



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国化妆包市场运营态势与投资前景预测报告

一、调研说明

《2013-2018年中国化妆包市场运营态势与投资前景预测报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/229237.html>

报告价格：纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话：400-700-0142 010-80392465

电子邮箱：sales@icandata.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、摘要、目录、图表

化妆包就是装载化妆品的包包，我国化妆包行业运行目前发展形势良好，该行业企业正逐步向产业化、规模化发展，我国化妆包行业运行生产的产品品质具备国际市场竞争力。

2011年，我国日化市场容量约1800亿元，2012年超过2000亿元，2006年~2011年的复合增长率11.7%，是全球日化行业增速最快的地区。其中，2011年，我国化妆品市场容量约1075亿元（占全球比重6.8%），2012年超过1200亿元，2006~2011年复合增长率15.8%，预计到2016年我国化妆品市场容量将达2000亿元以上，是全球化妆品行业增速最快的地区。

随着我国化妆包行业运行需求市场的不断扩大，我国化妆包行业运行迎来一个新的发展机遇。

艾凯集团发布的《2013-2018年中国化妆包市场运营态势与投资前景预测报告》共十三章。首先介绍了世界化妆包市场运行态势、中国化妆包市场运行环境等，接着分析了中国化妆包市场运行的现状，然后介绍了中国化妆包市场竞争格局。随后，报告对中国化妆包行业做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国化妆包市场发展前景与投资战略。您若想对化妆包产业有个系统的了解或者想投资化妆包行业，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家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。

第一章 2012-2013年世界化妆包市场运行态势分析

第一节 2012-2013年世界化妆包市场运行综述

一、日本男性专用化妆包市场分析

二、女性化妆包消费新趋向

三、品牌化妆品关注化妆包市场

第二节 2012-2013年主要国家化妆包市场动态分析

一、韩国

二、日本

三、法国

四、意大利

第三节 2012-2013年世界顶级化妆包品牌分析

一、玫琳凯化妆包

二、Gucci化妆包

三、Dior化妆包

四、香奈儿化妆包

第四节 2013-2018年世界化妆包新趋势探析

第二章 2012-2013年中国化妆包市场运行环境解析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2013年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2012-2013年中国政策环境分析

一、七大措施搞活流通扩大消费政策解析

二、化妆包关税政策

三、倾销反倾销政策

第三节 2012-2013年中国化妆包社会环境分析

第三章 2012-2013年中国化妆包市场运行透析

第一节 中国化妆包行业定位与主要产品分析

第二节 2012-2013年中国化妆包行业运行综述

一、中国化妆包行业发展特点分析

二、中国化妆包行业产销规模分析

三、中国化妆包行业工艺技术现状分析

四、中国儿童化妆包面临的问题

第三节 2012-2013年中国化妆品行业需求看点分析

一、款式多变，种类繁多

二、简约时尚、大方得体

三、雍容华贵、富庶奢华

四、休闲化的需求——卡通流行

第四章 2010-2012年中国化妆包制造行业数据监测分析

第一节 2010-2012年中国化妆包制造行业总体数据分析

一、2010年中国化妆包制造行业全部企业数据分析

二、2011年中国化妆包制造行业全部企业数据分析

三、2012年中国化妆包制造行业全部企业数据分析

第二节 2010-2012年中国化妆包制造行业不同规模企业数据分析

一、2010年中国化妆包制造行业不同规模企业数据分析

二、2011年中国化妆包制造行业不同规模企业数据分析

三、2012年中国化妆包制造行业不同规模企业数据分析

第三节 2010-2012年中国化妆包制造行业不同所有制企业数据分析

一、2010年中国化妆包制造行业不同所有制企业数据分析

二、2011年中国化妆包制造行业不同所有制企业数据分析

三、2012年中国化妆包制造行业不同所有制企业数据分析

第五章 2010-2012年中国化妆包相关产量统计分析

第一节 2010-2011年全国天然皮革手提包(袋)、背包产量分析

第二节 2012年全国及主要省份天然皮革手提包(袋)、背包产量分析

第三节 2012年全国天然皮革手提包(袋)、背包产量集中度分析

第六章 2012-2013年中国化妆包市场运行动态分析

第一节 2012-2013年中国化妆包市场供给情况分析

一、中国化妆包产量统计分析

二、中国化妆包OEM/ODM分析

三、影响中国化妆包市场供给的因素分析

第二节 2012-2013年中国化妆包总消费量分析

一、中国化妆包消费特点分析

二、中国化妆包消费能力分析

三、中国化妆包潜在需求分析

第三节 2012-2013年中国化妆包市场价格分析

一、化妆包市场价格走势

二、影响价格的因素分析

第七章 2012-2013年中国化妆包产品市场营销分析

第一节 2012-2013年中国化妆包国内营销模式分析

一、一对一营销

二、品牌营销

三、网络营销

第二节 2012-2013年中国化妆包主要销售渠道模式分析

一、直营模式

二、区域代理商或区域经销商模式

三、特许加盟模式

第三节 2012-2013年中国化妆包终端市场的商业模式分析

一、独立的专卖店

二、购物中心的专卖店

三、百货商场专营（中岛、边厅）

四、皮具市场

五、网上商店

六、网上交易平台

第八章 2012-2013年中国化妆包消费者偏好调查分析

第一节 化妆包目标消费基础概述

一、受访者性别分布

二、受访者年龄

三、受访者是否有化妆的习惯

第二节 2012-2013年中国化妆包品牌市场调查分析

一、消费者对化妆包品牌认知度程度调查分析

二、消费者对化妆包购买渠道分析

三、化妆包品牌市场占有率调查分析

四、消费者经常购买的品牌调查分析

五、消费者购买化妆价位分析

六、消费者购买化妆包材质关注度分析

第三节 影响消费购买的因素化妆包的因素分析

第九章 2012-2013年中国化妆包市场竞争格局透析

第一节 2012-2013年中国化妆包市场竞争总况

一、化妆包品牌竞争

二、化妆包设计竞争

三、化妆包价格、成本、材质竞争分析

第二节 2012-2013年中国化妆包集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 2012-2013年中国化妆包竞争趋势分析

第十章 2012-2013年中国化妆包行业重点企业竞争性指标分析

第一节 中山佳宁皮具制品有限公司

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 东莞澳利高太平洋手袋有限公司

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 青岛永柏革制品有限公司

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 泉州金星包袋有限公司

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 广州市花都区莎雅克皮具厂

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

第十一章 2012-2013年中国化妆包相关行业发展概况分析

第一节 皮革工业

一、皮革加工的发展历程

二、世界皮革产业产销概况

三、中国皮革产业总体特征解析

四、中国皮革产业发展状况

五、中国皮革业面临的挑战及主要对策

六、中国皮革行业发展趋势预测

第二节 无纺布产业

一、国际无纺布行业产销状况

二、中国无纺布产业崛起

三、中国无纺布生产状况及主要技术分析

四、无纺布手袋倍受市场欢迎

五、中国塑料袋使用限制为无纺布发展带来机遇

六、无纺布产品重点研发方向

第三节 拉链行业

一、拉链的概念及分类

二、中国拉链产业蓬勃发展

三、中国拉链行业在动荡中前进

四、中国拉链产业核心竞争力不断提升

五、拉链产业发展中应解决的问题

六、拉链产业需提高产品附加值抵御贸易壁垒

第十二章 2013-2018年中国化妆包市场发展前景预测分析

第一节 2013-2018年中国箱包产业发展趋势分析

一、箱包流行趋势分析

二、箱包产业前景展望

二、箱包市场竞争格局预测分析

第二节 2013-2018年中国化妆包市场预测分析

一、2013-2018年中国化妆包市场供给预测分析

二、2013-2018年中国化妆包市场需求预测分析

三、2013-2018年中国化妆包进出口贸易预测分析

第三节 2013-2018年中国化妆包市场盈利预测分析

第十三章 2013-2018年中国箱包产业投资战略研究

第一节 2012-2013年中国箱包产业投资环境分析

第二节 2013-2018年中国箱包产业投资机会分析

一、区域投资潜力分析

二、与产业链相关的投资机会分析

第三节 2013-2018年中国箱包产业投资风险分析

一、市场竞争风险分析

二、原材料风险分析

三、进入退出风险分析

第四节 专家投资建议

图表目录：

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2012年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2012年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2013年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2013年中国GDP增速预测

通过《2013-2018年中国化妆包市场运营态势与投资前景预测报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/229237.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法
- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的

一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业专业提供投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰

富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。