



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国化妆品市场分 析及投资策略研究报告

一、调研说明

《2016-2022年中国化妆品市场分析及投资策略研究报告》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/277285.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

报告目录：

第一部份 市场现状

第一章 全球化中的中国化妆品市场

第一节 全球化中的中国化妆品市场分析

一、中国化妆品市场在全球市场地位

二、全球化对中国化妆品行业影响

三、全球化对中国化妆品市场影响

第二节 中国化妆品企业参与全球化竞争分析

第三节 外资化妆品参与中国市场竞争分析

第四节 中国化妆品行业应对全球化发展策略

第二章 全球化中的化妆品国际市场分析

第一节 2015年国际化妆品市场发展分析

一、拉美化妆品市场

二、欧洲化妆品市场

1、法国

2、德国

3、英国

三、亚太地区化妆品市场

1、日本

2、东盟化妆品市场

第二节 国际热门化妆品细分市场分析

一、香薰产品市场

二、天然婴儿护理品

三、全球化妆笔市场

第三节 主要国家化妆品市场分析

一、日本化妆品市场

二、法国化妆品市场

三、韩国化妆品市场

- 1、韩国化妆品优势
- 2、行业发展生命周期
- 3、发展特点
- 4、值得学习的营销经验

第四节 全球名牌化妆品分析

- 一、全球主要化妆品品牌
- 二、全球名牌化妆品特点
- 三、名牌化妆品销售策略

第三章 2015年中国化妆品市场分析及预测

第一节 中国化妆品业的OEM状况分析

- 一、化妆品业OEM现状
- 二、OEM加工存在的问题
- 三、OEM在国外状况分析
- 四、化妆品行业发展趋势

第二节 2015我国化妆品行业发展及预测

- 一、我国化妆品行业发展分析
- 二、我国化妆品消费特点
 - 1、产品细分日益清晰，消费需求更加个性化
 - 2、“天然”、“活性”、“健康”成为新兴理念，本草护肤品倍受关注
 - 3、护肤品子行业市场规模最大，占化妆品行业整体比重不断提高

三、近年我国化妆品销售增长情况

四、2015年化妆品行业广告投放

1. 上半年化妆品电视广告投入达217亿
2. 投放电视广告的面膜品牌最多
3. 润肤产品成电视广告的主力军
4. 巴黎欧莱雅半年广告投入35.83亿元

第三节 2014-2015年中国化妆品行业品牌集中度分析

- 一、高端、中高端品牌占比
- 二、行业集中度分析

第四章 2011-2015年中国化妆品产业规模效应分析

第一节 2012-2015年我国规模以上化妆品制造企业数量

第二节 2012-2015年我国规模以上化妆品制造资产合计

第三节 2012-2015年我国规模以上化妆品制造销售收入

第四节 2012-2015年我国规模以上化妆品制造利润总额

第五章 2012-2015年中国化妆品制造财务指标

第一节 2012-2015年我国规模以上化妆品制造偿债能力

第二节 2012-2015年我国规模以上化妆品制经营能力

第三节 2012-2015年我国规模以上化妆品制盈利能力

第六章 2015年中国化妆品对外贸易分析

一、2015年中国化妆品进口总体情况

二、2015年中国化妆品出口总体情况

第二部分 市场细分

第七章 中国化妆品区域市场

第一节 北京化妆品市场

第二节 上海化妆品市场

第三节 广东化妆品市场

1. 地理分布

2. 生产规模

3. 经营状况

第八章 护肤品市场

第一节 中国护肤品行业

一、护肤品行业发展历程

二、护肤品行业发展现状

第二节 2015中国护肤品市场分析

一、男性护肤品市场

二、功能性护肤品市场

三、奢华保养护肤品市场

第三节 护肤品品牌竞争格局

一、整体竞争格局

二、国内外品牌竞争格局

三、市场竞争深度分析

1、品牌之间消费群结构差异明显

2、消费群结构分析

3、男性护肤品市场分析

4、品牌之间忠诚度差异不明显，竞争力主要看市场份额和成长性。

第四节 护肤品市场发展趋势

第九章 防晒用品市场

第一节 防晒用品市场

一、防晒用品市场特点

二、防晒用品市场前景

第二节 竞争状况

一、竞争焦点

二、市场渗透率

第三节 中国防晒化妆品市场发展趋势分析

第十章 祛斑与祛痘产品市场

第一节 祛斑产品市场

一、产品特点

二、市场前景

三、消费者分析

四、竞争分析

第二节 祛痘产品市场

一、祛痘产品市场现状

1、祛痘产品众多，祛痘品牌偏少

2、祛痘品牌优势凸现，强者更强

3、祛痘产品价格差异大，中高档祛痘产品受青睐

二、祛痘产品市场竞争

第十一章 彩妆市场

第一节 全球彩妆市场分析

- 一、全球彩妆市场
- 二、全球彩妆细分市场
- 三、2016年全球彩妆市场预测

第二节 中国彩妆市场分析

- 一、中国彩妆市场分析
- 二、中国彩妆市场需求
- 三、中国彩妆市场竞争
- 四、2015年彩妆市场预测

第十二章 发用品市场

第一节 发用品市场分析

- 一、洗护发产品市场规模
- 二、洗护发产品品牌集中度
- 三、洗护发产品市场需求
- 四、洗护发产品价格分析
- 五、我国洗发水企业操作的误区

第二节 国内洗发水品牌的格局与发展

- 一、品牌现状与格局
 - 1、主要竞争品牌——“一霸双雄”
 - 2、市场占有率与渗透率比较
 - 3、主要品牌地域分布
 - 4、品牌忠诚度比较
 - 5、各品牌消费群体定位
 - 二、品牌竞争特征
 - 三、洗发水市场发展趋势
 - 1、现有产品分类
 - 2、未来产品发展趋势
- ### 第三节 消费者分析

第十三章 化妆品消费者分析

第一节 化妆品消费市场调查分析

第二节 化妆品消费者分析

一、女性化妆品消费者调查

二、儿童化妆品消费者调查

1、消费者分析

2、消费者心目中的婴儿护肤产品特征

三、上海化妆品消费者调查

1、采样人群分析

2、消费者化妆品信息来源分析

3、化妆品购买地点调查分析

4、选择化妆品商店的原因分析

5、选择化妆品因素分析

第三节 护肤品消费者分析

一、一批品牌深入人心

二、女性使用洁肤护肤品各有偏好

三、年龄和收入影响品牌的选择

四、品牌地域特色明显

五、适合自己的肤质最重要

六、三分之一女性近一年更换过洁肤护肤品牌

第四节 防晒化妆品消费者分析

第五节 洗发水和染发类产品消费者分析

1. 北京地区：近三成调查对象使用护发素

2. 沪宁地区：25岁之前偏重自然、浅色系

3. 沪宁女性染发着色系成熟 男士染发比例较高

4. 温雅、彩蕴、卡尼尔占据彩染前三 专业发廊销售额稳步提升

第四部分 竞争格局

第十四章 中国化妆品市场竞争

一、国内化妆品市场竞争现状

二、国内化妆品市场竞争格局

三、国内化妆品市场竞争趋势

1、我国化妆品市场的消费格局

- 2、我国化妆品的生产格局
- 3、我国本土化妆品生产企业的SWOT分析
- 四、化妆品巨头中国市场竞争

第十五章 主要外资化妆品公司分析

第一节 法国欧莱雅集团（L'OREAL）

- 一、主要产品
- 二、行业地位
- 三、竞争实力
- 四、经营状况

第二节 美国宝洁公司（PROCTER & GAMBLE）

- 一、主要产品
- 二、行业地位
- 三、竞争实力
- 四、经营状况

第三节 美国安利公司（AMWAY）

- 一、主要产品
- 二、行业地位
- 三、竞争实力
- 四、经营状况

第四节 美国雅芳（AVON）

- 一、主要产品
- 二、行业地位
- 三、竞争实力
- 四、经营状况

第十六章 国内主要化妆品企业分析

第一节 上海家化联合股份有限公司

- 一、主要产品
- 二、行业地位
- 三、竞争实力
- 四、经营状况

第二节 索芙特股份有限公司

一、主要产品

二、行业地位

三、竞争实力

四、经营状况

第三节 福建泉州恒泉化妆品有限公司

一、主要产品

二、行业地位

三、竞争实力

第四节 江苏隆力奇生物科技股份有限公司

一、主要产品

二、行业地位

三、竞争实力

四、经营状况

第十七章 中国化妆品市场营销

第一节 化妆品行业营销模式分析

一、目标营销

二、专柜营销

三、药店营销

四、服务营销

五、直销经营

第二节 化妆品行业营销策略分析

一、中国化妆品品牌营销策略

二、国外化妆品渠道营销策略

第三节 化妆品行销售渠道分析

第十八章 2015中国化妆品行业投资分析

第一节 中国化妆品行业投资机会分析

第二节 中国化妆品行业投资环境分析

第三节 中国化妆品行业投资前景分析

1、抗皮肤衰老化妆品

- 2、美白化妆品
- 3、防脱发、育发产品

第五部分 发展趋势

第十九章 2016-2022年化妆品市场发展趋势及预测

第一节 2016-2022年国际化妆品市场发展趋势

- 一、全球化妆品市场发展趋势及预测
- 二、2016-2022年全球美容化妆品市场预测

第二节 2016-2022年中国化妆品市场发展趋势

- 一、中国化妆品行业发展趋势
- 二、中国化妆品市场发展趋势

第三节 2016-2022年中国化妆品市场发展预测

- 一、2016-2022年中国化妆品市场消费格局
- 二、2016-2022年中国化妆品市场销售预测
- 三、2016-2022年中国护肤品市场规模预测
- 四、2016-2022年中国彩妆市场容量预测

图表目录：

- 图表 1 2010-2015年全球各区域化妆品市场规模变动趋势
- 图表 2 2010-2015年全球化妆品各细分产品市场份额变动趋势
- 图表 3 2011-2015年全球化妆品产业TOP5销售收入（十亿美元）
- 图表 4 2015年化妆品各品类电视广告投放品牌个数
- 图表 5 2015年化妆品各品类电视广告投放刊例
- 图表 6 2015年化妆品电视广告投放前25位品牌
- 图表 7 化妆品品牌分类
- 图表 8 2011-2015年CR30品牌排名与市占率
- 图表 9 2012-2015年规模以上化妆品制造企业分析
- 图表 10 2012-2015年规模以上化妆品制造资产合计
- 图表 11 2012-2015年规模以上化妆品制造产品销售收入合计
- 图表 12 2012-2015年规模以上化妆品制造产品利润总额统计
- 图表 13 2012-2015年规模以上化妆品制造产品资产负债率统计
- 图表 14 2012-2015年规模以上化妆品制造产品经营能力
- 图表 15 2012-2015年规模以上化妆品制造毛利率

图表 16 2012-2015年规模以上化妆品制造销售利润率

图表 17 2015年中国化妆品进口数据

图表 18 2015年中国化妆品出口数据

图表 19 广东各地化妆品企业平均厂房面积和生产人员

图表 20 广东省各地化妆品企业平均销售额

图表 21 防晒系列护肤品主要消费群体年龄分布

图表 22 防晒系列护肤品主要消费群体婚姻状况

图表 23 影响消费者不购买祛斑产品的因素

图表 24 购买祛斑产品消费习惯分析

图表 25 洗发水市场占有率排名

图表 26 洗发水市场品牌渗透率

图表 27 洗发水品牌忠诚度

图表 28 洗发水品牌占有率与忠诚度比较

图表 29 收入与年龄定位图

图表 30 洗发水市场集中度

图表 31 购买洗发水主要考虑因素

图表 32 消费者对产品功能的要求

图表 33 消费者购买儿童护肤品的首选品牌

图表 34 不同年龄段儿童其护肤品的首选品牌

图表 35 消费者心目中的婴儿护肤产品特征

图表 36 儿童化妆品常使用的产品种类分析

图表 37 儿童护肤品不同购买人情况

图表 38 消费者购买儿童化妆品时最关心的

图表 39 消费者购买不同年龄段儿童化妆品时最关心的

图表 40 消费者购买儿童化妆品时看重的特点

图表 41 消费者最喜欢的促销类型

图表 42 各类护肤品品牌知名度排名

图表 43 各类洁肤护肤品品牌知名度排名

图表 44 不同年龄阶段的女性对洁肤护肤品的选择

图表 45 不同收入层次的女性对洁肤护肤品的选择

图表 46 不同城市女性对洁肤护肤品品牌的选择

图表 47 不同女性在洁肤、护肤品上的花费与其家庭人均月收入的比例

图表 48 消费者购买防晒护肤品关注的细节

图表 49 北京不同年龄阶段的女性选择防晒品时最为注重的

图表 50 武汉消费者购买防晒护肤品能接受的价格

图表 51 成都消费者购买防晒护肤品能接受的价格

图表 52 消费者最喜欢的防晒护肤品牌

图表 53 2015年上海家化主营业务收入构成

图表 54 2015年索芙特股份有限公司主营收入构成

略……

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/277285.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。