



艾凯咨询
ICAN Consulting

2013-2018年中国化妆品行业市场深度分析与投资前景预测报告

一、调研说明

《2013-2018年中国化妆品行业市场深度分析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/237107.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

第一章 中国化妆品行业发展综述 19

1.1 化妆品行业定义及分类 19

1.1.1 行业概念及定义 19

1.1.2 行业主要产品大类 19

1.2 化妆品行业的所处地位分析 20

1.2.1 行业在国民经济中的地位 20

1.2.2 行业在化妆品行业中的地位 20

1.2.3 行业在所处产业链中地位 21

1.3 化妆品行业统计标准 22

1.3.1 行业统计部门和口径 22

1.3.2 行业统计方法 22

第二章 中国化妆品行业市场环境分析 23

2.1 化妆品行业政策环境分析 23

2.1.1 行业政策动向 23

(1) 国家引导防晒类护肤品消费 23

(2) 国家规范化妆品产品技术要求 23

(3) 国家完善化妆品安全风险评估 23

(4) 国家调控化妆品检验机构建设 24

(5) 国家规范化妆品相关产品的命名 24

(6) 国家规范非特殊用途化妆品的管理 24

(7) 国家推进化妆品安全风险控制体系建设 25

2.1.2 行业发展规划 25

(1) 行业规模规划 25

(2) 行业企业规划 26

(3) 行业品牌规划 26

(4) 行业产品规划 27

2.2 化妆品行业经济环境分析 27

2.2.1 中国GDP增长情况 27

(1) 中国GDP增长状况	28
(2) 行业与GDP的关联性分析	28
2.2.2 居民人均收入变化	29
(1) 居民人均收入变化情况	29
(2) 行业与居民收入的关联性分析	30
2.3 化妆品行业消费环境分析	30
2.3.1 消费群体变化分析	30
2.3.2 消费观念变化分析	31
(1) 从"节约"到"时尚"	31
(2) 从"关注质量"到"关注品牌文化"	31
(3) 从"整齐划一"到"追求个性与自我"	32
2.3.3 消费者心理研究	32
(1) 消费者价值心理	32
(2) 消费者规范心理	32
(3) 消费者习惯心理	33
(4) 消费者身份心理	33
(5) 消费者情感心理	33
2.3.4 消费者行为研究	34
(1) 不同性别消费者行为研究	34
1) 女性消费者行为研究	34
2) 男性消费者行为研究	35
(2) 不同年龄消费者行为研究	35
1) 儿童消费者行为研究	35
2) 中老年消费者行为研究	38
(3) 不同收入消费者行为研究	39
1) 低收入消费者行为研究	39
2) 高收入消费者行为研究	40

第三章 中国化妆品行业发展现状分析 41

3.1 化妆品行业发展概况 41

3.1.1 行业发展历程 41

3.1.2 行业市场规模 41

3.1.3 行业区域分布	42
3.1.4 行业省市分布	43
3.2 化妆品行业供需平衡分析	43
3.2.1 全国化妆品行业供给情况分析	43
(1) 全国化妆品行业总产值分析	43
(2) 全国化妆品行业产成品分析	44
3.2.2 各地区化妆品行业供给情况分析	44
3.2.3 全国化妆品行业需求情况分析	47
(1) 全国化妆品行业销售产值分析	47
(2) 全国化妆品行业销售收入分析	47
3.2.4 各地区化妆品行业需求情况分析	48
3.2.5 全国化妆品行业产销率分析	50
3.3 化妆品行业经营情况分析	51
3.3.1 中国化妆品关注度分析	51
(1) 化妆品行业关注指数	51
(2) 化妆品相关关注内容	52
(3) 化妆品网民关注的肌肤问题	52
(4) 化妆品网民关注的品牌等级	53
(5) 化妆品网民关注的产品大类	53
3.3.2 中国化妆品行业发展总体概况	54
3.3.3 中国化妆品行业发展主要特点	54
3.3.4 行业主要经济效益影响因素	56
3.3.5 行业经营情况分析	57
(1) 化妆品行业经营效益分析	57
(2) 化妆品行业盈利能力分析	58
(3) 化妆品行业运营能力分析	58
(4) 化妆品行业偿债能力分析	59
(5) 化妆品行业发展能力分析	59
3.4 化妆品行业进出口状况分析	59
3.4.1 行业出口分析	59
(1) 行业出口整体情况	60
(2) 行业出口产品结构	60

(3) 化妆品行业出口前景及建议 61

3.4.2 行业进口分析 61

(1) 行业进口整体情况 62

(2) 行业进口产品结构 62

(3) 化妆品行业进口前景及建议 63

3.5 2012年化妆品行业运行分析 63

第四章 中国化妆品行业竞争状况现状 69

4.1 国外化妆品行业竞争现状分析 69

4.1.1 国际市场竞争格局 69

(1) 区域分布格局 69

(2) 产品竞争格局 69

4.1.2 重点国家市场分析 70

(1) 美国化妆品市场分析 70

(2) 日本化妆品市场分析 70

(3) 法国化妆品市场分析 71

(4) 德国化妆品市场分析 71

(5) 巴西化妆品市场分析 72

(6) 印度化妆品市场分析 72

(7) 非洲化妆品市场分析 72

(8) 俄罗斯化妆品市场分析 73

4.1.3 重点企业市场分析 73

(1) 欧莱雅 73

(2) 宝洁 76

(3) 雅诗兰黛 77

(4) 资生堂 78

(5) 联合利华 80

(6) LVMH 81

(7) 香奈儿 82

(8) 爱茉莉 83

(9) LG集团 84

(10) 雅芳 84

(11) 强生	85
(12) 花王	85
(13) 拜尔斯道夫	86
(14) 露华浓	86
4.2 国内化妆品行业竞争现状分析	87
4.2.1 国内市场竞争格局	87
(1) 区域分布格局	87
(2) 企业规模格局	88
(3) 企业性质格局	88
4.2.2 行业五力模型分析	89
(1) 上游议价能力	89
(2) 下游议价能力	89
(3) 新进入者威胁	90
(4) 替代产品威胁	90
(5) 行业内部竞争	91
4.2.3 在华外企战略分析	91
(1) 美国玫琳凯公司	91
(2) 法国欧莱雅集团	92
(3) 日本资生堂公司	93
(4) 美国雅芳公司	95
(5) 美国宝洁公司	96
(6) 美国雅诗兰黛集团	97
(7) 美国安利公司	97
(8) 英国联合利华公司	98
4.3 行业投资兼并重组整合分析	99
4.3.1 国际投资兼并重组分析	99
(1) 投资兼并重组现状	99
(2) 投资兼并重组案例	99
4.3.2 国内投资兼并重组分析	100
(1) 投资兼并重组现状	100
(2) 投资兼并重组案例	101

第五章 中国化妆品行业细分市场分析 102

5.1 按产品功能划分细分市场分析 102

5.1.1 洗护用品市场分析 102

(1) 洗护用品市场概况 102

(2) 洗护用品细分市场分析 102

1) 洗发产品市场分析 102

2) 护发产品市场分析 103

3) 洗发露/护发素市场调查分析 104

4) 美发产品市场分析 107

5) 沐浴类产品市场分析 108

6) 脸部清洁类产品市场分析 108

5.1.2 润肤护肤用品市场 109

(1) 润肤护肤用品关注度分析 109

(2) 润肤护肤用品细分市场分析 110

1) 美白类产品市场分析 110

2) 保湿类产品市场分析 111

3) 防晒类产品市场分析 112

5.1.3 香水产品市场分析 113

(1) 香水产品关注度分析 114

(2) 香水市场发展现状 115

(3) 香水的细分市场分析 115

1) 女士香水 115

4.4 117

2) 男士香水 117

3) 车用香水 119

(4) 中国香水市场的品牌格局 120

(5) 香水市场的发展前景 121

5.1.4 彩妆市场分析 122

(1) 彩妆产品关注度分析 122

(2) 眼部彩妆市场分析 124

(3) 唇彩市场分析 124

(4) 粉底市场分析 125

5.2 按产品档次划分细分市场分析 125

5.2.1 高端化妆品市场分析 125

(1) 高端化妆品品牌关注度分析 125

(2) 高端化妆品市场现状分析 127

(3) 高端化妆品营销策略与渠道 127

5.2.2 大众化妆品市场分析 129

(1) 大众化妆品品牌关注度分析 129

(2) 大众化妆品市场现状分析 130

(3) 大众化妆品营销策略与渠道 131

5.3 潜力产品细分市场分析与前景预测 133

5.3.1 儿童化妆品市场分析与前景预测 133

(1) 儿童化妆品主要产品种类 133

(2) 儿童化妆品市场的品牌格局与竞争态势 133

(3) 儿童化妆品市场消费者分析 134

(4) 儿童化妆品的营销策略和渠道 136

(5) 儿童化妆品市场的发展前景 137

5.3.2 男性化妆品市场分析与前景预测 138

(1) 男性化妆品关注度分析 138

1) 日均搜索指数 138

2) 男性关注肌肤问题 138

3) 男性关注化妆品品类 139

4) 男性关注化妆品品牌排名 140

(2) 男性化妆品主要产品种类 141

(3) 男性化妆品市场现状 142

(4) 男性化妆品市场竞争态势 143

(5) 男性化妆品营销策略 144

(6) 男性化妆品市场前景 145

5.3.3 中老年化妆品市场分析与前景预测 148

(1) 中老年化妆品主要产品种类 148

(2) 中老年化妆品市场现状 148

(3) 中老年化妆品营销策略 149

(4) 中老年化妆品市场发展前景 150

5.4 热点产品细分市场分析与前景预测 151

5.4.1 药妆市场发展现状及前景预测 151

(1) 药妆的定义及主要分类 151

(2) 药妆市场的政策规范 151

(3) 国外药妆市场现状 152

(4) 国内药妆市场现状 155

(5) 国内药妆市场竞争格局 155

(6) 国内药妆市场存在问题 156

(7) 国内药妆市场前景预测 158

5.4.2 有机/天然化妆品市场发展现状及前景预测 160

(1) 有机/天然护肤品的定义与认证 160

(2) 有机/天然护肤品的政策规范 161

(3) 国内有机/天然化妆品市场的发展现状 161

(4) 国内有机/天然护肤品的品牌格局 162

(5) 有机/天然化妆品的前景预测 163

第六章 中国化妆品行业所处产业链分析 165

6.1 化妆品行业产业链上游分析 165

6.1.1 原材料行业分析 165

(1) 天然油脂原料 165

(2) 合成油脂原料 165

(3) 粉质原料 166

(4) 胶质原料 166

(5) 表面活性剂 166

6.1.2 包装行业分析 167

(1) 纸质包装 167

(2) 玻璃包装 170

(3) 塑料包装 170

(4) 铝包装 172

6.2 化妆品行业产业链下游分析 173

6.2.1 零售行业分析 173

6.2.2 网络零售分析 176

第七章 中国化妆品行业营销策略分析 179

7.1 化妆品行业传统渠道策略分析 179

7.1.1 传统销售渠道概述 179

7.1.2 商场专柜渠道分析 179

7.1.3 超市卖场渠道分析 181

7.1.4 专营店渠道分析 183

7.1.5 加盟专卖渠道分析 186

7.1.6 药店零售渠道分析 188

7.1.7 美容院零售渠道分析 190

7.1.8 电视购物渠道分析 192

7.2 化妆品行业电子商务渠道分析 193

7.2.1 商务应用方式 193

(1) 企业网上宣传 193

(2) 网上市场调研 194

(3) 网络分销联系 194

(4) 网上直接销售 194

(5) 网上营销集成 195

7.2.2 渠道销售规模 195

7.2.3 平台运营分析 195

(1) 借助第三方平台 195

(2) 建设自有平台 195

7.2.4 渠道优势分析 195

(1) 第三方平台优势 196

(2) 自有平台优势 197

7.2.5 渠道劣势分析 197

(1) 第三方平台劣势 197

(2) 自有平台劣势 197

7.2.6 与传统渠道关联分析 197

(1) 利好关联 197

(2) 不利关联 198

(3) 解决方案 199

7.2.7 渠道经营策略	199
(1) 规划共同愿景	199
(2) 规范产品价格	199
(3) 产品差异化经营	200
(4) 完善售后服务	200
7.3 化妆品行业的产品策略分析	200
7.3.1 行业领先产品策略分析	200
(1) 品牌定位策略分析	200
(2) 产品组合策略分析	201
(3) 产品差异化策略分析	202
(4) 新产品开发策略分析	202
(5) 产品生命周期运用策略分析	203
7.3.2 行业典型产品案例分析	204
7.4 化妆品行业的定价策略分析	205
7.4.1 行业领先定价策略分析	205
(1) 结合产品品牌、产品定位	205
(2) 结合产品组合、产品功效	206
(3) 结合竞争对手的价格定价	206
7.4.2 行业典型定价案例分析	206
7.5 化妆品行业的促销策略分析	207
7.5.1 行业促销策略概述	207
7.5.2 行业领先促销策略分析	207
(1) 广告促销策略	207
(2) 活动促销策略	209
7.5.3 行业典型促销案例分析	211

第八章 中国化妆品行业区域市场分析 213

8.1 行业总体区域结构特征分析	213
8.1.1 行业市场分布情况	213
8.1.2 行业产值分布情况	213
8.1.3 行业利润分布情况	214
8.2 广东省化妆品行业发展现状及前景预测	214

8.2.1 广东省化妆品行业发展规划及配套措施	214
8.2.2 广东省化妆品行业在行业中的地位变化	215
8.2.3 广东省化妆品行业经济运行状况分析	216
8.3 江苏省化妆品行业发展现状及前景预测	217
8.3.1 江苏省化妆品行业发展规划及配套措施	217
8.3.2 江苏省化妆品行业在行业中的地位变化	218
8.3.3 江苏省化妆品行业经济运行状况分析	218
8.4 上海市化妆品行业发展现状及前景预测	219
8.4.1 上海市化妆品行业发展规划及配套措施	219
8.4.2 上海市化妆品行业在行业中的地位变化	220
8.4.3 上海市化妆品行业经济运行状况分析	221
8.5 安徽省化妆品行业发展现状及前景预测	222
8.5.1 安徽省化妆品行业发展规划及配套措施	222
8.5.2 安徽省化妆品行业在行业中的地位变化	223
8.5.3 安徽省化妆品行业经济运行状况分析	223
8.6 浙江省化妆品行业发展现状及前景预测	225
8.6.1 浙江省化妆品行业发展规划及配套措施	225
8.6.2 浙江省化妆品行业在行业中的地位变化	225
8.6.3 浙江省化妆品行业经济运行状况分析	226
8.7 北京市化妆品行业发展现状及前景预测	227
8.7.1 北京市化妆品行业发展规划及配套措施	227
8.7.2 北京市化妆品行业在行业中的地位变化	228
8.7.3 北京市化妆品行业经济运行状况分析	228
8.8 湖北省化妆品行业发展现状及前景预测	230
8.8.1 湖北省化妆品行业发展规划及配套措施	230
8.8.2 湖北省化妆品行业在行业中的地位变化	230
8.8.3 湖北省化妆品行业经济运行状况分析	231

第九章 中国化妆品行业重点企业分析 233

9.1 化妆品企业发展总体状况分析	233
9.1.1 化妆品企业整体排名	233
9.1.2 化妆品行业销售收入状况	233

9.1.3 化妆品行业资产总额状况	234
9.1.4 化妆品行业利润总额状况	235
9.2 化妆品行业上市企业个案分析	236
9.2.1 上海家化联合股份有限公司经营情况分析	236
(1) 企业发展简况分析	236
(2) 企业经营状况分析	237
1) 主要经济指标分析	237
2) 企业盈利能力分析	239
3) 企业运营能力分析	240
4) 企业偿债能力分析	240
5) 企业发展能力分析	241
(3) 企业产品结构及新产品动向	242
(4) 企业销售渠道与网络	243
(5) 企业经营状况优劣势分析	244
(6) 企业投资兼并与重组分析	245
(7) 2012年企业最新发展动向分析	245
9.2.2 索芙特股份有限公司经营情况分析	245
9.2.3 霸王国际集团(控股)有限公司经营情况分析	253
9.2.4 美即(控股)国际有限公司经营情况分析	261
9.3 化妆品行业领先企业个案分析	266
9.3.1 江苏隆力奇集团有限公司经营情况分析	266
(1) 企业发展简况分析	266
(2) 企业经营状况分析	266
(3) 企业组织架构分析	269
(4) 企业产品结构及新产品动向	269
(5) 企业销售渠道与网络	270
(6) 企业经营状况优劣势分析	270
(7) 企业投资兼并与重组分析	270
(8) 2012年企业最新发展动向分析	271
9.3.2 广州宝洁有限公司经营情况分析	271
9.3.3 玫琳凯(中国)化妆品有限公司经营情况分析	277
9.3.4 雅芳(中国)有限公司经营情况分析	282

9.3.5 新生活集团有限公司经营情况分析 287

第十章 中国化妆品行业发展投资策略 396

10.1 化妆品行业投资特性分析 396

10.1.1 行业进入壁垒分析 396

(1) 技术壁垒 396

(2) 渠道壁垒 396

(3) 品牌壁垒 396

10.1.2 行业投资机会分析 396

(1) 80后将带动行业消费增长 397

(2) 渠道下沉扩大市场容量 397

(3) 中国的高消费时代到来 397

(4) 产业升级成本将会压缩 397

(5) 网络市场加快市场开拓 397

10.2 化妆品行业投资风险分析 398

10.2.1 行业政策波动风险 398

10.2.2 行业技术落后风险 398

10.2.3 行业供求变动风险 398

10.2.4 行业企业内部风险 398

10.2.5 行业宏观经济波动风险 399

10.2.6 行业产品结构变动风险 401

10.2.7 行业消费者意识转变风险 402

10.2.8 行业其他相关风险 402

10.3 投资建议 403

10.3.1 行业存在问题分析 403

(1) 准入门槛偏低源头把关不严 403

(2) 缺乏统一标准质量管理滞后 403

(3) 法规体制滞后与行业发展不相适应 403

10.3.2 投资建议 404

(1) 强化本土品牌的本土特色 404

(2) 注重跟踪研发和合作研发策略 404

(3) 从趋势性技术寻找市场机会 405

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/237107.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。