



艾凯咨询  
ICAN Consulting

# 2017-2022年中国彩妆产业发展 现状及市场监测报告

# 一、调研说明

《2017-2022年中国彩妆产业发展现状及市场监测报告》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/285222.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](mailto: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

国内化妆品市场在逐步走向成熟的同时，市场平均年增长幅度保持在13%-15%。分析化妆品市场各个分支可以看出，推动市场发展的动力主要来源于护肤与彩妆两个分支。相对于洗发水和牙膏等相对饱和的市场，彩妆市场近年来近50%的增长率无疑是推动整个化妆品市场发展的“火车头”。除了洗护发的平均增长速度低于整体广义日化市场的增长速度外，彩妆、化妆品和护肤品等领域的增长速度都超过了整体的行业增长速度，尤其是彩妆领域，不仅发展速度远远高于行业整体平均数据，而且保持持续上升的理想曲线。在各行业领域占总行业份额的比例中，彩妆份额每年的增加比例在2个百分点以上，不断压缩其他行业领域的份额，中国彩妆行业真正形成通常意义上的市场仅仅只有10年左右的时间，但这10年是中国社会经济发展的黄金时期。

彩妆虽然呈迅猛增长之势，但从全国来看，在专卖店中占比超过25%的省仍然不多，而且彩妆使用周期长、对专业要求高等也在一定程度对其发展形成障碍。我国彩妆行业将更趋专业化，在广告、促销等外部因素刺激消费外，彩妆行业必须趋向专业化发展，以专业为突破口，以客户体验为首要因素，打造专业新标准，提高产品定位，进而扩大行业市场份额，获取利润，取得更快速的发展。

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 彩妆行业现状篇

#### 第一章 彩妆产业概述 1

##### 第一节 彩妆基础概述 1

###### 一、彩妆特点及类型划分 1

###### 二、彩妆用品 7

###### 1、粉底 7

###### 2、眼影 9

###### 3、睫毛膏 11

###### 4、唇彩 13

## 第二节 彩妆产业链分析 18

## 第三节 彩妆行业发展成熟度分析 21

## 第二章 2015年国内外化妆品行业发展分析 25

### 第一节 国际化妆品行业发展综述 25

#### 一、国际化妆品的区域市场发展综述 25

#### 二、国际化妆品市场发展状况 33

#### 三、国际化妆品原料市场的新趋势 35

#### 四、国际化妆品产品研发潮流 37

### 第二节 中国化妆品行业发展概况 38

#### 一、我国化妆品行业发展综述 38

#### 二、我国化妆品行业OEM生产节奏加快 41

#### 三、我国化妆品零售终端市场呈现新特点 43

#### 四、我国化妆品市场掀起营养护肤新潮 44

#### 五、化妆品行业大牌网络销售状况分析 46

#### 六、我国化妆品网购市场增添新力量 47

#### 七、我国化妆品网络市场零售特点分析 48

### 第三节 化妆品行业发展存在的问题及措施建议 51

#### 一、我国化妆品行业发展存在的主要问题 51

#### 二、我国本土化妆品企业存在的深层次问题 52

#### 三、中国化妆品行业发展的主要对策 53

#### 四、我国化妆品行业网络推广的措施 55

#### 五、我国化妆品企业拓展农村市场的营销建议 57

## 第三章 2015年全球彩妆市场运行态势分析 60

### 第一节 2015年全球彩妆市场运行环境分析 60

### 第二节 2015年全球彩妆市场运行透视 61

#### 一、全球彩妆市场呈上升势头 61

#### 二、全球彩妆市场规模分析 61

#### 三、品牌彩色化妆品销售情况及占化妆品销售同比分析 62

##### 1、眼部 62

##### 2、唇部 62

### 第三节 2015年部分国家地区彩妆市场运行分析 63

#### 一、日本 63

#### 二、欧美 67

#### 三、巴西 68

## 第四章 2015年中国彩妆行业运行形势分析 71

### 第一节 2015年中国彩妆市场发展概况 71

#### 一、中国彩妆市场的格局 71

#### 二、中国彩妆市场驶入快车道 72

#### 三、国内彩妆市场的可喜变化 73

#### 四、高档彩妆品渐走俏市场 75

#### 五、国内彩妆行业主要运营模式分析 76

#### 六、我国低价彩妆市场运行概况 76

#### 七、我国彩妆网络市场运行解析 78

### 第二节 2015年中国彩妆市场的品牌发展分析 80

#### 一、我国彩妆市场对品牌的需求强劲 80

#### 二、影响彩妆品牌发展的基本因素分析 80

#### 三、我国彩妆品牌发展面临的困难 81

#### 四、我国彩妆品牌突破策略 81

### 第三节 2015年中国彩妆消费市场分析 82

#### 一、中国彩妆消费市场亮点聚焦 82

#### 二、彩妆市场结构和价格走势分析 83

#### 三、最佳彩妆类产品研究 86

#### 四、彩妆市场消费者满意度情况分析 87

#### 五、我国彩妆市场主要品种消费概况 89

### 第四节 2015年中国国产彩妆存在的问题分析 90

#### 一、国内彩妆品牌发展的困局 90

#### 二、国内彩妆产品包装单纯模仿国际品牌 91

## 第五章 2011-2015年中国彩妆行业数据监测分析 92

### 第一节 2011-2015年中国化妆品制造行业规模分析 92

#### 一、企业数量增长分析 92

二、从业人数增长分析 93

三、资产规模增长分析 93

第二节 2015年中国化妆品制造行业结构分析 94

一、企业数量结构分析 94

1、不同类型分析 94

2、不同所有制分析 94

二、销售收入结构分析 95

1、不同类型分析 95

2、不同所有制分析 95

第三节 2011-2015年中国化妆品制造行业产值分析 96

一、产成品增长分析 96

二、工业销售产值分析 96

三、出口交货值分析 97

第四节 2011-2015年中国化妆品制造行业成本费用分析 98

一、销售成本统计 98

二、费用统计 98

第五节 2011-2015年中国化妆品制造行业盈利能力分析 99

一、主要盈利指标分析 99

二、主要盈利能力指标分析 99

第六章 2015年中国彩妆细分市场运行透析 100

第一节 颊部彩妆市场分析 100

第二节 唇部彩妆市场分析 101

第三节 眼部彩妆市场分析 101

第四节 美甲用品发展分析 102

第七章 2011-2015年中国彩妆化妆品细分产品进出口贸易数据监测 104

第一节 2011-2015年中国香粉数据统计情况（33049100）104

一、香粉进出口数量分析 104

二、香粉进出口金额分析 105

第二节 2011-2015年中国唇用化妆品进出口数据统计情况（33041000）105 2009-2015年中国唇用化妆品进出口数据统计表

- 一、唇用化妆品进出口数量分析 105
- 二、唇用化妆品进出口金额分析 106
- 第三节 2011-2015年中国眼用化妆品进出口数据统计情况（33042000） 106 2009-2015年中国眼用化妆品进出口数据统计表
- 一、眼用化妆品进出口数量分析 106
- 二、眼用化妆品进出口金额分析 107
- 第四节 2011-2015年中国指(趾)甲化妆品进出口数据统计情况（33043000） 107
- 一、指(趾)甲化妆品进出口数量分析 107
- 二、指(趾)甲化妆品进出口金额分析 108
  
- 第八章 2015年中国彩妆区域市场运行探析 109
- 第一节 华北地区 109
- 第二节 东北地区 111
- 第三节 华东地区 113
- 第四节 华中地区 115
- 第五节 华南地区 117
- 第六节 西南地区 119
- 第七节 西北地区 121
  
- 第九章 2015年中国彩妆市场消费行业调研 123
- 第一节 2015年中国彩妆市场消费者研究 123
- 一、中国彩妆消费者收入分析 123
- 二、彩妆目标客户群体职业分布 123
- 三、彩妆市场消费需求分析 124
- 第二节 2015年中国彩妆市场消费者消费行业调研 124
- 一、消费者彩妆产品使用频次 124
- 二、消费者彩妆产品品牌忠诚度分析 125
- 三、消费者彩妆产品价格敏感度分析 125
- 四、消费者对国内外品牌彩妆产品满意度调研 126
- 五、消费者彩妆购买渠道调查分布 126
- 六、消费者购买彩妆产品选择因素的调查 127

## 第十章 2015年中国彩妆市场营销解析 128

### 第一节 2015年中国彩妆化妆品营销概述 128

#### 一、彩妆化妆品营销特点 128

#### 二、中国彩妆活动促销的注意事项 129

### 第二节 中国重点彩妆品牌营销案例 130

#### 一、美宝莲与娥佩兰的营销对比分析 130

#### 二、卡姿兰彩妆的营销法宝 132

#### 三、贝优婷市场营销经验解析 134

#### 四、中国丽立美彩妆品牌营销成功启示 138

### 第三节 彩妆活动促销的注意事项解读 140

#### 一、活动促销对彩妆品牌发展的意义 140

#### 二、保障彩妆活动促销成功的条件 141

#### 三、吸引顾客的法则 142

#### 四、促使活动成功的三要素 143

### 第四节 彩妆业营销的问题与策略透析 143

#### 一、厂商利用护肤品渠道做彩妆存在的问题 143

#### 二、彩妆市场营销战略 148

#### 三、化妆品专卖店彩妆营销策略 149

## 第二部分 彩妆行业竞争篇

## 第十一章 2015年中国彩妆行业竞争格局分析 154

### 第一节 2015年中国彩妆市场竞争概况 154

#### 一、我国彩妆市场洋土品牌竞争分析 154

#### 二、产品差异化成为彩妆市场的竞争重点 156

#### 三、护肤品牌竞争焦点转向彩妆市场 157

#### 四、金融危机下彩妆市场竞争形势出现新变化 157

#### 五、我国彩妆市场竞争继续升级 160

#### 六、中国彩妆市场SWOT分析 161

### 第二节 2015年国际品牌彩妆企业在中国市场的发展动态 165

#### 一、跨国彩妆品牌在中国市场竞争激烈 165

#### 二、韩国谜尚在中国彩妆市场的竞争情况 168

### 第三节 2015年中国彩妆市场国产与外资品牌的竞争分析 171



- 一、中国彩妆市场竞争升级 171
- 二、彩妆市场外资与本土品牌的竞争加剧 173
- 三、彩妆品牌在中国各区域市场竞争力排名 175
- 第四节 2015年中国彩妆市场的竞争策略解读 188
  - 一、本土彩妆品牌应对洋品牌的竞争策略 188
  - 二、国内彩妆企业打造品牌的五大策略 189
  - 三、彩妆市场竞争力提升的四个关键点 190
  - 四、未来彩妆行业竞争趋势 194
  
- 第十二章 2015年国际彩妆品牌国内市场运行浅析 195
  - 第一节 欧莱雅 ( L'Orea ) 195
    - 一、公司简介 195
    - 二、欧莱雅经营状况分析 196
    - 三、美宝莲积极培养中国消费市场 199
    - 四、美宝莲产品高端品质大众化消费 200
  - 第二节 宝洁 ( P&G ) 204
    - 一、公司简介 204
    - 二、宝洁经营状况分析 205
    - 三、宝洁调整产品结构重点布局彩妆市场 210
    - 四、宝洁封面女郎彩妆启动中国市场 210
  - 第三节 丝芙兰 ( Sephora ) 213
    - 一、公司简介 213
    - 二、丝芙兰在中国加快开店速度 217
    - 三、丝芙兰化妆品连锁店的创新经营模式 218
  - 第四节 雅诗兰黛 ( Estelauder ) 219
    - 一、公司简介 219
    - 二、雅诗兰黛经营状况分析 220
    - 三、雅诗兰黛加快彩妆市场扩张步伐 222
  - 第五节 资生堂 ( SHISEIDO ) 225
    - 一、公司简介 225
    - 二、资生堂经营状况分析 225
    - 三、资生堂在日本推出低端彩妆品牌 229

#### 四、资生堂推出TheMakeup彩妆 230

#### 第六节 雅芳 ( AVON ) 231

##### 一、公司简介 231

##### 二、雅芳经营状况分析 232

##### 三、雅芳化妆品的销售渠道剖析 234

##### 四、雅芳旗下彩妆品牌UP2U撤出中国市场 236

### 第十三章 2015年中国彩妆行业优势企业竞争性财务数据分析 239

#### 第一节 玫琳凯(中国)化妆品有限公司 239

##### 一、企业概况 239

##### 二、企业主营业务分析 240

##### 三、企业最新发展动向分析 241

##### 四、企业获得荣誉分析 241

##### 五、企业直销网点分析 242

#### 第二节 雅芳 ( 中国 ) 有限公司 243

##### 一、企业概况 243

##### 二、企业主营业务分析 244

##### 三、企业慈善公益分析 245

##### 四、企业获得荣誉分析 246

##### 五、企业最新发展动向分析 247

#### 第三节 资生堂丽源化妆品有限公司 247

##### 一、企业概况 247

##### 二、企业主营业务分析 249

##### 三、企业竞争优势分析 249

##### 四、企业获得荣誉分析 251

##### 五、企业最新发展动向分析 252

#### 第四节 松泽化妆品 ( 深圳 ) 有限公司 252

##### 一、企业概况 252

##### 二、企业主营业务分析 252

##### 三、企业经营分析 253

#### 第五节 苏州尚美国际化妆品有限公司 253

##### 一、企业概况 253

- 二、企业经营分析 254
- 三、企业品牌结构分析 254
- 四、企业研发能力分析 254
- 第六节 文登夏福美容用品有限公司 255
  - 一、企业概况 255
  - 二、企业主营业务分析 255
  - 三、企业盈利能力分析 256
- 第七节 索芙特股份有限公司 256
  - 一、企业概况 256
  - 二、企业主营业务分析 258
  - 三、企业盈利能力分析 258
  - 四、企业运营能力分析 258
  - 五、企业偿债能力分析 259
  - 六、企业成长能力分析 259
  - 七、企业获得荣誉分析 259
  - 八、企业最新发展动向分析 260
- 第八节 上海家化联合股份有限公司 260
  - 一、企业概况 260
  - 二、企业主营业务分析 261
  - 三、企业盈利能力分析 262
  - 四、企业运营能力分析 262
  - 五、企业偿债能力分析 263
  - 六、企业成长能力分析 263
  - 七、企业获得荣誉分析 263
  - 八、企业最新发展动向分析 264
- 第九节 广州市浪奇实业股份有限公司 264
  - 一、企业概况 264
  - 二、企业主营业务分析 267
  - 三、企业盈利能力分析 267
  - 四、企业运营能力分析 268
  - 五、企业偿债能力分析 268
  - 六、企业成长能力分析 268

- 七、企业获得荣誉分析 269
- 八、企业最新发展动向分析 269
- 第十节 河南瑞贝卡发制品股份有限公司 270
  - 一、企业概况 270
  - 二、企业主营业务分析 271
  - 三、企业盈利能力分析 271
  - 四、企业运营能力分析 272
  - 五、企业偿债能力分析 272
  - 六、企业成长能力分析 272
  - 七、企业获得荣誉分析 273
  - 八、企业最新发展动向分析 273

### 第三部分 彩妆行业前景篇

#### 第十四章 2017-2022年中国彩妆行业发展趋势预测分析 274

##### 第一节 2017-2022年中国化妆品市场的发展前景预测 274

- 一、中国化妆品市场的发展潜力极大 274
- 二、男士化妆品市场商机显现 277
- 三、化妆品业未来发展十大趋势 279

##### 第二节 2017-2022年中国彩妆市场发展趋势展望 282

- 一、中国彩妆市场未来发展方向探析 282
- 二、未来彩妆产品发展方向 283
- 三、彩妆原料往安全、天然、滋养方向发展 283

##### 第三节 2017-2022年中国彩妆市场预测分析 285

##### 第四节 2017-2022年中国彩妆业发展战略研究 287

- 一、对中国彩妆品牌的战略思考 287
- 二、彩妆企业经营管理策略 289

#### 第十五章 2015年中国彩妆行业投资环境分析 292

##### 第一节 2015年中国宏观经济环境分析 292

- 一、国民经济运行情况GDP 292
- 二、消费价格指数CPI、PPI 293
- 三、全国居民收入情况 297

四、恩格尔系数	298
五、工业发展形势	299
第二节 2015年中国彩妆行业政策环境分析	301
一、《化妆品卫生规范》	301
二、《日用化妆品说明标准》	303
三、《化妆品广告管理办法》	306
第三节 2015年中国彩妆行业社会环境分析	310
一、人口环境分析	310
二、教育环境分析	311
三、文化环境分析	313
四、中国城镇化率	313
第十六章 2017-2022年中国彩妆行业投资机会与风险分析	318
第一节 2015年中国彩妆投资概况	318
一、彩妆投资有利因素	318
二、彩妆投资价值研究	319
三、化妆品产业的赢利模式剖析	321
第二节 2017-2022年中国彩妆行业投资机会分析	331
一、未来彩妆市场投资空间大	331
二、化妆品行业投资成瞩目热点	332
三、男士彩妆市场投资前景看好	333
四、中国彩妆行业投资效益分析	334
第三节 2017-2022年中国彩妆行业投资风险分析	339
一、市场竞争风险	339
二、管理风险	342
三、政策、行业风险	343
第四节 投资建议	344

#### 图表目录：

图表：中国化妆品产业链情况	20
图表：2017-2022年全球儿童护理产品市场规模预测	34
图表：2017-2022年全球药妆市场规模预测	35

图表：2010-2015年全球彩妆市场规模情况 61

图表：2010-2015年日用化学产品制造业企业数量情况 92

图表：2010-2015年日用化学产品制造业从业人员情况 93

图表：2010-2015年日用化学产品制造业资产增值情况 93

图表：日用化学产品制造业 94

图表：2015年日用化学产品制造业不同所有制企业数量结构情况 94

图表：日用化学产品制造业 95

图表：2015年日用化学产品制造业 95

图表：2010-2015年日用化学产品制造业产成品情况及增长情况 96

图表：2010-2015年日用化学产品制造业工业销售产值及增长情况 96

图表：2010-2015年日用化学产品制造业出口交货值及增长情况 97

图表：2011-2015年日用化学产品制造业销售成本情况 98

图表：2011-2015年日用化学产品制造业费用情况 98

图表：2011-2015年日用化学产品制造业利润总额情况 99

图表：2011-2015年日用化学产品制造业利润总额同比增长情况 99

图表：2010-2015年唇用化妆品进出口数量情况 104

图表：2010-2015年唇用化妆品进出口金额情况 105

图表：2010-2015年唇用化妆品进出口数量情况 105

图表：2010-2015年唇用化妆品进出口金额情况 106

图表：2010-2015年唇用化妆品进出口数量情况 106

图表：2010-2015年唇用化妆品进出口金额情况 107

图表：2010-2015年唇用化妆品进出口数量情况 107

图表：2010-2015年唇用化妆品进出口金额情况 108

图表：2012-2015年华北地区日用化学产品制造业产成品情况 109

图表：2012-2015年华北地区日用化学产品制造业资产情况 109

图表：2012-2015年华北地区日用化学产品制造业主营业务收入情况 110

图表：2012-2015年华北地区日用化学产品制造业利润情况 110

图表：2012-2015年东北地区日用化学产品制造业产成品情况 111

图表：2012-2015年东北地区日用化学产品制造业资产情况 111

图表：2012-2015年东北地区日用化学产品制造业主营业务收入情况 112

图表：2012-2015年东北地区日用化学产品制造业利润情况 112

图表：2012-2015年华东地区日用化学产品制造业产成品情况 113

图表：2012-2015年华东地区日用化学产品制造业资产情况 113

图表：2012-2015年华东地区日用化学产品制造业主营业务收入情况 114

图表：2012-2015年华东地区日用化学产品制造业利润情况 114

图表：2012-2015年华中地区日用化学产品制造业产成品情况 115

图表：2012-2015年华中地区日用化学产品制造业资产情况 115

图表：2012-2015年华中地区日用化学产品制造业主营业务收入情况 116

图表：2012-2015年华中地区日用化学产品制造业利润情况 116

图表：2012-2015年华南地区日用化学产品制造业产成品情况 117

图表：2012-2015年华南地区日用化学产品制造业资产情况 117

图表：2012-2015年华南地区日用化学产品制造业主营业务收入情况 118

图表：2012-2015年华南地区日用化学产品制造业利润情况 118

图表：2012-2015年西南地区日用化学产品制造业产成品情况 119

图表：2012-2015年西南地区日用化学产品制造业资产情况 119

图表：2012-2015年西南地区日用化学产品制造业主营业务收入情况 120

图表：2012-2015年西南地区日用化学产品制造业利润情况 120

图表：2012-2015年西北地区日用化学产品制造业产成品情况 121

图表：2012-2015年西北地区日用化学产品制造业资产情况 121

图表：2012-2015年西北地区日用化学产品制造业主营业务收入情况 122

图表：2012-2015年西北地区日用化学产品制造业利润情况 122

图表：欧莱雅经营产品情况 199

图表：宝洁企业获得荣誉情况 205

图表：宝洁旗下各品牌情况 210

图表：雅诗兰黛产品情况 222

图表：资生堂产品情侣 229

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司产品情况 240

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司发展动向情况 241

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司获得荣誉情况 242

图表：玫琳凯(中国)化妆品有限公司直销网点情况 242

图表：雅芳(中国)有限公司产品情况 245

图表：雅芳(中国)有限公司获得荣誉情况 246

图表：雅芳(中国)有限公司发展动向情况 247

图表：资生堂丽源化妆品有限公司产品情况 249

图表：资生堂丽源化妆品有限公司发展动向情况 252

图表：文登夏福美容用品有限公司经营情况 256

图表：索芙特股份有限公司2015年主营业务情况 258

图表：索芙特股份有限公司2015年盈利能力情况 258

图表：索芙特股份有限公司2015年运营能力情况 258

图表：索芙特股份有限公司2015年偿债能力能力情况 259

图表：索芙特股份有限公司2015年成长能力情况 259

图表：索芙特股份有限公司2015年发展动向情况 260

图表：上海家化联合股份有限公司2015年主营业务情况 262

图表：上海家化联合股份有限公司2015年盈利能力情况 262

图表：上海家化联合股份有限公司2015年运营能力情况 262

图表：上海家化联合股份有限公司2015年偿债能力能力情况 263

图表：上海家化联合股份有限公司2015年成长能力情况 263

图表：上海家化联合股份有限公司获得荣誉情况 263

图表：上海家化联合股份有限公司发展动向情况 264

图表：广州市浪奇实业股份有限公司2015年主营业务情况 267

图表：广州市浪奇实业股份有限公司2015年盈利能力情况 267

图表：广州市浪奇实业股份有限公司2015年运营能力情况 268

图表：2015年偿债能力能力情况 268

图表：广州市浪奇实业股份有限公司2015年成长能力情况 268

图表：广州市浪奇实业股份有限公司获得荣誉情况 269

图表：广州市浪奇实业股份有限公司发展动向情况 269

图表：河南瑞贝卡发制品股份有限公司2015年主营业务情况 271

图表：河南瑞贝卡发制品股份有限公司2015年盈利能力情况 271

图表：河南瑞贝卡发制品股份有限公司2015年运营能力情况 272

图表：河南瑞贝卡发制品股份有限公司2015年偿债能力能力情况 272

图表：河南瑞贝卡发制品股份有限公司2015年成长能力情况 272

图表：河南瑞贝卡发制品股份有限公司获得荣誉情况 273

图表：河南瑞贝卡发制品股份有限公司发展动向情况 273

图表：2017-2022年我国彩妆品资产总计预测 285

图表：2017-2022年我国彩妆品销售收入预测 285

图表：2017-2022年我国彩妆品销售产值预测 285



图表：2017-2022年我国彩妆品利润总额预测 286  
图表：2017-2022年我国彩妆品营业利润率预测 286  
图表：2017-2022年我国彩妆品销售毛利率预测 287  
图表：2017-2022年我国彩妆品资产报酬率预测 287  
图表：2012-2015年中国国内生产总值增长速度 292  
图表：2012-2015年全国居民消费价格指数情况 293  
图表：猪肉、牛肉、羊肉价格变动情况 294  
图表：鲜菜、鲜果价格变动情况 294  
图表：2015年居民消费价格分类别同比涨跌幅情况 296  
图表：2015年居民消费价格分类表环比情况 297  
图表：2012-2015年城镇居民人均可支配收入实际增长速度 298  
图表：2012-2015年农村居民人均可支配收入实际增长速度 298  
图表：2012-2015年中国规模以上工业增加值增速情况 301  
图表：中国人口年龄结构图 311  
图表：2015年我国学校招生结构情况 312  
图表：我国学校在校生结构情况 313  
图表：我国城镇居民家庭人均可支配收入情况 313  
图表：我国农村居民家庭人均可支配收入情况 314  
图表：我国城镇化进程情况 317  
图表：典型研究模块 320  
图表：2015年化妆品行业搜索指数 335

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/285222.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](http://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提供专业投资咨询报告、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。