护肤品总体市场规模预测
 - 三、2018-2024年中国护肤品各细分产品市场规模预测
- 第八章2018年中国洗浴用品市场发展分析
 - 第一节2018年中国洗浴用品所属行业市场运行分析
 - 一、2018年中国洗浴用品所属行业市场规模
 - 二、2018年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2018-2024年中国洗浴用品所属行业发展前景和趋势预测
 - 一、2018-2024年洗浴用品总体市场规模预测
 - 二、2018-2024年中国洗浴产品结构预测分析
- 第九章2018年中国发用化妆品市场发展分析

第一节2018年中国发用化妆品所属行业市场运行分析

一、2018年中国发用化妆品所属行业市场规模 二、2018年中国发用化妆品市场消费特点

三、2018年发用定型剂市场规模分析

第二节2018年中国发用化妆品市场竞争分析

一、2018年中国发用化妆品企业市场占有率

二、2018年中国发用化妆品品牌市场占有率

三、2018年中国发用定型剂品牌市场占有率

四、2018年中国染发剂品牌市场占有率

第三节2018-2024年中国发用化妆品行业发展前景和趋势预测

一、2018-2024年发用化妆品总体市场规模预测

二、2018-2024年中国发用化妆品市场结构预测

第十章2018年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2018年中国彩妆市场分析

一、2018年中国彩妆市场规模 二、2018年中国彩妆市场结构 三、中国彩妆市场消费特点

第三节2018年中国彩妆市场竞争分析

一、2018年中国彩妆企业市场占有率

二、2018年中国彩妆品牌市场占有率

三、2018年中国面部彩妆品牌市场占有率

四、2018年中国眼部彩妆品牌市场占有率

五、2018年中国唇部彩妆品牌市场占有率

六、2018年中国美甲产品品牌市场占有率

第四节2018-2024年中国彩妆行业发展前景和趋势预测

一、2018-2024年中国彩妆总体市场规模预测

二、2018-2024年中国彩妆品细分产品市场规模预测

第十一章2018年中国口腔护理用品市场发展分析 第一节2018年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、2018年中国口腔护理用品市场规模

三、2018年中国口腔护理用品市场消费热点

四、2018年中国牙刷市场分析

第二节2018年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2018-2024年中国口腔护理用品行业发展前景和趋势预测

一、2018-2024年中国口腔护理用品总体市场规模预测

二、2018-2024年中国口腔护理用品细分产品市场规模预测

第十二章2018年中国香水市场发展分析

第一节2018年中国香水市场分析

一、2018年中国香水市场规模 二、2018年中国香水市场结构 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2018-2024年中国香水行业发展前景和趋势预测

一、2018-2024年香水总体市场规模预测

二、2018-2024年中国香水品细分产品市场规模预测

第十三章2018年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2018年中国防晒品市场分析

一、世界防晒品市场现状及特点

二、2018年中国防晒化妆品市场规模

三、2018年中国防晒化妆品市场结构

四、2018年中国防晒品市场消费特点

第三节2018年中国防晒品市场竞争分析	一、2018年中国防晒品市场竞争格局
二、2018年中国防晒品品牌市场占有率	
第四节2018-2024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、2018-2024年中国防晒品总体市场规模预测	
三、2018-2024年中国防晒品细分产品市场规模预测	
第十三章2018年中国化妆品品牌消费调研分析	第一节2018年中国化妆品总体关注度分析
一、2018年中国化妆品品牌等级关注度	二、2018年中国化妆品细分市场关注度
第二节2018年中国化妆品品牌等级关注度分析	一、2018年中国大众化妆品关注度
二、2018年中国高档化妆品关注度	三、2018年中国活性化妆品关注度
第三节2018年中国化妆品细分市场关注度分析	一、2018年中国护肤品关注度
二、2018年中国彩妆关注度	三、2018年中国香水关注度
第四节2018年中国男士化妆品关注度分析	一、2018年男士化妆品细分市场关注度
二、2018年中国男士护肤品牌关注度	第十五章2018年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	二、直复营销的类型
三、直复营销的类型	三、直复营销的类型
四、化妆品直复营销的优势	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	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	一、网络营销定义及分类
二、网络营销的理论及特点优势	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	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	一、直销的定义
二、中国化妆品业直销现状概述	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	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
一、化妆品业连锁经营的必然性	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	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	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	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	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
一、化妆品行业梯度营销的必要性	一、化妆品行业梯度营销的必要性
二、渠道梯度	二、渠道梯度
三、目标消费者梯度	三、目标消费者梯度
四、品牌梯度	四、品牌梯度
五、价格梯度	五、价格梯度
六、促销梯度	六、促销梯度
七、服务梯度	七、服务梯度
第十六章2018年世界化妆品企业及品牌分析	第一节欧莱雅 (L'Oreal)
一、企业简介	一、企业简介
二、欧莱雅在中国的最新发展	二、欧莱雅在中国的最新发展
三、2018年公司经营情况分析	三、2018年公司经营情况分析
四、欧莱雅在中国的经营策略分析	四、欧莱雅在中国的经营策略分析
五、欧莱雅建亚洲最大彩妆生产基地	五、欧莱雅建亚洲最大彩妆生产基地
第二节宝洁 (P&G, Procter&Gamble)	一、公司简介
一、公司简介	一、公司简介
二、2018年公司经营情况分析	二、2018年公司经营情况分析
三、宝洁在中国迅速发展的成功经验	三、宝洁在中国迅速发展的成功经验
四、宝洁公司多品牌策略的分析	四、宝洁公司多品牌策略的分析
五、宝洁品牌广告的四大绝招	五、宝洁品牌广告的四大绝招
六、宝洁公司“4C”营销策略分析	六、宝洁公司“4C”营销策略分析
第三节联合利华 (Unilever)	一、公司简介
一、公司简介	一、公司简介
二、联合利华在中国的发展情况	二、联合利华在中国的发展情况
三、2018年公司经营情况分析	三、2018年公司经营情况分析
四、联合利华在华发展策略分析	四、联合利华在华发展策略分析
五、联合利华多品牌营销战略优势分析	五、联合利华多品牌营销战略优势分析
六、联合利华品牌战略提升竞争力	六、联合利华品牌战略提升竞争力
七、联合利华圈地加大产品投入	七、联合利华圈地加大产品投入
第四节雅芳 (Avon)	一、企业简介
一、企业简介	一、企业简介
二、雅芳的产品简介	二、雅芳的产品简介
三、2018年企业经营状况	三、2018年企业经营状况
四、雅芳营销模式转型分析	四、雅芳营销模式转型分析
五、雅芳在上海建最大海外研发中心	五、雅芳在上海建最大海外研发中心

第五节资生堂 (Shiseido)	一、企业简介	二、资生堂历史	三、2018年企业经营状况	四、日本资生堂品牌线路探讨	五、资生堂彩妆业务经营特色	六、资生堂在华未来发展战略	
第六节安利 (Amway)	一、企业简介	二、近年来安利经营情况	三、安利中国的现状分析	四、安利 (中国) 品牌战略	第七节雅诗兰黛 (Estée Lauder)	一、企业及品牌简介	
	二、雅诗兰黛发展简史	三、雅诗兰黛的产品与服务	四、雅诗兰黛在华发展情况	五、2018年企业经营情况	六、雅诗兰黛市场前景发展	第八节如新 (NuSkin)	
	一、企业简介	二、如新业务部门介绍	三、2018年企业经营状况	四、如新在中国的发展状况	五、如新公司经营策略分析	第九节花王株式会社	
	一、企业简介	二、花王中国旗下品牌介绍	三、2018年公司经营情况分析	四、花王在中国发展战略分析	第十节爱茉莉 (Amore)	一、企业简介	
	二、爱茉莉品牌介绍	三、爱茉莉直销模式	第十七章2018年中国化妆品企业及品牌分析	第一节上海家化联合股份有限公司	一、企业基本情况	二、企业经营情况分析	三、企业发展战略及展望
	第二节索芙特股份有限公司	一、企业基本情况	二、企业经营情况分析	三、企业发展战略及展望	第三节霸王国际集团	一、企业基本情况	二、霸王洗发水主要产品
	三、公司经营状况分析	四、霸王洗发水市场分析	第四节北京大宝化妆品有限公司	一、公司基本情况	二、企业主要经济指标	第五节广东拉芳日化有限公司	一、公司基本情况
	二、企业主要经济指标	第六节江苏隆力奇集团有限公司	一、公司基本情况	二、企业主要经济指标	第七节江苏少女之春有限公司	一、公司基本情况	二、企业主要经济指标
	二、企业主要经济指标	第八节联合利华 (中国) 有限公司	一、公司基本情况	二、企业主要经济指标	第九节玫琳凯 (中国) 化妆品有限公司	一、公司基本情况	二、企业主要经济指标
	二、企业主要经济指标	第十节妮维雅 (上海) 有限公司	一、公司基本情况	二、企业主要经济指标	第十八章2018-2024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、化妆品行业发展总趋势
	二、未来化妆品市场发展趋势预测	三、化妆品连锁专卖将逐步取代单体店	四、药妆将成化妆品行业发展新趋势	第二节2018-2024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、中国高档化妆品市场规模预测	第三节2018-2024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2018-2024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	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2018-2024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12018年GDP初步核算数据

图表22018年GDP环比和同比增长速度

图表32018年GDP初步核算数据

图表42018年GDP环比和同比增长速度

图表52015-2018年规模以上工业增加值同比增长速度

图表62018年份规模以上工业生产主要数据 图表72015-2018年钢材日均产量及同比增速

图表82015-2018年水泥日均产量及同比增速

图表92015-2018年十种有色金属日均产量及同比增速

图表102015-2018年乙烯日均产量及同比增速图表112015-2018年汽车日均产量及同比增速

图表122015-2018年轿车日均产量及同比增速

图表132015-2018年发电量日均产量及同比增速

图表142015-2018年原油加工量日均产量及同比增速

图表152015-2018年固定资产投资（不含农户）同比增速

图表162015-2018年固定资产投资到位资金同比增速

图表172018年固定资产投资（不含农户）主要数据

图表182015-2018年社会消费品零售总额分月同比增长速度

图表192018年份社会消费品零售总额主要数据

图表202015-2018年中国化妆品行业企业数量统计

图表212015-2018年中国化妆品行业从业人员统计

图表222015-2018年中国化妆品行业资产负债分析

图表232015-2018年中国化妆品行业销售收入分析

图表242015-2018年中国化妆品行业利润增长分析

图表252015-2018年中国化妆品行业亏损分析

图表262015-2018年中国化妆品行业成本费用利润率统计

图表272015-2018年中国化妆品行业毛利率统计

图表282015-2018年中国化妆品行业利润率统计

图表292015-2018年中国化妆品行业资产利润率统计

图表302015-2018年中国化妆品行业偿债能力统计

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/369341.html>