

2021-2027年中国化妆品产业 发展现状与投资前景评估报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2021-2027年中国化妆品产业发展现状与投资前景评估报告》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.cction.com/report/202101/200572.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

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

“85后”成主力消费群体，低线城市升级潜力大。从具体消费人群看，我们尤其看好“85后”的年轻群体以及低线城市居民的消费潜力。一方面，化妆品消费呈现年轻化趋势。出生于1985-1994年的消费群体已在职场上崭露头角，并具备较强的消费能力，较其父辈更倾向于增加个性化及高端化的消费投入；同时出生于1995年及以后的年轻群体在社交媒体的影响下更早接触化妆品，也具有一定的消费能力。“85后”消费群体总共对化妆品消费增长的贡献率已达到70%左右。另一方面，低线城市居民的消费潜力不容小觑。下线城市居民在个人护理店渗透率、垂直型电商的购买频次以及平台型电商的单次购买量等指标上均强于一线城市居民，随着收入水平的提升，未来低线化妆品消费市场增长潜力值得期待。“85后”化妆品消费增长贡献率达到70%数据来源：公开资料整理

中企顾问网发布的《2021-2027年中国化妆品产业发展现状与投资前景评估报告》共十三章。首先介绍了化妆品行业市场发展环境、化妆品整体运行态势等，接着分析了化妆品行业市场运行的现状，然后介绍了化妆品市场竞争格局。随后，报告对化妆品做了重点企业经营状况分析，最后分析了化妆品行业发展趋势与投资预测。您若想对化妆品产业有个系统的了解或者想投资化妆品行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

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：

第一部分行业概况分析

第一章中国化妆品行业概况分析

第一节 化妆品行业定义统计标准

一、化妆品定义、分类及主要生产地

二、化妆品行业统计部门和统计口径

三、化妆品行业产业链结构分析

四、化妆品行业发展周期分析

第二节 行业经济指标分析

一、赢利性

二、成长速度

- 三、附加值的提升空间
- 四、进入壁垒 / 退出机制
- 五、风险性
- 六、竞争激烈程度指标
- 七、当前行业发展所属周期阶段的判断

第三节 化妆品行业经济环境分析

一、国际宏观经济分析

- 1、国际宏观经济现状分析
- 2、国际宏观经济及对化妆品行业影响

二、国内宏观经济分析

- 1、国内宏观经济现状分析
- 2、国内宏观经济及对化妆品行业影响
- 三、化妆品行业在食品制造行业地位分析

第四节 中国化妆品行业社会环境分析

- 一、我国人口因素及对化妆品行业影响
- 二、化妆品人均消费及发展影响
- 三、国内生活方式及对化妆品行业影响

第五节 中国化妆品行业技术环境分析

- 一、行业生产技术
- 二、行业生产技术的发展趋势

第二章 2014-2019年全球化妆品行业市场发展状况分析

第一节 2014-2019年世界化妆品行业发展状况

- 一、世界化妆品行业生产情况
- 二、世界化妆品消费及趋势分析
- 三、世界化妆品行业发展趋势分析

第二节 美国化妆品行业现状分析

- 一、美国化妆品行业的市场现状
- 二、美国化妆品行业的市场特征

第三节 日本化妆品行业现状分析

- 一、日本化妆品行业的市场规模
- 二、日本化妆品行业的市场特征

第四节 欧洲化妆品行业市场状况

一、欧洲化妆品行业的市场现状

二、欧洲化妆品行业的市场特征

第三章 2014-2019年我国化妆品行业现状及市场发展分析

第一节 2014-2019年我国化妆品行业发展现状

一、化妆品行业市场规模

二、化妆品行业产品发展现状市占率TOP10分布变化情况数据来源：公开资料整理

三、化妆品行业消费市场现状

第二节 2014-2019年化妆品行业发展特点分析

一、市场格局特点

二、产品创新特点

三、营销服务特点

四、市场品牌特点

第三节 2014-2019年化妆品市场结构和价格走势分析

一、2014-2019年我国化妆品市场结构和价格走势概述

二、2014-2019年我国化妆品市场结构分析

三、2014-2019年我国化妆品市场价格走势分析

第四节 2014-2019年重点城市化妆品市场发展情况

第二部分 所属行业市场分析

第四章 2014-2019年中国化妆品所属行业财务指标与供需情况分析

第一节 2014-2019年中国化妆品所属行业经济运行主要特点

第二节 2014-2019年化妆品所属行业财务指标分析

一、化妆品行业经营效益

二、化妆品行业盈利能力

三、化妆品行业运营能力

四、化妆品行业偿债能力

五、化妆品行业发展能力

第三节 2014-2019年全国化妆品所属行业供给情况分析

一、全国化妆品行业总产值分析

二、全国化妆品行业产成品分析

三、各地区化妆品行业供给情况分析

第四节 2014-2019年全国化妆品所属行业需求情况分析

一、全国化妆品行业销售产值分析

二、全国化妆品行业销售收入分析

三、各地区化妆品行业需求情况分析

四、全国化妆品所属行业产销率分析

第五节 2014-2019年中国化妆品所属行业进出口分析

一、行业出口分析

1、行业出口整体情况

2、行业出口产品结构

3、化妆品行业出口前景及建议

二、行业进口分析

1、行业进口整体情况

2、行业进口产品结构

3、化妆品行业进口前景及建议

第五章化妆品区域市场情况分析

第一节 华北地区

一、2014-2019年行业发展现状分析

二、2014-2019年市场需求情况分析

三、2014-2019年市场规模情况分析

四、2014-2019年消费者的偏好分析

五、2021-2027年行业发展趋势分析

第二节 东北地区

一、2014-2019年行业发展现状分析

二、2014-2019年市场需求情况分析

三、2014-2019年市场规模情况分析

四、2014-2019年消费者的偏好分析

五、2021-2027年行业发展趋势分析

第三节 华东地区

一、2014-2019年行业发展现状分析

二、2014-2019年市场需求情况分析

- 三、2014-2019年市场规模情况分析
- 四、2014-2019年消费者的偏好分析
- 五、2021-2027年行业发展趋势分析

第四节 华南地区

- 一、2014-2019年行业发展现状分析
- 二、2014-2019年市场需求情况分析
- 三、2014-2019年市场规模情况分析
- 四、2014-2019年消费者的偏好分析
- 五、2021-2027年行业发展趋势分析

第五节 中南地区

- 一、2014-2019年行业发展现状分析
- 二、2014-2019年市场需求情况分析
- 三、2014-2019年市场规模情况分析
- 四、2014-2019年消费者的偏好分析
- 五、2021-2027年行业发展趋势分析

第六节 西南地区

- 一、2014-2019年行业发展现状分析
- 二、2014-2019年市场需求情况分析
- 三、2014-2019年市场规模情况分析
- 四、2014-2019年消费者的偏好分析
- 五、2021-2027年行业发展趋势分析

第七节 西北地区

- 一、2014-2019年行业发展现状分析
- 二、2014-2019年市场需求情况分析
- 三、2014-2019年市场规模情况分析
- 四、2014-2019年消费者的偏好分析
- 五、2021-2027年行业发展趋势分析

第六章 中国化妆品行业消费市场分析

第一节 中国化妆品消费者收入分析

- 一、我国市民生活习惯分析
- 二、2014-2019年消费者收入水平

三、2014年消费者信心指数分析

第二节 化妆品行业产品目标客户群体调查

一、不同收入水平消费者偏好调查

二、不同年龄的消费者偏好调查

三、不同地区的消费者偏好调查

第三节 化妆品市场消费需求分析

一、化妆品市场的消费需求变化

二、化妆品行业的需求情况分析

三、2019年化妆品品牌市场消费需求趋势

第四节 化妆品消费市场状况分析

一、化妆品行业消费特点

二、化妆品消费者分析

三、化妆品消费结构分析

四、化妆品消费的市场变化

五、化妆品市场的消费方向

第五节 不同客户购买相关的态度及影响分析

一、价格敏感程度

二、品牌的影响

三、购买方便的影响

四、广告的影响程度

五、包装的影响程度

第六节 化妆品行业产品的品牌市场调查

一、消费者对行业品牌认知度宏观调查

二、消费者对行业产品的品牌偏好调查

三、消费者对行业品牌的首要认知渠道

四、消费者经常购买的品牌调查

五、化妆品行业品牌忠诚度调查

六、化妆品行业品牌市场占有率调查

七、消费者的消费理念调研

第三部分 行业竞争分析

第七章 化妆品行业竞争格局与竞争策略分析

第一节 波特五力模型分析

一、现有企业间竞争

二、潜在进入者分析

三、替代品威胁分析

四、供应商议价能力

五、客户议价能力

第二节 行业集中度分析

一、市场集中度分析

二、企业集中度分析

三、区域集中度分析

第三节 2014-2019年化妆品行业竞争格局分析

一、2014-2019年国内外化妆品竞争分析

二、2014-2019年我国化妆品市场竞争分析

三、2014-2019年我国化妆品市场集中度分析

四、2021-2027年国内主要化妆品企业动向

五、2014年国内化妆品拟在建项目分析

第四节 化妆品市场竞争策略分析

一、2019年化妆品市场增长潜力分析

二、2019年化妆品主要潜力品种分析

三、现有化妆品产品竞争策略分析

四、典型企业品牌竞争策略分析

第五节 化妆品企业竞争策略分析

一、化妆品行业竞争格局的影响因素分析

二、2021-2027年我国化妆品市场竞争趋势

三、2021-2027年化妆品行业竞争策略分析

四、2021-2027年化妆品企业竞争策略分析

第八章 主要化妆品企业竞争分析

第一节 欧莱雅（中国）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第二节 宝洁（中国）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第三节 资生堂（中国）投资有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第四节 雅诗兰黛（上海）商贸有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、2014-2019年经营状况

四、2021-2027年发展战略

第五节 皮尔法伯（上海）管理咨询有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第六节 雅芳（中国）有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第七节 海南京润珍珠生物技术股份有限公司

一、企业概况

二、竞争优势分析

三、企业经营状况

四、企业发展战略

第八节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第九节 强生（中国）有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第十节 广东雅倩化妆品有限公司

- 一、企业概况
- 二、竞争优势分析
- 三、企业经营状况
- 四、企业发展战略

第九章 化妆品行业发展趋势与前景预测

第一节 我国化妆品行业前景与机遇分析

- 一、我国化妆品行业发展前景
- 二、我国化妆品发展机遇分析

第二节 2021-2027年中国化妆品市场趋势分析

- 一、2014-2019年化妆品市场趋势总结
- 二、2021-2027年化妆品市场发展空间
- 三、2021-2027年化妆品产业政策趋向
- 四、2021-2027年化妆品技术革新趋势
- 五、2021-2027年化妆品价格走势分析
- 六、2021-2027年国际环境对行业的影响
- 七、2021-2027年化妆品发展趋势分析

第三节 未来化妆品需求与消费预测

- 一、2021-2027年化妆品产品消费预测
- 二、2021-2027年化妆品市场规模预测
- 三、2021-2027年化妆品行业总产值预测
- 四、2021-2027年化妆品行业销售收入预测

第四节 2021-2027年中国化妆品行业供需预测

- 一、2021-2027年中国化妆品供给预测
- 二、2021-2027年中国化妆品需求预测
- 三、2021-2027年中国化妆品供需平衡预测
- 四、2021-2027年中国化妆品产品价格趋势
- 五、2021-2027年主要化妆品产品进出口预测

第十章化妆品行业投资现状与投资环境分析

第一节 2014-2019年化妆品行业投资情况分析

- 一、2014-2019年总体投资及结构
- 二、2014-2019年投资规模及增长率分析
- 三、2014-2019年分行业投资分析
- 四、2014-2019年分地区投资分析
- 五、2014-2019年外商投资情况

第二节 我国融资环境分析

第十一章化妆品行业投资机会与风险分析

第一节 行业活力系数比较及分析

- 一、2019年相关产业活力系数比较
- 二、2014-2019年行业活力系数分析

第二节 行业投资收益率比较及分析

- 一、2019年相关产业投资收益率比较
- 二、2014-2019年行业投资收益率分析

第三节 化妆品行业投资效益分析

- 一、2014-2019年化妆品行业投资状况分析
- 二、2021-2027年化妆品行业投资效益分析
- 三、2021-2027年化妆品行业投资趋势预测
- 四、2021-2027年化妆品行业的投资方向
- 五、2021-2027年化妆品行业投资的建议
- 六、新进入者应注意的障碍因素分析

第四节 影响化妆品行业发展的主要因素

- 一、2021-2027年影响化妆品行业运行的有利因素分析

- 二、2021-2027年影响化妆品行业运行的不利因素分析
- 三、2021-2027年我国化妆品行业发展面临的挑战分析
- 四、2021-2027年我国化妆品行业发展面临的机遇分析

第五节 化妆品行业投资风险及控制策略分析

- 一、2021-2027年化妆品行业市场风险及控制策略
- 二、2021-2027年化妆品行业政策风险及控制策略
- 三、2021-2027年化妆品行业经营风险及控制策略
- 四、2021-2027年化妆品行业技术风险及控制策略
- 五、2021-2027年化妆品行业同业竞争风险及控制策略
- 六、2021-2027年化妆品行业其他风险及控制策略

第十二章 化妆品行业投资战略研究

第一节 化妆品行业发展战略研究（ ）

- 一、战略综合规划
- 二、技术开发战略
- 三、业务组合战略
- 四、区域战略规划
- 五、产业战略规划
- 六、营销品牌战略
- 七、竞争战略规划

第二节 对我国化妆品品牌的战略思考

- 一、企业品牌的重要性
- 二、化妆品实施品牌战略的意义
- 三、化妆品企业品牌的现状分析
- 四、我国化妆品企业的品牌战略
- 五、化妆品品牌战略管理的策略

第三节 化妆品经营策略分析

- 一、化妆品市场细分策略
- 二、化妆品市场创新策略
- 三、化妆品品牌定位与品类规划
- 四、化妆品新产品差异化战略

第十三章投资战略研究（ ）

第一节 2019年化妆品行业投资战略

第二节 2021-2027年化妆品行业投资战略

部分图表目录：

图表：2019年我国化妆品行业主要经济指标

图表：2019年我国化妆品出厂价格和消费价格月度涨幅

图表：2019年化妆品销售收入

图表：2019年化妆品销售收入增长趋势图

图表：2019年化妆品不同规模企业销售额

图表：2019年化妆品不同规模企业销售额对比图

图表：2019年化妆品不同规模企业销售额对比图

图表：2014-2019年化妆品不同所有制企业销售额

图表：2019年化妆品不同所有制企业销售额

图表：2019年化妆品不同所有制企业销售额对比图

图表：2014-2019年化妆品利润总额

图表：2019年化妆品利润总额增长趋势图

图表：2019年化妆品不同规模企业利润总额

图表：2019年化妆品不同规模企业利润总额对比图

图表：2014-2019年化妆品不同所有制企业利润总额

图表：2014-2019年化妆品不同所有制企业利润总额对比图

图表：2014-2019年化妆品资产总额

图表：2014-2019年化妆品总资产增长趋势图

图表：2014-2019年化妆品不同规模企业总资产

图表：2014-2019年化妆品不同规模企业总资产对比图

图表：2014-2019年化妆品不同所有制企业总资产

图表：2014-2019年化妆品不同所有制企业总资产对比图

图表：2014-2019年化妆品亏损面

更多图表见正文……

详细请访问：<http://www.cction.com/report/202101/200572.html>