



艾凯咨询
ICAN Consulting

2016-2022年中国美容食品零售 市场需求及投资前景分析报告

一、调研说明

《2016-2022年中国美容食品零售市场需求及投资前景分析报告》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/281295.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

在现代市场经济活动中，信息已经是美容食品零售系统行业的重要的经济资源，信息资源的优先占有者胜，反之则处于劣势。中国每年有近100万家企业倒闭，对于企业经营而言，因为失误而出局，极有可能意味着从此退出历史舞台。他们的失败、他们的经验教训，可能再也没有机会转化为他们下一次的成功了。美容食品零售系统企业成功的关键就在于，是否能够在需求尚未形成之时就牢牢的锁定并捕捉到它。那些成功的公司往往都会倾尽毕生的精力及资源搜寻产业的当前需求、潜在需求以及新的需求。

随着美容食品零售系统行业竞争的不断加剧，大型企业间并购整合与资本运作日趋频繁，国内外优秀的美容食品零售系统企业愈来愈重视对行业市场的分析研究，特别是对当前市场环境和客户需求趋势变化的深入研究，以期提前占领市场，取得先发优势。

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 2015年美容食品行业相关概述及发展环境分析

第一节 美容食品行业相关概述

一、美容食品行业定义

二、美容食品行业特征

第二节 2015年中国宏观经济环境分析

一、中国GDP分析

二、城乡居民家庭人均可支配收入分析

三、全社会固定资产投资分析

四、进出口总额及增长率分析

五、社会消费品零售总额

六、恩格尔系数分析

第三节 2013-2015年中国美容食品行业政策分析

一、美容食品行业相关管理部门

二、美容食品行业新政策法规分析

三、美容食品行业标准分析

第四节 美容食品安全

- 一、2015年美容食品的新监管
- 二、设计并制造出安全且创新的美容食品
- 三、纳米技术在美容食品安全检测中的作用
- 四、美容食品安全性与风险评价

第五节 社会环境分析

- 一、美容、护发、抗衰老食品的研究及创新
- 二、创新原材料在美容食品中的应用
- 三、抗氧化美容食品的配方设计要素
- 四、天然原料在美容食品中的国内外认识差异
- 五、具有美容功能、保健功能的功能性食品研究

第六节 美容食品行业技术环境分析

第二章 2013-2015年世界美容食品行业现状及发展趋势预测

第一节 世界美容食品行业概述

第二节 2013-2015年世界美容食品行业市场格局分析

- 一、世界美容食品行业市场消费分析
- 二、世界美容食品行业市场格局分析

第三节 2016-2022年世界美容食品行业市场走势预测分析

第三章 中国美容食品品牌市场分析

第一节 2013-2015年中国美容食品行业进出口量分析

- 一、2013-2015年中国美容食品行业进口分析
- 二、2013-2015年中国美容食品行业出口分析

第二节 2016-2022年中国美容食品行业进出口市场预测分析

- 一、2016-2022年中国美容食品行业进口预测
- 二、2016-2022年中国美容食品行业出口预测

第三节 2013-2015年美容食品市场规模分析

第四节 2013-2015年中国美容食品行业市场发展综述

- 一、美容食品市场供给分析
- 二、美容食品市场需求分析
- 三、美容食品市场供需特点分析

第五节 2013-2015年中国美容食品行业市场运作态势分析

一、美容食品行业市场品牌分析

二、美容食品行业发展趋势分析

第六节 2013-2015年我国美容食品区域结构分析

第七节 2013-2015年美容食品区域市场规模分析

一、东北地区市场规模分析

二、华北地区市场规模分析

三、华东地区市场规模分析

四、华中地区市场规模分析

五、华南地区市场规模分析

六、西部地区市场规模分析

第八节 2016-2022年美容食品市场规模预测

第四章 2013-2015年我国美容食品行业运行特性分析

第一节 美容食品行业经营模式分析

第二节 美容食品行业进入壁垒分析

第三节 美容食品行业的周期性特征分析

第四节 美容食品行业SWOT分析

第五章 2015年中国美容食品行业品牌产品市场供需渠道分析

第一节 销售渠道特征分析

一、供需渠道定义

二、供需渠道格局

三、供需渠道形式

四、供需渠道要素对比

第二节 销售渠道对美容食品行业品牌发展的重要性

第三节 美容食品行业销售渠道的重要环节分析

一、批发商

二、零售商

三、代理商

第四节 重点区域市场渠道情况分析

一、华东

二、中南

三、华北

四、西部

第五节 2016-2022年美容食品行业销售渠道发展趋势分析

- 一、渠道运作趋势发展
- 二、渠道支持趋势发展
- 三、渠道格局趋势发展
- 四、渠道结构扁平化趋势发展

第六节 2016-2022年美容食品行业销售渠道策略分析

- 一、直接渠道或间接渠道的营销策略
- 二、长渠道或短渠道的营销策略
- 三、宽渠道或窄渠道的营销策略
- 四、单一销售渠道和多销售渠道策略
- 五、传统销售渠道和垂直销售渠道策略

第六章 2015年中国美容食品行业品牌竞争格局分析

第一节 2015年美容食品行业历史竞争格局概况

- 一、美容食品行业集中度分析
- 二、美容食品行业竞争程度分析

第二节 2015年美容食品行业企业竞争状况分析

- 一、中国外品牌竞争格局
- 二、行业进入壁垒分析
- 三、可替代品威胁分析
- 四、贴牌加工产品市场威胁分析

第三节 2016-2022年中国美容食品行业品牌竞争格局展望

第七章 2013-2015年中国美容食品行业品牌需求与消费者偏好研究

第一节 2013-2015年美容食品产量统计分析

第二节 2013-2015年美容食品消费量统计分析

第三节 2013-2015年中国美容食品行业品牌产品平均价格走势分析

第四节 2015年美容食品产品的品牌市场分析

- 一、品牌认知度
- 二、品牌偏好
- 三、认知渠道
- 四、消费者经常购买的品牌调查
- 五、美容食品品牌忠诚度
- 六、美容食品品牌市场占有率

七、消费者的消费理念

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

第八章 2013-2015年我国美容食品行业上下游关联行业分析

第一节 2013-2015年中国美容食品行业上游行业发展分析

第二节 2013-2015年中国美容食品行业下游行业发展分析

第三节 2014-2015年中国美容食品行业上下游行业关联性分析

第九章 中国美容食品行业优势品牌企业分析

第一节 资生堂（中国）投资有限公司

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业经营情况分析

四、企业盈利能力分析

五、公司品牌竞争策略

第二节 北京美丽立方保健食品有限公司

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业经营情况分析

四、企业盈利能力分析

五、公司品牌竞争策略

第三节 深圳京润珍珠销售有限公司

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业经营情况分析

四、企业盈利能力分析

五、公司品牌竞争策略

第四节 Perricone MD（裴礼康MD）

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业经营情况分析

四、企业盈利能力分析

五、公司品牌竞争策略

第五节 深圳市葛兰素生物科技有限公司

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业经营情况分析

四、企业盈利能力分析

五、公司品牌竞争策略

第六节 浙江长生鸟珍珠生物科技有限公司

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业经营情况分析

四、企业盈利能力分析

五、公司品牌竞争策略

第七节 屈臣氏集团

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业经营情况分析

四、企业盈利能力分析

五、公司品牌竞争策略

第八节 东方风行（北京）商贸有限公司

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业经营情况分析

四、企业盈利能力分析

五、公司品牌竞争策略

第九节 广州肌言堂生物科技有限公司

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业经营情况分析

四、企业盈利能力分析

五、公司品牌竞争策略

第十节 沈阳市好助手宠物服务有限公司

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业经营情况分析

四、企业盈利能力分析

五、公司品牌竞争策略

第十一节 中仁菁萃生物技术（上海）有限公司

一、公司及产品概况

二、品牌发展历程

三、企业经营情况分析

四、企业盈利能力分析

五、公司品牌竞争策略

第十章 2016-2022年中国美容食品行业品牌发展预测

第一节 2016-2022年美容食品行业品牌市场财务数据预测

一、2016-2022年美容食品行业品牌市场规模预测

二、2016-2022年美容食品行业总产值预测

三、2016-2022年美容食品行业利润总额预测

四、2016-2022年美容食品行业总资产预测

第二节 2016-2022年美容食品行业供需预测

一、2016-2022年美容食品产量预测

二、2016-2022年美容食品需求预测

三、2016-2022年美容食品供需平衡预测

五、2016-2022年主要美容食品产品进出口预测

第三节 2016-2022年美容食品行业投资机会

一、主要领域投资机会

二、出口市场投资机会

三、企业的多元化投资机会

第四节 影响美容食品行业发展的主要因素

一、有利因素分析

二、稳定因素分析

三、不利因素分析

四、挑战

五、机遇分析

第五节 2016-2022年美容食品行业投资风险及控制策略分析

一、2016-2022年美容食品行业市场风险及控制策略

二、2016-2022年美容食品行业政策风险及控制策略

三、2016-2022年美容食品行业经营风险及控制策略

四、2016-2022年美容食品行业技术风险及控制策略

五、2016-2022年美容食品行业同业竞争风险及控制策略

六、2016-2022年美容食品行业其他风险及控制策略

第十一章 2016-2022年中国美容食品行业品牌投资价值与投资策略分析

第一节 2016-2022年中国美容食品行业品牌产品生产及渠道投资运作模式分析

一、中国生产企业投资运作模式

二、中国营销企业投资运作模式

第二节 美容食品行业发展的PEST分析

一、政治和法律环境分析

二、经济发展环境分析

三、社会、文化与自然环境分析

四、技术发展环境分析

第三节 美容食品行业投资价值分析

一、2016-2022年美容食品市场趋势总结

二、2016-2022年美容食品发展趋势分析

三、2016-2022年美容食品市场发展空间

四、2016-2022年美容食品行业政策趋向

五、2016-2022年美容食品技术革新趋势

六、2016-2022年美容食品价格走势分析

第四节 美容食品行业投资策略分析

一、重点投资品种分析

二、重点投资地区分析

三、项目投资建议

1、投资额度建议

2、技术性风险建议

3、项目可行性分析

第十二章 2016-2022年中国美容食品企业经营战略建议

第一节 2015年美容食品行业企业的标杆管理

一、中国企业的经验借鉴

二、国外企业的经验借鉴

第二节 2015年美容食品行业企业的资本运作模式

一、美容食品行业企业中国资本市场的运作建议

二、美容食品行业企业海外资本市场的运作建议

第三节 2015年美容食品行业企业营销模式建议

一、美容食品行业企业的中国营销模式建议

二、美容食品行业企业海外营销模式建议

第四节 2016-2022年美容食品市场的重点客户战略实施

一、实施重点客户战略的必要性

二、合理确立重点客户

三、对重点客户的营销策略

图表目录：

图表：2013-2015年美容食品市场规模变化

图表：2013-2015年美容食品市场规模变化图

图表：2015年美容食品市场产量区域分布图

图表：2015年美容食品市场产量区域分布图

图表：2013-2015年东北地区美容食品销售收入变化

图表：2013-2015年华北地区美容食品销售收入变化

图表：2013-2015年华东地区美容食品销售收入变化

图表：2013-2015年华中地区美容食品销售收入变化

图表：2013-2015年华南地区美容食品销售收入变化

图表：2013-2015年西部地区美容食品销售收入

图表：2016-2022年美容食品市场规模预测图

图表：2013-2015年美容食品产量变化

图表：2013-2015年美容食品产量变化图

图表：2013-2015年美容食品消费量变化

图表：美容食品产品采购人员年龄调查

图表：2015年不同地区客户消费特征调查

图表：2015年消费者对美容食品品牌认知度调查
图表：2015年消费者对美容食品的品牌偏好调查
图表：2015年消费者对美容食品的品牌偏好调查
图表：2015年消费者对美容食品品牌的首要认知渠道调查
图表：2015年份消费者经常买的美容食品品牌调查
图表：2015年份消费者经常买的品牌调查
图表：2015年消费者品牌忠诚度调查
图表：2015年消费者品牌忠诚度调查
图表：2015年美容食品市场占有率
图表：2015年美容食品消费者性别比例调查分析
图表：消费者升级美容食品的频率分析
图表：美容食品消费者产品价格认同情况调查分析

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/281295.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。